

HEC MONTRÉAL

**La gestion du quotidien :
analyse ethnographique du mode de vie zéro déchet à Montréal**
par
Anne-Frédérique Tremblay

**Sciences de la gestion
(Option Marketing)**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences en gestion
(M. Sc.)*

Août 2019
© Anne-Frédérique Tremblay, 2019

Résumé

La présente étude porte un regard sur le mode de vie zéro déchet comme forme de consommation alternative en rapport avec la société de consommation actuelle. Nous nous concentrons sur la gestion au quotidien de ce mode de vie, des besoins et des désirs de consommation.

Les résultats de cette étude démontrent que la gestion au quotidien d'une forme de consommation alternative passe par la réponse aux besoins tout en tentant de résister aux désirs de consommation. Ce mode de vie crée des tensions au sein même de l'individu, entre ce qu'il désire faire et ce qu'il réussit réellement à accomplir. Le mode de vie zéro déchet crée aussi des tensions entre les individus l'adoptant et ses proches, puisqu'il consiste à rejeter la société de consommation qui est généralement acceptée par la vaste majorité des individus présents dans son cercle social. La réponse à ces tensions se caractérise par une acceptation des tensions, autant celle intérieure que celle avec les autres. Ces tensions sont aussi atténuées par la présence d'une communauté de pratique offrant un appui et permettant le développement et la pérennité du mode de vie.

Cette étude contribue à la recherche sur les communautés de pratique à travers l'identification d'une communauté de mode de vie comme forme de communauté de pratique ancrée dans le quotidien. De plus, cette étude permet un apport pratique dans les politiques publiques puisqu'elle démontre la pertinence d'utiliser des modes de consommation alternatifs pour trouver une solution à la surconsommation actuelle.

Mots clés : besoins, désirs, consommation alternative, communautés de pratique, zéro déchet

Table des matières

Résumé	v
Table des matières	vi
Liste des tableaux et figures	viii
Remerciements	ix
Chapitre 1 : Introduction	1
Chapitre 2 : Revue de la littérature et problématique	5
2.1 Les besoins et les désirs de consommation	6
2.2 Les modes alternatifs de consommation.....	11
2.2.1 La consommation éthique.....	11
2.2.2 La simplicité volontaire	13
2.2.3 L'autoproduction	15
2.3 Les communautés de pratique	17
2.4 Problématique de recherche	20
Chapitre 3 : Méthodologie.....	21
3.1 Contexte d'étude.....	21
3.1.1 Le mode de vie zéro déchet : définitions et concepts	21
3.1.2 Le mode de vie zéro déchet : le contexte montréalais	23
3.1.3 Présence du mouvement zéro déchet sur la place publique.....	24
3.1.4 Absence du mode de vie zéro déchet dans la littérature scientifique	25
3.2 Collecte de données et analyse	27
3.2.1 Préparation à la recherche	28
3.2.2 Sélection et recrutement des participants	29
3.2.3 Déroulement des entrevues en profondeur et des observations.....	31
3.2.4 Méthode d'analyse utilisée	32
Chapitre 4 : Analyse des résultats	34
4.1 Les actions au quotidien du consommateur zéro déchet	34
4.1.1 Sa production.....	34
4.1.2 Sa consommation.....	39
4.2 Tensions causées par le mode de vie zéro déchet.....	50

4.2.1	Tensions dans le processus de décisions d'achat.....	51
4.2.2	Tensions entre le ménage et la société de consommation	57
4.3	Les réactions aux tensions liées au mode de vie.....	64
4.3.1	L'atteinte de l'équilibre comme non-réponse aux tensions	65
4.3.2	L'adoption de nouveaux rôles comme réponses aux tensions.....	68
Chapitre 5	: Discussion.....	79
5.1	Retour sur les résultats.....	79
5.2	Implications pratiques.....	83
5.3	Futures recherches	84
Chapitre 6	: Conclusion	87
Bibliographie	89
Annexes	97
Annexe I	: Figure relatives à la revue de la littérature	97
Annexe II	: Liste des groupes zéro déchet utilisés pour la recherche	98
Annexe III	: Guide d'entrevue	99
Annexe IV	: Grille d'observation.....	101

Liste des tableaux et figures

Figure 1 : Les lignes directrices du mouvement zéro déchet	21
Tableau 1: Articles publiés sur le thème zéro déchet	25
Figure 2 : Schématisation des tensions liées au mode de vie	51
Figure 3 : Schématisation des réactions aux tensions liées au mode de vie	64
Figure 4 : Schématisation de la communauté de mode de vie	80

Remerciements

En premier, je tiens à remercier mes co-directeurs, Jean-Sébastien Marcoux et Verena Gruber, qui ont voulu s'embarquer dans ce projet avec moi, qui m'ont encouragée à me plonger dans une communauté et un mode de vie dont je ne connaissais que peu de choses. Vos conseils et votre expertise ont été d'une aide précieuse tout au long de la rédaction de mon mémoire. Vous m'avez permis de me remettre en question, m'avez *challengeé* afin que je pousse ma réflexion jusqu'au bout.

Je veux aussi dire un merci tout particulier à mes amis. En premier Gabrielle, qui a été une source de soutien inespéré à tous les moments. À mes amis de la maîtrise présents à la bibliothèque de HEC bon temps mauvais temps (surtout quand il faisait 30 degrés dehors et qu'on aurait fait n'importe quoi sauf rédiger), et avec qui j'ai pu parler de mon mémoire sans gêne et sans jugement dès le premier jour. Merci à Françoise, Élisabeth, Marie-Michèle, Nicolas, Catherine et tous les autres qui ont été extraordinaires. Merci aussi à Audrey et Marie qui sont, constamment, des personnes incroyables. Enfin, je ne pourrais finir cette section sans remercier Melissa et Jean-François. Mine de rien, on en a fait du chemin les trois ensembles au cours des 11 dernières années. Merci d'être là, et d'être les plus belles constantes que je pourrais espérer avoir.

J'aimerais aussi remercier tous les participants à mon étude sans qui cette recherche n'aurait tout simplement pas été possible. Merci de vous être prêtés au jeu, de m'avoir accueillie chez vous et d'avoir été aussi généreux de votre temps. J'ai découvert une communauté, mais aussi des individus qui m'ont donné espoir de pouvoir créer un monde meilleur.

Enfin, je me dois de remercier Mireille, Chantal et Jérémie. C'est dans le quotidien qu'on voit qu'on est épaulé. C'est dans le quotidien qu'on se rend compte des gens qui sont importants et qui nous permettent d'avancer, surtout quand on a l'impression de courir un marathon. Vous êtes mes piliers et je n'aurais jamais pu réussir ce projet sans votre appui et votre aide constante.

Chapitre 1 : Introduction

Dans un mode de vie normal tu paies certains trucs moins chers parce que tu ne regardes pas leur provenance, alors t'as plus d'argent pour acheter encore plus de trucs et au final, tu te crées des besoins! Si tu réussis à avoir un mode de vie zéro déchet, tu ne peux pas contrôler ce qui te tente ou non dans les publicités, mais tu peux te poser la question « est-ce que j'en ai vraiment besoin? ». Souvent, la réponse est non et tu vas te mettre à en consommer moins.

- Jean-François

La consommation est omniprésente dans la vie des citoyens et guide une grande partie des décisions qui doivent être prises au quotidien. L'acte de consommer est à ce point ancré dans les mentalités que toute alternative est vue comme un acte marginal (Matsuyama, 2002). Une des alternatives à cette consommation est le mode de vie zéro déchet, qui fait l'objet du présent mémoire. Notre objectif sera de comprendre la gestion au quotidien du mode de vie zéro déchet, les difficultés rencontrées en cours de route et les techniques de compensation utilisées afin de surmonter ces défis.

Le consommateur zéro déchet mérite une attention particulière en anthropologie de la consommation puisque l'essence même de ce qui est proposé comme mode de vie est basée sur une forme alternative de consommation. En effet, le mode de vie zéro déchet est fondé entre autres sur la capacité à réduire sa consommation. L'extrait d'entrevue présenté précédemment a été réalisé avec un participant dans le cadre de cette recherche. Ce consommateur zéro déchet y aborde le problème que les personnes zéro déchet voient dans la société de consommation, soit la création de besoins d'une consommation jugée inutile. Cette perception de la réponse aux besoins par la consommation dans un contexte de consommation réduite, la tension entre ce que la personne souhaite faire et ce qui lui est proposé dans la société et l'importance des réactions du consommateur sont des parties intégrantes du présent sujet de recherche. Ces éléments montrent la complexité de l'adoption de ce mode de vie drastiquement différent. L'étude du mode de vie zéro déchet permettra d'approfondir plusieurs concepts théoriques en lien avec la société de consommation, les modes de consommation alternatifs et le rôle des communautés de pratique dans l'adoption d'un mode de vie de moins en moins marginal.

Le mode de vie zéro déchet est à un point tournant de son existence. D'abord marginalisé, ce mode de vie gagne de plus en plus de traction et est en voie d'atteindre une masse critique de la population, du moins au Québec (Radio-Canada, 2018). Cette situation est à la base de ce mémoire, qui permettra la compréhension de la dualité entre la consommation conventionnelle et la consommation alternative tout en essayant de déchiffrer ce qu'est un consommateur zéro déchet au quotidien. Ainsi, il faudra comprendre la gestion au quotidien du mode de vie zéro déchet afin de saisir de façon plus concrète l'importance de la place de la consommation auprès du consommateur zéro déchet et les conséquences de celle-ci. L'étude du mode de vie zéro déchet nécessite donc une compréhension des besoins et des désirs de consommation ainsi que de réduction de la consommation face à ceux-ci.

L'adoption du mode de vie zéro déchet crée des tensions chez le consommateur. Alors que les recherches précédentes sur les besoins et désirs sont profondément ancrées dans la société de consommation, il est intéressant de se pencher sur les besoins et désirs dans un contexte de réduction de la consommation. Aussi, une partie des tensions provient de l'écart entre les objectifs zéro déchet et la capacité à atteindre ces objectifs. Il y a donc un écart entre le soi idéal, qui est ce que le consommateur souhaiterait être, et le soi réel, soit qui le consommateur est réellement (Malär, 2011). L'étude de l'idéal zéro déchet constitue un des piliers fondamentaux de cette recherche, puisque le mode de vie zéro déchet est avant tout un idéal chez la personne qui opte pour ce mode de vie.

En cherchant à soulager les tensions générées par son mode de vie, la personne zéro déchet s'appuie souvent sur son réseau communautaire. La communauté de pratique permettra d'aborder le mode de vie zéro déchet sous un angle non seulement personnel, mais aussi communautaire. Ces communautés permettent une adoption à long terme du mode de vie par l'échange de pratiques et l'utilisation d'outils de transferts d'apprentissage (Wenger, 1998), ce qui sera démontré à travers l'analyse présente dans cette recherche.

Dans cette recherche, nous chercherons à répondre à la problématique suivante :

Que se passe-t-il lorsque des consommateurs rejettent la société de consommation et concentrent leur consommation sur leurs besoins plutôt que sur leurs désirs?

Afin de mieux guider les prises de décisions au niveau de la méthodologie et de l'analyse, nous nous baserons sur l'atteinte des objectifs suivants, :

1. Comprendre comment les comportements de consommation zéro déchet se gèrent au quotidien des individus, principalement au niveau de l'alimentation et du transport.
2. Étudier la place de la communauté de pratique dans une forme de consommation alternative.

Pour ce faire, la présente recherche s'attardera sur la communauté zéro déchet basée à Montréal. Le mode de vie zéro déchet prend de plus en plus de place dans les médias de la métropole et dans les discussions quotidiennes, ce qui fait en sorte que Montréal est un terrain fertile à l'adoption du mode de vie zéro déchet (voir Contexte d'étude dans Méthodologie). La ville de Montréal a institutionnalisé depuis peu des pratiques améliorant la mise en place du mode de vie zéro déchet à la grandeur de son territoire, comme le compostage (Ville de Montréal, 2018). En plus, des épiceries zéro déchet et des points de chute pour des produits de seconde main font leur apparition dans certains arrondissements centraux de la ville. L'intérêt naissant des décideurs publics envers ce mode de vie fait en sorte qu'il est pertinent de regarder la réalité montréalaise afin de découvrir, à terme, comment le mode de vie zéro déchet peut être répliqué dans d'autres villes québécoises et canadiennes.

Chapitre 2 : Revue de la littérature et problématique

« C'est un conte: il était une fois un Homme qui vivait dans la Rareté. Après beaucoup d'aventures et un long voyage à travers la science économique, il rencontra la société d'abondance. Ils se marièrent et eurent beaucoup de besoins.» (Baudrillard, 1970 : 93)

Le présent chapitre porte sur trois thèmes majeurs qui permettent une meilleure compréhension du mode de vie zéro déchet. Les résultats qui seront présentés dans le Chapitre 4 se baseront aussi sur ces trois thèmes : les besoins et les désirs, les modes de consommation alternatifs et les communautés de pratique. En premier lieu, il est nécessaire d'aborder la consommation pour comprendre la société dans laquelle évolue la personne zéro déchet. Cette discussion nous permettra d'une part d'aborder les besoins et désirs de consommation qui se relient à cette société. Il faut comprendre cette société afin de réaliser pourquoi la personne zéro déchet cherche à se positionner à l'encontre de celle-ci par la consommation alternative, qui sera le deuxième sujet abordé ici. En contrastant la société de consommation et les autres formes de consommation, il est possible de comprendre le contexte dans lequel se place le mode de vie zéro déchet et les tensions qui découlent de cette relation. Le concept de communauté sera expliqué dans la dernière section puisqu'elle est l'un des éléments aidant la personne zéro déchet à atteindre son objectif de réduction de consommation. De plus, les échanges de pratiques et d'information font en sorte que la communauté zéro déchet est une communauté de pratique. Ces éléments permettront une meilleure compréhension d'une communauté basée dans le concret, et donc la pratique.

Ainsi, les trois grands thèmes abordés dans cette revue de la littérature permettront, ensemble, une meilleure compréhension de la consommation alternative au sein de la société de consommation. De plus, nous pourrions comprendre comment la communauté peut favoriser la réussite d'un tel mode de vie qui semble, d'un point de vue extérieur, irréalisable.

2.1 Les besoins et les désirs de consommation

Afin de mieux comprendre la société dans laquelle évolue les personnes zéro déchet, il faut se concentrer sur les besoins et les désirs de consommation. Ceux-ci sont à la base de cette société et permettent de comprendre comment celle-ci opère et pourquoi les personnes zéro déchet cherchent à s'en distancer. En effet, la société de consommation se base sur une réponse aux désirs autant qu'aux besoins : « La consommation ne sert pas uniquement à combler des besoins, qui sont supposément universels, mais plutôt à satisfaire des désirs, issus de buts basés purement sur les préférences particulières de l'individu et de son environnement culturel. » (Gough, 2015 : traduction libre).

Contrairement au besoin, le désir serait infini, puisqu'il n'y aurait pas de réelle façon de le limiter. Le caractère illimité de la société de consommation repose sur la satisfaction des désirs : tant et aussi longtemps qu'une personne veut consommer des biens et services, elle peut le faire (O'Neill, 2011). C'est pourquoi notre société est telle qu'elle est aujourd'hui : nous cherchons à consommer le plus possible afin de satisfaire non seulement des besoins de base comme la nourriture et la sécurité (Maslow, 1943), mais tous les désirs qui sont créés par la société de consommation. La grande distinction est que, contrairement aux besoins, les désirs sont infinis : « *The concept of desire shows an infinite initial openness—anything can potentially become the object of desire. On the other hand, need demonstrates an initial closedness since the need is rooted in a lack of a certain category of objects. [...] desire is focused on a specific something shaped by social and historical circumstance.* » (Belk & al., 2003 : 328).

« La société de consommation de masse est définie comme une société où la majorité des ménages peuvent profiter des bénéfices d'une productivité accrue en augmentant de façon constante les biens de consommation qu'elles possèdent » (Matsuyama, 2002 : traduction libre). Cette définition fait ressortir le caractère illimité qu'on associe à cette consommation. N'étant pas contrainte par l'unique satisfaction des besoins, la consommation n'atteint jamais un point de saturation en termes d'utilité ou d'énergie utilisée. Cette consommation peut donc être, en théorie, infinie. La société de consommation est une société d'abondance. Dans la société de consommation, on

assiste ainsi à une accélération des cadences consommatrices. Baudrillard, dans son texte *La société de consommation*, explique que cette forme de société crée des « besoins » auxquels le consommateur n'avait pas pensé auparavant, car il ne connaissait que la rareté. La satisfaction de ces nouveaux besoins est à l'origine de l'accélération de la consommation des dernières décennies. Il est pertinent de se pencher sur ce que sont réellement ces besoins, ou si ce ne sont pas simplement des désirs mal identifiés. Plusieurs pays au cours du dernier siècle ont évolué vers une société de consommation. Ceci a fait en sorte que la notion de besoins a changé drastiquement. Des biens de consommation ont pénétré la majorité des ménages, comme des téléphones, télévisions, réfrigérateurs, véhicules et sont maintenant vu comme des besoins de base dans les sociétés de consommation occidentales (Matsuyama, 2002 : 1038). Comme le dit Katona: « *We are rich compared with our grandparents and compared with most other peoples of the world. In fact, however, we are still a middle-class society, enjoying middle-class comforts. ... The drudgery of seeking subsistence has been supplanted for millions of people, not by abundance and indulgence, but rather by a new concept of what are necessities and needs.* » (Katona, 1964 : 6). Ainsi, la définition de ce qu'est un besoin de première nécessité a changé à travers les décennies. Le consommateur typique se voit encore comme un citoyen de classe moyenne, même si cette définition de classe moyenne n'est plus la même que dans le passé. Le consommateur retire une forme de bonheur beaucoup plus par la satisfaction de la possession d'un objet que par son utilité véritable et la nécessité qu'il pense qu'elle a dans sa vie (Baudrillard, 1970 : 79). Afin de donner un exemple plus concret, prenons le panier de base de consommation créé par Statistiques Canada. Il est revu année après année et ajoute des produits qui sont dorénavant considérés de base, alors qu'il ne l'était pas 10 ans plus tôt (Statistiques Canada, 2016). Par exemple, une voiture est considérée comme un besoin de base alors que ce n'était pas le cas il y a moins d'un siècle.

Comme il a été mentionné ci-haut, en ayant un plus gros bassin de biens de première nécessité, la société de consommation crée une nouvelle hiérarchie des utilités. Alors que les besoins de subsistance étaient vus comme des besoins de base, une plus grande série de besoins composent maintenant cette catégorie (Baudrillard, 1970 : 73). Ceci

créée alors de plus grands marchés pour les biens, qui nécessitent une plus grande productivité, créant un cercle vertueux de gains de productivité et de marchés en croissance (Matsuyama, 2002 : 1038). Baudrillard note la différence entre consommation à court terme pour répondre à un besoin et la consommation comme une quête symbolique insatiable. Les objets de consommation courante deviennent de moins en moins significatifs du rang social puisque tous peuvent avoir accès à une certaine quantité d'objets de consommation « de base ». On voit en fait une forme de banalisation de la consommation (Baudrillard, 1970 : 73) Ceci étant dit, il reste que les besoins et les aspirations, activés par la différenciation sociale et l'exigence de statut, ont tendance, en société de croissance, à aller toujours un peu plus vite que les biens disponibles ou les chances objectives. D'ailleurs, le système industriel lui-même, qui suppose la croissance des besoins, suppose aussi un excédent perpétuel des besoins par rapport à l'offre des biens (Baudrillard, 1970 : 85).

Nous abordons la consommation au niveau de la société, mais il faut aussi s'attarder au niveau individuel. Une personne, cherchant constamment à atteindre une plus grande satisfaction et un plus grand bonheur, voudra consommer davantage. Nos sociétés font alors face à un paradoxe : une augmentation de la demande fait qu'il y a un écart entre la production possible et la consommation désirée (Baudrillard, 1970 : 80). La rareté des ressources devient un problème de plus en plus urgent au fur et à mesure que nos sociétés se développent, mais les ressources devenant de plus en plus nécessaires (Raiklin & Uyar, 1996 : 52). Cette nécessité d'une consommation accrue vient d'un désir de bonheur, où chaque individu cherche à avoir un bonheur égal ou supérieur aux autres. Pour cela, le bonheur doit être mesurable. Ainsi, Baudrillard présente la recherche du bonheur comme devant être visible et donc forcément matérielle, ce qui crée la société de consommation (Baudrillard, 1970 : 60). Cette notion fait référence à l'humain qui cherche d'abord à atteindre son propre bonheur et à donner préférence aux objets qui lui donneront un maximum de satisfaction (Baudrillard, 1970 : 93). Non seulement le bonheur est associé à la consommation, mais une plus grande consommation serait synonyme d'un plus grand bonheur. Les notions que nous venons d'aborder font référence directement au mode de vie zéro déchet, qui est conscient de la

rareté des ressources et cherchent à mieux identifier ses besoins et ses désirs afin d'y répondre sans mettre de pression sur la production.

Par ailleurs, ce lien fait entre bonheur et consommation est la perspective de Baudrillard sur la société de consommation et a souvent été débattu dans la littérature. Certains chercheurs proposent plutôt que la seule consommation qui augmente le bonheur de l'individu est la consommation de loisirs (DeLeire & Kalil, 2010). Plus précisément, la thèse de cet article suggère que toute autre consommation n'est qu'accessoire au bonheur de l'individu, et que sa capacité à profiter d'une consommation en dehors du monde du travail et des besoins de base, par exemple, est la seule qui importe. D'un autre côté, d'autres chercheurs appuient partiellement la thèse de Baudrillard en suggérant que la consommation expérientielle augmente la satisfaction et le bonheur des individus (Gilovich et al., 2015). Ainsi, allant plus loin que la seule consommation de loisir, la thèse que ce dernier article présente est que toute consommation doit pouvoir créer de l'expérience pour générer du bonheur chez l'individu. Finalement, d'autres appuient la thèse de Baudrillard en avançant que le bonheur dépend de niveaux relatifs et absolus de consommation (Hsee et al, 2009). Plus explicitement, toute forme de consommation peut créer du bonheur, mais celle-ci doit être relative à d'autres formes de consommation, qu'elle soit passée ou en comparaison à d'autres. Une consommation en absolu peut apporter du bonheur mais d'une moindre mesure que la consommation relative. Cette forme de consommation relative rapporte à ce que nous avons abordé précédemment : la consommation comme réponse aux besoins et aux désirs est perçue en grande partie en comparaison à ce que les générations précédentes ont eu comme mode de consommation, et c'est par rapport à celle-ci que le bonheur est défini.

En résumé, les besoins et les désirs sont indissociables dans la société de consommation. C'est en répondant à ces besoins et désirs par la consommation que l'individu réussit à ressentir du bonheur. La problématique derrière cette façon de percevoir la consommation est que, nécessairement, il devient presque impossible de comprendre la différence entre besoin et désir dans la société de consommation. Le consommateur lui-même ne sait plus si sa consommation répond à un besoin ou un désir. C'est pourquoi

nous nous penchons aujourd'hui sur le consommateur zéro déchet. Alors qu'au quotidien, un consommateur conventionnel ne fera pas nécessairement la distinction entre un besoin et un désir (Medlen, 2008 : 855), la personne zéro déchet cherchera à la faire, et déterminer si elle doit répondre à ce besoin ou ce désir une fois qu'il a été identifié. Cette réflexion vient de la volonté de ne pas consommer inutilement et, pour citer Hult (2010) : « répondre à ses besoins au présent afin de ne pas compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins. » (p. 7). Ainsi, l'étude des consommateurs zéro déchet nous permettra de se concentrer sur les besoins et de les distinguer des désirs. Le concept des besoins et désirs abordés ici refera surface à travers les résultats de la présente étude, montrant que les besoins auxquels répond la société de consommation ne sont pas de réels besoins fondamentaux au sens défini par Maslow. C'est cette notion que les personnes zéro déchet cherchent à mettre au premier plan : de quoi ai-je vraiment besoin et est-il possible de s'en passer en affectant le moins possible mon bonheur personnel ?

La décision de changer sa consommation et le choix de ne pas mettre de pression sur la production est un éléments-clé du mode de vie zéro déchet, qu'on retrouve à plusieurs reprises dans les témoignages recueillis pour la présente recherche et qui sont des thèmes récurrents de la consommation alternative. Le mode de vie zéro déchet peut prendre différentes formes, partant d'une non-consommation passive allant jusqu'à un boycott clair de certaines marques et organisations. Dans un contexte où les décisions zéro déchet sont souvent basées sur l'environnement, la consommation alternative prend une place non négligeable dans le quotidien des personnes zéro déchet. Ceci influence la façon que ces personnes perçoivent la société et réussissent à fonctionner dans celle-ci.

Un consommateur qui cherche à dissocier besoins et désirs de consommation se trouve à être très différent de ces pairs dans la société de consommation. De ce fait, nous chercherons comprendre comment le consommateur zéro déchet réussit à vivre cette situation. Pour répondre à ceci il faut considérer les thèmes du quotidien des consommateurs :

- Leurs décisions de consommation

- Les défis que pose le mode de vie
- Les stratégies adoptées
- Les réseaux d'entraide

L'atteinte des objectifs de consommation nécessite une série d'apprentissages importants pour la personne zéro déchet. Afin de mieux comprendre ce mode de consommation, nous nous pencherons dès maintenant sur les différents modes de consommation alternatifs.

2.2 Les modes alternatifs de consommation

Au cours des dernières décennies, nombre de nouveaux modes de consommation alternatifs ont vu le jour. Ceux-ci cherchent à remettre en question le mode de consommation marchande, ou le mode de consommation conventionnelle dont il était question précédemment. Précisément, la remise en question de pratiques conventionnelles est au cœur de la littérature sur les modes de consommation alternative (Eden, 2017). Nous chercherons donc à dresser un portrait de certains de ces modes de consommation afin de mieux comprendre comment le mode de vie s'insère dans ceux-ci. Tous les modes de vie alternatifs ne pouvant pas être présentés ici, nous nous attarderons sur ceux que nous jugeons les plus appropriés considérant le contexte du mode de vie zéro déchet.

2.2.1 La consommation éthique

La définition la plus générale de la consommation éthique est l'achat d'éléments qui sont produits en répondant aux critères éthiques du consommateur, dont les formes les plus familières sont le commerce équitable ainsi que les achats biologiques et végétariens (Carrier, 2007). Cette définition, très générale, vient du fait qu'il n'existe pas précisément de guide ou de lignes directrices expliquant et dictant comment consommer de façon éthique. Comme Carrier (2007) le mentionne, la dimension éthique de la consommation est propre à chaque individu, et ne peut donc pas être forcée ni dirigée. Chaque individu peut décider ce qu'il juge être éthique dans sa consommation.

Par exemple, une personne peut juger que consommer de la viande est peu éthique alors qu'une autre personne peut argumenter que l'éthique n'a aucun rapport dans cette forme de consommation. En revanche, certains auteurs ont essayé de dresser une liste non exhaustive des pratiques pouvant être éthiques, soient la question environnementale, les préoccupations quant à la durabilité de la consommation actuelle, les droits des travailleurs, le pays d'origine des produits, le commerce équitable et le bien-être animal (Carrington, Neville, & Whitwell, 2010).

Les consommateurs choisissant de consommer de façon éthique le font principalement par responsabilisation environnementale ou sociétale, mais aussi afin d'exprimer leurs valeurs à travers les achats ou le boycott de certains produits (Carrington et al., 2010). Outre les valeurs, de nombreux éléments peuvent faire en sorte qu'un individu choisisse de consommer de façon éthique. Pour que chaque individu décide de modifier et diriger sa consommation vers des pratiques plus durables, ce sont des initiatives collectives qui offrent de meilleures chances de réussite. Celles-ci ont de nombreux facteurs de succès qui viennent influencer la décision et l'impact sur le consommateur (Grabs, Langen, Maschkowski, & Schöpke, 2016). En effet, ces facteurs sont identifiés par Grabs et ses coauteurs selon trois formes: les facteurs individuels, du groupe et de la société. De ces facteurs, nous pouvons noter la compréhension, le sentiment d'urgence, la qualité de vie comme facteurs individuels, la diversité, la communication interne et l'apprentissage social au niveau du groupe et le support politique, la qualité du réseau et le contact avec les autres parties prenantes au niveau de la société. Ces initiatives collectives sont d'abord proposées à des individus, qui par la suite doivent prendre la décision d'y participer. Ces trois formes sont pertinentes à observer au niveau du mode de vie zéro déchet puisqu'il peut être débattu que, bien que la motivation soit intrinsèque et individuelle, un appui provenant d'un groupe et de la société permettrait une meilleure mise en œuvre du mode de vie et de meilleures chances de réussite. Nous reviendrons sur ces éléments lors de la Discussion, à la suite de l'analyse des résultats.

D'un autre point de vue, différents éléments peuvent influencer la décision d'un individu d'adopter ou non la consommation éthique. Ce peut être par sa place dans la société et son éducation, par les attitudes de la personne et de son entourage ainsi que

par les contraintes situationnelles (Gummerus, Liljander, & Sihlman, 2015). Par ce dernier aspect, soit les contraintes situationnelles, on veut dire que la motivation, les valeurs et le support d'un groupe ne sont pas toujours suffisants pour décider de consommer de façon éthique. En effet, il faut que notre environnement, les gens avec qui on habite ainsi que notre revenu disponible permettent en fonction de nos valeurs. En effet, il arrive souvent que les produits éthiques soient plus chers que ceux ne l'étant pas, surtout lorsqu'on parle de commerce équitable. Outre l'aspect situationnel et monétaire qui peut décider les consommateurs à ne pas acheter de produits éthiques, il y a aussi l'élément d'engagement dans une forme de consommation (Gummerus et al., 2015). En effet, en liant ses actions à une série de croyances, on doit réussir à maintenir cette forme de consommation, ce qui n'est pas toujours évident pour chacun. Ainsi, on retrouve un important écart entre les intentions et les actions des consommateurs : ceux-ci veulent consommer de façon éthique mais ne le font pas toujours, expliquant pourquoi les parts de marché des produits éthiques sont toujours basses à ce jour (d'Astous & Legendre, 2009). Nous verrons à travers les résultats que les personnes optant pour le mode de vie zéro déchet cherchent à pratiquer une consommation éthique. Il est donc intéressant de se pencher sur un groupe d'individus puisque ceux-ci veulent adopter un grand nombre de pratiques éthiques, de la réduction de la consommation en passant par le végétarisme jusqu'au zéro déchet (Lee, 2019 : 637).

2.2.2 La simplicité volontaire

La simplicité volontaire est définie par la capacité d'une personne à limiter ses dépenses en biens et services de consommation sans que ce soit forcé par la pauvreté, des programmes gouvernementaux d'austérité ou l'emprisonnement, tout en cultivant une source de satisfaction provenant de sources non matérielles (Etzioni, 2004). Ce mode de consommation est vu comme une façon possible d'aborder les défis socio-écologiques, puisque celui-ci inclut de nombreux thèmes récurrents telle la protection environnementale, la qualité de vie et l'inégalité (Kraisornsuthasinee & Swierczek, 2018). En effet, les consommateurs volontaires vont réfléchir à ces trois éléments lorsqu'ils prennent des décisions de consommation. Une autre façon de décrire ce mode de consommation est : « choisir de limiter la consommation matérielle afin de libérer

des ressources, telle l'argent et le temps, afin de trouver de la satisfaction à travers des aspects non matériels de la vie » (Kraisornsuthasinee & Swierczek, 2018 : 83). Cette description est très similaire à celle abordée ci-haut, mais fait référence directement à une surutilisation des ressources lorsque la simplicité volontaire n'est pas mise en œuvre.

La simplicité volontaire peut être vue de deux façons différentes. La première est la volonté de consommer différemment, en consommation des produits écologiques mais en conservant son niveau de consommation et son mode de vie. La deuxième façon est de consommer moins. La consommation volontaire est très subjective et dépend, avant de tout, de la façon dont une personne décide de vivre celle-ci (Kraisornsuthasinee & Swierczek, 2018). C'est pourquoi on retrouve ces deux façons de faire, puisqu'aucune n'est la « bonne » façon : elles ne sont que différentes. La simplicité volontaire est vue comme une alternative au bonheur matériel, créant un hédonisme alternatif : une façon d'apprécier la vie dans sa simplicité sans consommer à l'excès. L'idée de la simplicité volontaire vient de ne pas vouloir se distancer complètement de la société de consommation, mais plutôt de créer une consommation plus saine, plus durable et mieux équilibrée. Les simplificateurs volontaires adoptent une consommation alternative, pratiquent la non-consommation ainsi que l'anti-consommation. La simplicité volontaire englobe une façon diversifiée de modes de consommation qui permettent un meilleur équilibre entre la consommation et le désir de réduire son empreinte écologique (Shaw & Moraes, 2009 : 217)

Une fois que les individus ont maîtrisé la consommation volontaire, ceux-ci veulent ensuite réduire leur dépendance aux institutions qu'ils ne peuvent pas contrôler (ex. gouvernements, compagnies pétrolières, compagnies agro-alimentaires) et maximiser leur harmonie avec la nature. Cependant, cette façon de mettre en place la simplicité volontaire est unique à chacun. (Leonard-Barton, 1981). En effet, la simplicité volontaire est généralement un choix personnel, bien qu'il arrive qu'elle soit partagée par des groupes. L'aspect communautaire vient principalement du désir de travailler pour le bien commun. Les pratiques qui en découlent proviennent de l'idée de trouver

des alternatives à la consommation courante, telles de nouveaux lieux d'achats, par exemple en encourageant des magasins indépendants de quartier. Ce désir de consommation alternative oblige une organisation hors pair par ceux qui souhaitent l'adopter (Shaw & Moraes, 2009 : 219).

La simplicité volontaire comporte son propre lot de valeurs. Celles-ci sont nombreuses, mais peuvent être classées en deux niveaux. En premier, ces consommateurs sont motivés par des préoccupations physiques, dont la détérioration de la condition de la Terre. À un autre niveau, des valeurs plus spirituelles font face. L'éthique et la morale influence les préoccupations écologiques, mais aussi la justice sociale et l'engagement envers une communauté. (Kraisornsuthasinee & Swierczek, 2018). Ces notions sont similaires à ce que Leonard-Barton (1981) indique comme les cinq valeurs qui sont au coeur de la simplicité volontaire : la simplicité matérielle, la conscience environnementale, l'auto-détermination, des comportements à l'échelle humaine et la croissance personnelle. Alors que les deux premières font référence à des préoccupations physiques, les trois autres sont à un autre niveau qui est influencé par l'éthique et la morale.

À travers les résultats de la présente étude, nous démontrerons que le mode de vie zéro déchet s'ancre directement dans la simplicité volontaire, en adoptant une philosophie basée sur les préoccupations physiques ainsi que spirituelles. En plus d'adopter une consommation éthique, le mode de vie zéro déchet cherche aussi à créer un mode de vie gravitant autour des mêmes principes qu'on retrouve dans la simplicité volontaire (Balsa-Budai et al., 2019 : 8).

2.2.3 L'autoproduction

L'autoproduction consiste en l'idéation, la création ainsi que l'utilisation d'un produit par un consommateur. On part donc du concept même de ce qui pourrait être créé, sa planification, son application et son utilisation par consommateur par la suite. Un autre nom donné à ce concept est *prosumption*, qui est un concept qui explique que le

consommateur devient aussi le producteur du bien ou service qu'il est en train d'élaborer (Eden, 2017). L'autoproduction démontre la capacité du consommateur à s'inclure dans la production de biens et services grâce à une collaboration indirecte avec des fournisseurs commerciaux (Huynh & Olsen, 2015). Dans le cas de la préparation de nourriture (ex. du pain), un consommateur utilisera une farine provenant d'un détaillant mais créera le produit final lui-même.

Ces consommateurs autoproducteurs rejette l'idée que le marché soit le seul à pouvoir fournir des biens et services pour répondre à leurs besoins. Par le fait même, ces autoproducteurs cherchent ainsi à s'éloigner le plus possible de publicités qui créent de nouveaux désirs auxquels ils ne seraient pas capables de répondre eux-mêmes (Kosnik, 2018).

Pour décrire ce phénomène, on parle aussi de Do It Yourself (DIY), qui est une activité où le consommateur utilise des matières premières ou secondaires afin de produire, transformer ou reconstruire une possession. Ceci peut être applicable à une vaste catégorie de biens et services (Eden, 2017) de l'aménagement paysager à la construction d'un ordinateur. La réflexion menant à la décision de pratiquer du DIY provient de quatre types d'évaluation faites par le consommateur : les bénéfices économiques, l'absence de qualité perçue dans l'offre disponible, l'absence de disponibilité de produits et le besoin de personnalisation (Eden, 2017).

On constate que les modes de consommation dont nous avons discuté dans les dernières sections sont souvent des projets personnels, que les consommateurs choisissent d'entreprendre seuls ou au sein de leur foyer. Ce qui est différent avec le mode de vie zéro déchet, c'est qu'il y a des infrastructures créées afin d'aider la mise en place de ce mode de vie. On fait référence ici aux épiceries, à des associations ainsi qu'un festival créé pour faciliter le mode de vie. Cependant, tous ces modes de vie s'accordent sur un élément central. La mise en place d'un mode de vie doit être un effort du quotidien s'il souhaite réussir.

2.3 Les communautés de pratique

Les communautés de pratique sont formées de gens qui s'engagent dans un processus collectif d'apprentissage d'un domaine commun. Ces communautés sont des groupes de personnes partageant un intérêt ou une passion commune qu'ils peuvent perfectionner en interagissant avec d'autres personnes (Wenger, 1998). Le terme communauté de pratique réfère à la communauté en tant que curriculum dynamique pour n'importe qui cherchant à développer une compétence dans un domaine précis, rendant cette communauté pertinente non seulement pour les débutants, mais pour tous ceux cherchant à parfaire une pratique (Wenger-Trayner, 2015). Les caractéristiques de la communauté de pratique sont les suivantes: un domaine d'intérêt commun, ce qui vient avec un engagement envers cet intérêt et donc une compétence partagée par rapport à celui-ci; une communauté, qui interagit dans des activités et des discussions, s'aide et partage de l'information en créant des relations les uns avec les autres; une pratique, soit un répertoire de ressources telles des expériences, des histoires, des outils et des façons d'adresser certains problèmes récurrents (Wenger, 1998). Le mode de vie zéro déchet permettra de mieux comprendre l'application d'une pratique au quotidien et le rôle d'une communauté à travers cette pratique.

Avant entrer plus en détail dans les communautés de pratique, il faut les distinguer des communautés de marque et des tribus. Une communauté de marque est une communauté spécialisée, qui n'a pas de limites géographiques, basée sur une série de relations sociales entre les admirateurs d'une marque (Muniz & O'Guinn, 2001). Ainsi, la différence entre une communauté de marque et une communauté de pratique est que l'une est basée sur une marque fondée par une compagnie alors que l'autre est basée sur une série d'activités qui peuvent ratisser beaucoup plus large qu'une compagnie ou qu'une marque (Wenger, 1998). Du côté des tribus, la différence est plus difficile à marquer entre celles-ci et les communautés de pratique. Une tribu est un groupe qui est vaguement connecté, plutôt instable et qui est soutenu par l'émotion et la passion créée par une consommation commune (Cova et al., 2007) Les différences principales sont que la tribu est moins ancrée dans le quotidien et que les pratiques qui sont échangées

sont basées beaucoup plus sur les loisirs. Aussi, l'appartenance à une tribu est beaucoup plus importante que la pratique ou l'activité qui est mis de l'avant dans la tribu (Goulding et al., 2013).

Les activités d'une communauté de pratique sont nombreuses. Celles-ci peuvent être de la résolution de problème, de la recherche d'information, du recensement d'actifs à réutiliser, de la coordination des membres, des discussions sur le développement d'événements, de la documentation de projets, des visites et de l'identification des lacunes dans les connaissances (Wenger-Trayner, 2015). Une liste plus détaillée des indicateurs de la communauté de pratique de Wenger peut être trouvée à l'Annexe I (tirée de Cox, 2005). Cette nécessité d'avoir des échanges d'apprentissage pour la communauté de pratique demande une participation de gens très engagés dans le processus de créer, communiquer et développer les connaissances (Wenger, 1998). Puisque ces informations sont capitales à la réussite de la communauté de pratique, une des étapes primordiales de celle-ci est de déterminer une base commune et standardisée qui doit être comprise de tous, ce qui permet aux membres de se concentrer sur des éléments plus avancés qui pourront faire avancer la pratique (Wenger, McDermott & Snyder, 2002). Ces informations partagées entre les membres s'appellent aussi *common ground* ou terrain commun, qui est la connaissance, les croyances et les suppositions partagées par les membres d'une communauté. Ce *common ground* crée la communication nécessaire aux échanges et permet, à terme, d'avoir un but et une motivation communs entre les membres (Kimble & Hildreth, 2003). Il sera possible de voir dans les pages qui suivent comment la communauté zéro déchet peut nous aider à comprendre le fonctionnement de la création de nouvelles pratiques et de nouvelles idées dans une communauté.

Les échanges entre les membres d'une communauté de pratique peuvent prendre plusieurs formes. Certains membres se rencontrent en personne, d'autres n'ont que des relations en ligne. Les nouvelles technologies, principalement Internet, ont permis aux interactions des uns avec les autres d'avoir une plus grande portée, en plus de multiplier le nombre de communautés différentes et d'échanges (Wenger, 1998). À l'ère du numérique, les utilisateurs peuvent créer et distribuer du contenu. Une communauté de

pratique virtuelle fait partie de ce type de communauté, avec des gens qui convergent, cherchent et échangent des connaissances en ligne, malgré qu'ils soient dispersés géographiquement. Le but est encore d'échanger des connaissances par rapport à une pratique particulière. La différence par rapport aux communautés de pratique physiques est que celles virtuelles incluent des publications en ligne qui reçoivent des commentaires afin de créer une discussion. Il vaut la peine de noter que tout commentaire est vu comme un échange d'information, que ce soit par une réponse technique à une question ou un commentaire indiquant l'appui d'un autre membre de la communauté. Ces deux formes de réponses permettent une co-création entre les individus (Pan et al. 2014). Notons que ces communautés, autant physiques que virtuelles, n'ont pas à travailler ensemble tous les jours, mais se rejoignent parce que ses membres voient une valeur ajoutée aux interactions ayant lieu (Wenger, McDermott & Snyder, 2002).

On peut distinguer les membres d'une communauté de pratique par leur degré de participation. Certains participent parce que la pratique est importante pour eux, d'autres aiment l'idée d'avoir une communauté et de pouvoir interagir avec des pairs alors que d'autres veulent simplement en apprendre davantage sur une pratique particulière (Wenger, McDermott & Snyder, 2002 : 44). Cette participation peut aussi être mesurée selon les différents degrés de participation, soit l'importance de l'engagement des membres. Ceci peut être constaté à la figure 2 de l'Annexe I (Wenger, McDermott & Snyder, 2002 : 57). Un nouveau membre de la communauté commence en périphérie et se déplace vers une participation plus complète dans la communauté. Les activités de base sont surtout de récolter des informations, mais au fur et à mesure qu'un membre gagne en connaissances, il peut devenir lui-même une source pour d'autres membres entrant au sein de la communauté (Kimble & Hildreth, 2003). Cette dernière section est importante et est à la base de la conceptualisation des résultats de cette recherche. Elle nous aidera d'ailleurs à comprendre la place la place de la communauté de pratique dans une forme de consommation alternative.

Les différents stades de participation et d'échanges dans une communauté de pratique sont à la base du fonctionnement de la communauté zéro déchet, mais surtout de la place

du consommateur dans son propre cheminement vers un mode de vie zéro déchet. Ceci sera abordé plus en détails dans les résultats.

2.4 Problématique de recherche

Par la revue de littérature, nous comprenons l'importance des besoins et des désirs dans les décisions de consommation. La société de consommation étant la norme établie et la base de consommation de la vaste majorité de la population, toute action prise à l'encontre de celle-ci est vue comme extrême. Ainsi, les personnes choisissant de concentrer leur mode de vie autour d'une consommation alternative à la société de consommation, comme les personnes zéro déchet, se retrouvent souvent sans repère. Le seul repère important qu'ils ont est la communauté de pratique entourant le mode de vie zéro déchet. Leur but est de centrer leurs décisions sur une forme de consommation alternative qui répond uniquement à leurs besoins sans prendre en compte leurs désirs de consommation. Les constats précédents nous permettent donc de poser notre problématique de recherche :

Que se passe-t-il lorsque des consommateurs rejettent la société de consommation et concentrent leur consommation sur les besoins plutôt que sur les désirs?

À travers l'analyse suivante, nous montrerons que :

- 1) **Les actions du quotidien** doivent se concentrer sur la réponse aux besoins plutôt que sur la satisfaction des désirs
- 2) **Des tensions** émanent dans le quotidien des personnes zéro déchet à cause du rejet de la société de consommation
- 3) **L'aide d'une communauté** au quotidien est primordiale pour réduire ces tensions

Chapitre 3 : Méthodologie

2.1 Contexte d'étude

2.1.1 Le mode de vie zéro déchet : définitions et concepts

Selon le site Zero Waste Canada (2018), le mode de vie zéro déchet a des objectifs autant éthiques qu'économiques. Il vise à amener les gens à adopter des pratiques qui se rapportent davantage à des cycles de production naturels et durables. Zéro déchet veut dire que tous les matériaux rejetés doivent être récupérés afin de devenir des ressources pouvant être réutilisées par soi ou par d'autres. Pour y parvenir, les processus de production doivent être conçus de façon à conserver et à récupérer le plus de ressources possibles, sans avoir à les brûler ou à les enfouir.

Zero Waste Canada a mis en place des lignes directrices pour les municipalités et les individus souhaitant mieux comprendre ce mode de vie afin de les inciter à y adhérer. Il est intéressant de noter que ce ne sont que des lignes directrices, et qu'il n'y a pas de règles strictes qui dictent les manières d'agir pour pouvoir être zéro déchet. Ces lignes directrices, surnommées les 5R, sont présentées à la figure ci-contre (Zero Waste Switzerland, 2018). Ces

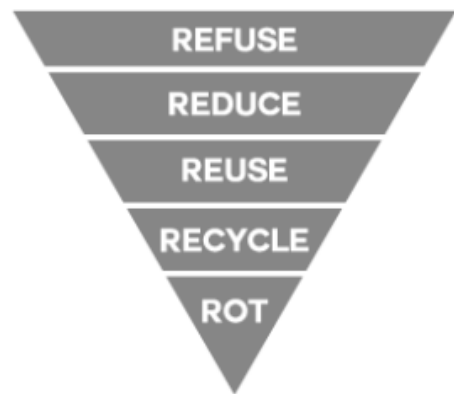


Figure 1: les lignes directrices du mouvement zéro déchet (5R)

5R consistent à 1) refuser ce dont on n'a pas besoin, ce qui est une forme de non-consommation; 2) réduire ce dont on a besoin, soit limiter sa consommation; 3) réutiliser ce dont on dispose déjà, soit maximiser l'utilisation des produits consommés; 4) recycler ce dont on veut disposer et 5) composter (*rot*) ce dont on est capable de disposer de cette façon, soit permettre une meilleure forme de consommation (La maison du développement durable, 2018). En plus de créer le moins de déchets de consommation possible, le mode de vie zéro déchet invite à revoir la production des biens de consommation et la nécessité de chacun de ces biens.

Ces réflexions sont au cœur du mode de vie zéro déchet et vont au-delà de la consommation et de la réduction des déchets. Le mode de vie zéro déchet affecte par ailleurs plusieurs aspects de la vie quotidienne. Dans son livre *Famille zéro déchet*, l'auteur Jérémie Pichon dresse une liste de sept différentes sphères d'activités impactées par le mode de vie zéro déchet : les courses (épicerie), la cuisine, la maison, l'hygiène, les cosmétiques, les enfants et les fêtes (activités sociales). Pichon questionne la consommation telle qu'observée en France. Il présente diverses actions quotidiennes permettant à chacun de diminuer son empreinte écologique. Dans un contexte similaire, Bea Johnson a écrit un ouvrage, *Zero Waste Home*, rendant disponible à tous la mise en place du mode de vie zéro déchet. Ce livre est largement reconnu comme la référence à lire pour réussir une transition vers un mode de vie zéro déchet (Bédard, 2018). Cette lecture est quasi essentielle afin de comprendre certaines des étapes par lesquelles une personne doit passer afin d'adopter un mode de vie zéro déchet. Divers gestes du quotidien y sont exposés, qui démontrent qu'il est possible de poser des gestes qui correspondent à un mode de vie zéro déchet sans y adhérer totalement, comme utiliser des bouteilles et des plats réutilisables, recycler et composter.

Parmi les approches abordant la consommation ou la réduction des déchets, nous pouvons trouver celles du *top-down* et du *ground-up*. *Waste 360* présente ces deux façons d'implanter le mode de vie zéro déchet dans divers environnements. Dans le premier cas, soit la méthode *top-down*, ce sont les décideurs publics qui mettent en place des politiques à grande échelle auxquelles sont soumis les citoyens. L'Union Européenne a créé plusieurs initiatives de réduction des déchets, de recyclage, de compostage et de conception de produits de haut niveau afin de favoriser une meilleure utilisation des ressources (Conseil européen, 2018). L'autre méthode, appelée *ground-up*, observée un peu partout dans le monde, part du principe que ce sont les citoyens, par leurs actions individuelles et collectives, qui amènent les décideurs à agir (Sridharan et al., 2012). Ainsi, il appartient aux citoyens et au mouvement environnementaliste de faire pression sur le gouvernement pour obtenir la collaboration de l'État afin de mieux protéger l'environnement. Les groupes environnementalistes représentent plus facilement les intérêts communs de ces citoyens et ont plus de pouvoir qu'un individu seul pour collaborer avec les élus gouvernementaux.

2.1.2 Le mode de vie zéro déchet : le contexte montréalais

Le mode de vie zéro déchet attire de plus en plus de gens à Montréal et au Québec en général. En 2017, l'Association québécoise zéro déchet (AQZD) a vu le jour pour « sensibiliser et inspirer les citoyens, gouvernements, entreprises et groupes régionaux aux nombreux bienfaits du mouvement zéro déchet pour l'environnement, la santé et la société québécoise. » (AQZD, 2018). Cette association n'est qu'une des nombreuses initiatives citoyennes qui ont vu le jour au cours des dernières années. Parmi ses initiatives, l'AQZD a créé la première édition du Festival zéro déchet de Montréal en 2017. Des sujets tels la consommation responsable, la gestion des matières résiduelles, le minimalisme et l'écologie ont été abordés lors de différentes conférences. Le but est de mettre de l'avant différents intervenants et entrepreneurs cherchant à offrir des formes alternatives de consommation (Festival Zéro Déchet, 2018). Finalement, de nombreux groupes Facebook, des blogs, des comptes Instagram provenant de Montréal et d'ailleurs au Québec abordent la question et cherchent à faire connaître le mode de vie zéro déchet. Une liste non exhaustive de ces derniers se trouve à l'Annexe II.

Le Québec et Montréal s'avèrent des terrains fertiles à un mode de vie zéro déchet. En effet, les initiatives citoyennes sont nombreuses et l'utilisation des médias sociaux permet de nombreux échanges entre les gens adoptant ce mode de vie. Il faut aussi mentionner l'importance des actions de chacun des paliers de gouvernement. En France, un des éléments fondamentaux mentionnés par Jérémie Pichon est le manque institutionnalisé d'initiatives visant la réduction des déchets et la nécessité d'un changement dans les comportements de consommation. En effet, alors qu'il suggère la mise en place de compostage à domicile en France, de nombreuses municipalités québécoises ainsi que de nombreux arrondissements montréalais ont déjà mis en place le ramassage des résidus alimentaires et des déchets biologiques (Ville de Montréal, 2018). Ceci est important pour le mode de vie zéro déchet puisque les consommateurs peuvent déjà confier la gestion d'un aspect important de ce mode de vie à leur municipalité ou arrondissement. Une initiative similaire est mise en place par le gouvernement provincial, soit celle des Serpuariens. Dans l'optique de faciliter le recyclage de produits électroniques, ce service permet la disposition facile de produits inutilisés afin de

réduire leur impact environnemental (Les Serpuariens, 2019). On peut donc voir que les approches *ground up* et *top down* se complètent afin de donner aux citoyens les outils nécessaires pour réduire leur empreinte environnementale.

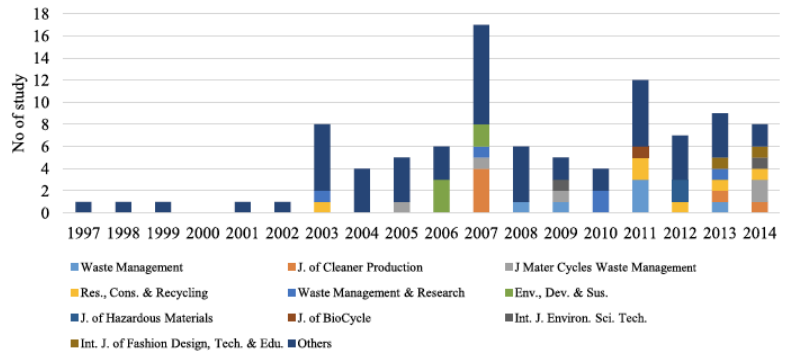
2.1.3 Présence du mouvement zéro déchet sur la place publique

Face à l'intérêt croissant des consommateurs, une couverture grandissante du mode vie zéro déchet a été observée dans les médias québécois. Radio-Canada a publié 48 articles à ce sujet sur son site web au cours de 2017 et 2018 (Radio-Canada, 2018). Chez les consommateurs, on a observé une hausse de plus de 50% des participants au Festival zéro déchet de Montréal de 2018, ce qui a causé de longues files d'attente devant le succès inattendu de l'événement (Blais, 2018). De toute évidence, un désir grandissant de trouver des formes de consommation alternatives voit le jour. Cet intérêt ne touche pas que les médias et les consommateurs. En 2018, l'arrondissement de Rosemont-la-Petite-Patrie a mis en place un projet pilote dont le but est d'aider les citoyens du quartier à réduire leurs déchets. Avec des experts, l'arrondissement supervise cinquante foyers qui mettront en place le mode de vie zéro déchet pendant huit mois (Caillou, 2018). Force est de constater que le mode de vie zéro déchet est de plus en plus connu de la population, et qu'il y a un intérêt chez certains décideurs publics à développer des politiques plus écoresponsables. La présente recherche s'inscrit donc dans cet intérêt grandissant et nous espérons que ses résultats permettront à d'autres de mieux comprendre le mode de vie zéro déchet et les enjeux de sa mise en place auprès de la population.

2.1.4 Absence du mode de vie zéro déchet dans la littérature scientifique

Le mode de vie zéro déchet est assez nouveau et peu de chercheurs, à ce jour, se sont penchés sur ce phénomène. Il existe donc très peu de littérature scientifique à ce sujet. Le tableau ci-

Tableau 1: Articles publiés sur le thème zéro déchet (Zaman, 2014)



contre recense le nombre d'articles écrits de 1997 à 2014 portant sur le concept du zéro déchet. Aucun article

n'est consacré à la consommation directement (Zaman, 2014). Les chercheurs se sont plutôt penchés sur la gestion des déchets, soit la logistique de celle-ci précédant ou suivant la consommation individuelle. Le terme « zéro déchet » est défini comme étant extérieur de la consommation individuelle. Les discussions tournent alors autour de la conception et de la gestion des produits et des processus plutôt que sur leur réduction au niveau de la consommation. Le but est d'éviter et d'éliminer les déchets, mais aussi de récupérer toutes les ressources qui ont été mises aux poubelles (ZWIA, 2015). Dans les paragraphes suivants, nous présenterons les différents thèmes abordés dans la littérature montrant ainsi le peu de place accordée à la consommation zéro déchet et au mode de vie qui en découle.

Un concept abordé fréquemment est la ville zéro déchet, voulant que les déchets produits soient récupérés à 100%. Les villes partout dans le monde sont aux prises avec une quantité énorme de déchets générés par les habitants. À cause de l'étalement urbain et de la croissance rapide de l'urbanisation, de nombreux chercheurs se sont penchés sur cette gestion en milieu urbain afin de trouver des pistes de solutions (Zaman, 2015). En s'attardant sur le concept de ville zéro déchet, il est intéressant de regarder les différentes stratégies que les villes doivent mettre de l'avant au niveau macro afin de chercher une solution à ce problème de gestion. Le principal enjeu des villes est celui du

volume de déchets générés par leurs habitants. L'utilisation de la technologie permettrait une meilleure gestion et réussirait à récupérer les ressources qui sont jetées. Il faut également mentionner l'importance des politiques et législations mises en place. En 1977, après l'adoption d'incitatifs monétaires et de taxes sur les déchets, la ville d'Adélaïde (Australie) a vu son recyclage augmenter à 75%. Ainsi, les villes peuvent prendre des actions légales afin d'améliorer la situation des déchets dans leur communauté (Zaman and Lehmann, 2011). À plus petite échelle, l'étude de Mason, et al. (2003) s'est tournée vers l'implantation d'un programme zéro déchet dans un campus universitaire. Le projet venait d'étudiants ayant des préoccupations environnementales quant à la création de déchets. L'idée a été concrétisée grâce à des rencontres avec des employés de l'université et par des demandes de financement pour le projet. Les étudiants avaient le support de la part de la haute direction de l'université après l'adoption d'une nouvelle politique environnementale, ainsi que des autres secteurs de l'université. Plus récemment, la création d'un indice, par Zaman and Lehmann (2011), mesurant la performance des villes par rapport à la gestion des déchets témoigne de l'importance actuelle de cet enjeu prend dans la sphère publique. Cet outil a pour but de calculer la quantité de nouveaux matériaux, d'énergie et d'eau utilisées ainsi que l'émission de gaz à effet de serre dans la gestion des déchets, mais en y soustrayant les ressources recyclées. L'objectif est de rendre le cycle de vie des déchets circulaire.

Zaman and Lehmann (2011) présente une piste de réflexion intéressante quant aux stratégies à utiliser pour développer une telle approche à la gestion des déchets. Cette piste de réflexion commence par l'éducation et la recherche, puis touche à la consommation et le comportement, considérant que le niveau de consommation actuel n'est pas viable. Ces chercheurs arrivent à la conclusion que, pour optimiser un processus de gestion des déchets, il faut d'abord s'attaquer à la consommation des habitants des villes. Pour y parvenir, il faut d'abord et avant tout comprendre le comportement des individus et améliorer notre compréhension des effets de chacun de nos gestes sur l'environnement. Idéalement, la solution serait que les déchets ne soient plus des déchets mais deviennent des ressources autant pour les individus que pour les entreprises et les villes. C'est dans ce contexte que le présent mémoire cherche à mieux comprendre les comportements des personnes ayant adhéré au mode de vie zéro déchet:

alors que la littérature, de façon générale, se penche sur ce qui se passe par rapport à la gestion des déchets, il est pertinent d'observer ce qui se passe au niveau de la consommation. En augmentant le rôle des consommateurs dans la réduction des déchets, la gestion de ceux-ci en serait grandement facilitée.

2.2 Collecte de données et analyse

Le but de la présente recherche est de comprendre comment un mode de vie zéro déchet est géré au quotidien, afin de mieux saisir les défis auxquels font face les ménages choisissant un mode de vie aussi distinct de la consommation conventionnelle, ainsi que les éléments facilitant ce mode de vie. Les facteurs d'influence tant internes qu'externes au ménage sont également examinés. Ainsi, j'ai choisi d'utiliser une méthodologie de recherche qualitative, puisque ma recherche se concentre sur l'expérience et le point de vue des participants, ce qui est plus difficile à traiter avec une recherche quantitative (Hammarberg et al., 2015).

J'ai choisi de faire une recherche de type ethnographique, puisque je souhaitais m'immerger complètement dans le mode de vie zéro déchet afin d'en comprendre tous les aspects. L'ethnographie est utilisée principalement en anthropologie, mais se trouve de plus en plus présente dans l'étude des consommateurs. Cette approche permet d'étudier leur façon de consommer et la place des biens de consommation dans leur vie. Marcoux (2017) est une des approches méthodologiques dont je me suis inspirée lors de l'élaboration de la méthodologie de mon mémoire. Ce type de recherche est bien adapté à mon contexte puisqu'il consiste en une exploration d'un certain phénomène culturel, basé principalement sur l'observation participante (Atkinson et al., 2003 : 5). Cette forme d'observation permet une interaction plus naturelle avec les participants. L'approche ethnographique utilisée est basée sur des notes d'observation et des photos, prises sur le terrain et lors de visites chez les participants. Ces deux méthodes très souvent utilisées en ethnographie sont complémentaires; les notes permettent une description détaillée du point de vue du chercheur et les photos permettent une visualisation riche et expérientielle de la recherche (Peñaloza & Cayla, 2006 : 279).

L'étude s'est déroulée en trois étapes distinctes afin d'obtenir les informations les plus riches possibles. Une première entrevue a eu lieu avec les participants à propos de leurs comportements zéro déchet, leurs pratiques, leurs difficultés et les différentes décisions qu'ils ont à prendre. L'entrevue semi-dirigée est un moyen idéal pour obtenir des informations pertinentes sur l'expérience personnelle des participants (Morris, 2015). Par la suite, j'ai pris part à des observations pendant un mois, au cours desquelles j'ai vu mes participants de façon régulière afin de comprendre les enjeux de la consommation zéro déchet. Pour terminer, des entrevues de clôture m'ont permis de comprendre l'évolution du comportement au cours du dernier mois, mais surtout de faire un retour avec mes participants sur ce que j'avais noté lors des entrevues et des observations précédentes.

2.2.1 Préparation à la recherche

Afin de mieux préparer ma recherche et de me permettre de mieux comprendre le mode de vie zéro déchet, j'ai commencé par suivre divers groupes zéro déchet sur les réseaux sociaux. L'idée était de voir comment les personnes adoptant ce mode de vie interagissaient en ligne pour m'aider à mieux définir ma recherche. Ce faisant, j'ai pu me familiariser avec les différents aspects du mode de vie zéro déchet, afin de pouvoir avoir des discussions approfondies avec mes participants et éviter ainsi que mon incompréhension de certains thèmes soit une barrière à nos échanges. Par les réseaux sociaux, j'ai découvert l'existence de l'Association québécoise zéro déchet. J'ai donc décidé d'écrire à cette association afin de pouvoir rencontrer un de leurs représentants et réaliser une entrevue. Je voulais principalement faire appel à quelqu'un de la grande région montréalaise qui connaissait bien le mode de vie zéro déchet et qui serait prêt à répondre à mes questions sur ce mode de vie en contexte montréalais. Ma rencontre d'une heure et demie avec la responsable des communications de l'association m'a permis d'atteindre les quatre objectifs suivants:

- Améliorer ma compréhension du mode de vie zéro déchet
- Comprendre les besoins des membres de l'association

- Préciser différents thèmes à aborder avec mes participants
- Créer une base pour le premier guide d'entrevue et pour la grille d'observation

2.2.2 Sélection et recrutement des participants

Dans un premier temps, le recrutement a pris la forme d'un échantillonnage boule de neige (Patton, 1990). Deux formes d'appels à tous ont été faites au sein de groupes sur les réseaux sociaux, afin de rejoindre un éventail de gens qui avaient un intérêt envers la pratique. Dans les deux cas, la première étape était de communiquer avec les gestionnaires de groupes, afin de demander la permission d'utiliser leur plateforme comme mode de recrutement. Les deux plateformes utilisées ont été la page Facebook Zéro déchet Montréal ainsi que les canaux de communication de l'Association québécoise zéro déchet (AQZD). Dans le cas de la page Facebook Zéro déchet Montréal, j'ai contacté une des modératrices afin de prévenir celles-ci de mes intentions, puisque la page a une liste de règles à respecter concernant les publications. Elle a donc pu me mettre en contact avec des candidats potentiels et en parler autour d'elle. Pour ce qui est de l'AQZD, ma rencontre avec la représentante en communication a fait en sorte que celle-ci a accepté que j'utilise leurs canaux de communication pour mon recrutement. Une fois les publications mises en ligne, les personnes intéressées m'ont contactée afin de me faire part de leur intérêt.

Une fois cette partie du recrutement complétée, je devais m'assurer que les membres des ménages que je choisissais comme participants correspondaient à mes critères de sélection. Les ménages devaient vivre sur l'île de Montréal et avoir une aspiration zéro déchet dans l'ensemble de leur mode de vie, afin de pouvoir observer différentes facettes. L'idée était d'aller chercher des personnes pour qui adopter le mode de vie zéro déchet était encore source de réflexion et de préoccupations quotidiennes. Lors de ma sélection des ménages, j'ai choisi cinq ménages se ressemblant peu au niveau sociodémographique, pour pouvoir observer le mode de vie zéro déchet dans différents contextes. Une description sommaire de chacun de ces ménages se trouve ci-dessous.

Ménage participant	Portrait sociodémographique	Mode de vie zéro déchet et spécificités
Amélie (37 ans) et Michaël (5 ans)	Résidence : Plateau Mont-Royal, Montréal Occupation : technicienne au cégep Mère monoparentale qui accueille des jeunes filles/garçons au pair chez elle. Gagne environ 30 000\$ par année, son fils vient de rentrer à la garderie. Elle vient d'emménager dans une maison de ville après le décès de sa mère cet été.	Adopte la pratique depuis 5 ans Végane Sa définition du zéro déchet : conscience quotidienne de ses actions et du cycle de vie des objets qu'on utilise; tendre vers zéro;
Andréanne (20 ans)	Résidence : Vieux-Longueuil Occupation : étudiante à l'université Vient d'Abitibi, a déménagé à Longueuil pour l'université pendant l'été. Ne travaille pas pendant ses études, donc gagne environ 15 000\$ en prêts et bourses.	Adopte la pratique depuis qu'elle est en appartement, donc environ 3 mois Végétarienne (presque végane) Sa définition du zéro déchet : Réduire à la source, éliminer le gaspillage, refuser aussi, Acheter dans une épicerie locale C'est faire attention, manger végétarien.
Camille (25 ans) et Anaïs (31 ans)	Résidence : Notre-Dame de Grâce, Montréal Occupation : Anaïs est professionnelle dans une banque et Camille est sans emploi. Elles habitent ensemble depuis 3 ans, et le revenu du ménage est d'environ 40 000 \$ par année. Toutes deux viennent de la région de Montréal.	Adopte la pratique depuis environ 3 ans Véganes Camille a la maladie coéliqua (grande liste d'aliments qu'elle ne peut pas manger) Définition du zéro déchet : utiliser le moins de produits non réutilisables possibles; tendre vers zéro empreinte environnementale
Alice (23 ans) et Jean-François (23 ans)	Résidence : Rosemont, Montréal Occupation : étudiants de droit en 3 ^e année, ils ont emménagé ensemble l'an dernier. Tous deux travaillent à l'université et gagnent environ 30 000\$ par année ensemble. Ils viennent des quartiers centraux de Montréal où habitent leurs parents.	Adopte la pratique depuis 1 an et demi quand ils sont déménagés en appartement en 2017 (Presque) véganes Définition du zéro déchet : quelque chose auquel je pense tous les jours, qui doit influencer toutes les décisions que je prends; tendre vers le zéro
Laura (25 ans) et Maxime (27 ans)	Résidence : Ahuntsic, Montréal Occupation : Laura est psychoéducatrice et Maxime est responsable logistique dans une compagnie d'alimentation. Tous deux viennent d'emménager ensemble dans un appartement à l'été 2018. Le revenu du ménage est d'environ 100 000\$.	Laura adopte la pratique depuis 1-2 ans, et Maxime essaie de la suivre depuis qu'ils ont emménagé ensemble Pesco-végétariens Définition du zéro déchet : que notre vie produise le moins de déchets possibles, que notre impact soit le plus bas possible; que ce soit circulaire; notre empreinte matérielle

2.2.3 Déroutement des entrevues en profondeur et des observations

Une fois le recrutement complété, la première étape de ma collecte de données a été la réalisation d'entrevues en profondeur, qui ont duré entre 35 et 55 minutes du 8 au 18 août 2018. La longueur des entrevues dépendait beaucoup du nombre de personnes dans le ménage, puisqu'une entrevue avec deux personnes prenaient nécessairement plus de temps qu'avec une seule personne. Chacune des entrevues a été faite au domicile des participants, à un moment qui nous permettait de ne pas être pressés dans le temps. Le guide d'entrevue peut être consulté à l'Annexe III. Les différents thèmes abordés sont principalement une présentation complète du ménage, en plus d'une section portant sur la dynamique de celui-ci afin de bien comprendre la gestion de la prise de décision et le contexte dans lequel le quotidien est vécu. Ensuite, une explication du mode de vie zéro déchet, de la perception de celui-ci mais surtout de l'influence d'autrui par rapport à leur mode de vie a permis de comprendre précisément comment le mode de vie zéro déchet prenait sa place dans leur quotidien et les réactions de leur entourage. Dépendamment du ménage, il m'arrivait de faire la première entrevue en même temps que ma première observation, qui consistait à visiter le ménage afin de comprendre comment mes participants intégraient le mode de vie zéro déchet dans leur domicile. Cette façon de faire s'est avérée très prometteuse puisque mes participants appréciaient beaucoup répondre aux questions tout en partageant plus concrètement leur mode de vie lors de la période d'observation. Pour eux, il était important de me montrer comment ce mode de vie prenait forme au sein du ménage.

La seconde étape de ma collecte de données a pris la forme d'une série d'observations, dont la grille se trouve à l'Annexe IV. Ici, les principaux aspects observés étaient les actions zéro déchet prises, les actions allant à l'encontre du mode de vie, les difficultés rencontrées et les rapports entre les participants face à la prise de décisions zéro déchet. Ce faisant, il était possible d'observer différents aspects du mode de vie tout en se concentrant sur l'aspect zéro déchet afin de comprendre les actions mises en place et les tensions que les décisions peuvent créer. Mon but initial était de faire environ cinq

observations avec chacun des ménages, ce que j'ai revu à la baisse. Lors de ces observations, je prenais des notes et des photos, en plus d'avoir un enregistrement audio des conversations. Du 23 août au 5 octobre 2018, j'ai commencé par faire des observations de l'organisation du ménage, au cours desquelles mes participants commentaient différentes actions zéro déchet qu'ils mettaient en place. Je suis allée ensuite faire une épicerie zéro déchet avec chacun des ménages, en les rejoignant à leur domicile pour ensuite faire tout le processus avec eux, jusqu'au retour à la maison et au rangement des courses. Finalement, je suis allée à leur domicile pendant qu'ils préparaient un repas afin d'avoir une discussion informelle tout en observant leur façon d'inclure le mode de vie zéro déchet dans une action du quotidien. J'ai atteint un point de saturation après mon entrevue de départ et ces trois observations, puisque j'ai constaté, lors de mon analyse préliminaire, qu'il n'y avait plus de nouvelles données pertinentes à mon étude qui faisaient surface (Bowen, 2008). J'ai commencé la partie de codification de mon analyse en même temps que mes observations, ce que j'expliquerai plus en détail dans la section suivante. Enfin, après les observations, je suis retournée chez chacun de mes participants afin de faire une entrevue de clôture, ce qui m'a permis de détailler certains sujets que j'avais identifiés aux cours des semaines précédentes. Ma collecte de données a pris fin à la mi-octobre, soit deux mois après le début de celle-ci.

2.2.4 Méthode d'analyse utilisée

J'ai débuté mon analyse des résultats en même temps que je faisais mes observations, afin de comprendre le mode de vie que j'étais en train d'observer et de pouvoir m'ajuster au fur et à mesure de mes observations. Les entrevues et les observations ont été enregistrées à l'aide d'un enregistreur audio, et des photos ont été prises lors des observations afin d'être utilisées lors de l'analyse. Je prenais en même temps des notes grâce à la grille d'observation des actions de mes participants. Toutes ces informations ont été retranscrites dans un document numérique avec les photos s'y rattachant dans les jours suivants la rencontre, afin que ce soit encore frais dans ma mémoire. La retranscription a été effectuée par bloc. J'ai d'abord transcrit toutes les entrevues pour ensuite transcrire les enregistrements et mes notes de la première observation, afin d'avoir toutes les informations avant de commencer les deuxièmes observations.

Au cours de la transcription, j'ai pu faire une première codification ouverte des éléments pertinents de ma collecte de données. En imprimant mes verbatims, j'ai pu écrire mes codes dans les marges de ceux-ci, ce qui a simplifié le processus d'analyse (Patton, 1990 : 463). Ces codes étaient basés sur des mots directement tirés des entrevues et des observations réalisées auprès des participants. J'ai par la suite pu mettre tous ces codes dans un même document, ce qui a aidé à ma réflexion et, plus tard, à l'analyse. La codification, qui a été faite de façon interreliée entre les ménages a permis de faire émerger des catégories et des thèmes plus larges, le tout grâce à un processus d'abstraction (Spiggle, 1994). Par exemple, l'observation de mes participants dans des contextes sociaux où ils n'étaient pas qu'avec des personnes zéro déchet m'a permis de noter le sentiment d'exclusion qu'une personne zéro déchet peut ressentir face à la consommation conventionnelle, ce qui a permis la création par la suite du thème des tensions avec les gens en dehors de la communauté. Avant d'entamer ma collecte de données, j'avais fait une première revue de littérature concernant la consommation éthique et les communautés de pratique, deux sujets qui se retrouvent dans mon analyse. Ce n'est que lorsque celle-ci a été terminée que je me suis rendu compte de l'importance des tensions chez mes participants et que j'ai choisi d'articuler une grande partie de mon analyse autour de ces tensions.

Il faut noter que les noms de mes participants ont été changés par souci d'anonymat.

Chapitre 4 : Analyse des résultats

L'analyse des résultats permet de mieux comprendre comment le mode de vie zéro déchet est géré au quotidien. Les enjeux de cette gestion sont nombreux et prennent une place importante dans la vie des participants à cette étude. Les entrevues effectuées dans le cadre du présent mémoire ont permis de comprendre que deux éléments centraux se retrouvent dans le mode de vie zéro déchet : la satisfaction des besoins et des désirs et les tensions présentes chez l'individu. Ces deux thèmes seront abordés dans les différentes sections de l'analyse. Par ses choix, le consommateur zéro déchet cherche à se situer en marge de la société de consommation. Cette réalité crée des tensions auprès de la personne zéro déchet, tensions qu'elle doit réussir à atténuer pour maintenir son choix de mode de vie, entre autres grâce à la communauté de pratique zéro déchet.

4.1 Les actions au quotidien du consommateur zéro déchet

Les prochaines pages permettront de montrer que le consommateur zéro déchet est un nouveau type de consommateur, qui a une réalité très différente de celle du consommateur conventionnel. Il se définit par la recherche d'un idéal zéro déchet, en plaçant l'impératif de répondre à ses besoins fondamentaux au centre de ses décisions. Les actions au quotidien prennent forme à travers deux catégories distinctes: sa production et sa consommation.

4.1.1 Sa production

La personne zéro déchet se définit entre autres par ce qu'elle réussit à produire. Plusieurs de mes participants accordent une énorme importance à ce qu'ils étaient capables de faire eux-mêmes pour diverses raisons. Certains y voient une forme d'autosuffisance qui les rend moins dépendants de la société de consommation, d'autres y voient un retour aux sources vers des temps plus simples où ils auraient su exactement ce qu'ils consommaient. Ceci étant dit, cette section est importante parce qu'elle permet de voir que la personne zéro déchet cherche à produire elle-même ses produits de consommation, ce qui la distingue du consommateur typique qui va acheter tout ce qu'il consomme. Ce faisant, la personne zéro déchet veut s'éloigner de la société de

consommation en étant elle-même dans le processus de création de sa consommation. Ceci s'appelle « *Do It Yourself* » dans les groupes en ligne que mes participants fréquentent.

Atteindre les objectifs de production

Mon grand rêve c'est d'avoir un jardin, j'ai même obligé mes parents à utiliser un coin de leur cour pour un jardin et je leur ai fait planter le compostage par la même occasion. Tu peux utiliser ton compostage pour vrai, tu ne peux pas avoir plus local que ça. Tu vois que tes déchets sont utilisés pour quelque chose que toi-même tu vas pouvoir utiliser.

- Jean-François

Jean-François a pu faire installer un système de compostage chez ses parents en plus de leur jardin, mais le compostage est aussi ramassé par la Ville de Montréal à son appartement, ce qui lui permet de se débarrasser de ses déchets organiques en sachant que ceux-ci ne seront pas inutilisés. Le compostage correspond au cinquième R qu'on retrouve dans les 5R zéro déchet : *rot* (pourrir). En étant capable de produire lui-même ce dont il a besoin à partir de son compost, il réduit énormément son empreinte environnementale. En fait, on peut comprendre par ce qu'il dit que l'autosuffisance est la forme idéale de zéro déchet pour lui parce que les déchets produits ne sont plus vraiment des déchets, étant réutilisés à l'infini dans le sol.

Une énorme partie du mode de vie zéro déchet se concentre autour de la nourriture et des décisions qui s'y rapportent. Lorsqu'on parle de la production dans le zéro déchet, la nourriture est un des éléments primordiaux à produire soi-même, parce que mes participants ont horreur des emballages des produits déjà préparés, mais aussi des ingrédients qu'ils qualifient d'imprononçables dans certains aliments. Même en étant zéro déchet, certains sont tentés par la facilité et la rapidité en achetant simplement des produits déjà préparés à l'épicerie. C'est ce qu'Amélie cherche à éviter le plus possible en essayant de produire le plus elle-même:

Aujourd'hui je fais une moussaka végétalienne et j'ai été faire mes courses ce matin. Je reviens d'une fin de semaine à New York, je savais d'avance que le frigo serait vide et qu'il fallait que j'agisse vite parce qu'on sait que si on n'est pas bien organisé pour la nourriture qu'on veut faire, on finit par acheter pleins de trucs pré-faits et on a plein d'emballages. Ce matin en revenant je faisais ma liste

d'épicerie pour savoir ce que je voulais faire. Des fois ça prend ben de l'imagination tout le temps faire de la bouffe à tous les repas, mais c'est le choix qu'on fait en étant zéro déchet.

- Amélie

Cet objectif de production qu'Amélie se fixe fait en sorte qu'elle doit planifier d'avance tout ce dont elle aura besoin, sans rien laisser au hasard. Elle veut dépenser le moins possible de la société de consommation pour s'alimenter, ce qui fait qu'elle produit le plus possible elle-même. Il est hors de question qu'elle achète quelque chose de pré-fait, ce qui la rendrait dépendante de l'endroit où elle achèterait ses produits. Elle peut ainsi se rapprocher de son idéal zéro déchet, ce qu'elle ne pourrait pas faire en achetant de la nourriture préparée.

Ces objectifs de production et d'autosuffisance sont applicables pour beaucoup plus que la nourriture. Pour Camille et Anaïs, produire elles-mêmes ce dont elles ont besoin est vu comme un retour aux sources, où elles s'éloignent des produits dont elles ne connaissent pas les ingrédients pour utiliser des ingrédients naturels qui permettent non seulement de ne pas créer de déchets, mais aussi de valoriser certains ingrédients qui sont disponibles autour d'elles. Par exemple, comme le dit Camille, elles ont pour objectif de créer elles-mêmes leurs produits cosmétiques : « On a acheté beaucoup de produits pour faire des cosmétiques, on a beaucoup de livres pour faire certains produits avec des recettes. Mettons, on a ramené des fleurs du jardin qu'on fait sécher pour faire de la crème bonne pour la peau mais je peux aussi les utiliser pour des tisanes. » Comme pour la nourriture, le fait de faire leurs propres produits personnels et ménagers leur permet non seulement de s'assurer de la composition de ce qui est utilisé, mais aussi de pouvoir acheter le plus possible en vrac et ne pas créer de déchets d'emballage, tout en se réinsérant dans le cycle de vie de la nature, sans agents artificiels. En fait, cette production artisanale est un retour aux sources de pratiques qui ont été oubliées dans les dernières décennies en raison de la production de masse. Cette production permet de s'éloigner de la société de consommation en retrouvant des pratiques artisanales qui avaient été mises de côté.

S'assurer de la qualité de sa consommation

Du côté des produits ménagers et d'entretien en général, que ce soit personnel ou pour le ménage, mes participants réussissent à faire par eux-mêmes nombre de produits dont ils ont besoin. Amélie nous en fournit quelques exemples:

Je fais ma poudre à dents, avec de l'argile et du bicarbonate de soude et de l'huile essentielle de menthe. Comme ça, je sais que tout est végane et que ça a été fait de façon éthique vu que je l'ai fait moi-même. Sinon mes produits sont pour faire le ménage, je vais faire du détergent à lessive et des cubes pour le lave-vaisselle avec quatre ou cinq produits que j'achète en vrac.

- Amélie

On comprend ici que le fait de faire elle-même ses produits aide Amélie à atteindre son idéal zéro déchet, puisqu'elle est certaine de la provenance des ingrédients qu'elle utilise pour ses préparations, ce qui n'est pas toujours le cas pour celles achetées en magasin. Elle est capable de contrôler la qualité de sa consommation tout en répondant à ses besoins, ce qui est très similaire à ce que nous avons pu voir avec la nourriture. On peut également voir que l'idée de pouvoir utiliser seulement un nombre limité d'ingrédients pour produire différents résultats, pour plusieurs usages différents, est assez tentant pour mes participants. Cette idée est semblable à celle que nous avons vue avec la consommation : en ne n'achetant que ce dont ils ont besoin pour la production, leur consommation est nécessairement réduite, ce qui les rapproche de leur idéal zéro déchet.

Tout produire soi-même implique trouver des solutions qui peuvent prendre du temps. Dans le cas de Jean-François et d'Alice, ayant peur des ingrédients qui entrent dans la composition du pain industriel et n'ayant pas de boulangerie artisanale près de chez eux, ils ont choisi de faire eux-mêmes leur pain :

On fait notre pain tout le temps maintenant. C'est tellement facile, les gens sont impressionnés mais en termes de temps ce n'est pas si pire. On a acheté 20 kg de farine cet été et on l'utilise encore. Fait que là on fait deux pains par semaine, on les mange tous. On a désappris à faire ben des affaires qui se faisaient avant. Comme le pain, c'est toujours emballé et c'est maintenant et c'est assez facile à faire. C'est du pain de mardo que tu achètes dans les épiceries, de mardo, ils gonflent artificiellement le prix comparé à ce que ça coute.

- Jean-François

En produisant leur pain eux-mêmes, Jean-François et Alice voient dans cette production un gage de qualité. En retournant à des habitudes artisanales, ils réussissent à éviter la consommation d'aliments préparés d'avance tout en étant capables de consommer des produits qui répondent à leur idéal et à leurs besoins de base. En voyant ce qu'ils pouvaient faire avec peu, il y a une forme de réalisation de leur capacité à produire ainsi, comme l'exprime Jean-François : « C'est vrai que côté tout ce qui est ménage, on fait vraiment tout avec [du vinaigre] et du bicarbonate de soude. On se rend compte à quel point on se fait bombarder de « on a besoin du produit pour cette surface, pour le plancher, pour les murs, pour les fenêtres » alors qu'on réussit à tout faire avec de l'eau et du vinaigre. »

L'origine des produits est également un facteur important non seulement au niveau de la nourriture et des produits d'hygiène, mais aussi des vêtements. Ceci fait en sorte que certains de mes participants choisissent de faire eux-mêmes leurs vêtements. Dans le cas de Camille, c'est une question d'idéal zéro déchet, mais aussi d'éthique animale :

J'ai commencé à vouloir faire mes tricots moi-même pour au moins savoir d'où ça vient, mais là je suis végane donc la laine de mouton, c'est non; c'est pas très écologique d'acheter du coton s'il n'est pas bio, équitable ça commence à être cher alors je me suis mise à acheter des trucs tricotés usagés et je les détricote. On ne peut pas tout détricoter, des fois c'est du faux tricot, mais des vrais tricots ça se trouve si elle n'est pas trop vieille. Fait que là je me ramasse avec pleins de rouleaux de laine que je vais pouvoir transformer en ce que je veux et au moins ce n'est pas acheté neuf.

- Camille

Créer ses propres produits est source de satisfaction. En effet, être autosuffisant par rapport à ses vêtements ou certains produits est quelque chose de rare qui permet de répondre aux besoins de mes participants et de les rapprocher de leur idéal zéro déchet. Il est cependant très important de mentionner que deux éléments sont primordiaux quant à leur idée du « *Do It Yourself* ». En premier lieu, mes participants s'assurent qu'il n'y a pas d'emballage lorsqu'ils créent eux-mêmes un produit : ils utilisent leurs propres contenants, leurs propres ingrédients qu'ils ont achetés, autant pour la nourriture que pour les vêtements. Ensuite, ils s'assurent de la qualité dans le cas de la nourriture, et de

l'absence de problèmes éthiques ou environnementaux dans le cas des produits ménagers ou personnels et des vêtements.

En produisant elle-même, une personne zéro déchet réussit à être autosuffisante et se distancer de la société de consommation. Elle peut avoir un contrôle sur la qualité de ses produits et sur les ingrédients qu'elle consomme. En ayant des objectifs clairs de production, mes participants sont capables de répondre à certains de leurs besoins de base. Cependant, l'atteinte de cet idéal de production est difficile parce qu'il n'est pas toujours possible de tout créer soi-même. Est-ce que, dans l'imprévu, ils se sortent réellement de la société de consommation?

4.1.2 Sa consommation

Les participants zéro déchet se définissent entre autres par ce qu'ils consomment, puisque c'est cette consommation qui leur permet d'atteindre l'idéal zéro déchet. Cependant, cette consommation est très différente de ce qui peut être observé dans une consommation conventionnelle parce qu'ils basent celle-ci sur leurs besoins fondamentaux uniquement (comme se nourrir ou s'habiller), sans baser leurs décisions d'achats sur d'autres besoins et désirs. Il faut noter que pour la majorité de mes participants, cette consommation conventionnelle se définit par celle adoptée par leurs parents et leur entourage ne s'identifiant pas comme zéro déchet. Bien que ceci a nécessairement une définition propre à chacun, mes participants semblaient tous s'entendre pour dire que ce type de consommation était caractérisé par l'absence de réflexion quant à l'empreinte environnementale des produits consommés.

Répondre aux besoins de consommation de base sans agir sur les désirs

Lorsque mes participants zéro déchet abordent leurs besoins de consommation, l'aspect le plus important qui en ressort est la nourriture. Ceci est dû au fait que ce sont les achats qui sont faits le plus souvent et qui reviennent constamment mais aussi parce que, de façon générale, ils ne peuvent pas se passer de celle-ci puisqu'il s'agit d'un besoin de base. Dans leur volonté d'atteindre un idéal zéro déchet, mes participants doivent trouver des pratiques qui créent le moins de déchet possible, tout en répondant à leurs besoins fondamentaux. Mes participants cherchent donc à y répondre par l'achat en

vrac, qui est le mode de consommation le plus adéquat pour répondre aux besoins des gens zéro déchet¹. En effet, il répond au concept de « réduire » dans les 5R, puisque l'idée est de ne prendre que ce dont ils ont besoin. L'enjeu principal auquel font face mes participants est l'organisation que l'achat en vrac nécessite. Il n'est tout simplement pas possible d'aller acheter en vrac en revenant du travail ou de l'école sans l'avoir prévu à l'avance, et sans avoir décidé des achats qu'on allait faire. Laura en témoigne :

Quand il manque de quoi en vrac on l'écrit sur un tableau pour pas l'oublier parce qu'il faut quand même de l'organisation pour faire tout ça, il ne faut pas oublier des pots et tout. C'est ça que je trouve difficile, mettons il me manque un ingrédient pour la recette spéciale, t'as pas pensé à tout donc t'as pas le choix d'aller le chercher à l'épicerie. Avant de se rendre faut savoir quoi acheter et planifier, ça demande une grosse logistique. Œufs, pâtes, on se fait des listes. Ça finit par être très lourd donc on essaie de prévoir mais aussi d'acheter seulement les quantités dont on a besoin. Je traîne toujours 2-3 pots de plus, si jamais il y a des trucs dont j'aurais besoin.

- Laura

Comme elle l'explique, le concept du vrac fait en sorte qu'il faut préparer les contenants nécessaires, mais surtout savoir préalablement ce dont on a besoin. Si Laura ne réussit pas à acheter tout ce qu'elle veut en vrac, elle risque de manquer d'un produit. C'est cet aspect qui fait peur à Laura, et qui revient chez certains de mes participants. En manquant d'un produit, elle ne répond pas à un de ses besoins ni à l'idéal qu'elle s'est créé. Elle devra alors aller acheter ce dont elle a besoin dans une épicerie conventionnelle qui ne sera pas zéro déchet, ce qui l'éloigne de son idéal. L'achat en vrac crée très peu de possibilités d'achats impulsifs, même si Laura essaie de le prévoir en apportant plus de contenants que nécessaire. On peut donc voir qu'elle ne cherche à répondre qu'à ses besoins, laissant les désirs qui pourraient surgir lors des achats en arrière-plan. Un énorme avantage du vrac est la possibilité de n'acheter que ce dont mes participants ont besoin. Laura n'a pas à acheter un sac de 2 kg de farine pour faire un seul gâteau, il est possible d'acheter exactement les deux tasses dont elle a besoin, ne répondant qu'aux besoins immédiats de consommation auxquels elle fait face. Cela explique peut-être en partie pourquoi les budgets de mes participants sont si faibles pour la nourriture, puisqu'ils réussissent à ne faire presque aucun gaspillage alimentaire.

¹ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1055510/acheter-vrac-reduire-suremballage>

D'un autre point de vue, Jean-François nous explique comment la logistique dans un endroit zéro déchet est tout aussi importante, puisque l'idée du manque abordé par Laura vient aussi le hanter.

On doit venir ici aux 10 jours. Mais il y a toujours un truc qui manque, à vélo c'est chiant, c'est lourd donc on préfère venir plus souvent. Ça dépend de nos besoins. Du moment qu'il nous manque 5-6 ingrédients on se dit qu'il faut y aller. Et des fois on préfère remplir même s'il nous reste un peu d'une affaire. Quand tu regardes la logique marchande en alimentation tu ne peux pas être zéro déchet parce que tu veux toujours en avoir plus pour le client et tu finis par avoir du gaspillage alimentaire.

- Laura

Comme on peut le voir, beaucoup d'éléments doivent être pris en considération pour réussir à faire une réelle épicerie zéro déchet. Le cas de Jean-François est intéressant parce qu'il est conscient de l'importance de ne pas manquer de certains produits, mais il va tout de même préférer n'acheter que ce dont il a besoin pour le moment, dans l'optique de réduire sa consommation. Cette dualité est intéressante, car il cherche à répondre à ses besoins de consommation mais veut tellement éviter le gaspillage alimentaire qu'il préfère revenir plus souvent à l'épicerie, se mettant à risque de manquer d'un produit. Ce faisant, il arrive qu'en fonction du moment de la journée, il se peut qu'il y ait une grande affluence à l'épicerie, comme lorsque j'ai accompagné Laura un dimanche après-midi. Il peut rapidement y avoir un embouteillage, ce qui ajoute du temps à l'accomplissement de la tâche. Les épiceries en vrac font aussi office d'épiceries biologiques et d'alimentation naturelle, répondant aux besoins de consommation de plusieurs types de consommateurs déjà existants. Cette consolidation de l'offre permet une plus grande variété de produits que celle à laquelle mes participants s'attendent, comme le mentionne Laura : « J'essaie toujours de regarder les nouveaux trucs qu'il y a pour voir ce qu'il y a de nouveau et je suis toujours surprise et je me dis 'hein ça existe' parce qu'il y a certaines choses qu'on ne croit pas qu'elles soient possibles en vrac alors qu'au final, oui. » Ainsi, l'apparition du consommateur zéro déchet crée un volume de consommation auxquels les entreprises ciblant ce nouveau groupe de consommateurs doivent répondre, créant ainsi une apparition constante de nouvelles offres sur le marché. De plus en plus de besoins de consommation peuvent alors être comblés.

Les participants à mon étude doivent répondre à leurs besoins de consommation, mais ils souhaitent faire ceci selon leurs termes. Un point important à soulever lorsqu'on parle de l'épicerie en vrac est le transport, soit se rendre à l'épicerie et en revenir avec ses contenants remplis et lourds. Bien qu'il serait plus facile pour certains de se rendre à l'épicerie zéro déchet en voiture, ils choisissent de faire toute leur épicerie selon leurs valeurs en lien avec l'environnement. Mes participants prennent en considération beaucoup plus que le déchet final, mais leur empreinte écologique globale, dont la voiture fait partie, et ils réussissent à la réduire. Ainsi, mes participants choisissent de répondre à leurs besoins de consommation essentiels en allant à l'épicerie zéro déchet, mais s'ils peuvent éviter une consommation de carburant, ils le feront le plus possible. Alice, qui habite à environ 10 minutes à bicyclette d'une épicerie zéro déchet, m'explique son raisonnement :

L'été c'est pas mal plus simple, je prends mon vélo alors que pendant l'hiver c'est plus difficile j'essaie d'aller moins au Vrac et bocaux parce qu'il faut prendre l'autobus, c'est un peu loin. On essaie d'y aller aux 2-3 semaines sinon on privilégie En Vrac. On n'a pas d'auto, pas de permis donc c'est hors de question d'y aller en char, de toute façon on ne veut pas.

- Alice

Comme Alice l'indique, la possibilité d'y aller à vélo et le fait que deux épiceries zéro déchet ou en vrac soient à proximité font en sorte qu'elle est capable de satisfaire ses besoins de consommation tout en respectant son idéal de ne pas augmenter son empreinte écologique. Ceci est aussi intéressant dans le cas d'Andréanne, qui habite à deux pas d'une épicerie zéro déchet :

L'épicerie est à trois minutes, elle est zéro déchet. Je n'ai pas vraiment cherché mon appartement en fonction de ça mais quand j'ai trouvé l'appartement que j'ai maintenant j'ai vu que c'était à côté d'une épicerie et ça m'a fait choisir cet appartement plutôt que ceux proches du métro. Si je me rends compte que j'ai oublié quelque chose en revenant à la maison ou si j'ai oublié un pot, ce n'est pas grave je peux juste y retourner.

- Andréanne

On peut comprendre que pour Andréanne, le transport constitue donc un élément majeur dans la réponse à ses besoins de consommation. On voit donc ici l'importance qu'un commerce de proximité peut avoir sur le mode de vie zéro déchet. Mes participants

veulent répondre à leurs besoins de consommation, tout en respectant leurs désirs de réduire leur empreinte environnementale. On peut donc voir le réel désir de mes participants de ne pas créer de déchets, qu'ils soient de consommation, de transport ou autre.

Nous avons montré que mes participants utilisent les épiceries en vrac pour répondre à leurs besoins de consommation. Ils veulent aussi s'assurer que lors de leur consommation, ils répondent à leur idéal d'empreinte environnementale faible, d'où l'idée de faire attention à leur transport lors de leur consommation. Pour certains de mes participants, ceci va plus loin et ils utilisent d'autres alternatives. Dans le cas d'Andréanne, celle-ci est en effet abonnée aux paniers de fruits et légumes hebdomadaires de Second Life. Ces fruits et légumes ne sont pas biologiques, mais ont l'avantage d'être locaux et sont surtout des produits laids qui ont été récupérés des épiceries conventionnelles et qui auraient été jetés s'il n'y avait pas de clients comme elle pour ce type de produits. Selon Andréanne, l'achat de ces paniers lui permet d'empêcher des fruits et légumes encore bons de se retrouver au dépotoir, d'économiser en achetant des produits moins chers, en plus de pouvoir consommer de façon locale lorsque possible. Elle peut donc répondre à ses besoins de consommation tout en diminuant son empreinte environnementale. Alice et Jean-François sont aussi abonnés à des paniers, mais les leurs sont biologiques et fournis par Équiterre. Ils s'y sont abonnés notamment parce qu'ils voulaient privilégier la production biologique. Considérant que la plupart des magasins zéro déchet ont une faible sélection de fruits et légumes et se concentrent majoritairement sur les produits secs, l'abonnement à ces paniers permet d'avoir accès à des produits frais de façon simple et efficace.

Chercher la « bonne » forme de consommation

Le mode de vie zéro déchet étant encore peu répandu et demandant une certaine débrouillardise, mes participants veulent toujours être à l'affût de la dernière nouveauté dans le domaine. Ceci nécessite une recherche d'information, qui est un des éléments clés de la réussite de ce mode de vie. Mes participants doivent quotidiennement trouver

des solutions aux problèmes auxquels ils font face. Le processus peut être long et ardu, comme l'explique Amélie :

J'ai dû me renseigner énormément, au final ça a pris des années avant de tout mettre en place et de pouvoir réellement embarquer dans la pratique. Il fallait que je fasse des recherches pour savoir où trouver des solutions rechargeables, réutilisables, responsables [...] et comme on est véganes, ça complique encore plus le mode de vie zéro déchet. Quand nous ne l'étions pas, j'avais trouvé du lait dans des contenants consignés en verre, merveilleux. La version soya, amandes, je ne l'ai pas encore trouvée. Donc il y a toujours des cartons de lait de soya ici.

- Amélie

Bien que cela fasse plusieurs années qu'Amélie a choisi d'adopter ce mode de vie, elle est toujours à la recherche de la meilleure façon de consommer zéro déchet. Le mouvement zéro déchet étant né aux États-Unis, beaucoup d'informations ne sont disponibles qu'en anglais, souvent sur les réseaux sociaux. De nombreux blogs ont vu le jour au cours des dernières années, ce qui facilite la recherche d'informations et rend la pratique zéro déchet beaucoup plus facile d'accès à mes participants. C'est d'ailleurs ce qui a permis à Alice de recueillir les informations sur la forme de consommation qu'elle voulait adopter, même si elle en ressent moins le besoin d'aller sur les réseaux sociaux aujourd'hui : « C'est sûr qu'aujourd'hui je le fais plus tant parce que j'ai moins de questionnements, mais au départ le livre de Bea Johnson est le premier que j'ai lu, ensuite j'ai vraiment été me renseigner sur les blogs, les chaînes YouTube et je regardais ce que le monde faisait. » Les réseaux sociaux et Internet sont certes très importants, mais peu de gens peuvent prétendre qu'ils ont eu autant d'influence sur le mouvement zéro déchet que Bea Johnson. Bea Johnson est une bloggeuse devenue influenceuse qui a adopté, il y a près de 10 ans, le mode de vie zéro déchet avec sa famille. Elle est parmi les premières à avoir rédigé un livre (*Zero Waste Home*) sur le sujet. Depuis, elle parcourt le monde en donnant des conférences afin d'expliquer et d'encourager l'adoption de ce mode de vie. Tous les participants à mon étude ont mentionné au moins une fois Bea Johnson soit comme modèle à suivre, soit comme référence. À travers leur recherche de l'idéal zéro déchet, beaucoup de mes participants commencent par lire son livre pour comprendre comment mettre en place ce mode de vie. Dans le cas d'Alice, Bea Johnson répondait à cette « bonne » forme de consommation zéro déchet qu'il

fallait qu'elle adopte, du moins au départ de son processus. Andréanne nous livre un témoignage similaire à celui d'Alice par rapport à sa recherche d'information :

Ça faisait longtemps que je m'intéressais [au mode de vie zéro déchet] mais beaucoup sur Instagram, et j'ai commencé par lire le livre de Bea Johnson. Sinon je regarde sur YouTube, mais j'ai moins fait de recherches récemment parce que j'étais déjà prête quand je suis partie en appartement, alors il ne me restait qu'à acheter les éléments qu'il me fallait.

- Andréanne

Cette idée d'aller chercher leur information à travers Bea Johnson revient souvent. Par ce qu'Andréanne nous dit, on peut constater qu'elle n'avait aucune information quant au mode de vie zéro déchet et qu'elle a dû trouver la forme de consommation qu'elle voulait adopter à travers des modèles et d'autres personnes qui avaient fait ce cheminement avant elle. Bea Johnson en tant que gourou zéro déchet a beaucoup aidé mes participants lors de leur transition vers le mode de vie zéro déchet et elle continue à les aider encore aujourd'hui à toutes les fois qu'ils sont confrontés à un nouveau questionnement. Les influenceurs et les bloggeurs sont aussi importants dans l'adoption du mode de vie zéro déchet: ils servent de modèle pour adopter la bonne forme de consommation zéro déchet. La recherche de cette bonne forme de consommation peut avoir lieu après la mise en place du mode de vie zéro déchet, et ce même quand les ménages ont l'impression d'avoir trouvé toutes les réponses à leurs questions. Ainsi, une partie importante du mode de vie zéro déchet est de se tenir constamment informé afin de s'assurer d'adopter la forme de consommation qui répond à ses critères. Même lorsque certaines décisions d'achats sont déjà prises, celles-ci peuvent changer, comme l'explique Amélie :

Donc ça j'avais un panier bio Lufa mais je trouvais qu'ils mettaient trop de sacs et en faisant mes recherches je me suis rendu compte que même s'ils sont « compostables », on ne peut pas les utiliser comme sac parce qu'ils sont oxo-bio, et je trouve ça inutile. Ils ont de plus en plus de sacs en papier qui sont compostables mais ça utilise beaucoup d'eau et d'énergie, mais moi je ne veux juste rien. Alors je me suis dit Lufa je vous aime pu, je vais aller chez Rachele-Béry.

- Amélie

La recherche de la « bonne » forme de consommation peut avoir pour motivation le désir de faire le choix qui serait le moins dommageable pour l'environnement. C'est

selon ce principe que Jean-François a pris une décision par rapport à un achat qui pourrait sembler banal, mais qui se devait d'être en harmonie avec son mode de vie : « Il a fallu pogner les nerfs pour la poêle avant de décider d'en acheter une nouvelle. Dans la semaine on a fait nos recherches et on est allés en acheter une. On est allé magasiner et on a fini par se dire qu'on irait en prendre une chez Renaissance, et c'est ce qu'on a fait. » En visitant cette friperie, Jean-François met en pratique la réutilisation prônée par les 5R du mode de vie zéro déchet, puisqu'il ne fait pas en sorte que de nouveaux vêtements sont créés alors qu'il peut réutiliser ceux des autres.

Pour mes participants, s'assurer d'adopter le « bonne » forme de consommation dans leur mode de vie zéro déchet est un processus continu et d'une grande importance. Ceci est vrai non seulement lorsqu'ils ne savent pas quoi faire et qu'ils ont besoin de se renseigner quant au mode de vie, mais aussi afin de s'assurer que les décisions qu'ils ont prises sont toujours les bonnes. Ils veulent s'assurer que toute décision future sera cohérente avec leurs valeurs et leur mode de vie zéro déchet.

Ainsi, les dernières pages démontrent que nous ayons à faire avec un consommateur différent des autres. Il se définit par une consommation basée en premier lieu sur la satisfaction des besoins sans réellement prendre en considération ses désirs, puis sur son désir de compléter ces besoins par une consommation qui correspond à son idéal du mode de vie zéro déchet, soit la « bonne » forme de consommation.

Refuser une forme de consommation

Un élément important de la consommation de mes participants, par lequel chacun d'entre eux est passé, a été de changer son alimentation afin d'en éliminer la viande et, dans certains cas, refuser tout produit d'origine animale. Ce premier pas était le plus important à franchir pour tous dans leur processus vers le mode de vie zéro déchet, puisque ceci permet de réduire son empreinte environnementale de façon significative. En effet, la production de viande et des autres produits animaux a une incidence majeure sur la quantité de CO₂ sur la planète (Juneau, 2017). Mes participants en sont bien conscients, comme en témoigne cette discussion entre Alice et Jean-François :

Jean-François : pour moi je ne vois pas comment dans le monde actuel quelqu'un pourrait être zéro déchet mais pas végétarien, sachant tout ce qu'il y a en arrière. Tu contribues à faire des déchets animaux, ça pollue beaucoup juste pour qu'on mange. La vache, on ne l'élève pas pour qu'elle vive, on l'élève pour se nourrir.

Alice : pour moi être végétarien, c'est la première étape dans la trajectoire écologique parce que c'est celle qui a le plus gros impact, celle qui envoie le plus grand message à l'industrie de la viande, et c'est aussi celle que les gens voient le plus.

Pour eux, ceci était une forme de refus de la consommation nécessaire dans leur adoption du mode de vie zéro déchet. Bien qu'ils ne prétendent pas que le végétarisme est une condition sine qua non pour devenir zéro déchet, Alice et Jean-François y voient la condition de base. En essayant de trouver la bonne forme de consommation zéro déchet à adopter, un des éléments qui revenait constamment était l'abandon de la consommation de viande. Cette forme de consommation est totalement volontaire pour tous les deux, puisqu'il s'agit d'un impératif dans l'adoption de bonnes pratiques zéro déchet. Dans leur cas, la privation de viande n'a pas été particulièrement difficile. À ce jour, ils n'ont pas de désir non assouvi de consommer de la viande. Alors qu'ils se définissent par les décisions d'achats qu'ils font en fonction de leur mode de vie zéro déchet, Alice et Jean-François se définissent aussi très clairement par ce qu'ils choisissent de ne pas consommer pour répondre à leur idéal zéro déchet.

En cherchant à consommer le moins possible, ou du moins seulement ce dont ils ont réellement besoin, mes participants se retrouvent devant une difficulté : réussir à dire non. Non à un achat, non à une personne, non à une activité, parce que cela impliquerait de la consommation non nécessaire ou du gaspillage. L'idée derrière ce refus est de renoncer à peu près à tout ce qui pourrait créer des déchets. Ce refus de la consommation peut vouloir aussi dire de se priver de certains produits dont on aurait envie, mais qu'on doit refuser par conscience environnementale. Il est important de noter que, lorsque mes participants parlent de refus de consommation, il ne s'agit pas d'un refus de la consommation globale, ce qui n'est tout simplement pas possible. Pour eux, refuser la consommation signifie refuser tout produit créant des déchets inutiles et tout produit affectant de façon négative leur empreinte environnementale, comme la viande.

Alice : À la base, Bea Johnson prône les 5 R, et le premier qui est le plus difficile pour moi est de refuser. Mais [Jean-François] est vraiment bon là-dedans, il va refuser tous les déchets de sources extérieures vers lui et pour moi c'est difficile parce que socialement j'ai peur d'imposer mon choix aux autres. Le plus difficile c'est refuser les déchets, ou s'empêcher de faire quelque chose parce que ça créerait un déchet. C'est aussi la gêne d'aller demander à la pataterie du coin ma poutine dans un Tupperware.

Jean-François : Des fois c'est difficile de refuser, mais là tu regardes et y'a juste trop d'emballage. Mais des fois je ne suis pas assez rapide sur la gachette, surtout quand on a des lunchs payés. En tant qu'étudiant, de la bouffe gratuite, c'est hot. Mais souvent ça vient avec plein de déchets et on ne peut pas s'en sortir. Mais mettons hier, mon boss me payait le lunch, et j'ai pu trouver une assiette réutilisable et après fallait juste que je la lave.

Comme on peut le voir dans cet extrait, une partie de la peur de refuser vient des autres, mais ce sont parfois les autres qui génèrent des déchets et qui obligent à refuser. Il y a également l'envie, ou le désir, comme le souligne Jean-François, qui rend la tâche plus difficile. Être zéro déchet, c'est devoir refuser certains produits qu'on désire, alors qu'une autre personne pourrait les accepter sans hésitation. On ramène ici l'idée des besoins mis avant les désirs : en choisissant de se priver, mes participants montrent encore une fois que leurs désirs sont secondaires et qu'il faut réussir à y résister pour atteindre son idéal. Andréanne aborde ce sujet, en parlant de privation lorsqu'elle doit elle-même décider qu'elle n'achètera pas un produit dont elle a envie parce qu'il produira un déchet : « J'ai un peu de la misère à me priver, même si je réussis pour certaines affaires. Y'a des trucs, je suis prête à faire des concessions, mais si j'ai une nouvelle trouvaille je suis vraiment contente, genre de trouver des bleuets en vrac. T'sais c'est sûr que mon idéal serait de réussir à me priver à 100% sans problème. »

L'idée de devoir refuser certains achats est une des grandes difficultés auxquelles sont confrontés mes participants zéro déchet lorsqu'ils ne souhaitent pas consommer certains produits. Lors des achats répondant à leurs besoins, le refus est moins important puisqu'ils vont dans des endroits adaptés au mode de vie zéro déchet. Cependant, il arrive que nombres de personnes zéro déchet doivent aller dans des marchés ou des épiceries conventionnels, par manque de temps ou autres raisons. C'est dans ce contexte que le report d'achats intervient, qui est aussi une forme de refus de consommation, ou de consommation reportée.

Je n'ai pas pu aller dans un endroit vrac, ou dans un endroit zéro déchet, c'était une épicerie classique ben ordinaire et je voulais de la laitue et j'ai vu qu'elle était dans des sacs en plastique, et je me suis dit « Ah, je la prendrai plus tard » mais j'ai pris mes avocats tout de suite parce qu'ils n'étaient pas emballés. Donc je ne vais pas toujours aller dans un endroit adapté, je ne vais pas toujours prendre ce que je veux, ça dépend si j'ai le choix ou si je n'ai pas le choix, je vais être ben triste mais je vais me dire « ça peut aller au recyclage ». Ça m'est arrivé de pas prendre quelque chose et de me dire « une autre fois, je ne suis pas si pressée que ça, mais j'ai pris les affaires qui n'étaient pas emballées ».

- Amélie

Contrairement au refus d'achat, le report d'achat a beaucoup plus à voir avec le lieu de l'achat et les conditions. Ce n'est pas tant le produit qu'on ne veut pas consommer, mais plutôt le contexte dans lequel celui-ci est trouvé. Alors que le refus est presque toujours par rapport à quelque chose qu'on se fait offrir, le report d'achat a lieu lors de décisions qui doivent être prises par soi-même, mais à des moments où le contexte n'est pas idéal. Il faut alors décider de ne pas combler un besoin de consommation qu'on pourrait avoir pour pouvoir répondre à son idéal zéro déchet.

Encore plus important que la consommation, la forme alternative de consommation permet de voir qu'on fait face à des consommateurs radicalement différents puisqu'ils prennent leurs décisions de consommation non pas parce qu'ils veulent consommer, mais par ce qu'ils **doivent** consommer. Mes participants se définissent comme des consommateurs alternatifs, parce qu'en étant zéro déchet, mes participants disent justement non à la société de consommation et non aux désirs que celle-ci crée en eux. Bref, ils refusent de faire partie de la société de consommation.

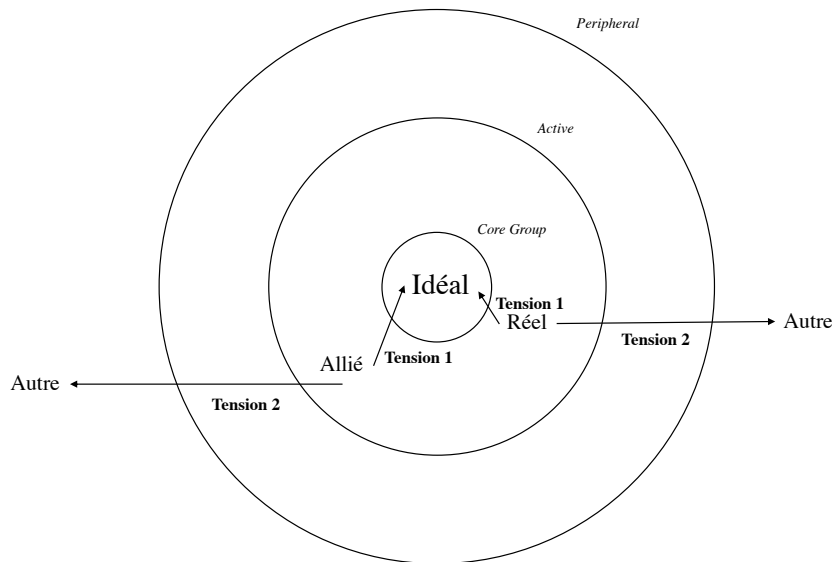
À travers la consommation et la production, mes participants zéro déchet cherchent à atteindre leur idéal de mode de vie zéro déchet tout en répondant à leurs besoins. Nous avons pu constater que, bien qu'ils cherchent à répondre à leurs besoins de base, mes participants ne sont pas intéressés à répondre à leurs désirs de consommation. Au contraire, ils préfèrent souvent se priver afin de ne pas créer de déchets et afin d'atténuer leur empreinte environnementale. Très clairement, nous faisons affaire à un consommateur distinct des autres qui cherche à se distancer de la société de consommation dans laquelle il est né. On comprend que le consommateur zéro déchet a pour objectif de répondre à son idéal zéro déchet en comblant tous ses besoins de façon

zéro déchet sans manifester de désirs. Cependant, ceci est impossible parce que l'objectif zéro déchet est tout simplement inatteignable. De par sa seule existence, la personne zéro déchet produit nécessairement une empreinte environnementale. Ensuite, la recherche de l'atteinte de l'idéal crée des pratiques différentes des autres consommateurs, surtout en choisissant de se priver et de ne pas répondre à ses désirs. Ceci ne fonctionne pas avec la société de consommation. Ainsi, nous pouvons observer l'apparition de tensions à travers les pratiques zéro déchet mises en place au quotidien.

4.2 Tensions causées par le mode de vie zéro déchet

Comme l'a montré la section précédente, mes participants doivent prendre de nombreuses décisions au quotidien. Dans leur processus de recherche de l'idéal, il y a des enjeux qui apparaissent et qui prennent la forme de tensions. En devant répondre à ses besoins et résister à ses désirs, la personne zéro déchet est confrontée à la réalité de la société de consommation. De ce fait, nous aborderons dans les prochaines pages deux types de tensions que j'ai pu relever chez mes participants : la tension entre l'idéal et la pratique, et celle entre l'intérieur du ménage et la société de consommation dont ils essaient de se distancer. Cette section cherche à montrer que le consommateur zéro déchet veut atteindre un idéal impossible ce qui crée nécessairement une tension entre ce qu'il veut et ce qui se produit. Aussi, puisque nous avons un consommateur différent qui cherche à répondre à ses besoins différemment des autres, il y a nécessairement une tension avec la société de consommation. Afin d'accompagner cette section, la figure suivante schématise les tensions en fonction de la communauté de pratique, sujet qui sera abordé dans une section ultérieure :

Figure II : Schématisation des tensions liées au mode de vie



4.2.1 Tensions dans le processus de décisions d'achat

La notion de zéro déchet renvoie à un idéal impossible à atteindre à la base, puisque les personnes à l'origine de ce mouvement savaient bien que la création d'aucun déchet était irréalisable (voir Contexte d'étude). Bien que mes participants en soient également conscients, ils ont chacun des objectifs personnels d'un mode de vie zéro déchet qu'ils cherchent à atteindre, comme le montre le témoignage de Jean-François: « Pour moi, zéro déchet, ce n'est pas une réalité, c'est un objectif. C'est impossible, juste en respirant et en allant aux toilettes ça crée des déchets. Il va toujours y avoir quelque chose à améliorer, mais on ne peut pas faire autre chose que son possible. » Les idéaux de Jean-François, comme ceux de tous mes participants, sont constamment confrontés à la réalité, puisqu'ils ne peuvent pas toujours réaliser les objectifs qu'ils se sont fixés. Cette tension quotidienne entre l'idéal zéro déchet et la pratique se manifeste de diverses façons. En cherchant à répondre à ses besoins tout en voulant atteindre l'idéal zéro déchet, le consommateur zéro déchet est confronté à la réalité de la pratique.

Gérer une série de décisions

Mes participants zéro déchet embrassent de nombreuses « causes » qu'ils cherchent à soutenir par leurs achats. En voulant acheter local, biologique, équitable, végétarien ou

végane, en plus d'acheter en vrac, ils se rendent rapidement compte que l'offre n'est pas toujours au rendez-vous. Ils doivent alors faire des choix et décider ce qu'ils souhaitent prioriser. Ceci crée évidemment une tension chez mes participants, puisqu'ils ne trouvent presque jamais exactement ce qu'ils recherchent, alors que c'est un aspect auquel peu d'entre eux étaient habitués lorsqu'ils consommaient sans prendre en compte tous ces facteurs. La société de consommation offre la possibilité de choisir le produit qui sera acheté. Que ce soit par rapport à la marque, la quantité, la qualité, il est généralement présupposé que nous pourrions trouver exactement ce que nous cherchons. Dans le cas des magasins en vrac, ces épicerie ne tiennent souvent qu'une offre d'un produit, que ce soit par manque d'espace ou parce que la demande ne nécessite pas une plus grande sélection. L'explication suivante d'Andréanne nous permet d'avoir un exemple :

Mettons cette semaine, il y a eu un changement dans le type de lessive, ils ont changé de fournisseur sans que les clients décident, donc il peut y avoir un changement d'une semaine à l'autre sans savoir. Vu qu'il n'y a pas de choix, on achète celui-là ou on n'achète pas. Et chez Espace Organique tout est bio, et ça non plus t'as même pas le choix. Faut que tu trouves [que] les produits qu'ils ont sont bons parce que t'as pas le choix.

- Andréanne

On peut ainsi voir qu'Andréanne n'a pas le choix d'opter pour une marque ou une autre puisque c'est son épicerie zéro déchet qui prend la décision et peut la changer à tout moment. Cette situation n'arriverait probablement pas dans épicerie conventionnelle et Andréanne doit décider si le produit répond suffisamment à ses besoins pour l'acheter. Pour Amélie, le peu de choix de produits entraîne une série de questionnements auxquels elle n'a pas toujours la réponse. Lorsque je l'ai accompagnée à son magasin zéro déchet préféré, elle m'a confié ses réflexions au sujet du choix de shampooing :

Je vais regarder les choix que j'ai même s'il n'y en a pas beaucoup, mais je regarde les ingrédients quand même, pour vérifier de quoi s'est fait. Par exemple y'a une fois j'ai regardé et vu de l'huile de palme, donc je demande si ça vient de plantations responsables, mais ils n'en savent pas assez sur leur fournisseur pour être capable de le dire donc je ne l'ai pas acheté. Donc là je regarde les ingrédients mais je ne suis pas chimiste alors ça peut être des molécules, des extraits de trucs naturels. La marque c'est Nature Beauté Santé et c'est fait au Canada. Et pas testé sur les animaux, ça c'est important. Mais « Keep Out of Reach of Children » ça veut dire que ça ne se mange pas, ce n'est pas bon signe. Il

doit y avoir des produits trop acidifiants pour l'estomac. Je vais décider de prendre celui qui me plaît le plus, en décidant de faire confiance en mon magasin. Ah mais la y'en a pu dedans, je vais devoir y aller avec mon 2^e choix. Il y a toujours des choix à faire quand tu as toujours des préoccupations importantes.

- Amélie

Plusieurs des questionnements précédents illustrent l'importance accordée aux conditions de production des produits. Nous nous concentrerons maintenant sur le concept de choix. On peut voir qu'Amélie essaie de déterminer si le produit répond à tous les éléments qu'elle recherche, soit des éléments naturels, non testés sur des animaux, qui puissent être mis en contact avec des enfants (rappelons-nous qu'Amélie est la mère d'un enfant de 5 ans). Cependant, elle sait d'avance qu'il est très possible que le produit ne réponde pas à toutes ses exigences, mais elle devra l'acheter tout de même puisque c'est un des seuls choix qui s'offre à elle dans ce magasin zéro déchet. C'est en effet ce qui se produit, puisqu'elle finit par prendre le produit malgré le fait qu'il ne soit pas exactement celui qu'elle désire. Au final, elle doit décider de faire confiance à son magasin, et espérer que celui-ci a les mêmes valeurs qu'elle et surtout qu'il s'approvisionne selon la mission qu'il s'est donné. En effet, le magasin où je l'ai accompagnée énonce ceci comme valeurs : « L'approche du magasin s'inscrit dans une démarche d'inclusivité, où les valeurs de chaque personne sont écoutées et célébrées. Zéro déchet, réduction du gaspillage, achat local, alimentation santé, bio, végétarisme et végétalisme, les possibilités sont nombreuses ! » (tiré du site www.frenco.com). Bref, l'absence de choix n'entraîne pas seulement une frustration auprès d'Amélie, mais l'oblige aussi à avoir confiance dans la chaîne d'approvisionnement de son magasin, et elle n'est pas certaine que celle-ci répondrait à son idéal zéro déchet. Ainsi, plus il y a des facteurs d'influence (de « causes ») dans les décisions d'achat de mes participants, plus celles-ci semblent difficiles à prendre. Il est intéressant de noter que les produits qu'ils décident d'acheter sont des produits dont mes participants ont besoin. Cependant, la notion de désir vient prendre sa place dans la discussion à partir du moment où ils veulent pouvoir faire un choix par rapport à leur achat. Que ce soit pour l'aspect physique, l'odeur ou autre, on s'éloigne du besoin pour rentrer tranquillement dans le désir.

Gérer l’empreinte du produit au-delà de l’utilisation finale

Mes participants voient comme étant déchets tout ce qui peut affecter leur empreinte environnementale. Quotidiennement, ils s’attardent sur les déchets finaux, soient ceux de l’emballage des aliments ou d’autres produits qu’on peut acheter dans des magasins conventionnels. En premier, mes participants se concentrent sur ce qui sera mis dans la poubelle, le compostage ou le recyclage, mais leur processus zéro déchet va bien au-delà. Les décisions d’achat ne sont pas prises uniquement en fonction du déchet final qui sera créé ou non mais également en tenant compte de l’empreinte de la production du produit. L’exemple de Camille qui suit illustre de façon concrète la prise en compte de la chaîne de production dans ce qu’elle consomme :

Pour moi zéro déchet c’est zéro empreinte environnementale, même si c’est impossible, c’est tendre vers ça, acheter plus local. Tsé aller au restaurant ce n’est pas toi qui vas jeter le produit d’emballage des légumes mais tu sais que tu en as causé. Ce n’est pas juste les déchets visibles mais ceux créés par le transport, n’importe quelle ressource qui va se retrouver polluer, comme l’eau. Même si on achète un produit en vrac mais nuisible à l’environnement on va le retrouver dans l’eau alors ce n’est pas zéro déchet. Pour moi c’est encore plus global.

- Camille

On comprend ainsi l’objectif de Camille. Son but ultime, son idéal dans le zéro déchet est de créer la plus faible empreinte environnementale possible, ce qui inclus les étapes avant la consommation. Elle étend l’empreinte de sa consommation au transport du produit, ce qui veut dire pour elle de consommer de façon plus locale. Puisque Camille inclut dans son empreinte environnementale les restaurants qu’elle fréquente et qu’elle ne sait pas comment ils sont approvisionnés, elle préfère les éviter. Elle veut donc résister à ce désir qu’elle a à cause de ses convictions. Dans l’absolu, ces décisions semblent logiques et permettent en effet de créer une empreinte environnementale moindre, mais dans la pratique, ceci semble beaucoup plus complexe. En effet, une empreinte environnementale nulle est tout simplement impossible, ce qui fait qu’aucune pratique, même extrême, ne lui permettrait d’être 100% zéro déchet. L’expérience d’Amélie laisse voir cette dualité:

Pour le fromage, il a fallu faire un choix entre végane et zéro déchet. J’ai réfléchi. Quand j’allais dans ma fromagerie où j’allais avant, quand j’étais juste

végétarienne, ce vrai fromage ne me faisait pas produire de déchets. Mais en fait cet endroit avait des produits d'importation surtout d'Europe, donc pas vraiment produits au Québec. Et mon fromage que je n'achetais pas emballé, il venait de très loin, il avait généré de la pollution, alors ça fait partie de ma réflexion. Est-ce que c'est mieux un produit qui ne génère pas de déchets au moment de l'achat mais qui a eu besoin de beaucoup de transport, est-ce que c'est vraiment mieux au niveau global. [...] Tsé, être zéro déchet ça veut dire que tu es conscient tous les jours des décisions que tu prends face au déchet et que tu portes attention au cycle de vie de tout ce que tu consommes.

- Amélie

Amélie fait un effort réel de comprendre l'origine des produits qu'elle consomme. Elle cherche à trouver l'information qui lui permettra de prendre la décision la plus éclairée. Dans le cas précédent, elle réussit à prendre une décision en fonction des renseignements qu'elle possède, puisque ceux-ci sont assez clairs. Elle choisit donc de prioriser une production locale plutôt qu'étrangère, même si ce choix lui fait produire un déchet final. De toute évidence, elle n'a pas trouvé la solution idéale pour répondre à son objectif zéro déchet, ce qui confronte son idéal à la pratique. Dès qu'il y a production et consommation, il y a des déchets créés. Pour Jean-François, cette tension venait de l'achat de margarine ou de beurre. Ceci peut sembler anodin, mais en adoptant un mode de vie zéro déchet, ces décisions deviennent une préoccupation quotidienne.

Notre gros dilemme en ce moment c'est de décider si on devait acheter du beurre ou de la margarine. En gros, ce qui se passe c'est qu'on n'est pas sûrs de ce qui est pire pour l'environnement. T'sais le beurre ça vient des vaches et on sait toute la pollution que l'élevage fait, mais en même temps la margarine c'est fait à base d'huile de palme et ça détruit des forêts dans pleins de pays. Fait qu'on est supposé faire quoi? En plus le beurre ça a un petit emballage d'aluminium qui n'est pas recyclable, mais en même temps la margarine c'est un méga pot de plastique et vu le recyclage au Québec, pas mal sûr que ça finit à l'enfouissement. En tout cas, on est en réflexion sur ça, on n'a pas encore trouvé de solution, mais ça nous gosse.

- Jean-François

Comme on peut constater, il y a une distance entre l'idéal du mode de vie zéro déchet, soit d'avoir le moins d'incidence sur l'environnement possible, puisque les deux possibilités qui s'offrent à eux ne satisfont pas pleinement leurs critères d'achats. Ainsi, mes participants se retrouvent dans un dilemme qu'ils ne résoudront qu'au moment où ils trouveront une réelle option zéro déchet avec une empreinte environnementale plus

faible que ce qu'ils trouvent présentement. C'est dans ce contexte que la recherche de la « bonne » forme de consommation élaborée précédemment prend tout son sens : à toujours chercher la pratique idéale, les décisions sont de plus en plus difficiles à prendre puisqu'aucune n'effacera complètement l'empreinte environnementale.

À travers les précédents exemples, on se rend compte que le mode de vie zéro déchet crée une grande tension, puisque le simple fait d'exister et de répondre à ses besoins crée des déchets et a une répercussion sur l'environnement. Ainsi, l'idéal zéro déchet devient clairement impossible à mettre en place dans la pratique.

Gérer l'inévitable

Malgré l'effort et le temps consacrés à la pratique zéro déchet, il arrive que mes participants créent des déchets malgré eux, que ce soit à cause d'un mauvais achat, d'un concours de circonstances ou par manque d'autres choix, comme nous l'avons abordé ci-haut. Les exemples ici-bas sont des moments que mes participants décrivent comme des échecs, où ils ont dû acheter un objet malgré eux, par nécessité. Ils ne réussissent pas toujours à se priver ou à ne pas produire de déchets parce que, parfois ils doivent répondre à leurs besoins par des achats qu'ils jugent nécessaires.

Je voulais un Vitamix mais mes parents m'ont offert un robot moins cher qui a cassé rapidement, donc j'ai dû en racheter un, j'en avais besoin pour faire à manger, genre mon végé-pâté. C'est sur ça aurait été plus durable de juste acheter le premier. Je n'achète pas souvent des choses mais quand j'en achète, c'est vraiment parce qu'il faut que je le fasse et je m'assure que ce soit de la meilleure qualité même si c'est plus cher.

- *Andréanne*

On peut ainsi voir le sentiment de frustration chez Andréanne. Plus que le point de vue économique, il y a l'aspect d'avoir acheté un produit qui aurait pu durer plus longtemps, qui l'aidait dans son cheminement zéro déchet. Bref, il répondait à l'idéal qu'elle se créait de sa pratique. Cependant, la réalité l'a rattrapée et l'a déçue, puisqu'elle a non seulement créé un déchet, mais elle a aussi dû acheter un autre objet qu'elle ne pensait pas avoir à acheter. Ces achats non désirés mais nécessaires se retrouvent chez plusieurs de mes participants, comme le montre cet échange entre Jean-François et Alice :

Alice : T'sais tous les appareils électroniques sont inévitables. S'il y en a un qui arrête de fonctionner, on n'aura pas le choix de le remplacer. Les médicaments, c'est tellement réglementé y'a pas de solution. (Montre une poêle) ça c'est vraiment notre grosse déception, c'est une poêle de marde.

Jean-François: dans une perspective zéro déchet tu te dis, je vais avoir une poêle et elle va faire tout et me durer 10 ans. Mais elle nous a duré un an.

Alice : Elle marchait pu, on l'a gardé le plus longtemps qu'on pouvait jusqu'à ce que ça soit pu vivable. On a acheté une crêpière et un wok pour remplacer qu'on a acheté dans un bazar.

Jean-François : le gros défi zéro déchet c'est de vivre dans un monde d'obsolescence programmée. Faut tout que tu changes assez souvent, ne serait-ce que pour la mode.

Cet échange montre qu'il y a une forme de désillusion quant à l'idéal zéro déchet qu'ils essaient de promouvoir par leurs actions lorsqu'ils sont confrontés à l'extérieur de leur ménage. En effet, contrairement à beaucoup de produits qu'ils réussissent à créer eux-mêmes, certains achats doivent être faits de façon conventionnelle, que ce soit dans des magasins de première ou seconde main. Dans leur idéal, nombre de mes participants réussiraient à être autosuffisants, donc à ne pas avoir besoin de dépendre de personnes extérieures ou d'autres éléments d'une chaîne de production. Ceci introduit d'une certaine façon la seconde tension qu'on observe chez mes participants zéro déchet : celle entre ce qui se vit à l'intérieur du ménage et les liens qu'ils ont nécessairement avec l'extérieur.

4.2.2 Tensions entre le ménage et la société de consommation

Le mode de vie zéro déchet étant très centré autour du ménage, la majorité des décisions face à ce mode de vie se prennent au sein du ménage et paraissent généralement peu de l'extérieur. La plupart de mes participants m'ont en effet mentionné que personne ne savait s'ils étaient zéro déchet ou non, à l'exception de ceux à qui ils en ont parlé de façon explicite. Alors, comment peut-il y avoir des tensions entre l'intérieur et l'extérieur? Elles apparaissent principalement lors des relations avec d'autres, surtout avec leur entourage immédiat. En ayant des pratiques zéro déchet qui vont à l'encontre de la société de consommation, mes participants se font parfois « juger » par d'autres

personnes, notamment en choisissant de se priver en ne répondant pas à des désirs de consommation. C'est ainsi que se crée la tension que nous aborderons dans les prochaines pages.

Gérer les cadeaux

Un sujet qui est revenu de façon systématique lors de ma collecte de données auprès des participants a été celui des cadeaux en tant que déchet. Précisons qu'on ne parle pas ici de déchet dans le sens de quelque chose qui sera jeté, mais plutôt d'un objet qui a été acheté inutilement puisque la personne qui le reçoit ne l'utilisera pas, ou bien un objet qui ne correspond pas au mode de vie de la personne qui le reçoit et qui se retrouve contraint à devoir gérer celui-ci alors qu'elle aurait préféré ne pas avoir à le faire. Ces biens proviennent de la société de consommation dont mes participants essaient de se distancer. Tout comme pour les achats inévitables, ces cadeaux sont en contradiction avec l'idéal que les participants à mon étude zéro déchet cherchent à atteindre.

Les choses qu'on n'a pour rien ici, c'est souvent des trucs que les gens nous donnent, genre sa mère qui nous donne des trucs à Noël. Mais je vois que c'est souvent un problème que les gens se font donner des trucs dont ils n'ont pas besoin ou que ça ne répond pas à leurs valeurs. On essaie d'être fermes. Genre le premier Noël ses parents m'ont donné des mitaines en laine mais ça ne répond pas à mes valeurs, c'est pas végane donc je leur ai dit que je ne pouvais pas les prendre, ils ont dit de juste le laisser là alors. Je n'arrive juste pas à être malhonnête, ils savaient que j'étais végane mais ils n'ont juste pas pensé que la laine ça comptait là-dedans aussi mais c'est quoi le mal que je leur apprenne, sinon ça va se reproduire l'année d'après. L'année d'après on leur a demandé de rien nous acheter Made in China.

- Camille

Ici, Camille ne discute pas de zéro déchet, mais plutôt de cadeaux qu'elle sait qu'elle n'utilisera pas, donc qu'elle préfère redonner plutôt que de se retrouver avec quelque chose qui sera inutilisé. Pour elle, c'est aussi ça être zéro déchet : ne pas s'encombrer inutilement d'objets dont elle n'a pas besoin, simplement pour ne pas froisser quelqu'un. Ceci peut être très difficile à faire, considérant l'importance que les cadeaux ont à Noël et les normes sociales qui peuvent y être rattachées. Elle doit ainsi décider entre ce qu'elle veut promouvoir comme mode de vie et l'acceptation sociale, un thème que nous aborderons dans la section suivante. Dans une optique similaire à celle de Camille,

Amélie trouve très difficile d'avoir à gérer les cadeaux à cause de cette tension entre les normes sociales et son mode de vie. De plus, ayant un jeune enfant, ses proches veulent souvent lui donner des cadeaux pour celui-ci, même si elle leur dit continuellement qu'elle n'en veut pas.

Refuser les cadeaux qu'un ami veut faire, mais que tu sais que tu en auras pas besoin, faire savoir autour de soi que tu détestes les cadeaux, c'est très difficile socialement, personne n'écoute et tout le monde te trouve méchante. C'est un apprentissage que j'ai eu à faire au cours des dernières années.

- Camille

On retrouve donc cette même difficulté face aux cadeaux qu'on retrouvait chez Camille, qui consiste à devoir aller à contre-courant des normes sociales, ce que peu de gens de leur entourage réussissent à accepter. Mes participants doivent alors trouver des solutions pour ne plus avoir cette tension dans le temps des Fêtes et aux anniversaires, autant pour le cadeau lui-même que pour l'emballage. En effet, un autre aspect des cadeaux est le fait que ceux-ci sont nécessairement emballés. Alice et Jean-François représente bien ces deux problèmes, et les différentes solutions qu'ils doivent trouver pour leur entourage afin de faire accepter leurs décisions quant aux cadeaux.

Alice : Noël est toujours un défi. On a acheté un sac en tissu qu'on utilise pour les cadeaux de tout le monde. C'était un peu malaisant mais c'est un sac qu'on garde pour ça. C'est souvent de la bouffe qu'on donne en cadeau ou un spectacle, pour que ce soit le plus zéro déchet possible. On ne veut pas de biens matériels sauf si on le demande. Souvent, on demande des expériences ou des activités.

Jean-François : moi je trip ben gros sur les sorties maintenant. Tu te rends compte qu'on est très matérialiste et des fois c'est vraiment des cossins. T'étais je regardais ma famille élargie ils se donnaient des trucs dont ils n'ont pas besoin. Même petit, mes oncles et mes tantes me donnaient des cadeaux et je les utilisais pu après une semaine. On se donne des cadeaux, juste PARCE qu'il faut se donner des cadeaux.

Par cette tension qu'on observe chez mes participants, on voit que ceux-ci ont eu une remise en question par rapport à la pertinence de cette pratique des cadeaux, et surtout la signification derrière ceux-ci. En effet, dans le cas de mes participants, la plupart se rendent compte qu'ils préfèrent ne pas donner ou recevoir de cadeaux parce qu'ils ne veulent pas surconsommer. D'une certaine façon, mes participants ont une perception des cadeaux beaucoup plus terre à terre, en se demandant à qui ils le offrent et surtout,

pourquoi. Comme pour tous les gestes qu'ils posent, ils se questionnent quant à la pertinence de ce qu'ils font, de leurs agissements et de leurs achats. Les cadeaux deviennent alors une source de tension, puisque ceux-ci sont obligatoires dans certains contextes sociaux, ce que mes participants remettent en question.

La question des cadeaux soulève aussi une série de questionnements quant à l'acceptabilité sociale du mode de vie zéro déchet par les proches. En effet, pour agir de façon zéro déchet face aux cadeaux, il faut d'abord que les proches acceptent le mode de vie et le trouvent légitime. C'est ce que nous aborderons dans les pages suivantes.

Gérer les déchets des autres

En tant que tel, ce ne sont pas tous les déchets des autres qui constituent une source de tension auprès de mes participants. En effet, ils essaient tous de ne pas juger ou de ne pas faire de commentaires quant à la gestion que les autres font de leurs déchets et, plus globalement à leur mode de vie. La source de tension vient au moment où ces déchets se retrouvent chez soi, lorsqu'ils traversent le pas de la porte. Alors que mes participants font énormément d'effort pour réduire les déchets dans leur ménage, l'apport des déchets par d'autres dans leur résidence, alors qu'ils n'y ont pas consenti, est vu d'une certaine façon comme un affront niant leur mode de vie.

Je me ramasse toujours avec des sacs en plastique, je ne sais pas d'où ils arrivent. Quand ma mère gardait mon fils, elle rapportait toujours ses affaires dans un SAC. À moment donné on se tanne de prendre les affaires et les enlever et tiens, reprends ton sac, les gens se vexent beaucoup alors des fois on se ramasse, en fait c'est ça le principal problème, avec les déchets des autres dans notre maison.

- Amélie

La grande difficulté d'Amélie vient au moment où elle doit refuser que les déchets des autres entrent ou restent chez elle. Dans un contexte similaire, Amélie a fait une pendaison de crémaillère à laquelle j'ai pu participer lors de ma collecte de données, et elle a pris soin de demander à ses amis de ne pas apporter de nourriture ou de cadeaux créant des déchets. Une de ses amies ne l'a pas écoutée et a apporté plusieurs sacs de plastique et s'est mise à la taquiner sur le mode de vie zéro déchet. Rapidement, j'ai pu constater qu'Amélie riait jaune et hésitait entre chicaner son amie ou ne pas créer de

malaise pendant la fête. Ainsi, la réaction d'autrui fait en sorte qu'elle a de la difficulté à agir selon ses désirs et qu'elle doit parfois accepter ce que les autres lui imposent. Ceci crée des tensions chez elle, puisqu'elle doit choisir entre ce qu'elle veut et ce qui est socialement accepté. En fait, son seul désir est de ne pas avoir de déchets dans sa maison, et il n'est pas respecté par d'autres parce qu'ils ne comprennent pas ce désir et qu'il ne répond pas à ce qui est attendu dans la société de consommation. Dès qu'elle laisse entrer quelqu'un chez elle, à l'intérieur de son ménage, elle doit composer avec cette réalité. Andréanne, qui habite seule, vit la même difficulté, mais celle-ci est compliquée du fait qu'il s'agit de son copain ou de ses parents.

C'est mon chum qui a fait l'épicerie des fois et je sais que ça ne sera pas zéro déchet. T'sais [la laitue], c'est emballé parce que mon chum l'a acheté, le café aussi et c'est de lui. La canne de sirop d'érable vient de ma mère aussi, et quand elle est venue visiter j'ai acheté du sucre blanc pour lui faire plaisir dans son café. Chips à ma sœur, cannage que ma mère m'a donné et que je n'ai pas vraiment pu refuser. Ah, ça ici je n'aime pas ça mais bon. Y'a le fromage emballé à ma sœur, les œufs à mon chum. J'essaie d'être végane et zéro déchet mais c'est difficile dès qu'il y a d'autres personnes qui prennent les décisions.

- Andréanne

On peut donc voir la tension entre l'intérieur, soit ce qu'elle veut créer comme environnement dans son ménage, et l'extérieur, soit ce que les gens apportent chez elle. En contraste avec le cas d'Amélie, la tension ne vient pas tant du fait que le refus serait mal accepté, mais plutôt du fait qu'elle doit concilier son mode de vie avec ceux des personnes qui l'entourent, alors que ces modes de vie sont particulièrement différents. De plus, sa famille et son copain font entrer chez elle des produits qui ne sont pas zéro déchet, ce qui fait qu'elle doit elle-même composer avec leur gestion par la suite, bien après que ceux-ci soient repartis. Elle se retrouve donc avec le problème. Elle pensait réussir à réduire cette tension en déménageant en dehors de la maison familiale, dans un endroit où elle pourrait faire ses propres règles et vivre selon son propre mode de vie, mais elle n'avait pas réalisé qu'au moment où d'autres personnes feraient irruption dans le quotidien de son ménage, elle verrait une autre forme de tension apparaître.

Gérer l'acceptation du mode de vie par les proches

Dans cette dernière section, nous aborderons un aspect externe affectant beaucoup les participants à ma recherche. Nous nous pencherons davantage sur les relations que sur les objets en tant que tels. L'acceptation (ou non) du mode de vie par les proches fait en sorte qu'il est soit beaucoup plus facile, soit beaucoup plus difficile de réussir à adopter un mode de vie zéro déchet. Aussi, ceci peut affecter les relations avec les proches, puisque certains aspects et valeurs fondamentales qui sous-tendent le mode de vie zéro déchet sont très difficiles à concilier avec certains points de vue venant de personnes proches. Jean-François m'en a fait part :

Les gens réagissent de deux façons mais ça ne laisse personne indifférent. Y'a des gens qui sont super intéressés et quand ils me revoient ils me disent les nouvelles actions qu'ils ont prises et d'autres personnes qui trouvent ça vraiment étrange, souvent c'est les gens plus vieux et certains amis, mais après ça y'a juste pu de conversation sur ça, je l'aborde plus. Mais en général les réactions positives sont plus positives que les réactions négatives. Par exemple, quand on parle de bouffe c'est toujours de l'admiration, alors que pour les mouchoirs les gens me demandent j'ai quel âge parce que c'est vraiment des personnes plus vieilles qui font ça.

- Jean-François

On peut donc voir que les réactions sont mitigées dans l'entourage de Jean-François : alors que certains réagissent positivement et sont heureux d'en apprendre plus, il se retrouve face à du scepticisme de la part d'autres personnes. Ceci est peu étonnant, considérant que le mode de vie zéro déchet est somme toute assez nouveau et très différent de ce à quoi la plupart des gens sont habitués. En choisissant de consommer de façon différente de la société de consommation, la personne zéro déchet s'éloigne des autres parce qu'elle n'a plus les mêmes besoins et ne veut plus répondre à ses désirs pour atteindre son idéal. Dans le contexte dont Jean-François parle, il discute d'amis ou de gens de sa famille éloignée, des gens qu'il ne côtoie pas nécessairement de façon régulière. Il est donc plus facile pour lui de ne simplement pas discuter de son mode de vie lorsque les réactions sont négatives. Bien sûr, ceci n'est pas possible avec toutes les relations. Parfois, le sujet est inévitable, comme le constate Laura :

Mon père me dit ça, peux-tu t'imaginer la quantité de monde sur la Terre qui jettent des trucs et justement je trouve ça hallucinant fait que pourquoi pas le faire. Et il dit que ça a aucun impact mais je dis justement moi je pense que oui. Un café de moins par jour c'est 365 cups de moins. On ne s'entend juste pas toujours sur ce point-là.

- Laura

Ainsi, il devient beaucoup plus difficile de simplement éviter le sujet, surtout lorsque mes participants sont en discussion avec leurs parents. Ils doivent alors justifier leurs actions auprès de personnes n'ayant pas le même mode de vie qu'eux et surtout, ne comprenant pas nécessairement leur façon de penser. Dans le cas de Laura, la discussion qu'elle rapporte fait état d'un sujet plutôt banal, qu'elle est capable de bien expliquer à son père, mais qui a créé des tensions chez elle.

Alors que le père à Laura accepte son mode de vie, on peut voir dans l'exemple suivant de Camille et Anaïs, que la situation peut être toute autre et que du chemin reste à parcourir pour les gens zéro déchet afin de normaliser leur mode de vie.

Camille : Ah pis à Noël, [...] Anaïs a écrit une lettre à ses parents : OK on peut venir pour Noël mais on a quand même quelques demandes, genre nous on n'est pas à l'aise si y'a des gens qui mangent de la viande autour de nous. On va faire à manger, et on aimerait que les cadeaux ne soient pas emballés ou emballés dans du tissu, genre les nôtres on les a tous mis dans des furoshikis, des tissus japonais.

Anaïs : surement que mes parents quand ils l'ont lu ils ont dû trouver que c'était beaucoup de demandes mais au courant de l'année ils s'y sont intéressés à force de voir que nous on fait des efforts et maintenant ils mangent déjà beaucoup mieux. Des fois c'est juste psychologique. Moins de gaspillage c'est dans nos valeurs mais plus de gaspillage ce n'est pas dans les leurs. Quand on était arrivées elle nous a un peu chicané mais t'sais on a essayé de lui faire comprendre notre point de vue. [...] Mais on était rendu et ils avaient dit OK et en plus c'est moi qui faisais tout à manger donc ils ne se sont pas plaints de ça.

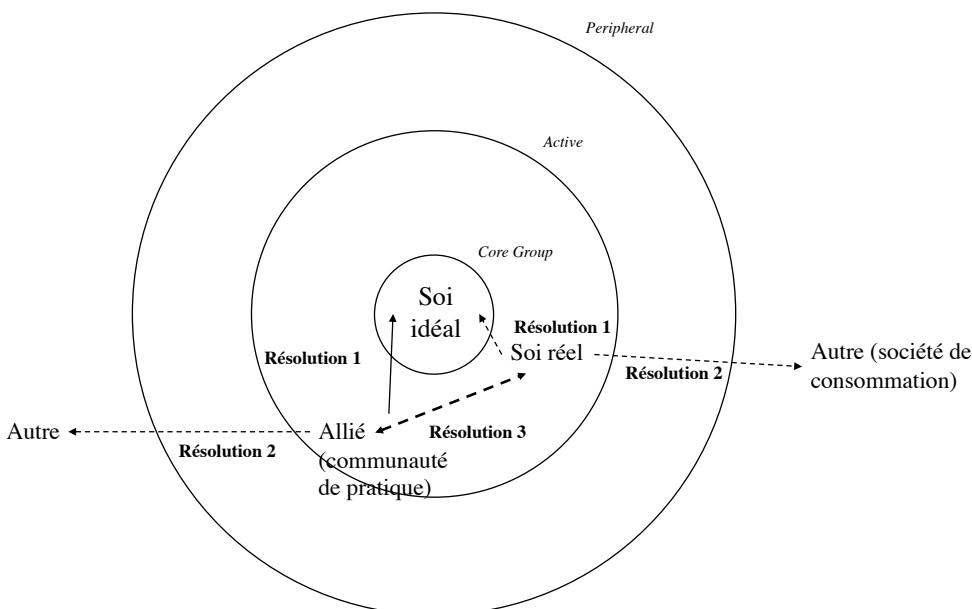
Évidemment, le cas de mes deux participantes est très peu comparable à celui de Laura, puisqu'elles-mêmes font une série de demandes afin de réussir à respecter leur mode de vie chez d'autres personnes. Pour elles, leurs croyances et leur mode de vie sont suffisamment importants pour mettre ceux-ci de l'avant, même si cela signifie qu'il pourrait y avoir des tensions entre elles et les membres de leur famille. L'acceptation du mode de vie de Camille et Anaïs par leurs proches n'est pas évident, et comme de fait, on peut constater que leur logique n'a pas été acceptée à 100% par leurs proches.

Grâce à mes participants, nous avons vu différentes tensions présentes dans le mode de vie zéro déchet. Ces tensions sont de sources multiples, comme nous avons pu le voir, et peuvent parfois être un frein au mode de vie zéro déchet. La personne zéro déchet se trouve tirée entre l'idéal qu'elle cherche à atteindre mais sans succès et les autres personnes de sa vie qui sont encore dans la société de consommation qui ne comprennent pourquoi elle veut s'en éloigner. Pour ne pas abandonner le mode de vie zéro déchet, il faut que la personne zéro déchet trouve des façons de compenser et atténuer ces tensions. Nous aborderons ceci dans le troisième thème de cette analyse.

4.3 Les réactions aux tensions liées au mode de vie

Afin de réussir à conserver leur mode de vie, mes participants doivent réussir à trouver des façons de calmer les tensions dont nous avons discuté précédemment. Au fil du temps, la personne zéro déchet se rend compte que l'idéal zéro déchet est impossible à atteindre. Elle doit donc trouver des façons de réduire ces tensions tout en répondant à ses besoins de consommation. Dans les pages suivantes, nous aborderons des techniques, voulues ou non, qui permettent à mes participants de conserver un mode de vie zéro déchet malgré ces tensions. Afin d'accompagner cette section, la figure suivante schématise les réactions à ces tensions en fonction de la communauté de pratique :

Figure III : Schématisation des réactions aux tensions liées au mode de vie



4.3.1 *L'atteinte de l'équilibre comme non-réponse aux tensions*

« C'est juste des nouvelles habitudes, comme de faire une liste. Ça peut sembler décourageant mais maintenant c'est normal et simple. » Cette citation d'Alice représente bien comment mes participants se sentent lors de l'adoption du mode de vie zéro déchet. Tous ont trouvé difficile d'avoir à développer de nouvelles pratiques, dont toutes les actions qui ont été mentionnées dans la première section de cette analyse. Cependant, au fur et à mesure que le temps passait et que les pratiques devenaient des habitudes, mes participants se sont habitués à gérer leur nouveau mode de vie. En fait, c'est une gestion de l'idéal et des capacités de chacun qui doit être faite.

Adopter une nouvelle normalité

Pour atteindre cette habitude, deux éléments sont nécessaires selon mes participants : le temps et l'effort. En premier, l'élément du temps est primordial, simplement parce que faire une épicerie zéro déchet prend en général plus de temps qu'une épicerie dans un magasin conventionnel. Peser les pots, remplir soi-même ses bocaux, payer à la caisse sont des activités zéro déchet auxquelles mes participants ont dû accepter de consacrer du temps. De la même manière, la confection de ses propres produits (liquide à vaisselle, nettoyeur tout-usage) demande davantage de temps et d'effort que lorsqu'on peut l'acheter en épicerie ou dans un magasin conventionnel.

Peut-être que les gens ont conscience, mais ils disent qu'ils n'ont pas le temps et des fois l'épicerie est plus loin, c'est moins pratique. On décide de prendre le temps. Par exemple mes parents disent qu'ils ont conscience mais ils n'amènent pas leur pot chez IGA parce que c'est gênant. C'est sûr c'est gênant mais il y a une question d'effort, et de réaliser. Les gens savent qu'ils font plein de pollution mais ils ne font pas l'effort de changer leurs habitudes. Il faut prendre le temps mais à la longue ça finit par devenir une habitude. Ça demande de l'effort au début mais pas à long terme. C'est sûr des fois ça demande de l'effort de se priver de certains trucs, comme des chips ou par exemple trouver du pain pas emballé. Il faut se promener à plusieurs endroits pour trouver tout ce qu'on veut, mais moi c'est pratique je peux le faire à pied. Pour quelqu'un qui doit faire full d'auto pour chercher ses trucs, c'est sûr c'est plate.

- *Andréanne*

Ce qu'Andréanne dit correspond au discours de plusieurs de mes participants. Contrairement à d'autres, elle a choisi de mettre l'effort et de consacrer du temps à son

nouveau mode de vie afin que celui-ci s'approche de son idéal. Au fur et à mesure que le temps passe et qu'elle fait cet effort, elle finit par s'habituer et trouve au bout du compte une nouvelle normalité dans son ménage. Cette notion de nouvelle normalité est importante puisqu'elle montre la capacité qu'une personne zéro déchet a de sortir de la normalité qu'elle avait avant, soit celle de la société de consommation. Ceci est particulièrement important pour elle afin de réduire la tension entre l'idéal et la pratique, puisque ce n'est que par le temps et l'effort qu'elle est capable de minimiser la tension.

Trouver l'équilibre grâce à l'indulgence

Ceci étant dit, il y aura toujours un écart entre l'idéal et la pratique zéro déchet, pour toutes les raisons qui ont été explicitées dans la section sur les tensions. Il faut donc que mes participants réussissent à trouver une façon de gérer cette tension, outre le fait d'y passer du temps et mettre de l'effort constant. Ils ont pu me donner la réponse lors des entrevues et des observations, où le thème de l'équilibre a fait surface à de nombreuses reprises. Par équilibre, nous voulons dire cette façon que mes participants ont développée pour faire la part des choses et décider de ce qui méritait beaucoup de temps et d'effort, ou au contraire des moments où ils devaient faire preuve d'indulgence envers eux-mêmes.

Je ne serai jamais au 100% [de mon idéal] parce que je ne veux pas l'être et je veux respecter mes propres limites et je crois que c'est important dans le zéro déchet. Par exemple, mon lait de soya j'en prends tous les jours dans mon café, et je ne me verrais pas faire du lait de soya à toutes les semaines dans un blender et réutiliser la pulpe après. [...] Selon moi c'est où chacun se sent bien. L'important c'est de ne pas se sentir coupable d'où on met nos limites.

- Alice

Alice présente bien cette idée, suggérant qu'elle pourrait certes faire mille et une choses en accord avec le mode de vie zéro déchet, mais qu'elle décide de ne pas tout faire afin de réussir à conserver ce mode de vie. En effet, elle m'a mentionné lors de nos entrevues qu'il lui arrivait de se démotiver et que, pour s'empêcher de laisser tomber la pratique, de temps en temps, elle se permettait de consommer sans regarder les déchets qu'elle créait. Ceci est un bel exemple d'équilibre, qui lui permet de continuer son mode de vie

zéro déchet à long terme, même si elle doit faire une entorse à celui-ci à court terme. De façon similaire, Amélie se donne la permission de créer un déchet à court terme afin de ne pas avoir à en créer à long terme :

Pour le déménagement, j'ai acheté pour la première fois de ma vie de l'eau de Javel. Je commence à en avoir marre que mes affaires ne soient pas blanches. Je veux des fois remettre à niveau les blancs. Mais en même temps tout est une question d'équilibre : si je n'arrive pas à enlever la tache d'un chandail, on ne le portera plus. Ou on l'utilisera pu et ça devient un déchet, alors c'est mieux de le remettre en état avec de la Javel que de ne plus le porter.

- Amélie

Son objectif est de s'empêcher de créer trop de déchets à long terme, ce qui se serait certainement produit avec les vêtements dont elle parle puisqu'elle aurait cessé de les porter. Ce type de décision permet de mitiger l'écart entre la pratique et l'idéal. Malgré le fait que sa décision ne soit pas tout à fait zéro déchet selon sa définition à elle, celle-ci lui permet de continuer à avancer dans son cheminement en s'accordant une certaine forme de répit. Comme dans le cas d'Alice, Amélie voit cela comme une forme d'équilibre qui lui permettra de conserver son mode de vie. Dans l'exemple suivant, nous pouvons voir que Camille a déjà abandonné le mode de vie par le passé, faute de réussir à trouver un équilibre entre son idéal de pratique et ce qu'elle réussissait réellement à faire.

Quand j'avais à peu près 17-18 ans je me souviens de m'être dit OK il faut faire attention à l'environnement, j'étais tellement intense que je prenais des douches à l'eau froide. Je me mouillais, je fermais l'eau, je me lavais. Je faisais tellement attention et je virais folle à voir que tout le monde s'en foutait fait qu'à moment donné j'ai juste fait [claque les doigts] et arrêté complètement. Après pendant des années je n'ai pas tant fait attention parce que j'étais en train de virer folle. Mais là en devenant végane, en mettant en place certaines actions zéro déchet, j'ai dit oui il faut faire attention, de voir qu'il y avait des possibilités, qu'on en parlait dans les médias, que même des restaurants faisaient des efforts et je n'ai pas débarqué de ce mindset-là depuis.

- Amélie

Ainsi, il semble nécessaire de faire la part des choses entre ce qu'on souhaite accomplir et ce qu'on réussit réellement à accomplir dans un mode de vie zéro déchet. Puisqu'aucun de mes participants ne veut abandonner son mode de vie zéro déchet, ils

voient tous l'atteinte d'un équilibre comme étant la meilleure façon de réussir à être zéro déchet à long terme. En fait, le mode de vie zéro déchet est un spectre. Mes participants finissent par comprendre que tous les désirs de consommation ne sont pas mal, mais permettent à long terme de ne pas arrêter leur pratique zéro déchet. En tant que consommateur, il est acceptable de répondre à ses besoins et désirs, même si cela ne répond pas toujours à son idéal.

4.3.2 L'adoption de nouveaux rôles comme réponses aux tensions

Comme il a été abordé dans la section sur les tensions, une des principales difficultés dans l'adoption du mode de vie zéro déchet est la relation avec les autres. Ainsi, les participants à la présente étude ont dû trouver des façons de gérer leurs relations, autant avec ceux adoptant le mode de vie zéro déchet, des alliés, que ceux adoptant une consommation conventionnelle, les autres. Les participants sont donc devenus des participants dans leur communauté, en plus d'être des acteurs du changement.

4.3.2.1 Le consommateur zéro déchet comme participant dans sa communauté

Mes participants m'ont permis d'entrevoir l'existence de la communauté de pratique zéro déchet. À travers les échanges que ceux-ci ont avec diverses autres personnes adoptant leur mode de vie, les apprentissages qui sont faits de part et d'autre permettent de voir que cette communauté existe, bien que mes participants ne s'en rendent pas toujours compte. En effet, en leur posant la question, ceux-ci ne pensent pas de prime abord qu'ils participent à la communauté zéro déchet. Que ce soit via Instagram ou des amis avec qui ils échangent, chacun d'eux fait, à sa façon, partie de cette communauté. Le mode de vie zéro déchet n'ayant pas une définition propre et exhaustive, n'importe qui peut décider d'être zéro déchet tant et aussi longtemps que cette personne décide d'en faire une préoccupation quotidienne. En voulant atteindre un idéal zéro déchet dans une société qui n'est pas axée sur cela, il faut que la personne zéro déchet se trouve des alliés qui peuvent l'aider à combler ses besoins de façon zéro déchet, tout en comprenant les difficultés et les tensions vécues.

Apprendre les uns des autres

Le mode de vie zéro déchet étant très centré sur le ménage, il arrive parfois qu'il soit difficile de discuter de son mode de vie avec d'autres personnes. Cependant, une fois qu'on trouve des personnes zéro déchet, soit dans son entourage ou sur les réseaux sociaux, ceux-ci peuvent devenir des alliés précieux permettant d'améliorer la mise en place d'un mode de vie zéro déchet, tout en réduisant à la fois la tension entre l'idéal et la pratique et celle entre l'intérieur du ménage et l'extérieur. Les liens avec d'autres personnes ayant déjà adopté la pratique zéro déchet sont de deux ordres : ils permettent de servir de modèle et d'intermédiaire.

Servir de modèle

L'idée de modèle dans la communauté de pratique zéro déchet a deux sens : les participants peuvent autant servir de modèle pour d'autres membres de la communauté que de se servir eux-mêmes de modèles à l'intérieur de celle-ci afin d'améliorer leur pratique. Ce dernier point est particulièrement intéressant, puisque certains de mes participants avaient l'impression d'avoir atteint le maximum de ce qu'ils pouvaient faire en matière de zéro déchet. Toutefois, grâce à la communauté, par exemple à des groupes Facebook, ils réussissent encore à trouver des solutions à des problèmes quotidiens auxquels ils font face. C'est le cas d'Amélie, qui s'est retrouvée à vouloir dévier un déchet inutile créé par son fils :

Il y a beaucoup de groupes sur Facebook, des fois c'est pratique quand tu ne sais pas quoi faire. Par exemple mon fils avait cassé ses crayons de cire et je ne savais pas quoi faire avec, ça allait pas au recyclage ni au compostage et je leur ai demandé et ils m'ont répondu de les mettre dans un moule et de refaire des crayons avec des formes amusantes. Je manque souvent de temps pour aller sur des groupes en ligne mais j'aimerais y aller plus souvent.

- Amélie

Amélie nous donne un exemple simple permettant de comprendre l'importance qu'une participation dans la communauté peut avoir, même pour quelqu'un qui, comme elle, baigne dans le mode de vie zéro déchet depuis quelques années déjà. L'échange de connaissances et d'idées nouvelles l'aide à détourner des déchets du dépotoir, mais

permettent aussi à d'autres personnes qui, voyant son message sur les réseaux sociaux, apprennent une nouvelle pratique zéro déchet qu'ils pourront mettre en place eux-mêmes en temps et lieu. Dans ce cas, Amélie cherche des modèles, des personnes faisant partie de la communauté de pratique zéro déchet lui permettant d'améliorer et de perfectionner elle-même sa pratique. De l'autre côté, Andréanne cherche plutôt à être un modèle pour d'autres personnes adoptant le mode de vie zéro déchet, ou étant à leurs débuts dans la pratique.

J'ai décidé de me partir un compte Instagram zéro déchet. Je suis surprise par la quantité de gens qui m'écrivent, on me pose pleins de questions, j'ai beaucoup de commentaires de gens que ça intéresse et ils me donnent des trucs des fois. Je voulais inspirer des gens, j'aime mettre des photos. C'est presque juste des inconnus qui me suivent, c'est vraiment cool. Y'a du monde qui m'ont trouvée sur Instagram juste comme ça. Mon but c'est de pouvoir avoir un following pour créer ma compagnie plus tard, que j'ai l'intention de baser sur des pratiques zéro déchet.

- Andréanne

On peut voir que du côté d'Andréanne, il s'agit plutôt de donner de l'information à d'autres personnes de la communauté de pratique afin d'améliorer les pratiques des autres. Elle réussit à en retirer certaines connaissances elle-même sur la pratique, mais son objectif est principalement de servir de modèle pour d'autres personnes grâce à son compte Instagram.

Ces exemples d'échanges entre personnes adoptant le mode de vie zéro déchet sont unidirectionnels, mais il arrive que ceux-ci viennent des deux côtés et qu'il y ait un échange direct dans la pratique zéro déchet. Les deux exemples précédents avaient lieu de façon virtuelle, entre des personnes qui ne se connaissent pas et qui échangent sur une pratique sans réellement connaître l'autre, son lieu de vie ou où il est rendu dans son cheminement zéro déchet. Il est important de prendre en considération que des échanges sont aussi faits en personne, avec de gens faisant partie de son entourage et ayant adopté le mode de vie zéro déchet. Ceci facilite la rapidité des échanges de pratique et font en sorte qu'ils viennent des deux directions. Ils permettent surtout de réduire les tensions entre ce qui se passe à l'intérieur du ménage et leur vie extérieure, puisqu'il existe des rapports sociaux qui alimentent de façon positive le mode de vie zéro déchet de mes

participants. Dans l'exemple suivant, Laura explique comment les échanges avec ses amies lui ont permis d'en apprendre davantage sur la pratique zéro déchet. Elles se sont créées entre elles un groupe d'entraide leur permettant de développer de nouvelles pratiques afin d'aller plus loin dans leur cheminement zéro déchet.

Avec mes amies, j'ai la chance qu'on se soutienne beaucoup là-dedans. On va se parler de nos trouvailles, on va aller magasiner ensemble, on va lire certains magazines, on va au festival zéro déchet. Y'a vraiment un échange, on fait des recettes ensemble. Pour ce côté-là de mes amies proches, on s'y est intéressées pendant l'université et on se montrait des trucs, on est allées voir la conférence de Bea Johnson. À chaque fois qu'on se voit on se parle si on a des trucs de nouveaux de mis en place, mais des fois c'est plus dur et on n'a rien réussi à mettre en place, on s'en parle aussi. On se tient au courant. Si on trouve des trucs pas chers on se le dit et on y va ensemble des fois.

- Laura

Ce qui est intéressant dans les exemples précédents, et qui a également été constaté auprès des autres participants, est que tous avaient des contacts avec d'autres personnes adoptant un mode de vie tendant vers le zéro déchet, que ce soit virtuel ou physique. Par contre, aucun d'entre eux ne mentionnait de façon directe qu'ils participaient à la communauté zéro déchet, pour diverses raisons : soit il y avait un sentiment de ne pas être rendu suffisamment loin par rapport à son idéal zéro déchet pour se décrire ainsi, soit il y avait un manque de temps pour participer à des événements formels ou des discussions en ligne. Tous les participants avaient des interactions sporadiques avec d'autres personnes adoptant des pratiques zéro déchet, sans nécessairement avoir un sentiment d'appartenance à une communauté en tant que telle.

Servir d'intermédiaire

Le mode de vie zéro déchet n'a pas de lignes directrices explicites. Le but global étant de réduire son empreinte écologique, les frontières entre ce qui est zéro déchet et ce qui ne l'est pas sont poreuses, puisque de nombreuses pratiques peuvent être zéro déchet malgré elles. Ceci fait en sorte qu'on peut réduire les tensions entre l'idéal et la pratique, mais aussi entre l'intérieur du ménage et la société de consommation en faisant affaire avec des gens permettant l'adoption de meilleures pratiques. Ceci peut être fait aussi

grâce à des entreprises qui ne sont pas tout à fait zéro déchet. Celles-ci permettent tout de même d'avoir un impact positif sur l'environnement, comme le démontre l'extrait suivant.

Alice : Cet été on reçoit les fruits et légumes d'Équiterre. C'est local, ça encourage des agriculteurs d'ici et souvent y'a pas d'emballage. L'année passée on allait pas mal à la banque alimentaire de l'université et on recevait pas mal de trucs emballés. Ça a été un peu un questionnement toute l'année. Mais c'est souvent des trucs qui auraient été jetés sinon, parce que c'est des dons qui viennent des épiceries. Pour le budget c'est sûr que ça aidait pas mal.

Jean-François : le truc dans le zéro déchet c'est qu'il ne faut pas se dire que c'est sans emballage jamais. T'sais le dumpster diving ou aller à la banque alimentaire, c'est des trucs qui auraient été jeté, et le but ultime c'est qu'il ne faut pas gaspiller.

Ainsi, Alice et Jean-François utilisent Équiterre et la banque alimentaire de l'université comme moyen de répondre à leur mode de vie zéro déchet. Bien que les participants ne diraient pas que ces groupes adoptent la pratique zéro déchet, ils permettent de répondre aux valeurs et aux désirs fondamentaux des participants de réduire le plus possible leur empreinte écologique. En servant d'intermédiaire à des produits qui seraient devenus des déchets sans leur intervention, les participants réussissent à créer des liens avec de tels organismes parce que la frontière déterminant ce qui est une pratique zéro déchet est floue. On peut alors se rendre compte que la communauté zéro déchet n'est pas toujours définie par la pratique en tant que tel, mais plutôt par l'idéal d'une empreinte écologique nulle, même si cela veut dire qu'il faut créer des déchets pour y arriver.

4.3.2.2 Le consommateur zéro déchet comme acteur de changement pour sa communauté

La communauté de pratique aidant mes participants à progresser dans leur cheminement zéro déchet, ceux-ci sont tout de même confrontés à des gens provenant de l'extérieur de celle-ci, comme nous en avons discuté dans la section sur les tensions. Retrouvant des alliés ayant des comportements zéro déchet comme eux, ils doivent tout de même interagir avec d'autres personnes ayant des comportements de consommation plus conventionnels. Au fil du temps, mes participants ont réalisé que si la société de

consommation se rapprochait de leur idéal zéro déchet, nécessairement cela diminuerait les tensions qu'ils vivent. En ayant une société axée sur le mode de vie zéro déchet, mes participants seraient plus à même de répondre à leurs besoins et de satisfaire leurs désirs sans avoir à se priver. Ainsi, ils choisissent d'adopter une orientation positive, en tentant de répandre le mode de vie zéro déchet, tout en acceptant les autres comme ils sont malgré leur consommation. Ils sont ainsi des acteurs de changement pour leur communauté, mais aussi dans la société de consommation afin de changer celle-ci.

Adopter une orientation positive

Afin de réduire les tensions entre l'intérieur et l'extérieur, mes participants doivent réussir à en parler avec des personnes n'adoptant pas le mode de vie zéro déchet, tout en ne tombant pas dans le jugement et des émotions négatives. Pour certains, ceci est très difficile puisqu'ils se retrouvent confrontés à des façons de faire et de penser tellement différentes des leurs que l'adoption d'une orientation positive semble presque impossible. Ceci a déjà été le cas d'Amélie :

J'étais fâchée quand on ne respectait pas, quand on amenait un déchet chez moi, à moment donné j'ai juste dû faire stop, si t'es toujours négative, si tu amènes toujours de l'énergie négative dans le monde tu amènes quelque chose d'aussi négatif que des déchets. Ce n'est pas palpable, mais négatif. [...] Maintenant je mets de la pression gentille sur les gens.

- Amélie

À tenter d'adopter un ton moralisateur auprès des gens qu'elle côtoyait, elle finissait par elle-même ne plus avoir une orientation positive face à son mode de vie. Au final, elle s'est rendu compte que cette approche pour essayer de convaincre des gens d'adopter le mode de vie zéro déchet ne fonctionnait pas, puisque ceux-ci y voyaient certainement plus des reproches face à leur pratique actuelle que des encouragements à adopter le mode de vie zéro déchet. Amélie a même déjà mentionné avoir perdu des amis à cause de son mode de vie, puisque leurs valeurs ne fonctionnaient tout simplement plus avec les siennes. Elle a su finalement rajuster son tir et, en adoptant une attitude plus positive face à son mode de vie en comparaison avec celui des autres, elle croit permettre à d'autres d'adopter son mode de vie, puisqu'elle y donne une connotation positive. De la même manière, Laura doit échanger avec ses collègues tous les jours, même si ceux-ci

n'adoptent pas un mode de vie similaire au sien. La solution qu'elle a trouvée pour parler de son mode de vie s'apparente à celle d'Amélie, puisqu'elle y voit une façon d'aborder positivement son mode de vie sans pour autant avoir l'impression d'émettre de jugements. Cette solution fonctionne pour elle, surtout dans un contexte de travail où elle passe de nombreuses heures. En effet, bien que les relations de travail soient moins profondes que les relations personnelles, celles-ci sont quotidiennes. Il est donc important qu'elle garde une bonne relation avec ses collègues si elle veut pouvoir créer un changement durable.

Avec les collègues de travail c'est une discussion qu'on a souvent. Y'a souvent des échanges sur l'heure du diner parce que les gens amènent des trucs réutilisables et tu vois que ça fait son bout de chemin. Mais ce n'est jamais « tu ne devrais pas utiliser des trucs jetables » c'est plutôt « ah c'est cool que tu fasses un effort, parle-moi en plus ». Juste le fait de l'avoir ça fait un bout de chemin, je vais expliquer ce que j'en pense mais c'est rare que j'aille juger les gens. C'est de parler aux gens de ce que j'ai vu, ce que j'ai lu, si ça vient sur le sujet je vais le dire aux gens.

- Laura

Cette façon d'aborder de façon positive son mode de vie lorsqu'elle en parle aux autres permet de meilleures réactions et des conversations plus constructives que si elle présentait son mode de vie en le comparant à celui des autres, ce qui pourrait prendre des allures de reproches. Elle en ressort avec de meilleures relations, tout en réussissant à parler de son mode de vie à ses collègues. Ce faisant, elle réussit peut-être à propager des idées de mode de vie zéro déchet chez d'autres personnes qui, un pas à la fois, décideront eux-mêmes de changer leur mode de vie. De façon inconsciente et sans même que ses interlocuteurs ne le réalisent, elle réussit à répandre la Bonne Nouvelle zéro déchet.

Répandre la Bonne Nouvelle

L'orientation positive est une méthode adoptée par tous les participants pour parler de leur mode de vie, simplement parce qu'elle permet de parler de leur mode de vie sans pour autant se mettre à dos des personnes de leur entourage. Cependant, certains participants décident, une fois leur mode de vie zéro déchet mis en place de façon plus durable, d'essayer de faire adopter le mode de vie zéro déchet à leur entourage de façon

plus concrète. Pour eux, c'est une manière de répandre ce qu'ils ont appris en éduquant les autres, tout en essayant de les convertir. C'est un peu ce qu'Amélie explique dans l'extrait suivant :

J'en parle tout le temps à mon entourage. Les gens ont beaucoup d'admiration, des fois il y a de l'incrédulité, mais ils finissent par me croire. On me dit des fois que ce n'est pas à l'échelle des consommateurs qu'il faut agir mais à l'échelle des industries et que ça ne sert à rien. Tu te donnes du mal et ça ne vaut rien. Je leur réponds qu'il faut toujours se dire « et si tout le monde faisait comme moi ». C'est l'addition de monde qui s'en foutent qui fait qu'il n'y aura jamais de changement et il faut aussi se rappeler que les patrons des entreprises c'est des gens comme toi et moi, donc si nous on ne change pas on ne peut pas s'attendre à ce qu'eux changent puisqu'ils ne font que répondre aux demandes des consommateurs. J'ai aussi des encouragements, par exemple mon patron était curieux de mes morceaux fait de cire d'abeille (remplace les saran wrap) et je lui ai dit « tiens, je t'en amène un! ». Et je vais en donner à tous mes collègues pour en utiliser. Ils savent qu'il ne faut pas jeter ce qui m'appartient, même les carrés de tissu ils savent que c'est les mouchoirs d'Amélie, et plus j'en parle plus ça devient facile pour moi. Et si eux n'y adhèrent pas, peut-être qu'ils vont en parler à quelqu'un et dire « hey y'a une folle qui m'a parlé de ça » et vont en parler à leur amie ou leur cousine qui elles vont le prendre différemment.

- Amélie

Ici, elle fournit de nombreux renseignements précieux. En premier, elle mentionne l'importance de comprendre, mais surtout d'expliquer à d'autres personnes les raisons pour lesquelles elle décide d'être zéro déchet. Selon elle, une bonne compréhension des enjeux auxquels le mode de vie zéro déchet répond permet dès le début d'ouvrir les yeux des personnes avec qui elle en parle. Ce faisant, ils peuvent devenir plus conscients face à la cause environnementale ce qui, par la suite, leur permettra d'être plus réceptifs au mode de vie zéro déchet et à l'adoption de changements dans leur mode de vie. Pour Amélie, l'idée est vraiment d'éduquer au départ les gens de son entourage. On le voit par le geste qu'elle pose auprès de son patron, qui permet à celui-ci d'essayer le mode de vie zéro déchet par une simple action qui, au final, pourrait en créer plusieurs autres. Elle réalise tout de même que tous ne seront pas réceptifs à son message et ses tentatives de propager le mode de vie zéro déchet, mais elle le voit comme un effet boule de neige. Pour elle, il n'y aura jamais de mal à parler de son mode de vie, peu importe la réaction que les autres auront. Ceci est similaire à ce qu'Alice explique dans le paragraphe ici-bas. Les réactions peuvent parfois être négatives mais au

fur et à mesure qu'elle et son copain en parlent à d'autres personnes, ces réactions sont plus positives :

Au départ les gens ont une espèce de culpabilité dès qu'ils nous servent quelque chose de jetable et ils essaient de se justifier, genre là « c'est des serviettes en papier » mais aujourd'hui y'a plus vraiment de jugement, la plupart des gens sont au courant et respectent ça. Y'a une amie à Marc qui était full enthousiasmée. Les gens proches de moi qui ont été intéressés sont surtout jeunes, alors que les adultes, on dirait que vu que ça vient de jeunes ils ne veulent pas se faire dire par des jeunes comment gérer leurs vies. Ce n'est pas grave, au moins ils nous écoutent.

- Alice

Pour eux, l'idée de propager la Bonne Nouvelle ne signifie pas nécessairement de convertir des personnes coûte que coûte, mais plutôt de faire accepter l'idée du mode de vie zéro déchet comme étant un mode de vie comme un autre, qui donne une porte d'entrée vers des solutions plus respectueuses de l'environnement. Une fois de plus, force est de constater que les personnes zéro déchet cherchent à être des acteurs du changement pour leur communauté.

Accepter les autres

Les participants à cette étude peuvent adopter une attitude positive et tenter de rallier d'autres personnes à leur mode de vie, mais il arrive parfois qu'ils n'y arrivent pas. Afin que la tension qui se crée entre la personne zéro déchet et leur entourage ne soit pas trop intense, mes participants choisissent de faire preuve d'acceptation face au mode de vie que d'autres choisissent. Ceci va dans les deux sens : pour décider d'accepter le mode de vie des autres, d'autres doivent aussi accepter le mode de vie des personnes zéro déchet. Cette forme de vivre ensemble permet une cohabitation et des relations saines entre les participants et les membres de leur entourage qui, au départ, n'étaient pas tous enchantés par leur nouveau mode de vie.

Il y a aussi le vivre et laisser vivre, quand je suis chez les autres je ne passe jamais de commentaires, mais si y'a des déchets dans le processus je ne dis rien mais je m'attends à la même chose des autres et qu'ils respectent mon mode de vie quand ils sont chez moi. Ah y'a nos mouchoirs! Des vieux chandails, qu'on a découpé. Y'a juste pas de boîtes de mouchoirs ici. Si on a un ami qui vient et qui ne veut pas le réutiliser, on lui dit juste d'utiliser le mouchoir et de le mettre dans la laveuse et

nous on va s'en occuper. T'sais ce n'est pas parce que nous on le fait que ça oblige le monde à agir comme nous.

Avec ma mère c'était vraiment difficile. J'étais en mode découverte, super enthousiaste, mais ma mère c'est comme si tout ce que je lui disais je lui remettais dans la face, que ce qu'elle faisait c'était pas correct, c'était pas écologique, elle devrait faire autrement et le voyait comme une critique et il y avait beaucoup de tensions entre elle et moi à ce moment-là, mais maintenant ça va mieux elle me laisse vivre ma vie! [...] En général les gens me disent de faire des exceptions, ou que c'est pas grave, et des fois ça me frustre. C'est vrai j'ai des exceptions, mais laisse-moi gérer mes exceptions. J'essaie de pas trop en parler, sauf quand ils posent des questions.

- Alice

Cette tension entre Alice et certaines personnes de son entourage, plus particulièrement sa mère, était difficile à vivre au début. Par contre, à force de discuter et d'accepter réciproquement le mode de vie de l'autre, elles ont pu faire diminuer la tension qui s'était créée entre elles. Il y a un climat de tolérance qui s'est installé en elle, afin qu'elle ne se mette pas à juger tous les gens autour d'elle, mais elle trouve encore très difficile de voir des modes de vie qui ne répondent pas à ses valeurs ou bien des gens qui ne comprennent pas ce qu'elle essaie de faire pour sauver la planète. Le but est principalement d'ouvrir la porte vers un mode de vie plus respectueux de l'environnement afin qu'à long terme il y ait un changement possible. Les participants de cette étude ne forcent personne à adopter ce mode de vie mais cherchent plutôt une acceptation globale des choix qu'ils ont faits, en espérant que ces choix fassent leur bout de chemin dans la tête de leur entourage. L'idée maîtresse est ici bien résumée par Camille : « Au courant de l'année [mes parents] s'y sont intéressés et maintenant ils consomment déjà beaucoup mieux et ça les aide de voir que nous on fait des efforts vers eux. Nos demandes ne peuvent pas aller contre leurs volontés. Des fois, faut juste y réfléchir : moins de gaspillage c'est dans nos valeurs mais plus de gaspillage ce n'est pas dans les leurs. Cette année, je pense que ça ils l'ont compris. »

À travers ces méthodes d'atténuation des tensions, les participants peuvent réévaluer leur place dans la société de consommation. Sachant qu'ils n'ont pas la vérité absolue sur le mode de vie, ils deviennent des participants à une communauté qui permet d'améliorer la mise en pratique de leur mode de vie. Ce faisant, ils trouvent les outils qui

leur permettent d'utiliser leur pratique pour faire changer la société de consommation en prenant le rôle d'acteurs de changements.

En conclusion, l'analyse précédente nous fait comprendre de nombreux éléments par rapport au consommateur et ses rapports avec sa consommation. En premier, le consommateur zéro déchet est fondamentalement différent des autres parce qu'il n'a pas les mêmes priorités ni en termes de consommation, ni dans ses décisions de non-consommation et de production. En voulant atteindre l'idéal zéro déchet, l'individu s'éloigne nécessairement de la société de consommation. Ce faisant, cette différence fait en sorte qu'il y a nécessairement des tensions qui se créent entre lui et les autres consommateurs qui l'entourent puisque les objectifs en tant que consommateur ne sont pas les mêmes. De plus, il se retrouve avec une tension interne parce que l'atteinte de son idéal est impossible tant et aussi longtemps qu'il fait partie de la société de consommation. Afin de conserver le mode de vie pour lequel il travaille si fort, le consommateur zéro déchet doit chercher à atténuer ces deux types de tensions. Ceci est fait par une non-réponse interne, soit l'acceptation de ne pas atteindre son équilibre. Ensuite, ceci est fait par l'adoption de deux nouveaux rôles, soit un participant à part entière de sa communauté afin d'avoir de l'aide venant d'alliés, pour ensuite devenir lui-même un allié. Finalement, il doit prendre un rôle d'acteur de changement auprès de la société de consommation, représentée par ses proches, afin que celle-ci change et se rapproche de son idéal zéro déchet et ainsi réduire ces tensions.

Chapitre 5 : Discussion

5.1 Retour sur les résultats

Au tout début de la revue de littérature, nous avons abordé les notions de besoins et désirs, et vu comment ceux-ci convergent, s'entremêlent et deviennent indissociables dans la société de consommation pour permettre aux membres de cette société d'avoir une forme de bonheur. De façon complètement opposée, nous avons vu que la personne zéro déchet cherche à ne répondre qu'à ses besoins, sans prendre en considération les désirs qu'elle pourrait avoir. En fait, ce qu'on peut comprendre lorsqu'on compare ces deux situations est que la société de consommation est incapable de voir la différence entre ce qui est un besoin et un désir, alors que la personne zéro déchet s'efforce de dissocier les deux afin de pouvoir répondre à ses besoins uniquement. La personne zéro déchet cherche à abandonner ses désirs pour qu'en échange, elle puisse aider la planète et réduire son empreinte environnementale. La personne zéro déchet voit le coût d'opportunité de ses désirs par rapport au coût environnemental, et fait des choix en conséquence. Pearce (1983) explique bien là où la personne zéro déchet veut emmener la société : « [Opportunity cost] implies that the society has to sacrifice something in absolute terms in exchange for more of something else. » En fait, la société devrait sacrifier ses désirs en échange d'une planète plus en santé. Cette façon de conceptualiser les désirs est très économique, mais est applicable à toutes les sphères de la vie, puisque le mode de vie zéro déchet ne remet pas uniquement en cause la façon de consommer la nourriture, mais aussi le transport, le divertissement, le voyage etc. La personne zéro déchet veut qu'en tant que société, nous dissociions les besoins des désirs et que nous soyons capables de déterminer ce dont nous avons réellement besoin. Nous sommes donc capables de comprendre comment les comportements de consommation zéro déchet se gèrent au quotidien des individus, qui était notre premier objectif de recherche. C'est par la mise en priorité des besoins dans chaque décision qui est prise, à tous les jours.

Cette ethnographie permet de comprendre que la communauté de pratique zéro déchet est différente des autres parce que les pratiques qui sont reliées au zéro déchet finissent

par créer un mode de vie. En fait, on y voit une nouvelle étape par rapport à la communauté de pratique présentée par Wenger (1998), puisque qu'on voit l'apparition d'une communauté de mode de vie. Cette appellation ne nie pas l'existence d'une communauté de pratique zéro déchet, mais démontre que l'adoption de plusieurs pratiques peuvent créer un mode de vie distinct. D'un point de vue théorique, une fois qu'un consommateur fait partie d'une communauté de pratique qui change le quotidien, et qu'il y a une mise en place de cette pratique de façon systématique, on peut voir l'apparition d'une communauté de mode de vie. Dans ce contexte, mode de vie est défini par une façon de vivre qui est distincte et reconnaissable par rapport aux autres (Sobel, 1981 : 28). En effet, il est possible d'avoir certaines pratiques sans adopter toutes celles qui sont possibles, ce qui revient à avoir un pied dans la communauté de pratique. Plus le consommateur converge vers la partie centrale de la communauté, plus il se rapproche de la communauté de mode de vie. La figure suivante démontre la conceptualisation de cette théorie :

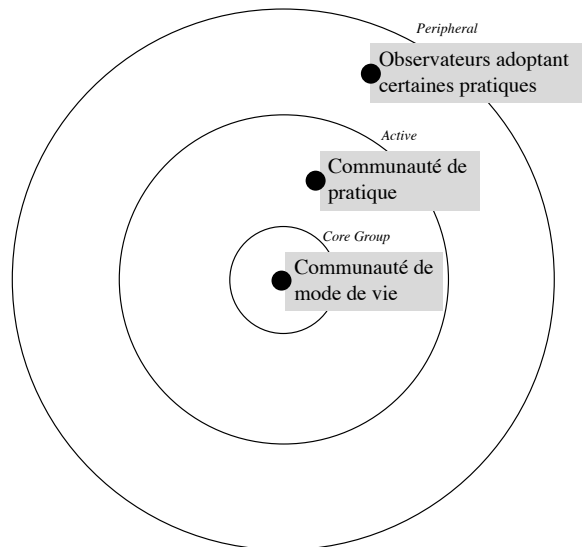


Figure IV : schématisation de la communauté de mode de vie

Vu de cette façon, tous les participants à la présente étude font partie de la communauté de pratique, puisqu'ils mettent en place des éléments dont on discute dans la communauté. La majorité des participants font aussi partie de la communauté de mode de vie parce qu'ils centrent leur quotidien autour du mode de vie zéro déchet, ce qui n'est pas nécessairement le cas dans une communauté de pratique. Laura et Maxime se

distinguent des autres participants puisqu'ils adoptent un grand nombre de pratiques sans pour autant en faire un mode de vie.

La communauté de mode de vie pousse plus loin la communauté de pratique. Ainsi, les personnes se retrouvant dans la section *core group* de la communauté de pratique zéro déchet feraient en réalité partie d'une communauté de mode de vie. En rentrant plus dans les détails, la communauté de mode de vie est une communauté où les membres basent leurs relations les uns avec les autres sur les actions et les pratiques qu'ils prennent au quotidien. Ainsi, la communauté est très importante au début de la mise en pratique du mode de vie parce que ces personnes doivent encore s'adapter au mode de vie au quotidien. Au fur et à mesure que les personnes adoptant le mode de vie zéro déchet se familiarisent et peaufinent leurs pratiques et leur mode de vie, la communauté change de vocation. Plutôt qu'une communauté qui aide à mettre en place un mode de vie, elle devient une communauté qui aide à mettre à jour ses pratiques et son mode de vie de façon constante.

Bien que cette notion de communauté de mode de vie s'applique bien au mode de vie zéro déchet, il serait intéressant d'étudier si d'autres communautés de pratique, tout autant centrées sur le quotidien, ne seraient pas elles aussi des communautés de mode de vie (par exemple, le véganisme). En l'abordant de cette façon, il est possible de voir que la communauté de mode de vie ne peut pas être abordée de la même façon que la communauté de pratique puisque la première a une incidence beaucoup plus importante sur la vie et le quotidien d'une personne que la seconde. Ces observations que nous venons de faire s'applique particulièrement aux modes de vie alternatifs. N'ayant peu ou pas de repères au sein de la société de consommation, il est nécessaire de se tourner vers des membres d'une communauté afin d'avoir des points d'ancrage sur lesquels se baser. Ainsi, nous comprenons donc davantage la place de la communauté de pratique dans une forme de consommation alternative, qui était le second objectif de cette étude. Elle sert de propulsion vers une autre sorte de communauté, une communauté de mode de vie. Nous sommes capables de tirer d'autres observations des précédents résultats à l'égard de la communauté, ce que nous verrons dans le paragraphe suivant.

En s'attardant un peu plus sur le *core group* de la communauté de pratique, on peut définir ces personnes comme étant celles adoptant le mode de vie zéro déchet de la façon la plus complète possible. Leur existence fait en sorte que les autres membres de la communauté aspirent à leur ressembler, à créer seulement un pot en verre (pot Mason) de déchets par année. Ces personnes idéalisées, ce sont les Bea Johnson de ce monde, qui représentent ce que toute personne zéro déchet devrait vouloir adopter comme mode de vie. Cette vision est exacerbée par les réseaux sociaux. Cependant, à l'exception de Bea Johnson et de certains autres influenceurs, il y a peu de preuves tangibles de l'existence de ces personnes dans la réalité. Est-ce que ces personnes idéalisées existent réellement dans la vie de tous les jours? Et si cet idéal zéro déchet qu'on cherche à atteindre n'est que le fruit de notre imagination et n'est jamais réellement créé par quiconque? En fait, il serait possible que ce *core group*, cet idéal zéro déchet, soit une communauté imaginée comme définie par Anderson (1983). La communauté imaginée est une communauté dont les membres ne connaîtront et ne rencontreront peut-être jamais tous les autres membres. Les membres de la communauté zéro déchet imaginent l'existence de personnes ayant atteint l'idéal zéro déchet, mais n'ont en réalité que la présence d'un faible nombre de personnalités en ligne qui en témoigneraient. Ceci fait alors en sorte que nous serions face à une communauté de pratique réelle, mais une communauté de mode de vie imaginée. Cette communauté serait imaginée de toute pièce grâce aux réseaux sociaux et aux livres écrits sur le sujet. De façon similaire, il est intéressant de faire un parallèle entre le mode de vie zéro déchet et la religion. Anderson (1983) explique que les meilleurs exemples de communauté imaginée sont le nationalisme et la religion. De nombreuses similitudes existent entre le mode de vie zéro déchet et cette dernière. En effet, la personne zéro déchet n'a pas besoin d'avoir de rapport avec la communauté zéro déchet pour avoir un sentiment d'appartenance et pour aborder les pratiques qui ont reliées à celle-ci, tout comme une personne affiliée à une religion, comme le catholicisme, peut tout de même adopter des pratiques et être une personne religieuse sans pour autant retrouver les membres de sa communauté dans une église. L'important est de suivre les pratiques et les idéologies véhiculées par un livre. Dans le cas du catholicisme, on parle évidemment de la Bible. Dans le cas du mode de vie zéro déchet, on parle du livre *Zero Waste Home* de Bea Johnson. Ce n'est pas pour

rien que certaines personnes appellent ce livre « La Bible du zéro déchet » ! Le parallèle devient intéressant lorsqu'on considère les rôles qu'une personne zéro déchet peut adopter. Comme nous l'avons vu dans les résultats, une personne zéro déchet peut être un participant dans sa communauté, mais peut aussi devenir un acteur de changement auprès de personnes ne faisant pas partie de la communauté. De la même façon qu'un missionnaire peut vouloir aller apporter sa religion à d'autres, la personne zéro déchet peut vouloir que d'autres personnes de son entourage adoptent les pratiques et, au final, le mode de vie zéro déchet. C'est ainsi qu'en dressant ce parallèle, nous pouvons parler d'évangélisation lorsque la personne zéro déchet essaie de convertir d'autres personnes vers son mode de vie. Maintenant que ce parallèle est dressé et établi, il est pertinent de parler des tensions, que nous avons abordé dans la section des résultats. De par le monde, des tensions entre les différents groupes religieux existent, à savoir qui détient la vérité absolue. Ces tensions entre différentes communautés ne sont-elles pas des tensions similaires à celles qu'on peut observer entre le mode de vie zéro déchet et les autres personnes de leur entourage adoptant une consommation conventionnelle? Alors que la personne zéro déchet croit détenir la vérité absolue, elle se voit confronter à des gens ne faisant pas partie de sa communauté, n'adoptant pas les mêmes pratiques ni les mêmes croyances qu'elle.

5.2 Implications pratiques

La personne zéro déchet va à l'encontre direct de ce qu'est la société de consommation, comme définit par Matsuyama (2002), alimenté par un désir précis de ne pas être associé à la société de consommation. Son idéal serait de créer une nouvelle société de consommation zéro déchet, et ainsi voir un retour aux sources vers une société non pas axée sur la consommation, mais sur une réponse aux besoins fondamentaux uniquement. Cette société, en plus, aurait pour but précis d'avoir une faible empreinte écologique. On voit alors l'importance de la diffusion du mode de vie : plus cette vision du monde et de la société a de la traction auprès d'une certaine partie de la population, plus les décideurs publics devront déterminer s'ils veulent agir en ce sens ou non.

À travers cette ethnographie, diverses pratiques mettant de l'avant des solutions durables et écologiques ont pu être observées. Des individus dans notre société ont trouvé une solution, il serait nécessaire à s'en inspirer. En comprenant les tensions et les techniques mises en place pour les atténuer, il est possible de réduire les barrières à l'entrée dans le mode de vie zéro déchet. Ce mode de vie répond, comme tout marché, à la loi de l'offre et la demande : plus il y aura de citoyens qui adhèrent au mode de vie, plus il y aura de magasins, de transport, de produits adaptés à celui-ci. En abaissant ces barrières à l'entrée, l'accès au mode de vie en sera facilité pour d'autres qui avaient préalablement de la résistance. Bref, il serait possible de créer un cercle vertueux.

Comme il a été démontré dans l'analyse des résultats, le consommateur zéro déchet ne peut pas être vu comme le reste des consommateurs, puisqu'il n'a fondamentalement pas les mêmes besoins, désirs et habitudes de consommation que les autres. Les tensions observées peuvent être suffisamment importantes à long terme pour qu'il décide d'abandonner le mode de vie. Pour l'encourager, il faut réussir à réduire les tensions. Alors que la société comprend qu'il faut un changement dans le mode de consommation collectif, tous ne sont pas prêts à faire l'effort individuel que les personnes adoptant le mode de vie zéro déchet ont choisi de faire. C'est à ce moment que les décideurs publics peuvent déterminer les actions à entreprendre : il faut non seulement trouver des moyens de réduire les tensions, mais trouver des façons d'encourager les mesures d'atténuation qui sont mises en place. Ceci permettra alors la normalisation du mouvement zéro déchet et son acceptation par l'ensemble de la population.

5.3 Futures recherches

Les limites de cette étude sont principalement dues à l'approche ethnographique choisie. L'immersion dans le quotidien des participants de l'étude et la création de liens avec ceux-ci font en sorte qu'un biais possible se soit immiscé dans les résultats et les conclusions. De même, le faible nombre de participants à l'étude fait en sorte que les résultats sont dépendants de ces personnes. Ces résultats sont donc entièrement basés sur ces personnes et ne seraient pas nécessairement applicables à toute la communauté. Ceci étant dit, il serait pertinent de faire une étude quantitative auprès de la communauté pour

faire suite aux résultats de la présente étude et déterminer la généralité des résultats qui ont été trouvés ici.

De façon similaire, ma décision de concentrer mon étude sur des quartiers très densément peuplés et bien desservis de la région montréalaise (Vieux-Longueuil, Plateau Mont-Royal, Notre-Dame-de-Grâce, Rosemont, Ahuntsic) fait en sorte qu'il y a nécessairement un biais concernant l'accessibilité du mode de vie. En effet, mes participants réussissaient à accomplir la vaste majorité de leurs actions quotidiennes à pied et dans des commerces indépendants à proximité de chez eux. Il est clair que cette réalité ne serait pas reproductible dans des municipalités éloignées des grands centres où l'utilisation de la voiture et la dépendance à une chaîne d'alimentation (Métro, IGA, etc.) sont des réalités du quotidien.

Une autre limite à cette étude est le fait que je n'ai pas eu l'occasion de me pencher sur les tensions qui existent au sein même de la communauté, soit entre les membres de celle-ci. Ceci est probablement dû au fait que je me suis attardée sur le ménage et que, si j'avais voulu pousser pour mieux comprendre les tensions dans la communauté, il aurait fallu que je me concentre sur les réseaux sociaux et les activités au sein même des organisations citoyennes, comme l'Association québécoise zéro déchet. Aussi, les participants à mon étude avaient une façon plutôt passive d'aborder la communauté. Certains m'ont témoigné à quelques reprises que, lorsqu'ils voyaient ou entendaient quelque chose qui ne correspondait pas à leurs pratiques zéro déchet, ils préféraient éviter le sujet ou se désabonner du groupe sur Facebook. Si une étude suivant la mienne devait être faite, il faudrait s'attarder aux organisations facilitant la mise en place du mode de vie zéro déchet.

La présente recherche s'est attardée sur les tensions présentes dans le mode de vie du consommateur zéro déchet et sur les façons qu'il développe pour réussir à y pallier. Ceci implique de nombreuses actions pertinentes que les décideurs publics pourront prendre pour permettre un virage dans la consommation durable. Pour réellement mettre en place ce mode de vie au niveau de la société, il faut cependant sortir du ménage, du niveau micro, et s'intéresser à l'adoption du mode de vie et des pratiques zéro déchet au

niveau méso. Que ce soit dans les écoles, les entreprises, il serait intéressant de déterminer les barrières à l'entrée du mode de vie zéro déchet au niveau des organisations. De façon similaire, on se rend compte que le consommateur zéro déchet est préoccupé par la chaîne de production. Il serait alors intéressant de regarder du côté des fournisseurs les liens que ceux-ci ont avec la communauté zéro déchet mais aussi avec la société de consommation. Finalement, il faudrait s'attarder sur la communauté zéro déchet en tant que telle. La présente étude soulève de nombreuses questions théoriques par rapport à celle-ci. Est-ce qu'une communauté existe simplement parce qu'il faut qu'elle soit capable de se comparer à une autre? Si une masse critique de gens y adhèrent, est-ce que la communauté se consolide, s'effrite ou se divise en sous-communautés? Il serait pertinent d'y répondre au fur et à mesure que le mouvement prend de l'ampleur dans la société.

Chapitre 6 : Conclusion

La problématique de recherche que nous avons posée était la suivante : que se passe-t-il lorsque des consommateurs rejettent la société de consommation et concentrent leur consommation sur les besoins plutôt que sur les désirs?

Nous nous étions fixé trois objectifs de recherche :

1. Comprendre comment les comportements de consommation zéro déchet se gèrent au quotidien des individus, principalement au niveau de l'alimentation et du transport.
2. Étudier la place de la communauté de pratique dans une forme de consommation alternative.

Nous avons réussi à répondre à chacun de ces objectifs au cours de la présente étude.

Ainsi, notre étude a permis de montrer que :

- 1) Les actions du quotidien des consommateurs zéro déchet se concentrent sur la réponse aux besoins plutôt que sur la satisfaction des désirs
- 2) Des tensions émanent dans le quotidien des personnes zéro déchet à cause du rejet de la société de consommation
- 3) L'aide d'une communauté au quotidien est primordiale pour réduire ces tensions

Il est possible de comprendre comment les comportements de consommation zéro déchet se gèrent au quotidien par la mise en priorité des besoins dans chaque décision qui est prise. Les consommateurs zéro déchet choisissent de répondre uniquement à leurs besoins et d'ignorer le plus possible leurs désirs. Alors que le consommateur conventionnel est défini par ce qu'il consomme, et ensuite par ce qu'il ne consomme pas, le consommateur zéro déchet devrait être vu de façon opposée. Il se définit autant par ce qu'il décide de ne pas consommer que par sa consommation, celle qui répond uniquement à ses besoins fondamentaux. Nous avons aussi pu mieux saisir la place de la

communauté de pratique dans une forme de consommation alternative. Elle sert de propulsion vers une autre sorte de communauté, une communauté de mode de vie.

Finalement, le mode de vie zéro déchet est, dans son essence, une façon de vivre qui prend beaucoup de temps, d'effort et de privations par rapport à de nombreux aspects de la vie quotidienne. Cependant, qu'est-ce que les personnes n'ayant ni le temps ni le désir de mettre l'effort peuvent faire afin de devenir zéro déchet? Il est intéressant de spéculer sur une telle situation qui pourrait se produire si la quantité de personnes adoptant le mode de vie zéro déchet augmentait en nombre. On pourrait voir l'apparition d'une nouvelle économie en parallèle, qui serait basée sur la coopération, plus locale qui prônerait les idéaux zéro déchet. Qui sait, avec un nombre significatif de personnes, le mode de vie zéro déchet pourrait réussir à atteindre son idéal et avoir un réel impact environnemental. Les personnes zéro déchet sont tellement plus que zéro déchet. Ce sont des consommateurs biologiques, éthiques, végétarienne/végétarienne, locaux et bien d'autres. Réussir à combiner tout ceci est un travail de chaque instant.

Bibliographie

Aaker, David A. (2014). *Strategic Market Management*, 10e édition, Wiley, 416 p.

Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, Verso, 240 p.

ARPE-Québec (2019). Les Serpuariens électroniques. Les Serpuariens, Récupéré le 15 janvier 2019 de <https://lesserpuariens.com/>

AQZD (2018). L'association québécoise zéro déchet : à propos. Récupéré le 15 novembre 2018 de <http://www.aqzd.ca/a-propos/>

Atkinson, P., Coffey, A., & Delamont, S. (2003). *Key themes in qualitative research: Continuities and changes*. Walnut Creek, AltaMira Press, 232 p.

Balsa-Budai, Nikolett, Marietta Kiss, Bence Kovács et Zoltán Szakály (2019). Attitudes of Voluntary Simplifier University Students in Hungary, *Sustainability*, Vol. 11, Issue 6

Baudrillard, Jean (1970). *La société de consommation : ses mythes et ses structures*, Paris, Gallimard, Folio Essais, 320 p.

Bédard, Daphné (2018). Objectif Zéro déchet. Le Droit. Récupéré le 10 novembre 2018 de <https://www.ledroit.com/le-mag/objectif-zero-dechet-5fa772a5851f405bbe8944199aa86948>

Belk, Russell W., Güliz Ger, et Søren Askegaard (2003). « The Fire of Desire: A Multi-Sited Inquiry into Consumer Passion », *Journal of Consumer Research*, Issue 30, p. 311–325.

Blais, Stéphane (2018). Le Festival Zéro Déchet victime de son succès. La Presse. Récupéré le 17 novembre 2018 de <https://www.lapresse.ca/actualites/grand-montreal/201811/03/01-5202879-le-festival-zero-dechet-victime-de-son-succes.php>

Bowen, G. A. (2008). « Naturalistic inquiry and the saturation concept: a research note », *Qualitative Research*, Vol. 8, No. 1, p. 137-152.

Caillou, Annabelle (2018). Rosemont–La Petite-Patrie veut en finir avec le suremballage. Le Devoir, Récupéré le 17 novembre 2018 de <https://www.ledevoir.com/societe/consommation/536842/un-projet-pilote-zero-dechet-dans-rosemont-la-petite-patrie>

Carrier, James G. (2007) « Ethical Consumption ». *Anthropology Today*, Vol. 23, No. 4, p. 1-2

Carrington, Michael J., Benjamin A. Neville, Gregory J. Whitwell (2010). « Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap Between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers », *Journal of Business Ethics*, 97, 139–158

Conseil européen (2018). Gestion des déchets et recyclage: le Conseil adopte de nouvelles règles. Récupéré le 17 novembre 2018 de <https://www.consilium.europa.eu/fr/press/press-releases/2018/05/22/waste-management-and-recycling-council-adopts-new-rules/>

Cova, Bernard, Robert Kozinets, Avi Shankar (2007). *Consumer tribes*. London : Routledge

Cox, Andrew M. (2005). « What are communities of practice? A comparative review of four seminal works », *Journal of Information Science*, Vol. 31, No. 6, p. 527-540

d'Astous, Alain et Amélie Legendre (2009), « Understanding Consumers' Ethical Justifications: A Scale for Appraising Consumers' Reasons for Not Behaving Ethically» *Journal of Business Ethics*, Vol.87, No. 2, p. 255–268

De La Fontaine, Amélie (2018). *Tendre vers le Zéro Déchet*. La Maison du Développement durable. Récupéré le 17 mai 2018 de <https://lamdd.org/trucdd/tendre-vers-zero-dechet>

DeLeire, Thomas & Kalil, Ariel (2010). « Does consumption buy happiness? Evidence from the United States », *International Review of Economics*, Vol. 57, No. 2, p. 163–176

Eden, Sally (2017). « Blurring the boundaries: Prosumption, circularity and online sustainable consumption through Freecycle », *Journal of Consumer Culture*, Vol. 17, No. 2, p. 265-285

Etzioni, Amitai (2004), « Voluntary simplicity: characterization, select psychological implications and societal consequences », *The Invisible Hand and the Common Good*, Springer, Berlin Heidelberg, pp. 377-405

Festival zéro déchet (2018). Le festival zéro déchet : page d'accueil. Récupéré le 15 novembre 2019 de <https://festivalzerodechet.ca/fr>

Gilovich, Thomas et al. (2015). « A wonderful life: experiential consumption and the pursuit of happiness », *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 25, No. 1, p. 152-165

Gough, Ian (2015). « Climate change and sustainable welfare: the centrality of human needs », *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 39, No. 5, September 2015, p. 1191–1214

Goulding, Christina et al. (2013). « Learning to be tribal: facilitating the formation of consumer tribes », Vol. 47 No. 5/6, p.813-832

Grabs, Janina, Nina Langen, Gesa Maschkowski, Niko Schöpke (2016). «Understanding role models for change: a multilevel analysis of success factors of grassroots initiatives for sustainable consumption », *Journal of Cleaner Production*, Vol. 134 Partie A, p. 98-111

Gummerus, Johanna, Veronica Liljander, Reija Sihlman (2015). « Do Ethical Social Media Communities Pay Off? An Exploratory Study of the Ability of Facebook Ethical Communities to Strengthen Consumers' Ethical Consumption Behavior », *Journal of Business Ethics*, 144, 449-465

Hammarberg, K., M. Kirkman and S. d. Lacey (2016). « Qualitative research methods: when to use them and how to judge them », *Human Reproduction*, Vol. 31, No. 3, p. 498-501.

Hult, Tomas M. (2011). « Market-focused sustainability: market orientation plus! », *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 39, No. 1, p. 1-6

Higgins, E. Tory (1987). « Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect », *Psychology Review*, Vol. 94, No. 3, p. 319-340

Hsee, Christopher K. et al (2009). « Wealth, Warmth, and Well-Being: Whether Happiness is Relative or Absolute Depends on Whether it is about Money, Acquisition, or Consumption », *Journal of Marketing Research*, Vol. 46, No. 3, p. 396-409

Huynh, Mai Thi Xuan, Svein Ottar Olsen (2015). « Personality, Personal Values, and Consumer Participation in Self-Production: The Case of Home Meal Preparation », *Psychology & Marketing*, Vol. 32, p. 709-724

Johnson, B. (2013). *Zero Waste Home: The Ultimate Guide to Simplifying Your Life by Reducing Your Waste*. Scribner (Simon & Schuster), New York, NY, 304 p.

Juneau, Martin (2017). Manger moins de viande pour préserver la planète, Observatoire de la prévention de l'Institut de cardiologie de Montréal. Récupéré le 17 janvier 2019 de <http://observatoireprevention.org/2017/07/11/manger-de-viande-preserver-planete/>

Katona, George (1964). *The Mass Consumption Society*. New York: McGraw-Hill, 343 p.

Kimble, Chris, Paul Hildreth, (2005). « Dualities, distributed communities of practice and knowledge management », *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9, No. 4, p.102-113

Kosnik, Elisabeth (2018). « Production for consumption: Prosumer, citizen-consumer, and ethical consumption in a postgrowth context », *Economic Anthropology*, Vol. 5, p. 123–134

Kraisornsuthasinee, Suthisak, Fredric William Swierczek (2018). « Beyond consumption: the promising contribution of voluntary simplicity », *Social Responsibility Journal*, Vol. 14, No. 1, p. 80-95

Laird Landon Jr., E. (1974). « Self-Concept, Ideal Self Concept, and Consumer Purchase Intentions », *Journal of Consumer Research*, Vol. 1, No. 2, p. 44-51

Lee, Hyemi (2019). Understanding Ethical Consumers Through Person/Thing Orientation Approach, *Journal of Business Ethics*, Issue 158, p. 637-658

Leonard-Barton, Dorothy (1981). « Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation », *Journal of Consumer Research*, Vol. 8

Malär, Lucia, Harley Krohmer, Wayne D. Hoyer, Bettina Nyffenegger (2011). «Emotional Brand Attachment and Brand Personality: The Relative Importance of the Actual and the Ideal Self », *Journal of Marketing*, Vol. 75, No. 4, p. 35-52.

Marcoux, Jean-Sébastien (2017). « Souvenirs to forget », *Journal of Consumer Research*, Vol.43, No. 6, p. 950–969

Mason, I. G., A. K. Brooking, A. Oberender, J. M. Harford and P. G. Horsley (2003). «Implementation of a zero-waste program at a university campus », *Resources, Conservation and Recycling*, Vol. 38, No.4, p. 257-269.

Marsolais, Michel (2018). Le mouvement « zéro déchet » gagne les épiceries. Radio-Canada, Récupéré le 5 septembre 2018 de <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/801083/zero-dechet-epicerie-emballage-pollution-plastique-sans>

Matsuyama, Kiminori (2002). « The Rise of Mass Consumption Societies », *Journal of Political Economy*, Vol. 110, No. 5, p. 1035-1070

McMillan, David W. (1996). « Sense of community », *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 24, No. 4, p. 315-325

Medlen, Craig (2008). Galbraith's Preference Mappings: Needs and Wants Evidence from the 2005 Consumer Budget Study, *Journal of Economic Issues*, Vol. 42, No. 3, p. 853-862

Morris, Alan. (2015). *A Practical Introduction to In-Depth Interviewing*. Sage Publications, 160 p.

Muniz, Albert & O'Guinn, Thomas (2001). « Brand Community », *Journal of Consumer Research*, Vol. 27, Vol. 4, p. 412-432

O'Neill, John. (2011). *The Overshadowing of Needs In Sustainable Development*, Edited by Felix Rauschmayer, Ines Omann, and Johannes Frühmann, 25–43. London: Routledge

Pan, Yonggang, Yunjie Xu, Xiaolun Wang, Chenghong Zhang, Hong Ling, Jie Lin (2015). « Integrating social networking support for dyadic knowledge exchange: A study in a virtual community of practice », *Information & Management*, Vol. 52, No. 1, p. 61–70

Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 169-186

Pearce, David W. (1983). *The Dictionary of Modern Economics*, D.W. Pearce Editions, London : UK, 481 p.

Peñaloza, Lisa & Cayla, Julien (2006). *Writing pictures and taking fieldnotes: towards a more visual and material ethnographic consumer research*, *Handbook of qualitative research methods in marketing*, 608 p.

Pichon, J., B. Moret (2016). *Famille zéro déchet, Ze guide*. Éditions Babelio, Paris, 256 p.

Radio-Canada (2018). Page de recherche Zéro Déchet. Récupéré le 15 novembre 2018 de <https://ici.radio-canada.ca/recherche?page=2&q=z%C3%A9ro%20d%C3%A9chet&sort=-relevance>

Raiklin, Ernest & Uyar, Bülent (1996). « On the relativity of the concepts of needs, wants, scarcity and opportunity cost », *International Journal of Social Economics*, Vol. 23, No. 7, p.49-56

Shaw, Deirdre, Caroline Moraes (2009). « Voluntary simplicity: an exploration of market interactions », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 33, p. 215–223

Smith, Joanne R. (2008). « The Attitude–Behavior Relationship in Consumer Conduct: The Role of Norms, Past Behavior, and Self-Identity », *The Journal of Social Psychology*, Vol. 148, No. 3, p. 311–333

Sobel, Michael E. (1981). *Lifestyle and Social Structure*. Academic Press Inc. London. 227 p.

Spiggle, S. (1994). « Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research », *Journal of Consumer Research*, Vol. 21, No. 3, p. 491-503.

Sridharan, S., S. Venugopal, R. Ritchie and K. Jung (2012). « Marketing Interactions in Subsistence Marketplaces: A Bottom-Up Approach to Designing Public Policy », *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 31, No. 2, p. 159-177.

Statista (2018). U.S. adults who have heard of the zero-waste movement 2017, Récupéré le 15 novembre 2018 de <https://www.statista.com/statistics/700570/americans-who-have-heard-about-the-zero-waste-movement-united-states/>

Statistiques Canada (2016). Mesure du panier de consommation. Récupéré le 6 juillet 2019 de <https://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/ref/dict/pop165-fra.cfm>

Ville de Montréal (2018). Défi zéro déchet. Récupéré le 15 janvier 2019 de http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=7357,143090887&_dad=portal&_schema=PORTAL

Ville de Montréal (2018). Résidus alimentaires et compostage. Récupéré le 15 janvier 2019 de http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=7317,142411922&_dad=portal&_schema=PORTAL

Waste 360 (2019). Waste 360. Récupéré le 18 mai 2018 de <https://www.waste360.com/>

Wenger, Étienne (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press, 336 p.

Wenger, Étienne, Richard McDermott & William M Snyder (2002). *Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge*. Boston, MA, Harvard Business School Press, 304 p.

Wenger-Trayner, Étienne & Beverly (2015). « Introduction to communities of practice: A brief overview of the concept and its uses », Accès en ligne : [http://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/]

Wille, Lien, Greet Van Hoyer, Bert Weijters (2018). « To Be Yourself or to Be Your Ideal Self? Outcomes of Potential Applicants' Actual and Ideal Self-Congruity Perceptions », *Journal of Personnel Psychology*, Vol. 17, No. 3, p. 107–119

Zaman, Al Uq (2014). « A comprehensive review of the development of zero waste management: lessons learned and guidelines », *Journal of Cleaner Production*, Vol. 91, p. 12-25

Zaman, A. U. and S. Lehmann (2011). « Urban growth and waste management optimization towards 'zero waste city' », *City, Culture and Society*, Vol. 2, No. 4, p. 177-187.

Zero Waste Canada (2018). Zero Waste Canada: Because There is No Planet B. Récupéré le 18 mai 2018 de <https://zerowastecanada.ca/>

Zero Waste International Alliance (ZWIA), (2015). *Community Recognition*. Récupéré le 18 mai 2018 de <http://zwia.org/community-recognition/>

Zero Waste Switzerland (2018). La demarche zero waste. Récupéré le 15 mai 2018 de <https://zerowasteswitzerland.ch/mission/lademarchezero Waste/>

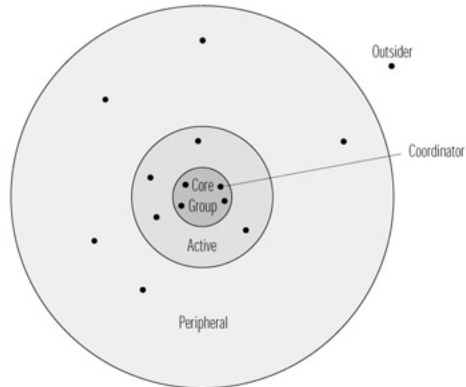
Annexes

Annexe I : Figure relatives à la revue de la littérature

Figure 1: indicateurs de la communauté de pratique de Wenger

- 1) sustained mutual relationships – harmonious or conflictual
 - 2) shared ways of engaging in doing things together
 - 3) the rapid flow of information and propagation of innovation
 - 4) absence of introductory preambles, as if conversations and interactions were merely the continuation of an ongoing process
 - 5) very quick setup of a problem to be discussed
 - 6) substantial overlap in participants' descriptions of who belongs
 - 7) knowing what others know, what they can do, and how they can contribute to an enterprise
 - 8) mutually defining identities
 - 9) the ability to assess the appropriateness of actions and products
 - 10) specific tools, representations, and other artefacts
 - 11) local lore, shared stories, inside jokes, knowing laughter
 - 12) jargon and shortcuts to communication as well as the ease of producing new ones
 - 13) certain styles recognised as displaying membership
 - 14) a shared discourse reflecting a certain perspective on the world.
- Extracted from Wenger 1998: 125-6

Figure 2: degrés de participation dans une communauté



Annexe II : Liste des groupes zéro déchet utilisés pour la recherche

Zéro déchet Montréal : <https://www.facebook.com/groups/zerodechetmontreal/>

Description: Ce groupe fut créé pour les Montréalais (mais tout le monde est le bienvenu!) qui souhaitent réduire leurs déchets, qui ont envie de partager leur expérience et qui veulent poser leurs questions sans gêne. Une ouverture d'esprit est souhaitée de la part des membres, qu'ils soient pour un mode de vie zéro déchet « total » ou non.

Journey to Zero-Waste : <https://www.facebook.com/groups/journeytozerowaste>

Description: This group is for people that are trying to reduce the amount of waste they produce. Each person is on their own journey, so please refrain from judging others that are at a different stage.

Journey to Zero Waste Canada: <https://www.facebook.com/groups/1870582559884525>

Description: This group is oriented towards going zero waste, reducing waste, minimalism and supporting one another on that journey.

Zero Waste Travel : <https://www.facebook.com/groups/ecoconsciustraveller.org>

Description: This is an open group for travellers to come to together and find solutions through active discussions and sharing on how to travel in a way that makes minimum impact on the environment.

As-tu ça toi ? Montréal : <https://www.facebook.com/groups/as.tu.ca.toi/>

Description: La communauté d'As-tu ça toi ? se veut un lieu de partage où l'on peut donner et/ou recevoir ces objets qui vieux pour l'un deviendront neufs pour l'autre.

ZD Mtl - Échange d'objets zéro déchet : <https://www.facebook.com/groups/249382435593503>

Description: Ce groupe est un groupe affilié au groupe Facebook Zéro Déchet Montréal et permet l'échange de biens en lien DIRECT avec le zéro déchet et n'ayant pas déjà une tribune auprès d'autres ressources. Nous privilégions les objets faits à la main et les matériaux/emballages à des fins de réutilisation, mais nous acceptons aussi l'échange d'objets du commerce sous certaines conditions.

Zéro Gaspillage - Montréal (groupe d'inspiration zéro déchet)
<https://www.facebook.com/groups/zerogaspillage>

Description:

Ce groupe d'inspiration zéro déchet se veut un endroit pour échanger des solutions pour réduire nos déchets et notre impact écologique. Que ce soit pour chercher des remplacements pour des commodités jetables, des alternatives écologiques à des produits d'utilisation quotidienne, des endroits où nous pouvons faire des achats avec nos propres contenants ou des idées pour utiliser les restants de nourriture et réutiliser les emballages, le but de ce groupe est de partager des idées dans le respect.

Annexe III : Guide d'entrevue

Thème 1 : Présentation du ménage

1. Pouvez-vous me parler de vous en quelques mots ? Quelle est votre occupation, avec qui vivez-vous ? Est-ce que vous êtes locataires ou propriétaires ? Depuis combien de temps vivez-vous ici ?
2. Est-ce que vous travaillez ? Qu'est-ce que vous faites ?
3. Est-ce que vous avez des passe-temps, des activités que vous faites souvent ? Qu'est-ce que vous faites dans vos temps libres ?
4. Du côté de votre parcours scolaire, en quoi avez-vous étudié ? Pourquoi avez-vous choisi ce domaine ? Quel est le dernier diplôme que vous avez eu ?
5. Pouvez-vous me décrire une journée typique dans votre ménage ?

Thème 2 : Dynamique du ménage

6. Comment fonctionne la prise de décision lorsqu'un achat doit être fait?
 - a. (Si dans la discussion) : allez-vous au restaurant?
7. Qui s'occupe principalement des tâches dans la maison?
 - a. Pourquoi?
 - b. Est-ce que ça a toujours été ainsi?
8. Est-ce que tous les membres du ménage adoptent le mode de vie zéro déchet?
 - a. Si tous adoptent le mode de vie :
 - i. Qui a eu l'idée en premier?
 - ii. Comment est-ce que les autres membres ont décidé de suivre?
 - b. Si seulement certains membres adoptent le mode de vie :
 - i. Comment est-ce que vous fonctionnez quant aux achats?
 - ii. Est-ce que cette différence complique les décisions?

Thème 3 : Explication du mode de vie zéro déchet

9. Quand on dit «mode de vie zéro déchet», pour vous, qu'est-ce que ça signifie?
 - a. C'est quoi un déchet pour vous?
10. Depuis combien de temps adoptez-vous le mode de vie zéro déchet?
 - a. Où diriez-vous que vous êtes rendus dans votre cheminement zéro déchet?
11. Comment avez-vous entendu parler de ce mode de vie pour la première fois?
12. Qu'est-ce qui vous a décidé à adopter le mode de vie (origine de la décision)?
 - a. Expliquez-moi le processus jusqu'à maintenant par lequel vous avez passé

Thème 4 : Perception de leur consommation et habitudes

13. Prenons la dernière fois où vous avez fait des achats, comment est-ce que la consommation zéro déchet s'inscrit dans vos actions?
 - a. Où avez-vous fait vos courses?

- b. Qu'est-ce qui a guidé vos décisions d'achat? (Prix, marque, provenance...)
 - c. Est-ce que vous planifiez vos achats en avance? Pourquoi?
 - d. Au moment de faire les achats, comment vous y prenez-vous en termes de transport et d'organisation?
14. Selon vous, quelle est la différence majeure entre une consommation zéro déchet et la consommation conventionnelle, outre le but ultime de ne pas créer de déchets?
15. Comment vous sentez-vous par rapport à la consommation conventionnelle?
16. Y a-t-il un élément de votre mode de vie actuel qui n'est pas zéro déchet et que vous n'êtes pas capables de modifier? Pourquoi?
17. Si vous aviez à réfléchir à un idéal zéro déchet pour vous, en quoi consisterait-il?
- a. Pouvez-vous me donner des détails?

Thème 5 : Influence d'autrui

18. Connaissez-vous d'autres gens qui ont adopté le mode de consommation zéro déchet?
- a. Est-ce que leur présence a influencé votre décision d'adopter le mode de vie?
 - b. Est-ce que vous en parlez à votre entourage? Pourquoi? Pourquoi pas?
 - c. Quels sont les commentaires que les gens font le plus souvent?
19. Où allez-vous chercher vos informations quant au mode de vie zéro déchet?
- a. Participez-vous à des groupes en ligne? Pourquoi?

Thème 6 : Perception de l'expérience

20. Avez-vous des objectifs par rapport au mode de vie zéro déchet que vous voulez vous donner pour le prochain mois?
21. Y a-t-il des éléments par rapport à votre mode de vie que vous voudriez que je sache avant le début de l'étude? Par exemple, contraintes physiques, condition médicale, etc.
22. Avant de terminer, est-ce qu'il y a des éléments, des sujets que nous n'avons pas couverts dont vous voudriez discuter ?

Annexe IV : Grille d'observation

Information générales
Nom du ménage : Membres présents : Heure du début : Date :
Évaluation de l'activité
Lieu : Moment de la journée : Attitudes des personnes (émotions, humeur) : Possibilité de : poubelle recyclage compost Description du lieu :
Zéro déchet
Principales actions zéro déchet Actions à l'encontre du mode de vie zéro déchet Difficultés rencontrées Sous-point : solutions trouvées Rapport entre les membres face au zéro déchet Qui prend les décisions? Pour vous, quelles sont les difficultés rencontrées? Comment auriez-vous pu l'éviter? Comment vous sentez-vous après l'activité?