

**HEC MONTRÉAL**

**La consommation durable durant la transition à la parentalité : une  
application et extension de la théorie du comportement planifié**

**par**

**Marie-Maude Lalonde**

**Bruno Lussier**

**HEC Montréal**

**Directeur de recherche**

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

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

Décembre 2021

© Marie-Maude Lalonde, 2021

## Sommaire

Ce mémoire vise à étudier le processus de formation de l'intention et d'adoption de gestes écologiques afin de pouvoir encourager des groupes de la population à consommer durablement, spécifiquement le groupe des nouveaux parents.

En se basant sur la théorie du comportement planifié [TCP], quatre hypothèses ont pu être testées auprès de 140 femmes grâce à une collecte de données à deux points d'observation lors de la transition à la parentalité. Cette recherche a enrichi la TCP en confirmant l'utilisation du modèle dans un contexte instable de transition. De plus, l'étude a permis d'identifier les mécanismes déterminants de la consommation durable, précisément du comportement de l'utilisation des couches lavables. Les résultats confirment la présence de médiations dans le modèle, plus spécifiquement la relation entre le souci environnemental et l'intention, ainsi que la relation entre la norme subjective et l'intention sont médiées par le contrôle comportemental perçu et l'attitude de façon parallèle.

Enfin, les contributions pratiques de cette étude soulignent des initiatives que des organismes, des mouvements et des entreprises écologiques peuvent mettre en place afin d'encourager l'utilisation des couches lavables auprès des nouveaux parents et cibler les clients potentiels des couches lavables.

**Mots clés :** Transition à la parentalité; contexte instable; consommation durable; couche lavable; théorie du comportement planifié; marketing vert

# Table des matières

<b>Sommaire</b> .....	<b>ii</b>
<b>Table des matières</b> .....	<b>iii</b>
<b>Liste des tableaux et des figures</b> .....	<b>vi</b>
<b>Remerciements</b> .....	<b>vii</b>
<b>Introduction générale</b> .....	<b>1</b>
<b>Chapitre 1 : Revue de la littérature</b> .....	<b>4</b>
Introduction.....	4
1. La transition à la parentalité.....	4
1.1 L’instabilité du bien-être.....	5
1.2 Une période propice aux changements : un contexte instable .....	6
2. La consommation durable.....	7
2.1 Les facteurs influençant la consommation durable.....	9
2.2 La consommation durable durant la transition à la parentalité .....	10
3. Théorie du comportement planifié.....	11
3.1 Le contrôle comportemental .....	13
3.2 L’attitude.....	15
3.3 La norme subjective .....	16
3.4 L’intention.....	17
3.5 Le comportement .....	18
4. Le comportement à l’étude : l’utilisation des couches lavables .....	19
5. Le souci environnemental .....	21
Conclusion .....	23
<b>Chapitre 2 : Le cadre conceptuel</b> .....	<b>25</b>
Introduction.....	25
1. La problématique et les objectifs de la recherche .....	26
1.1 La problématique de la recherche .....	26
1.2 Les objectifs de la recherche .....	27
2. Le modèle conceptuel et les hypothèses de la recherche .....	29
2.1 Le modèle conceptuel de la recherche .....	30

2.2 Les hypothèses de la recherche.....	32
2.3 La synthèse des hypothèses de la recherche .....	38
3. Les variables de contrôle .....	38
3.1 L'âge .....	39
3.2 L'éducation .....	39
3.3 Le revenu .....	40
3.4 Le nombre d'enfants .....	40
Conclusion .....	41
<b>Chapitre 3 : La méthodologie de la recherche .....</b>	<b>42</b>
Introduction.....	42
1. La présentation de la méthode .....	42
1.1 Le type de collecte de données .....	42
1.2 Le choix de la population étudiée et le terrain d'enquête .....	44
1.3 Le questionnaire.....	46
1.4 Le prétest du questionnaire .....	48
1.5 La méthode d'administration du questionnaire.....	49
1.6 La méthode de modélisation par les équations structurelles.....	51
2. Le choix des instruments de mesure .....	53
Conclusion .....	59
<b>Chapitre 4 : Les résultats .....</b>	<b>60</b>
Introduction.....	60
1. Les analyses préliminaires .....	60
1.1 La qualité des données .....	61
1.2 La qualité des instruments de mesure .....	64
2. Le test du modèle et des hypothèses de la recherche.....	71
2.1 Les effets médiateurs des variables indépendantes de la TCP entre le souci environnemental et l'intention .....	76
2.2 Les effets médiateurs de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la norme subjective et l'intention.....	78
2.3 L'effet direct de l'intention sur le comportement.....	79
2.4 L'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement .....	80
2.5 Les effets des variables de contrôle .....	80
Conclusion .....	80

<b>Chapitre 5 : La discussion, les contributions, les limites et les perspectives de recherche ...</b>	<b>82</b>
Introduction.....	82
1. La discussion.....	82
2. Les contributions de la recherche .....	85
2.1 Les contributions théoriques .....	86
2.2 Les contributions pratiques .....	90
3. Les limites de la recherche et les perspectives de recherches futures.....	94
Conclusion .....	97
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>99</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>101</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>i</b>
Annexe 1 : Le questionnaire du temps 1 .....	i
Annexe 2 : Le questionnaire du temps 2.....	xv
Annexe 3 : Les données sociodémographiques sur l'échantillon .....	xxiii
Annexe 4 : Le test <i>MCAR</i> .....	xxv
Annexe 5: L'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure complet (n=140) .....	xxvi
Annexe 6 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure du temps 1 (n=180) (Méthode Bootstrap) .....	xxvii
Annexe 7 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle global du temps 1 (n=180) (Méthode Bootstrap).....	xxviii
Annexe 8 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle global du temps 1 et 2 (n=140) (Méthode Bootstrap) .....	xxix
Annexe 9 : La variance expliquée.....	xxx

## Liste des tableaux et des figures

Tableau 1: Sommaire des hypothèses de la recherche.....	38
Tableau 2: Sections du premier questionnaire.....	47
Tableau 3: Sections du second questionnaire.....	48
Tableau 4: L'échelle du souci environnemental.....	54
Tableau 5: L'échelle de l'attitude.....	54
Tableau 6: L'échelle de la norme subjective.....	55
Tableau 7: L'échelle du contrôle comportemental perçu et réel.....	56
Tableau 8: L'échelle de l'intention.....	57
Tableau 9: L'échelle du comportement.....	57
Tableau 10: Les indices d'ajustement de l'AFC.....	66
Tableau 11: La fidélité des instruments de mesure.....	67
Tableau 12: Les corrélations entre les items du modèle et l'analyse de l'AVE.....	69
Tableau 13: La validité discriminante avec la méthode HTMT.....	70
Tableau 14: La validité discriminante avec le critère de Fornell-Larcker.....	71
Tableau 15: Les effets de la première partie du modèle (la méthode Bootstrap).....	73
Tableau 16: Les effets du modèle complet (la méthode Bootstrap).....	74
Tableau 17: les effets direct, indirects et total du souci environnemental sur l'intention.....	77
Tableau 18: les effets direct, indirects et total de la norme subjective sur l'intention.....	78
Figure 1: Modèle de la théorie du comportement planifié.....	13
Figure 2: Le modèle conceptuel.....	30
Figure 3: Première partie du modèle global (n = 180 répondantes).....	75
Figure 4: Modèle global complet (n = 140 répondantes).....	75

## Remerciements

Le mémoire représentait pour moi le fruit de mon parcours scolaire, l'ultime projet d'apprentissage afin de clore ses années de travail sur les bancs d'école. Commencer un projet de recherche de cette ampleur est impressionnant. J'ai eu la chance d'avoir un directeur de mémoire exceptionnel qui m'a accompagnée tout au long du processus, Bruno Lussier. Il m'a fait confiance dès la première rencontre en acceptant de me supporter dans un mémoire qui sortait de ses sujets typiques de supervision et a été présent pour me conseiller tout au long de sa réalisation. Je le remercie de m'avoir accordé son temps, sa confiance et de toujours avoir été présent pour me prodiguer de précieux conseils.

Je suis également reconnaissante du soutien éternel de ma famille qui m'a encouragée tout au long de mon parcours scolaire. Un merci spécial à ma grande sœur, Laurence, qui a accepté de faire la première lecture de ce mémoire et me conseiller. Tes précieux commentaires ont bonifié cet ouvrage. Je remercie mon amoureux, Justin, d'avoir été présent pour fêter mes petites victoires et m'encourager dans les moments plus difficiles de la réalisation de mon mémoire.

Un énorme merci à Marine Savard, une amie brillante sur qui j'ai pu compter pour réviser mon travail.

Finalement, j'aimerais remercier tous ceux et celles qui m'ont aidée lors de ma collecte de données, soit en partageant mon enquête ou en m'encourageant dans ce gros projet. La population étudiée dans cette recherche était très précise, ce qui rendait ma collecte de données plus complexe. Votre aide a réellement fait toute la différence afin de pouvoir compléter le projet qui m'inspirait.



## Introduction générale

Depuis plus de vingt ans, de nombreux problèmes environnementaux ont été identifiés, tels que le réchauffement planétaire, la pollution de l'air et de l'eau et la réduction de la biodiversité, mettant à risque l'environnement et la vie humaine (World Meteorological Organization, 2020). De 2010 à 2019, une augmentation de 9% des catastrophes associées avec des événements climatiques et hydrauliques a été soulevée par rapport à la décennie précédente et une augmentation de 14% avec la décennie de 1991 à 2000 (World Meteorological Organization, 2020). Une cause majeure de ses problèmes environnementaux mondiaux est la surconsommation des ressources naturelles (Nations Unies, 2020b), c'est-à-dire la consommation non durable. En effet, les Nations Unies affirment que « la consommation et la production stimulent l'économie, mais menacent les écosystèmes de la planète en raison de l'utilisation non durable des ressources naturelles. L'empreinte matérielle mondiale augmente plus rapidement que la croissance démographique et la production économique » (Nations Unies, 2020b, page 50). On estime que si la population mondiale atteint 9.6 milliards de personnes d'ici 2050, trois planètes seront nécessaires pour subvenir aux besoins de ressources naturelles que requiert le mode de vie actuel de la population (Nations Unies, 2020a). Par conséquent, les Nations Unies (2020a) soutiennent que la consommation durable est une solution vers le développement durable, soit un mode de vie qui fait la promotion de la prospérité tout en protégeant la planète. Il est donc primordial de se pencher sur ce mode de consommation afin d'empêcher et atténuer les changements climatiques actuels.

La consommation durable est définie comme les « actions qui entraînent une diminution des impacts environnementaux négatifs ainsi qu'une diminution de l'utilisation des ressources naturelles tout au long du cycle de vie du produit, du comportement ou du service » (White, Habib et Hardisty, traduction libre, 2019, page 24)<sup>1</sup>. Cependant, ce mode de vie écoresponsable n'est pas adopté par tous, puisque plusieurs freins gênent toujours les consommateurs (Bray, Johns et Kilburn, 2011; Carrington, Neville et Whitwell, 2010). Il est alors essentiel de comprendre le

---

<sup>1</sup> Traduction libre de l'anglais: « actions that result in decreases in adverse environmental impacts as well as decreased utilization of natural resources across the lifecycle of the product, behavior, or service. »

processus de formation de l'intention et d'adoption de comportements durables afin de les encourager auprès de différents groupes de la population.

À cet effet, les nouveaux parents sont une cible très intéressante, car les parents représentent une importante proportion de la population, soit 48,3% des couples québécois ont au moins un enfant (Statistique Canada, 2016) et ces individus pourront transmettre les valeurs écologiques aux futures générations. Ensuite, selon la littérature, les nouveaux parents seraient plus susceptibles à adopter de nouvelles habitudes lors de l'arrivée d'un enfant (Verplanken et Wood, 2006). De surcroît, ils seraient plus enclins à agir écologiquement en raison de l'effet parental qui incite à prendre conscience et réfléchir à l'impact des gestes à long terme (Dresner, McGeevor et Tomei, 2007).

Toutefois, plusieurs études semblent indiquer qu'en pratique, la préoccupation environnementale et l'achat de produits verts ne semblent pas augmenter avec l'arrivée d'un enfant (Knibb Jana et Taylor, 2017; Migheli, 2020; Gregory O Thomas *et al.*, 2018). De ce fait, il s'avère essentiel de comprendre le processus de formation de l'intention des nouveaux parents à consommer durablement afin d'offrir des recommandations aux organismes et entreprises qui désirent encourager les comportements verts auprès de ce groupe.

Pour mieux comprendre la consommation durable des nouveaux parents, la théorie du comportement planifié offre un modèle qui permet de prédire la performance d'un comportement et ainsi comprendre les facteurs qui incitent à le performer (Ajzen, 1991). Cette théorie a été utilisée à maintes reprises dans le domaine du marketing vert afin de mieux comprendre la formation de l'intention de performer certains gestes écologiques (Chan, 2001; Emekci, 2019; Mostafa, 2007). Toutefois, le modèle théorique a seulement prouvé son efficacité dans des contextes stables. L'arrivée d'un enfant représente une transition importante qui impacte le bien-être (Dyrdal et Lucas, 2013; Ramchandani *et al.*, 2005; Specht, Egloff et Schmukle, 2011) et les occupations des parents (Horne, Corr et Earle, 2005). De ce fait, la transition à la parentalité peut être considérée comme un contexte de vie instable. Néanmoins, le modèle théorique du comportement planifié sera utilisé dans ce mémoire puisqu'il a fait ses preuves dans de nombreuses études sur la consommation durable (Tae-Im Han et Stoel, 2017), et son efficacité dans des contextes instables pourra être étudiée.

Enfin, cette étude se concentrera sur la consommation durable durant la transition à la parentalité. L'objectif de ce mémoire est alors d'affiner la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991),

plus spécifiquement, nous désirons identifier les mécanismes déterminants de la consommation durable et valider l'utilisation du modèle dans un contexte instable de transition.

Afin de répondre à notre objectif, une méthodologie quantitative sera utilisée grâce à une collecte de données avec deux points d'observation dans le temps, soit avant et après l'arrivée de l'enfant afin de capturer l'essence de la transition à la parentalité.

Le premier chapitre présentera la revue de la littérature des concepts clés et les fondements théoriques de ce mémoire. Par la suite, le cadre conceptuel sera introduit dans le second chapitre en présentant le modèle conceptuel et les hypothèses de la recherche. Le troisième chapitre explorera la méthodologie employée afin de parvenir aux fins de cette recherche. Le chapitre suivant présentera les résultats de cette étude. Pour finir, le dernier chapitre offrira un résumé des résultats, en plus de dévoiler les contributions théoriques et pratiques, les limites de cette étude et les avenues de recherches futures.

# Chapitre 1 : Revue de la littérature

## Introduction

Dans ce premier chapitre, les concepts étudiés dans ce mémoire seront introduits en présentant les recherches pertinentes rejoignant le sujet de ce travail. L'objectif de la revue de la littérature est de situer les concepts théoriques appuyant cette recherche. Quatre thèmes importants seront abordés, soit la transition à la parentalité, la consommation durable, la théorie du comportement planifié et le souci environnemental.

Tout d'abord, la transition à la parentalité sera présentée en abordant l'impact de cette transition sur le bien-être des parents et la propension aux changements durant cette période afin de comprendre l'instabilité qu'amène un nouveau-né chez un couple. Par la suite, la consommation durable sera définie. Plus spécifiquement, les facteurs motivationnels derrière celle-ci seront mentionnés, ainsi que la relation entre la consommation durable et la transition à la parentalité sera explorée. Puis, l'origine de la théorie du comportement planifié (*theory of planned behavior* en anglais) sera divulguée en présentant les construits de cette théorie : le contrôle comportemental, l'attitude, la norme subjective, l'intention et le comportement. Ensuite, le comportement qui sera à l'étude dans ce mémoire sera introduit en justifiant le choix. En dernier lieu, le concept de souci environnemental sera exploré en démontrant son importance dans les recherches sur la consommation durable.

## 1. La transition à la parentalité

La transition à la parentalité est considérée comme un événement de vie majeur (Pinquart et Teubert, 2010) et une des transitions de rôle les plus importantes dans une vie (Clausen, 1986; Feeney *et al.*, 2001). Elle se déroule sur une période allant de la grossesse de la femme jusqu'à quelques mois après la naissance de l'enfant (Gameiro, Moura-Ramos et Canavarro, 2009). Plusieurs recherches soulignent que cette grande transition a le potentiel de perturber considérablement la vie des nouveaux parents et leurs relations (Belsky et Pensky, 1988; Cowan et Cowan, 1992; Feeney *et al.*, 2001). Pour certains parents, cette transition peut être une période de

crise et d'ajustement difficile (Gameiro, Moura-Ramos et Canavarro, 2009; Rossi, 1968) et pour d'autres, une période de croissance personnelle (Delmore-Ko *et al.*, 2000).

### **1.1 L'instabilité du bien-être**

De nombreux chercheurs se sont intéressés à l'impact de cette transition sur le bien-être des parents (Brandel, Melchiorri et Ruini, 2018; Goldberg et Perry-Jenkins, 2004; Knoester et Eggebeen, 2006). Par exemple, certaines études prouvent que cette transition a un impact positif sur la satisfaction de vie (Dyrdal et Lucas, 2013). Cependant, elle est également associée à un déclin de l'estime de soi (Bleidorn *et al.*, 2016) et de la stabilité émotionnelle (Specht, Egloff et Schmukle, 2011), ainsi qu'une augmentation du stress (Condon, Boyce et Corkindale, 2004) et de la dépression (Ramchandani *et al.*, 2005) chez les nouveaux parents. Bref, la première année de parentalité est caractérisée d'une part, par la satisfaction et le développement du sentiment de confiance envers le nouveau rôle de parent et d'une autre part, par l'épuisement, les tensions dans le couple et le stress créé par la volonté d'être à la hauteur des nouvelles exigences de ce rôle (Nyström et Ohrling, 2004).

L'importance de la santé mentale des parents n'est pas à négliger puisque celle-ci a un effet direct sur le développement de l'enfant. La dépression, vécue chez les parents, a un effet néfaste sur le développement émotionnel et comportemental, ainsi que le bien-être physique de l'enfant (Downey et Coyne, 1990; Goodman *et al.*, 1993; Ramchandani *et al.*, 2005). En effet, un parent qui vit des symptômes dépressifs répondrait moins bien aux besoins de son enfant qu'un parent qui n'a pas de symptôme (Goodman *et al.*, 1993; Rahman *et al.*, 2004). De surcroît, la sécurité de l'attachement de l'enfant est significativement associée au soutien social maternel, à la satisfaction conjugale, au stress et à la dépression vécus par les parents (Atkinson *et al.*, 2000).

Finalement, la littérature démontre que deux éléments essentiels pour le bien-être des nouveaux parents sont la congruence des rôles parentaux (Cowan et Cowan, 1988; Dyrdal et Lucas, 2013; Shirley Feldman, Nash et Aschenbrenner, 1983) et la vérification de l'identité dans le rôle de parent (Cast, 2004). La congruence des rôles parentaux fait référence à l'accord sur la répartition des rôles respectifs dans la famille entre les deux parents (Cast, 2004). Ainsi, le niveau d'accord serait en lien direct avec le niveau de détresse et le bien-être du couple (Cowan et Cowan, 1988; Dyrdal et

Lucas, 2013; S Shirley Feldman, Nash et Aschenbrenner, 1983). Par la suite, l'importance pour les nouveaux parents de vérifier leur nouvelle identité dans ce nouveau rôle, c'est-à-dire de valider qu'ils ont bien atteint la conception qu'ils ont du rôle de parent (Burke, 1991), est primordiale, car cette vérification a un effet direct sur le bien-être individuel et marital (Cast, 2004). Afin de parvenir à la nouvelle conception de soi, une restructuration des objectifs, des comportements et des responsabilités est nécessaire (Mercer, 2004). D'ailleurs, le comportement de la consommation peut contribuer à renforcer la formation de la nouvelle identité dans le rôle de mère (Jennings et O'Malley, 2003) en offrant une préparation à ce nouveau rôle à travers les achats pour le nouveau-né (Sevin et Ladwein, 2008).

## **1.2 Une période propice aux changements : un contexte instable**

Une transition est évidemment synonyme de changements et l'arrivée d'un enfant ne fait pas exception. Comme mentionné plus haut, la nouvelle mère doit s'adapter à ce nouveau rôle qui représente maintenant une partie importante de son identité et la transition se fait en partie grâce aux nouvelles occupations. Par conséquent, les premiers changements pour la mère sont dans les occupations qui sont modifiées de manière significative avec la maternité puisqu'elles tournent maintenant autour du nouveau-né (Horne, Corr et Earle, 2005).

Ce type de changement de mode de vie a été étudié par Verplanken et Wood (2006) qui démontrent que la transition pourrait être un moment propice afin d'inclure de nouvelles habitudes de vie dans la routine. Les « moments de changements » sont des périodes où les circonstances de la vie d'un individu changent considérablement et ces moments seraient des opportunités afin de briser d'anciennes habitudes ou en intégrer de nouvelles plus facilement (Verplanken et Wood, 2006). De plus, la transition à la parentalité est reconnue pour modifier la situation financière, les activités pratiquées et le cercle social, ainsi elle représente souvent un moment important où les nouveaux parents se questionnent sur le style de vie qu'ils désirent et peuvent avoir (Horne, Corr et Earle, 2005; Thompson *et al.*, 2011). Pour ces raisons, cette période de changements a été identifiée par plusieurs auteurs comme étant une fenêtre d'opportunité pour modifier de multiples habitudes, notamment afin d'intégrer des comportements plus durables (Bamberg, 2006; Schäfer et Bamberg, 2008; Schäfer, Herde et Kropp, 2007; Schæfer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012; Thøgersen, 2009).

De plus, plusieurs autres habitudes ont été étudiées lors de la transition à la parentalité, telles qu'intégrer une alimentation saine (Bassett-Gunter *et al.*, 2013; Cairns, Johnston et MacKendrick, 2013), établir un environnement sain (Edvardsson *et al.*, 2011) et modifier ses pratiques de magasinage (Burningham *et al.*, 2014). Le changement des priorités des nouveaux parents est au cœur de ces nouvelles pratiques puisqu'il guide leur motivation à intégrer des habitudes. Concernant les priorités des parents, il y a la santé, la sécurité et le confort de l'enfant (Schäfer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012). De plus, il faut tenir compte que les décisions se complexifient puisque plusieurs aspects sont pris en considération dans le choix du mode de vie, tels qu'économiser, se préoccuper du bébé et du partenaire, ainsi qu'être organisé (Burningham *et al.*, 2014).

En somme, l'arrivée d'un enfant dans un couple a d'importantes répercussions sur la famille au niveau du bien-être et du mode de vie des parents. Cette transition représente alors un contexte instable de vie, mais qui peut être un moment propice afin d'intégrer de nouvelles habitudes. De ce fait, cette étude s'intéresse à la formation d'intention des parents à consommer durablement avec l'arrivée de leur enfant durant ce contexte instable<sup>2</sup>.

## **2. La consommation durable**

Les Nations Unies (2021) estiment qu'il faut réduire les émissions mondiales de 45% d'ici 2030 par rapport au niveau de 2010 afin de limiter la hausse de la température mondiale à 1,5 °C. La consommation durable fait partie de la solution afin d'atteindre un mode de vie qui permet la prospérité de la société tout en respectant les ressources de la planète (Nations Unies, 2020a).

La consommation durable (*sustainable consumption* en anglais) a été officiellement introduite en 1994 lors du Symposium d'Oslo et a attiré l'attention de nombreux chercheurs et médias depuis (Liu *et al.*, 2017). Le terme est défini comme des « actions qui entraînent une diminution des impacts environnementaux négatifs ainsi qu'une diminution de l'utilisation des ressources naturelles tout au long du cycle de vie du produit, du comportement ou du service » (White, Habib

---

<sup>2</sup> Pour des raisons de concision, dans ce mémoire, nous utiliserons *le contexte instable* ou *le contexte instable de transition* comme termes abrégés pour signifier le contexte instable de la transition à la parentalité.

et Hardisty, traduction libre, 2019, page 24)<sup>3</sup>. Contrairement aux décisions d'achats typiques qui ont pour objectif de maximiser le bien-être personnel, la consommation durable implique la prise en compte des bénéfices à long terme pour les futures générations et la nature (White, Habib et Hardisty, 2019).

Le développement durable comprend trois sphères : sociale, économique et environnementale. Dans ce mémoire, nous avons fait le choix de nous concentrer sur la durabilité environnementale, tel que l'ont fait plusieurs chercheurs afin de tirer des conclusions plus spécifiques à un champ d'expertise (White, Habib et Hardisty, 2019). Il est tout de même indiqué dans l'approche holistique de la durabilité qu'un changement dans la sphère environnementale peut avoir des répercussions positives sur les sphères économiques et sociales (Chernev et Blair, 2015; Savitz, 2013).

Plusieurs changements dans un mode de vie sont possibles afin de favoriser des comportements durables. Par exemple, la réduction ou la simplification volontaire de sa consommation (Leonard-Barton, 1981; McDonald *et al.*, 2006), le choix de produits selon la durabilité de l'approvisionnement, de la production et de ses fonctionnalités (Luchs, Brower et Chitturi, 2012; Pickett-Baker et Ozaki, 2008), l'utilisation des modes d'élimination des produits durables comme le recyclage et le composte (White et Simpson, 2013) et la conservation de l'énergie, de l'eau et des produits pendant l'utilisation (Lin et Chang, 2012; White, Simpson et Argo, 2014).

Depuis les années 1990, plusieurs recherches se sont penchées sur la question des comportements écologiques des consommateurs et les modes de consommation afin d'encourager des pratiques durables. Le sujet est étudié par une multitude de disciplines telles que les sciences de l'environnement, les sciences sociales et la gestion d'entreprise. Les trois thèmes récurrents des études sur la consommation durable sont les facteurs influents de la consommation, l'évaluation des niveaux de consommation durable et d'autres recherches interdisciplinaires examinant en outre, la perspective de l'écologie industrielle, du marketing et de l'économie écologique (Liu *et al.*, 2017). Dans notre cas, nous nous pencherons sur les facteurs influents de la consommation durable.

---

<sup>3</sup> Traduction libre de l'anglais: « actions that result in decreases in adverse environmental impacts as well as decreased utilization of natural resources across the lifecycle of the product, behavior, or service. »

## 2.1 Les facteurs influençant la consommation durable

Afin d'encourager la consommation durable, il est important de comprendre ce qui influence les consommateurs dans leurs décisions d'achat. Ainsi, certains facteurs motivationnels et obstacles à la consommation durable ont été identifiés dans la littérature.

Au niveau des facteurs motivationnels, le souci environnemental et social, ainsi que les attributs fonctionnels et écologiques favorables d'un produit sont les facteurs les plus importants qui incitent à l'achat de produits verts (Joshi et Rahman, 2015). Deux autres facteurs ont été identifiés par Antonetti et Maklan (2014) comme favorisant la saillance morale d'un achat, ce qui inciterait les décisions de consommation durable en activant les normes personnelles. Le premier facteur est les valeurs altruistes d'un consommateur. Puis, le deuxième facteur est la crédibilité des informations disponibles.

Ensuite, plusieurs consommateurs ont de la difficulté à participer à des pratiques de consommation durable (Huang et Rust, 2011). Ils recherchent des produits qui ne nuisent pas à l'environnement, mais ils ne sont pas prêts à sacrifier la qualité des produits ou modifier leur mode de vie (Montague et Mukherjee, 2010). De plus, les consommateurs recherchent des produits avec des bénéfices supplémentaires à l'aspect écologique, tels que la sécurité, la santé ou une économie de coût (Vermillion et Peart, 2010). Ainsi, l'information semble un facteur essentiel dans les décisions d'achat durable puisque l'incapacité de différencier les produits verts des produits non verts a été identifiée comme un frein à la consommation durable (Connell, 2010; Lu, Bock et Joseph, 2013; Padel et Foster, 2005). En effet, les informations peuvent être difficiles à déchiffrer (Bray, Johns et Kilburn, 2011; Longo, Shankar et Nuttall, 2019; Moraes, Carrigan et Szmigin, 2012). D'autres freins à la consommation durable sont la disponibilité des produits (Carrington, Neville et Whitwell, 2010; Lea et Worsley, 2008; Padel et Foster, 2005) la sensibilité aux prix (Vermeir et Verbeke, 2006; Young *et al.*, 2010), la qualité moindre perçue des produits verts (Bray, Johns et Kilburn, 2011; Lu, Bock et Joseph, 2013) et le manque de confiance envers les revendications éthiques et les caractéristiques vertes (Tsakiridou *et al.*, 2008).

## 2.2 La consommation durable durant la transition à la parentalité

Comme mentionné plus haut, la transition à la parentalité pourrait être une période propice afin d'intégrer de nouvelles habitudes, telles que la consommation durable (Bamberg, 2006; Schäfer et Bamberg, 2008; Schäfer, Herde et Kropp, 2007; Schæfer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012; Thøgersen, 2009). À cet égard, l'hypothèse de l'héritage (*legacy hypothesis* en anglais) stipule qu'être davantage concentré sur le futur (comparativement au présent) est associé avec de meilleurs comportements et attitudes envers l'environnement (Milfont et Demarque, 2015; Milfont, Wilson et Diniz, 2012). Dans le cas des nouveaux parents, ils sont incités à veiller au bien-être de leur enfant (Dupont, 2004) et l'arrivée d'un bébé rendrait le futur plus tangible, puisque les parents désirent offrir un héritage à leur jeune, par exemple un environnement sain pour vivre (Milfont et Sibley, 2011). Ainsi, l'effet parental aurait pour conséquence de pousser les individus à la réflexion sur l'impact futur de leur comportement actuel (Dresner, McGeevor et Tomei, 2007). De ce fait, les individus auraient davantage de motivation à agir de manière responsable puisqu'ils agissent pour eux et leurs enfants (Teal et Loomis, 2000). De surcroît, les parents seraient plus impliqués dans la communauté et influencés par leur réseau social à intégrer des comportements durables (Tittle, 1980). Ainsi, avoir un enfant a été soulevé comme un facteur potentiel de motivation pour agir plus écologiquement dans la théorie (Migheli, 2020).

En effet, les parents, plus particulièrement les mères, deviendraient plus intéressés aux informations sur les sujets de la santé, la nutrition et la durabilité durant la grossesse et les premiers mois après l'accouchement (Schäfer, Herde et Kropp, 2007). Cependant, même si la nutrition durable semble être une des préoccupations les plus importantes des parents; les raisons ne seraient pas d'ordre écologique, mais plutôt pour le bien-être nutritionnel et la santé de l'enfant (Bassett-Gunter *et al.*, 2013; Knibb Jana et Taylor, 2017). Effectivement, les parents consomment davantage de produits durables comme des aliments organiques, frais et régionaux (Schäfer, Herde et Kropp, 2007) puisqu'ils cherchent à offrir une alimentation naturelle afin d'assurer le bien-être du nouveau-né (Cairns, Johnston et MacKendrick, 2013; Moscato et Machin, 2018). Toutefois, le fait d'avoir un enfant semble diminuer la probabilité d'acheter des produits verts (Migheli, 2020).

Ekholm et Olofsson (2017) ont montré qu'au niveau de l'opinion générale des parents sur la consommation durable et les changements climatiques, une corrélation entre la parentalité et la préoccupation envers les changements climatiques était présente lorsque l'aspect émotionnel était

soulevé dans les questions (par exemple en posant des questions sur l'inquiétude concernant l'impact des changements climatiques, plutôt que sur la perception des risques des changements climatiques). Toutefois, l'étude de Torgler, Garcia-Valiñas et Macintyre (2008) n'a pas révélé de corrélation significative entre le fait d'avoir un enfant et les préférences environnementales. Parallèlement, une étude effectuée auprès de nouveaux parents en 2018 a découvert que seulement les individus avec un très haut niveau de préoccupation pour l'environnement ont montré une augmentation du désir d'avoir des comportements plus écologiques à la suite de la naissance d'un enfant (Gregory O Thomas *et al.*, 2018).

En terminant, il est important de souligner que cette transition est une période chargée pour les nouveaux parents en termes d'informations et de changements (Thompson *et al.*, 2011). De ce fait, l'introduction d'initiatives afin d'encourager l'adoption des nouvelles habitudes est un défi qui doit être fait de façon réfléchie afin de ne pas être perçue comme des messages les culpabilisant de ne pas assez se soucier du bien-être de leur famille (Seager, 1993). Les initiatives pour encourager les comportements durables chez les nouveaux parents doivent être faites en tenant compte de la réalité de ses individus et en présentant les habitudes durables comme des priorités existantes et non comme de nouvelles demandes (Burningham *et al.*, 2014).

En somme, l'urgence climatique actuelle nous oblige à changer notre mode de vie pour aller vers la consommation durable. Toutefois, de nombreux consommateurs voient plusieurs obstacles aux alternatives écologiques. C'est pourquoi mieux comprendre les consommateurs propices aux changements est essentiel pour amorcer le mouvement vers une consommation durable. Les nouveaux parents sont un groupe propice à vouloir adopter des habitudes durables selon la théorie, mais ces changements ne semblent pas s'appliquer en pratique. Alors, ce mémoire étudiera le processus de formation de l'intention de consommer durablement des nouveaux parents durant la transition à la parentalité.

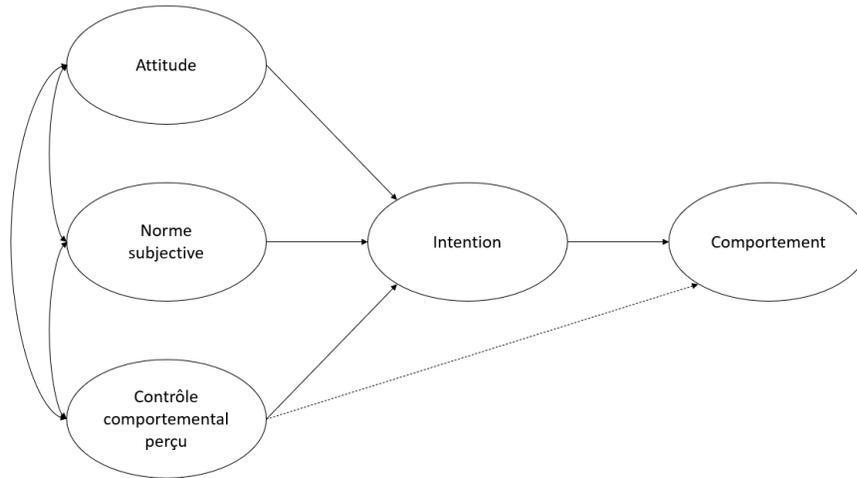
### **3. Théorie du comportement planifié**

La théorie du comportement planifié [TCP] (*theory of planned behavior* en anglais) a pour objectif de prédire des comportements humains dans un contexte spécifique (Ajzen, 1985; Fishbein, Ajzen et Belief, 1975). Cette théorie a été employée dans plusieurs études de psychologie (Bosnjak, Ajzen

et Schmidt, 2020; Conner, Norman et Bell, 2002), de santé (Godin et Kok, 1996), de management (Cordano et Frieze, 2000; Heesup Han, Hsu et Sheu, 2010) et de marketing (Fu *et al.*, 2010), particulière dans la sphère durable (Heesup Han, Hsu et Sheu, 2010; Kalafatis *et al.*, 1999). En effet, plusieurs études en marketing ont utilisé la théorie du comportement planifié afin d'examiner des questions environnementales et d'expliquer des comportements écologiques (Chan, 2001; Davies, Foxall et Pallister, 2002; Emekci, 2019; Mostafa, 2007; Oreg et Katz-Gerro, 2006; Paul, Modi et Patel, 2016; Tonglet, Phillips et Read, 2004).

Cette théorie est une extension de la théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1980) et elle a été introduite afin de corriger la limite des contextes où les sujets avaient un contrôle volontaire incomplet (Ajzen, 1985). Par conséquent, la variable de contrôle comportemental est la bonification du modèle de la théorie du comportement planifié où les facteurs externes sont pris en compte dans la prédiction d'un comportement. L'exécution d'un comportement dépend alors de l'effort investi, soit l'intention, mais aussi du contrôle de la personne sur les facteurs externes, tels que le temps, les informations, l'opportunité, les compétences et les capacités requises. De ce fait, la prédiction du comportement se fait directement à partir de l'intention et du contrôle comportemental (Ajzen, 1991). Trois variables prédisent l'intention d'exécuter un comportement : le contrôle comportemental perçu, l'attitude et la norme subjective (Ajzen, 1985). La figure 1 ci-dessous illustre le modèle de la théorie du comportement planifié. Chacune des variables du modèle sera présentée dans les prochaines sections.

**Figure 1: Modèle de la théorie du comportement planifié**



### 3.1 Le contrôle comportemental

Le contrôle comportemental est basé sur les croyances de contrôle accessible, c'est-à-dire la probabilité subjective d'un individu qu'un facteur facilite ou nuise à l'exécution d'un comportement (Ajzen, 2020). Ainsi, le contrôle comportemental se définit comme la facilité ou la difficulté perçue d'exécuter un comportement en fonction des opportunités et des ressources détenues par l'individu (Ajzen, 1991; Madden, Ellen et Ajzen, 1992). Le concept prend en considération l'expérience passée, les obstacles présents et anticipés (Ajzen, 1991). Le contrôle comportemental est très similaire au concept d'auto-efficacité (Ajzen, 2020) qui fait référence aux jugements d'une personne par rapport à sa capacité de bien exécuter des comportements dans certaines situations (Bandura, 1977, 1982). Fu *et al.* (2010) ont même remplacé le concept de contrôle comportemental par l'auto-efficacité dans leur étude sur la performance en vente basée sur la théorie du comportement planifié. La principale différence entre les deux concepts est dans la manière de les évaluer lors de sondage (Ajzen, 2020). Ensuite, les travaux de Bandura (1977, 1980) ont démontré qu'un individu qui a confiance en ses capacités à réussir une tâche avec succès influence fortement son comportement (Bandura, Adams et Beyer, 1977; Bandura *et al.*, 1980). De ce fait, un niveau élevé d'auto-efficacité est associé avec de meilleures performances (Gist et Mitchell, 1992), puisque la confiance des individus envers leur capacité les aide à mobiliser leurs ressources afin de répondre aux exigences des situations difficiles (Steven P Brown, Jones et Leigh, 2005; Dixon et Schertzer, 2005).

Comme mentionné plus haut, la variable de contrôle comportementale a été ajoutée au modèle de la théorie de l'action raisonnée afin de bonifier la prédiction du comportement (Ajzen, 1985, 1991). Effectivement, la réussite d'un comportement dépend des facteurs internes (intentions) et externes (contrôle comportemental) propres à l'individu. Lorsque l'influence des facteurs externes est négligeable, l'individu a un contrôle volontaire sur la performance du comportement, ainsi le seul prédicteur de celui-ci est l'intention (Ajzen, 1985). Toutefois, l'individu n'a pas toujours un contrôle volontaire complet, car plusieurs facteurs externes peuvent interférer à l'exécution du comportement. Les facteurs externes pouvant influencer la performance sont la disponibilité des opportunités, ainsi que la disponibilité des ressources telles que le temps, l'argent, les compétences, le soutien et la coopération (Ajzen, 2020). En outre, les facteurs non motivationnels qui forment le contrôle comportemental ont une importante influence sur la probabilité de réussite d'un comportement (Ajzen, 1991).

Le concept de contrôle comportemental a deux angles : le contrôle comportemental perçu et le contrôle comportemental réel. Par exemple, le contrôle comportemental perçu peut être ma perception de mes capacités à faire du recyclage dans un mois (selon le matériel et les connaissances nécessaires). En d'autres mots, prédire si je serai capable de faire du recyclage dans un mois. Tandis que le contrôle comportemental réel serait mesuré un mois plus tard, ainsi je n'aurais pas à prédire mes capacités, mais seulement estimer mes capacités réelles à faire du recyclage actuellement. La perception du contrôle comportemental est d'un plus grand intérêt psychologique puisqu'il peut être utilisé comme substitut (*proxy* en anglais) à la mesure du contrôle réel (Ajzen, 2020). Cependant, la perception peut être erronée lorsque l'individu a peu d'informations sur le comportement, lorsque les besoins ou ressources disponibles sont modifiés ou lorsque de nouveaux éléments sont ajoutés dans le contexte. Dans ces cas, le contrôle comportemental perçu contribue peu à la prédiction d'un comportement et il faudrait plutôt faire appel à la mesure de contrôle comportemental réel (Ajzen, 1991).

Dans cette étude, les contrôles comportementaux perçu et réel seront utilisés dans le modèle puisque le contexte instable de transition étudié engendre des changements dans les ressources disponibles aux individus et un nouvel élément important est ajouté au contexte, soit l'arrivée de l'enfant.

### 3.2 L'attitude

L'attitude envers un comportement est une fonction des croyances comportementales, ce qui signifie les croyances de l'individu en lien avec les conséquences probables du comportement, soit le résultat ou l'expérience probable de l'exécution du comportement (Ajzen, 2020). L'attitude se définit alors comme le degré auquel une personne a une évaluation ou une appréciation favorable ou défavorable d'un comportement (Ajzen, 1991). L'attitude rejoint la définition d'une motivation de nature intrinsèque (Fu *et al.*, 2010) puisqu'elle implique: « la motivation à s'engager dans un travail principalement pour son propre intérêt, parce que le travail lui-même est intéressant, engageant ou d'une certaine manière satisfaisant » (Amabile et al., traduction libre, 1994, p. 950)<sup>4</sup>.

Par la suite, l'attitude d'un individu, face à un comportement, se transfère en intention selon le niveau d'effort perçu nécessaire afin d'exécuter le comportement (Bagozzi, Yi et Baumgartner, 1990). De ce fait, l'intention médie la relation entre l'attitude et la performance d'un comportement (Bagozzi, Yi et Baumgartner, 1990). Un écart a été observé entre l'attitude favorable d'un individu envers la consommation écologique et son comportement (Johnstone et Tan, 2015). En outre, la majorité des gestes écologiques demande un effort supplémentaire de la part de l'individu (Follows et Jobber, 2000). Ainsi le rôle de l'intention est primordial dans la relation attitude-comportement afin de comprendre les motifs de cet écart puisque plusieurs barrières semblent décourager les consommateurs à mettre l'effort nécessaire pour transférer leur attitude en comportements écologiques (Johnstone et Tan, 2015).

Enfin, une méta-analyse a démontré que la corrélation entre l'attitude et le comportement est plus forte lorsque l'attitude est mesurée envers un comportement spécifique comparativement à la mesure de l'attitude générale envers l'environnement (Hines, Hungerford et Tomera, 1987). Par exemple, la corrélation entre l'attitude et le comportement d'achat de produits verts sera plus forte lorsque nous mesurons l'attitude d'un individu envers l'achat de produits verts (attitude envers un comportement spécifique) que si nous mesurons son attitude face à l'environnement (attitude générale envers l'environnement). De ce fait, l'attitude envers un comportement écologique

---

<sup>4</sup> Traduction libre de l'anglais: «the motivation to engage in work primarily for its own sake, because the work itself is interesting, engaging, or in someway satisfying. »

spécifique sera utilisée dans cette étude afin de déterminer le processus de formation de l'intention et du comportement de consommer durablement durant la transition à la parentalité.

### 3.3 La norme subjective

On distingue deux types de croyances normatives qui permettent de former la norme subjective : les croyances normatives injonctives et descriptives (Fishbein et Ajzen, 2009). Une croyance normative injonctive correspond à l'attente ou la probabilité qu'un groupe de référence (par exemple les amis, la famille, le conjoint, les collègues) approuve ou désapprouve un comportement (Ajzen, 2020). Une croyance normative descriptive correspond à l'adoption d'un comportement par une personne importante (Ajzen, 2020). Bref, la pression sociale et la motivation de conformité forment la fonction de la norme subjective (Ajzen, 1991). Ainsi, la norme subjective se définit comme la pression sociale perçue d'adopter ou de ne pas adopter un comportement (Ajzen, 1991). En d'autres mots, elle représente l'influence des personnes proches et importantes de l'individu telles que sa famille, ses amis et ses collègues (Park, 2000).

La norme subjective permet de déterminer ce qui est bon et éthique comme comportement, donc désirable (Ertz, 2016). De plus, elle fait référence aux normes sociales et aux normes personnelles qui forment ensemble les croyances normatives d'un individu qui lui permettent de décider s'il est désirable ou non de s'engager dans un comportement (Conner et Armitage, 1998). De ce fait, la norme subjective se rapproche d'une motivation de nature extrinsèque puisqu'elle est définie par la pression que ressent l'individu à se conformer (Fu *et al.*, 2010). La motivation extrinsèque est la « motivation à travailler principalement en réponse à quelque chose d'autre que le travail lui-même, comme une récompense ou une reconnaissance ou les ordres d'autres personnes » (Amabile *et al.*, traduction libre, 1994, page 950)<sup>5</sup>.

Dans ce mémoire, le concept de norme subjective sera utilisé afin de mieux comprendre le rôle de la pression sociale dans la consommation durable.

---

<sup>5</sup> Traduction libre de l'anglais: « the motivation to work primarily in response to something apart from the work itself, such as reward or recognition or the dictates of other people. »

### 3.4 L'intention

L'intention ou l'intention comportementale fait référence à la volonté d'essayer d'adopter un comportement en tenant en compte les efforts que l'individu prévoit investir pour y arriver (Ajzen, 1991). Le concept d'intention capture les différents facteurs qui influencent un comportement. Les trois variables indépendantes de l'intention dans la théorie du comportement planifié sont les variables du contrôle comportemental perçu, de l'attitude et de la norme subjective (Ajzen, 2020).

Généralement, on estime que plus les trois variables indépendantes sont élevées, plus l'intention d'un individu de performer un comportement sera favorable et qu'ainsi plus la probabilité d'adopter le comportement est probable (Ajzen, 1985; Emekci, 2019). Cependant, il faut tenir en compte que l'intention peut se refléter de manière juste en comportement seulement si le sujet a un contrôle volontaire suffisant sur sa performance (Ajzen, 1991, 2020). Dans le cas contraire, le concept de contrôle comportemental doit être pris en compte dans l'équation. En d'autres termes, l'intention peut seulement prédire la tentative d'un individu à performer un comportement et non sa performance réelle (Ajzen, 1985). Deux méta-analyses ont démontré que l'intention ne représente qu'en moyenne 25% de la variance du comportement (Sheeran, 2002; Winkelkemper, Ajzen et Schmidt, 2019). Tout de même, l'intention est reconnue comme étant le prédicteur immédiat d'un comportement, tel que le prouve la forte relation significative entre les deux variables dans de nombreuses études utilisant la théorie de l'action raisonnée (Ajzen, 1991, 2020).

Dans le contexte de la consommation durable, les chercheurs tentent de comprendre les principaux facteurs d'influence en analysant l'intention (Liu *et al.*, 2017). Le comportement du consommateur est alors un des thèmes les plus étudiés puisque les chercheurs tentent de mieux comprendre l'écart entre l'attitude et le comportement (Liu *et al.*, 2017). En effet, de nombreux consommateurs se considèrent comme très concernés par les problèmes environnementaux, mais ne le traduisent pas dans leur comportement d'achat (Vermeir et Verbeke, 2006).

De surcroît, les alternatives écologiques sont généralement perçues comme le choix socialement acceptable. De ce fait, le biais de désirabilité peut gonfler l'intention des consommateurs par rapport au comportement réel lors d'enquête (Follows et Jobber, 2000).

Ainsi, le concept de l'intention sera étudié dans ce mémoire afin de mieux comprendre la consommation durable des nouveaux parents durant la transition à la parentalité.

### 3.5 Le comportement

Le comportement humain est difficile et complexe à comprendre (Ajzen, 1991; Emekci, 2019). Comme expliqué précédemment, le comportement est une fonction conjointe de l'intention et du contrôle comportemental selon la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Afin d'obtenir une prédiction précise d'un comportement, trois conditions doivent être respectées : la compatibilité, la stabilité du contexte et l'exactitude du contrôle comportemental perçu.

La première condition consiste à assurer la compatibilité entre les construits du modèle de la TCP et le comportement en question (Ajzen, 1988). Pour débiter, il suffit de définir le comportement d'intérêt en termes d'action, de cible, de contexte et de délai selon un niveau de spécificité choisi. Par la suite, les variables qui permettent de prédire le comportement doivent être évaluées par rapport au comportement d'intérêt selon les quatre éléments (Ajzen, 2020). Par exemple, une étude pourrait définir son comportement d'intérêt comme : l'achat (action) de produits verts (cible) à l'épicerie (contexte) dans les deux prochaines semaines (délai). Tous les construits du modèle seront alors formulés et évalués selon le comportement défini.

La deuxième condition, soit la stabilité du contexte, stipule que l'intention et le contrôle comportemental perçu doivent rester stables durant l'intervalle entre leur évaluation et l'observation du comportement (Ajzen, 1991). En effet, les variables de l'intention et du contrôle comportemental perçu sont idéalement mesurées lors d'un premier point d'observation et la variable du comportement est mesurée lors d'un deuxième point d'observation selon le délai choisi dans la définition du comportement (Ajzen, 2002a). À cet égard, un événement entre les deux points d'observation pourrait modifier l'intention et le contrôle comportemental d'un individu, ce qui pourrait avoir comme effet de ne plus permettre une prédiction précise du comportement (Ajzen, 1991).

La troisième condition concerne l'exactitude du contrôle comportemental perçu (Ajzen, 1991). Le contrôle comportemental améliore la prédiction du comportement, mais seulement si le contrôle comportemental perçu reflète réalistement le contrôle comportemental réel. Il est généralement plus difficile de mesurer le contrôle comportemental réel d'un individu, ainsi la variable du contrôle comportemental perçu est utilisée comme variable *proxy* dans plusieurs études (Ajzen, 2020). Toutefois, il faut s'assurer que le contrôle comportemental perçu est une mesure assez exacte du contrôle comportemental réel.

Tout cela considéré, la première condition sera respectée dans cette étude en assurant que les énoncés des variables de la TCP reflèteront le comportement étudié selon les quatre éléments. La deuxième condition sera étudiée puisque le contexte de ce mémoire est la transition à la parentalité, ainsi la stabilité entre les mesures ne peut pas être assurée. Ainsi, nous testerons si l'intention et le contrôle comportemental peuvent être utilisés pour prédire un comportement durant un contexte instable de transition. Finalement, la troisième condition sera assurée en mesurant le contrôle comportemental à deux reprises : le contrôle comportemental perçu avant la transition et le contrôle comportemental réel après la transition.

\*Pour des raisons de simplification, il est important de noter que les variables du contrôle comportemental perçu, du contrôle comportemental réel, de l'attitude, de la norme subjective, de l'intention et du comportement font toujours référence au comportement étudié pour la suite de ce mémoire. Par exemple, il est sous-entendu que la variable de l'attitude fait référence à l'attitude face au comportement durable étudié. Le comportement étudié est l'utilisation des couches lavables et sera présenté dans la section suivante. Par conséquent, il sera sous-entendu pour le reste de ce mémoire que lorsqu'une variable est nommée, elle fait référence à la définition de cette variable face à l'utilisation des couches lavables. Voici des exemples supplémentaires : l'intention fait référence à l'intention d'utiliser des couches lavables, le contrôle comportemental perçu fait référence au contrôle comportemental perçu face à l'utilisation des couches lavables.

#### **4. Le comportement à l'étude : l'utilisation des couches lavables**

Le sujet de ce mémoire est la consommation durable durant la transition à la parentalité. Afin de parvenir aux fins de cette étude, un comportement devait être choisi pour tester les hypothèses. Le comportement choisi est **l'utilisation des couches lavables**. Ce comportement a été sélectionné puisqu'il représente un comportement durable parmi les plus importants en lien avec le contexte de l'étude : la transition à la parentalité (Thompson *et al.*, 2011). Une couche lavable est une couche réutilisable faite à partir de tissus, composée d'une partie imperméable, une partie absorbante et un voile de protection (Eco Bébé, 2021). Plusieurs modèles différents existent qui permettent de laver

la couche : la couche tout-en-un, la couche tout-en-deux, la couche à poche, la couche préformée et la couche à plat (Boutique planète Bébé, 2021; Eco Bébé, 2021).

La perception générale de la population est que les couches jetables sont polluantes et, en contrepartie, les couches lavables sont plus respectueuses de l'environnement (Becker, McFetridge et Roycroft, 1990; Isaacs, 1991). Cependant, un débat est présent sur l'impact environnemental des types de couches (Thompson *et al.*, 2011). En résumé, tandis que les couches jetables polluent davantage au niveau de leur production et des déchets qu'ils représentent, les couches lavables requièrent une importante quantité d'eau et d'énergie pour leur entretien (Aumônier et Collins, 2005). De ce fait, une étude a démontré que l'utilisation des couches jetables et l'utilisation des couches lavables génèrent une quantité presque égale de dioxyde de carbone sur une durée de deux ans et demi (Aumônier, Collins et Garrett, 2008). Cependant, avoir un comportement écoresponsable lors de l'entretien des couches lavables diminue l'impact environnemental par 16% et réutiliser ses couches lavables pour un deuxième enfant, tout en conservant un comportement écoresponsable lors du lavage, réduit l'impact environnemental de 40% (Aumônier, Collins et Garrett, 2008). Les comportements écoresponsables d'entretien peuvent être les suivants : laver lorsque la machine est remplie, laver à l'eau froide, laver à la main, utiliser le réglage d'économie d'énergie ou une machine à chargement frontal économique en eau et favoriser le séchage à l'air (Aumônier, Collins et Garrett, 2008; O'Brien *et al.*, 2009). Bref, les couches lavables permettent aux parents de mieux contrôler leurs émissions de carbone que les couches jetables en offrant l'option de pratiquer des comportements écoresponsables d'entretien (Aumônier et Collins, 2005; O'Brien *et al.*, 2009). De plus, la présente étude s'effectue au Québec où l'hydroélectricité est la principale source d'énergie de la province (Régie de l'énergie du Canada, 2019). L'hydroélectricité est une source d'énergie peu polluante et la province dispose de grandes réserves d'eau (Hydro-Québec), de telle sorte que l'entretien des couches lavables pourrait engendrer moins de dioxyde de carbone que dans les études britanniques et australiennes (Naître et Grandir, 2019).

Finalement, une étude effectuée par Follows et Jobber (2000) a utilisé le comportement de l'utilisation des couches lavables afin d'étudier un modèle prédictif d'un comportement d'achat écoresponsable. Afin d'assurer que le comportement était réellement considéré comme écoresponsable, un panel constitué de 19 experts faisant partie de la plus ancienne organisation environnementale du Canada, le Centre d'action écologique, a été rassemblé pour déterminer si les

couches lavables représentent une alternative écologique aux couches jetables (Follows et Jobber, 2000). Les couches lavables ont été classées comme nettement plus respectueuses de l'environnement que les couches jetables.

En prenant en compte les résultats des différentes études, le comportement de l'utilisation des couches lavables a été sélectionné afin d'analyser la consommation durable durant la transition à la parentalité au Québec.

## **5. Le souci environnemental**

Le concept de souci environnemental ou préoccupation environnementale (*environmental concern* en anglais) n'a aucune définition stable dans la littérature (Bouscasse, Joly et Bonnel, 2018). Une approche courante est de le définir avec les trois dimensions d'une attitude : l'affective, la cognitive et la conative (Franzen et Vogl, 2013). Selon Franzen et ses collègues (2013), un individu qui a un haut niveau de souci environnemental aurait alors des connaissances des défis écologiques (dimension cognitive), se sentirait concerné par ceux-ci (dimension affective) et désirerait agir pour contribuer à relever ces défis (dimension conative). Dunlap et Jones (2002 : 485) définissent le souci environnemental comme « le degré auquel les gens sont conscients des problèmes concernant l'environnement et soutiennent les efforts pour les résoudre et/ou indiquent la volonté de contribuer personnellement à leur solution » (Hu, Parsa et Self, 2010, traduction libre, page 348)<sup>6</sup>.

Deux méta-analyses ont révélé que le souci environnemental est une des variables les plus importantes dans les recherches sur le marketing vert (Wiernik, Ones et Dilchert, 2013) puisqu'elle est une variable prédominante pour expliquer la responsabilité environnementale (Hines, Hungerford et Tomera, 1987). Ainsi, le souci environnemental a été utilisé dans plusieurs recherches afin d'expliquer des comportements durables (Emekci, 2019; Oskamp *et al.*, 1991; Whitmarsh et O'Neill, 2010). De multiples études ont révélé un lien significatif entre le souci environnemental et des actions pro-environnements, bien que le lien soit généralement faible (Laroche, Bergeron et Barbaro-Forleo, 2001; Poortinga, Steg et Vlek, 2004; Schultz et Zelezny,

---

<sup>6</sup> Traduction libre de l'anglais: « the degree to which people are aware of problems regarding the environment and support efforts to solve them and or indicate the willingness to contribute personally to their solution. »

1998; Schwepker Jr et Cornwell, 1991; Vining et Ebreo, 1990). À cet égard, un individu considéré comme très soucieux de l'environnement peut l'exprimer grâce à divers comportements tels que sa consommation et ses achats (Dunlap *et al.*, 2000; Haws, Winterich et Naylor, 2014). Cette préoccupation forte serait associée à une préférence plus importante pour des produits respectueux pour l'environnement, expliquée par l'évaluation favorable que ces individus font des divers attributs de ces produits (Haws, Winterich et Naylor, 2014).

Les actions de consommation entreprises par les individus avec une préoccupation environnementale sont motivées par divers raisons et objectifs et s'effectuent à différents degrés d'intensité (Moisander, 2007). Notamment, certains individus sont prêts à investir du temps et de l'argent (Black et Cherrier, 2010), à favoriser l'achat de produits écologiques (Moisander, 2007) ou à exécuter des gestes qui ne contribuent pas nécessairement à la satisfaction de leurs désirs personnels (Harrison, Newholm et Shaw, 2005) afin d'exprimer leur souci environnemental.

Néanmoins, il a été identifié à plusieurs reprises qu'un écart existe entre le souci environnemental et les comportements écologiques (Moisander, 2007). Malgré qu'un individu soit préoccupé par les défis écologiques, son attitude se traduit rarement en actions concrètes et s'arrête plutôt aux intentions de les entreprendre. Ce phénomène est connu sous le nom de l'écart attitude-comportement ou l'écart vert (*green gap* en anglais) (Johnstone et Tan, 2015). Une étude effectuée au Royaume-Uni montre que 30% des consommateurs déclarent être très préoccupés par l'environnement, mais ont de la difficulté à le traduire dans leur comportement d'achat réel (Defra, 2006 dans Young *et al.*, 2010). Une étude a élaboré un modèle expliquant le processus de décision des consommateurs et ce modèle démontre que les consommateurs doivent tenir compte d'une multitude de facteurs, ce qui entraîne que les attitudes ne sont pas traduites de manière juste en comportement (Devinney *et al.*, 2006). L'écart s'explique donc en raison que la considération éthique n'est pas le critère prioritaire lors de décisions d'achat (Carrigan et Attalla, 2001). La rationalisation économique, c'est-à-dire la justification des choix basée sur la minimisation des coûts, serait le principal facteur expliquant le désistement des consommateurs envers l'achat d'alternatives écologiques (Eckhardt, Belk et Devinney, 2010). De plus, d'autres études ont démontré que les consommateurs connaissent très bien les attributs fonctionnels des marques, mais ils sont mal informés au niveau des attributs écologiques des produits et ils sont encore moins informés au niveau des attributs sociaux (Auger *et al.*, 2008; Devinney *et al.*, 2006).

Dans les dernières années, le souci environnemental a été ajouté à plusieurs reprises aux modèles de la théorie du comportement planifié afin de mieux comprendre les comportements écologiques des consommateurs (Mei-Fang Chen et Tung, 2014; Emekci, 2019; Maichum, Parichatnon et Peng, 2016; Paul, Modi et Patel, 2016; Yadav et Pathak, 2016). Cette addition enrichit le modèle prédisant les intentions dans un contexte de marketing vert en ajoutant l'effet indirect du souci environnemental sur l'intention (Mei-Fang Chen et Tung, 2014; Emekci, 2019; Paul, Modi et Patel, 2016). En effet, une méta-analyse a démontré que cette variable contribuait à la performance des modèles puisque son ajout augmente la variance expliquée de l'intention d'achat en la faisant passer de 48.8% à 50.7% (Tae-Im Han et Stoel, 2017).

De ce fait, la variable du souci environnemental sera étudiée dans le cadre de cette recherche afin de mieux comprendre l'ensemble des facteurs influents d'une consommation durable durant une transition, en utilisant les trois variables indépendantes de la théorie du comportement planifié (le contrôle comportemental perçu, l'attitude et la norme subjective) comme des médiateurs entre le souci environnemental et l'intention.

## **Conclusion**

Dans ce chapitre, les concepts et la théorie utilisés dans ce mémoire, ainsi que les thèmes importants ont été présentés.

Pour débiter, une revue de la littérature sur la transition à la parentalité a permis de mieux comprendre l'impact de cette transition sur la vie des parents, entre autres sur leur bien-être. De plus, des études analysant la propension aux changements pendant cette période ont été introduites. Ainsi, il a été possible de comprendre que la transition à la parentalité représente un contexte de vie instable.

Par la suite, nous avons introduit le thème de la consommation durable en spécifiant que cette étude se concentrera sur l'aspect environnemental. Les principaux facteurs motivationnels et freins à un mode de vie écologique ont été mentionnés. Finalement, la consommation durable dans le contexte de la transition à la parentalité a été abordée afin de souligner les changements d'attitude et d'habitudes durables qui surviennent durant cette période.

Puis, le modèle de la théorie du comportement planifié a été présenté. D'une part, les trois variables indépendantes, soit le contrôle comportemental perçu, l'attitude et la norme subjective, ont été définies. D'autre part, il a été établi que l'intention joue un rôle médiateur entre les trois variables indépendantes et la variable dépendante du comportement. Par la suite, la variable dépendante du comportement a été définie en établissant les trois conditions requises afin que sa performance soit prédite justement.

Par la suite, le comportement étudié dans ce mémoire a été introduit et justifié, soit l'utilisation des couches lavables.

Pour terminer, le souci environnemental a été introduit en établissant l'importance de sa présence dans les recherches sur la consommation durable. De plus, l'écart vert, soit l'écart attitude-comportement, a été expliqué.

Maintenant que les concepts théoriques appuyant cette recherche ont été établis, le modèle conceptuel et les hypothèses de la recherche utilisant ces concepts seront introduits dans le prochain chapitre.

## **Chapitre 2 : Le cadre conceptuel**

### **Introduction**

Dans le chapitre précédent, les thèmes sur lesquels s'appuie ce projet de recherche ont été introduits, soit la transition à la parentalité et la consommation durable. Par la suite, les concepts utilisés ont été expliqués, soit les variables de la théorie du comportement planifié, c'est-à-dire le contrôle comportemental perçu et réel, l'attitude, la norme subjective, l'intention et le comportement, ainsi que la variable du souci environnemental. Ce présent chapitre a pour objectif d'introduire le cadre conceptuel de cette étude en présentant la problématique et les objectifs de la recherche, le modèle conceptuel, ainsi que les hypothèses de la recherche. En d'autres mots, il s'agit de la présentation des liens entre les concepts présentés dans la revue de la littérature afin d'appuyer les hypothèses de ce projet qui permettront d'accomplir les objectifs de cette étude (Aumônier et Collins, 2005).

Dans la première section de ce chapitre, la problématique et les objectifs de la recherche seront exposés.

Dans la seconde section, le modèle conceptuel introduira les quatre hypothèses de l'étude. Dans un premier temps, les deux hypothèses d'effet de médiation seront présentées. La première analysera le rôle médiateur des trois variables indépendantes de la TCP (contrôle comportemental perçu, norme subjective et attitude) entre la relation du souci environnemental et l'intention. La seconde étudiera le rôle médiateur de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la norme subjective et l'intention. Dans un deuxième temps, les deux hypothèses des relations d'effet direct seront présentées, soit la relation entre l'intention et le comportement, ainsi que la relation entre le contrôle comportemental réel et le comportement.

Dans la dernière section de ce chapitre, les variables démographiques pouvant influencer les variables dépendantes de l'intention et du comportement seront exposées, soit l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants.

## **1. La problématique et les objectifs de la recherche**

Dans cette première section, la problématique et les objectifs de la recherche seront exposés. La conception du cadre théorique sera énoncée, c'est-à-dire les variables retenues dans notre modèle conceptuel en nous basant sur la revue de littérature.

### **1.1 La problématique de la recherche**

Comme mentionné dans l'introduction, cette étude s'intéresse au processus de formation de l'intention et du comportement de consommer durablement durant la transition à la parentalité. Nous nous pencherons sur les facteurs qui incitent les nouveaux parents à consommer durablement et l'impact de ses facteurs les uns sur les autres. Plus spécifiquement, nous nous pencherons sur les mécanismes qui expliquent la consommation durable, afin de déterminer si certains facteurs médient des relations.

De plus, comme énoncé dans la revue de la littérature, la théorie du comportement planifié permet de comprendre l'intention et de prédire le comportement étudié (Ajzen, 1991). Cependant, à notre connaissance, le modèle théorique n'a jamais prouvé son efficacité dans des contextes instables (Ajzen, 1991). Par exemple, une étude longitudinale sur les comportements alimentaires examinant différents groupes, dont les nouveaux parents, démontre que l'intention de manger sainement ne permet pas de prédire le comportement alimentaire (Bassett-Gunter *et al.*, 2013). Ce manque dans la littérature a motivé cette recherche à employer la théorie du comportement planifié comme fondation théorique pour examiner s'il est possible de prédire un comportement dans un contexte instable. C'est pourquoi le contexte instable de la transition à la parentalité sera étudié par l'entremise d'une méthode de collecte de données à deux points d'observation auprès de femmes, soit pendant la grossesse et à l'arrivée du nouveau-né. Grâce à cette méthode, il sera possible de déterminer l'effet de l'intention et du contrôle comportemental réel sur le comportement des nouvelles mères dans un contexte instable.

De ce fait, la problématique de la recherche peut être énoncée de la façon suivante :

*Quels sont les facteurs influençant les intentions et les comportements des femmes durant la transition à la parentalité? Spécifiquement, quels sont les mécanismes qui permettent d'expliquer*

*l'intention et le comportement de consommer durablement des femmes durant la transition à la parentalité?*

Une démarche hypothético-déductive sera employée afin de traiter la problématique choisie. Cette démarche consiste à formuler des hypothèses basées sur la littérature et par la suite, les tester à l'aide d'analyses dans le but de confronter les hypothèses à la réalité (Gotteland, Haon et Jolibert, 2012). Dans les recherches en marketing, cette approche est majoritairement utilisée (Hudson et Ozanne, 1988; Hulland, Baumgartner et Smith, 2018; Simonson *et al.*, 2001). De plus, elle concorde avec les objectifs de ce mémoire, soit d'explorer, de décrire, de vérifier et de maîtriser de nouvelles connaissances (Evrard *et al.*, 2009).

Tout d'abord, nous analyserons les mécanismes déterminants de la consommation durable. Pour ce faire, le rôle médiateur du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective et de l'attitude, entre le souci environnemental et l'intention sera étudié. De plus, nous allons évaluer le rôle médiateur de la norme subjective entre l'attitude et l'intention; et entre le contrôle comportemental perçu et l'intention. Ensuite, notre recherche analysera l'effet direct de l'intention et du contrôle comportemental réel sur le comportement. Ces deux hypothèses permettront de déterminer s'il est possible de prédire un comportement dans un contexte instable de transition.

Cette étude aura donc quatre hypothèses générales, soit deux hypothèses de médiation (avec respectivement trois et deux sous-hypothèses) et deux hypothèses d'effet direct.

## **1.2 Les objectifs de la recherche**

Deux types d'objectifs encadrent cette recherche : l'objectif principal et les objectifs opérationnels. L'objectif principal (ou général) représente la contribution que ce mémoire désire apporter à la littérature en marketing, particulièrement à la littérature sur le comportement du consommateur et la consommation durable. Dans notre cas, il sera à deux volets. Tandis que les objectifs opérationnels consistent aux différentes activités à réaliser dans l'optique d'atteindre l'objectif principal de cette étude.

L'objectif principal est **d'affiner la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), plus spécifiquement, nous désirons identifier les mécanismes déterminants de la consommation durable et valider l'utilisation du modèle dans un contexte instable de transition.**

Comme démontré précédemment, le modèle de la théorie du comportement planifié a été validé dans de nombreuses études en marketing. Cependant, une condition pour son utilisation est la stabilité du contexte durant l'étude (Ajzen, 1991). Nous souhaitons alors explorer si un contexte instable de transition permet de prédire de manière juste un comportement. Ainsi, nous désirons analyser l'effet de l'intention et du contrôle comportemental réel, soit les deux variables indépendantes du comportement, sur le comportement dans un contexte instable.

De plus, plusieurs comportements de consommation durable ont été étudiés à l'aide du modèle de la TCP. Certains effets se sont montrés significatifs dans des études sur le marketing vert, mais ils n'ont jamais été expliqués et approfondis (Paul, Modi et Patel, 2016). Par conséquent, nous désirons explorer les mécanismes régissant la consommation durable à l'aide du modèle de la théorie du comportement planifié.

De cet objectif principal, quatre objectifs opérationnels ont été formulés :

1. Explorer la littérature existante en psychologie et en marketing sur le contexte de la transition à la parentalité dans le but de déterminer si cette période représente véritablement un contexte instable;
2. Explorer la littérature académique sur la théorie du comportement planifié, notamment pour approfondir les connaissances sur les différents liens entre les variables du modèle dans le contexte de la consommation durable;
3. Tester empiriquement les variables retenues dans un contexte instable de transition afin de confirmer l'effet de l'intention et du contrôle comportemental réel sur le comportement, tout en vérifiant les mécanismes déterminants de la consommation durable;
4. Contribuer aux apports théoriques et pratiques dans le domaine du marketing, spécifiquement le marketing vert et le comportement du consommateur, ainsi que la théorie du comportement planifié, tout en indiquant les limites et les avenues de recherches futures.

Le premier chapitre de ce mémoire, soit la revue de littérature, a permis de réaliser les deux premiers objectifs opérationnels en approfondissant nos connaissances sur la littérature pertinente à propos du contexte de la transition à la parentalité et de la théorie du comportement planifié

étudiant la consommation durable. Le troisième objectif sera abordé dans le chapitre présentant les résultats et le quatrième objectif dans le chapitre de la discussion. Afin de parvenir à répondre à la problématique de ce mémoire, les variables du modèle conceptuel ont été sélectionnées.

Les variables retenues sont les suivantes :

**Variables indépendantes :**

- Souci environnemental
- Contrôle comportemental réel

**Variable médiatrice et indépendante (2 rôles) :**

- Norme subjective

**Variables médiatrices :**

- Attitude
- Contrôle comportemental perçu

**Variable dépendante au temps 1 et indépendante au temps 2 (2 rôles) :**

- L'intention

**Variable dépendante au temps 2:**

- Le comportement

**Variables de contrôle :**

- Âge
- Éducation
- Revenu
- Nombre d'enfants

## **2. Le modèle conceptuel et les hypothèses de la recherche**

Nous avons présenté la problématique, les objectifs de la recherche et les variables retenues pour parvenir à nos fins. Ces variables permettent la formulation des quatre hypothèses de la recherche.

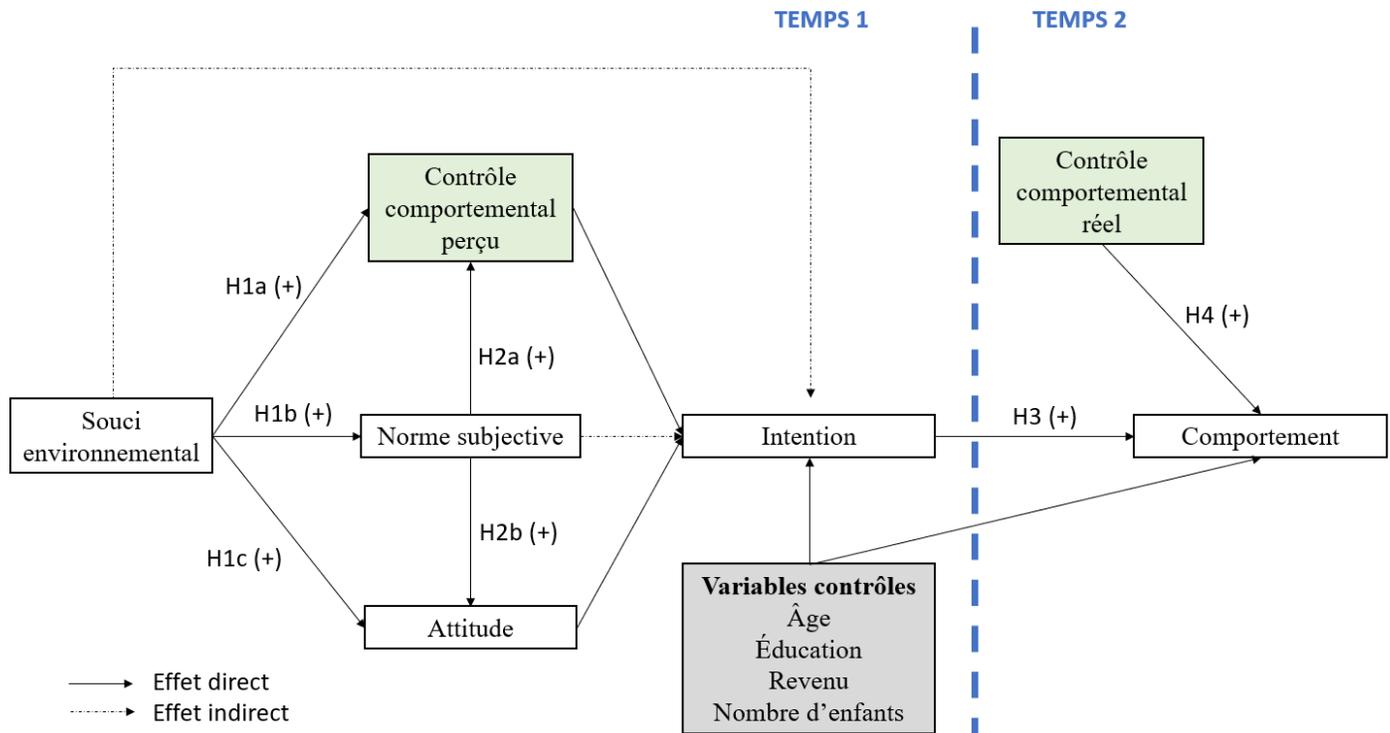
Ainsi, cette section vise à présenter le modèle conceptuel et les hypothèses de la recherche de ce mémoire.

L'objectif général de cette étude est de tester le modèle de la TCP durant la transition à la parentalité afin de déterminer l'efficacité du modèle dans un contexte instable, tout en portant une attention aux mécanismes qui régissent la consommation durable. Avec l'approche hypothético-déductive, un modèle conceptuel a été construit basé sur la littérature où nous retrouvons les hypothèses à tester.

## 2.1 Le modèle conceptuel de la recherche

Selon l'approche hypothético-déductive, les modèles conceptuels sont des représentations réduites et simplifiées de la réalité (Gavard-Perret *et al.*, 2012). Ces schémas sont utilisés par les chercheurs afin d'expliquer visuellement les liens entre des concepts complexes interreliés. De ce fait, le modèle conceptuel ci-dessous comporte seulement les variables utilisées dans la formulation des hypothèses.

**Figure 2: Le modèle conceptuel**



Nous retrouvons deux types d'effet à tester : les effets de médiation et les effets directs.

### 1) Les effets de médiation

Le rôle des trois variables indépendantes du modèle de la TCP, soit le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude (variables médiatrices), sera exploré à titre de médiateur de la relation entre le souci environnemental (antécédent) et l'intention (variable à expliquer). Donc, trois hypothèses de médiation seront testées avec ces variables.

Par la suite, le rôle du contrôle comportemental perçu et de l'attitude (variables médiatrices) sera exploré à titre de médiateur de la relation entre la norme subjective (antécédent) et l'intention (variable à expliquer). Ainsi, deux hypothèses de médiation seront testées avec ces variables.

### 2) Les effets directs

Le premier effet direct à mesurer est l'influence de l'intention (variable explicative) sur le comportement (variable à expliquer).

Le second effet direct à tester est l'influence du contrôle comportemental réel (variable explicative) sur le comportement (variable à expliquer).

Afin de tester ce modèle, une collecte de données à deux points d'observation sera employée (voir chapitre 3). Les variables du souci environnemental, du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective, de l'attitude et de l'intention seront mesurées lors du premier point d'observation, soit pendant la grossesse. Les variables du contrôle comportemental réel et du comportement seront mesurées au deuxième point d'observation, soit après la naissance de l'enfant.

Le modèle conceptuel est basé sur le modèle de la TCP et sa conception suit les recommandations de l'auteur de la théorie (Ajzen, 2002a). Nous avons ajouté la variable du souci environnemental puisque celle-ci a été prouvée comme un ajout important au modèle de la TCP dans le domaine du marketing vert (Mei-Fang Chen et Tung, 2014; Emekci, 2019; Paul, Modi et Patel, 2016). En effet, Han et Stoel (2017) ont démontré que la variable du souci environnemental contribuait à la performance des modèles puisque son ajout augmente la variance expliquée de l'intention en la faisant passer de 48.8% à 50.7%. Finalement, des liens entre les variables de la norme subjective

et l'attitude, ainsi qu'entre la norme subjective et le contrôle comportemental perçu ont été ajoutés puisque ces relations pourraient représenter des mécanismes expliquant la consommation durable en raison que certains effets se sont avérés significatifs entre ces variables dans des études portant sur le marketing vert (Bananuka *et al.*, 2019; Annie Chen et Peng, 2012; Tae-Im Han et Stoel, 2017; Paul, Modi et Patel, 2016).

## **2.2 Les hypothèses de la recherche**

Le modèle conceptuel sera testé à l'aide de quatre hypothèses. La première hypothèse étudie le rôle médiateur des variables indépendantes de la TCP, soit le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude, entre la relation du souci environnemental et l'intention (H1). La seconde hypothèse explore le rôle médiateur de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la relation de la norme subjective et de l'intention (H2). La troisième hypothèse examine l'influence de l'intention sur le comportement (H3). La dernière hypothèse se penche sur l'influence du contrôle comportemental réel sur le comportement (H4).

Ensuite, les effets des variables de contrôle sur l'intention et le comportement seront examinés, bien que ceux-ci ne nécessitent pas d'hypothèse. Les variables de l'âge, de l'éducation, du revenu et du nombre d'enfants seront incluses dans le modèle lors des tests d'hypothèses.

Enfin, il est important de spécifier que les deux hypothèses suivantes ont été considérées, mais n'ont pas été retenues dans cette étude : le rôle médiateur de la norme subjective entre la relation du souci environnemental et le contrôle comportemental perçu, ainsi qu'entre la relation du souci environnemental et l'attitude. En suivant la littérature, aucune raison théorique ne nous a poussés à explorer ces hypothèses dans ce mémoire.

### 2.2.1 Les effets médiateurs des variables indépendantes de la TCP entre le souci environnemental et l'intention

Bamberg (2003) propose que le souci environnemental ne soit pas en relation directe avec l'intention de performer un comportement spécifique, mais plutôt qu'il soit un déterminant indirect puisque seules les cognitions et attitudes spécifiques à une situation sont des déterminants directs

du comportement spécifique. Par conséquent, le souci environnemental est considéré comme une attitude générale et devrait être considéré comme un déterminant indirect de l'intention de performer un comportement spécifique. Il influencerait plutôt les cognitions spécifiques d'un comportement, soit le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude.

Effectivement, un effet direct et un effet indirect entre le souci environnemental et l'intention de performer des comportements verts ont été observés, où l'attitude jouait un rôle de médiateur, dans deux études portant sur l'énergie verte (Bang *et al.*, 2000; Hartmann et Apaolaza-Ibáñez, 2012).

De surcroît, des études sur l'intention de visiter des hôtels verts et l'achat des produits verts ont observé que la relation entre le souci environnemental et l'intention était médiée partiellement par les trois variables indépendantes de la TCP, soit le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude (Mei-Fang Chen et Tung, 2014; Paul, Modi et Patel, 2016). Paul, Modi et Patel (2016) soutiennent que le souci environnemental a tout de même un effet direct sur l'intention de performer des comportements durables puisque ce concept est une composante de l'attitude et permet alors de mieux expliquer l'intention. Finalement, Maichum, Parichatnon et Peng (2016) appuient les découvertes présentées en prouvant une relation significative entre le souci environnemental et l'attitude, ainsi qu'entre le souci environnemental et le contrôle comportemental perçu dans une étude portant sur l'achat de produits verts. Cependant, aucune relation significative entre le souci environnemental et la norme subjective n'était présente dans cette étude.

Enfin, une méta-analyse montre que les relations significatives directes entre les trois variables indépendantes de la TCP (le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude) et l'intention ont été prouvées à de maintes reprises pour divers comportements dans la sphère environnementale (Tae-Im Han et Stoel, 2017). L'importance relative de chaque variable sur l'intention comportementale varie selon les situations et les comportements (Ajzen, 1991). Cependant, la norme subjective s'avère être souvent l'antécédent le plus faible de l'intention (Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988; Van den Putte, Hoogstraten et Meertens, 1991). Pourtant, dans une méta-analyse réalisée sur le thème des comportements socialement responsables, l'attitude a été révélée comme la variable avec la plus forte association à l'intention, suivie par la norme subjective et ensuite le contrôle comportemental perçu. (Tae-Im Han et Stoel, 2017).

Bref, des effets de médiation partielle par les trois variables indépendantes de la TCP entre le souci environnemental et l'intention ont été soutenus par plusieurs recherches. Bien que la médiation qui est considérée comme la plus forte, par Baron et Kenny (1986), est lorsqu'il y a un effet indirect et aucun effet direct, la plupart des recherches obtiennent une « médiation partielle » (Zhao, Lynch Jr et Chen, 2010). Nous proposons alors les hypothèses suivantes :

<b>Hypothèse 1A</b>	<b>Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.</b>
<b>Hypothèse 1B</b>	<b>La norme subjective médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.</b>
<b>Hypothèse 1C</b>	<b>L'attitude médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.</b>

### 2.2.2 Les effets médiateurs de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la norme subjective et l'intention

Comme mentionné dans l'hypothèse précédente, les relations significatives entre les variables du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective et de l'attitude avec l'intention ont été prouvées dans la littérature pour divers sujets, dont les comportements écologiques (Tae-Im Han et Stoel, 2017). Cependant, la valeur explicative de la variable de la norme subjective a déjà été sujette à des controverses dans la littérature en remettant en question l'importance de ce déterminant dans la prédiction d'un comportement (Tae-Im Han et Stoel, 2017). En effet, plusieurs recherches observent que la force de la relation entre la norme subjective et l'intention dans le modèle de la TCP est la plus faible et la moins significative comparativement aux variables du contrôle comportemental perçu et de l'attitude (Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988; Van den Putte, Hoogstraten et Meertens, 1991). Malgré que la norme subjective est considérée comme l'antécédent de l'intention le plus faible, certains auteurs argumentent que son impact sur l'intention est plus fort dans le cas de comportements de consommation socialement responsable (Goldstein, Cialdini et Griskevicius, 2008; Tae-Im Han et Stoel, 2017; Kim, Lee et Hur, 2012) puisque les comportements éthiques seraient grandement affectés par la pression sociale (Man Kit Chang, 1998).

Par ailleurs, certains chercheurs ont exploré des relations de médiation entre la norme subjective et l'intention (Bananuka *et al.*, 2019; Annie Chen et Peng, 2012; Tae-Im Han et Stoel, 2017; Paul, Modi et Patel, 2016). Des études utilisant le modèle de la TCP ont confirmé le rôle médiateur que joue la variable de l'attitude dans la relation entre la norme subjective et l'intention (Bananuka *et al.*, 2019; Annie Chen et Peng, 2012; Tae-Im Han et Stoel, 2017). Finalement, l'étude de Paul, Modi et Patel (2016) a découvert que la norme subjective a un effet indirect significatif sur l'intention d'achat plutôt qu'un effet direct, où l'attitude et le contrôle comportemental perçu ont des rôles de médiateur.

À notre connaissance, aucune explication n'a été faite dans la littérature afin de justifier les médiations entre la norme subjective et l'intention. De ce fait, une piste de réflexion pour chacun des médiateurs sera proposée. Premièrement, la norme subjective fait référence à une motivation extrinsèque puisque, selon la définition du concept, l'exécution d'un comportement est en réponse à la pression sociale ressentie à se conformer (Fu *et al.*, 2010). Tandis que l'attitude fait référence à une motivation intrinsèque puisque l'évaluation favorable ou défavorable d'un individu selon ses croyances envers le comportement va déterminer la motivation à s'y engager (Fu *et al.*, 2010). Il a été démontré, à partir d'études antérieures, que les deux types de motivations incitent à performer un comportement, mais la motivation intrinsèque peut être influencée par la motivation extrinsèque (Deci, Koestner et Ryan, 1999). De ce fait, la norme subjective, soit celle en lien avec la motivation extrinsèque, aurait un effet direct sur la formation de l'attitude, soit celle en lien avec la motivation intrinsèque.

Deuxièmement, nous postulons que la pression sociale ressentie à adopter un comportement peut avoir un impact sur la perception de l'individu quant à ses capacités à réaliser ce comportement. En effet, selon la théorie de la comparaison sociale, lorsqu'un individu s'aperçoit que son entourage a les capacités à réaliser un certain comportement, il aura tendance à évaluer ses capacités afin de déterminer si lui aussi serait en mesure de performer le comportement (Wood, 1989). Lors de l'évaluation de ses capacités, l'être humain a souvent une vision irréaliste de lui-même en se mettant en valeur (Sackeim, 1983; Shelley E Taylor et Brown, 1988). De surcroît, les Occidentaux désirent non seulement évaluer leurs capacités, mais également ils ressentent davantage une pression pour les améliorer continuellement (Festinger, 1954). En résumé, la pression sociale ressentie par l'individu aura un effet direct sur la formation de son contrôle comportemental. C'est-

à-dire que plus la pression ressentie est grande, plus le contrôle comportemental perçu sera élevé puisque l'être humain a tendance à avoir une image positive de lui-même comparativement aux capacités d'autrui et désire améliorer ses capacités.

En somme, les rôles de médiateur que joue 1) le contrôle comportemental perçu et 2) l'attitude dans la relation entre la norme subjective et l'intention sont très peu étudiés. Compte tenu du fait que plusieurs études ont trouvé un faible effet entre la norme subjective et l'intention (Cialdini et Trost, 1998; Trafimow et Finlay, 1996) et que d'autres auteurs, dans les recherches sur la consommation durable, n'ont pas trouvé de lien direct (Kumar, 2012; Kumar, Manrai et Manrai, 2017), nous désirons explorer l'option selon laquelle la norme subjective a plutôt un effet indirect sur l'intention. Par ailleurs, l'étude de ces relations est originale. Conséquemment, nous proposons les hypothèses suivantes :

<b>Hypothèse 2A</b>	<b>Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre la norme subjective et l'intention.</b>
<b>Hypothèse 2B</b>	<b>L'attitude médie la relation entre la norme subjective et l'intention.</b>

### 2.2.3 L'effet direct de l'intention sur le comportement

D'après la théorie du comportement planifié, l'intention de performer un comportement est le meilleur prédicteur du comportement (Ajzen et Fishbein, 1980). Effectivement, de multiples études ont confirmé la relation entre l'intention et le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980; Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988). Toutefois, un écart entre les deux variables a été observé pour certains actes, illustrant que le désir d'accomplir un comportement ne se traduit pas toujours en la performance désirée (Grunert et Juhl, 1995; Venkatesh *et al.*, 2003). Dans la sphère du marketing vert, plusieurs études utilisant la TCP ont démontré un lien positif fort et significatif entre l'intention et le comportement écologique (Kumar, Manrai et Manrai, 2017; Wu et Chen, 2014; Yadav et Pathak, 2017).

Bien que cette relation soit très bien établie dans la littérature, nous désirons vérifier l'effet de l'intention sur le comportement dans le contexte instable de transition. Certes, il a été démontré que lors d'événement important de la vie, tel que l'arrivée d'un enfant, plusieurs décisions en lien

avec la future routine sont prises avant l'événement (Schèafer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012). En accord avec la littérature sur ce sujet, nous émettons l'hypothèse suivante :

<b>Hypothèse 3</b>	<b>Plus l'intention est élevée (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.</b>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 2.2.4 L'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement

Selon Ajzen (2002b), le comportement est influencé par le contrôle comportemental puisque les ressources et les opportunités disponibles auront un impact sur la réussite d'un comportement. Plus spécifiquement, il a été démontré que le contrôle comportemental est positivement associé au comportement de consommer écologiquement (Wu et Chen, 2014) et à des comportements sains (Norman et Conner, 2005).

En revanche, Emekci (2019) argumente que le contrôle comportemental perçu est plutôt en relation négative avec le comportement d'achat vert. Il interprète cette relation en disant que les consommateurs feraient plus d'effort pour réussir un comportement lorsqu'il y a un obstacle pour l'atteindre. Cependant, il est possible de constater que le concept de comportement est confondu avec la variable d'intention dans cette interprétation en raison de l'utilisation du terme effort pour définir la performance du comportement. Par conséquent, nous allons nous rattacher aux découvertes des autres études utilisant le modèle de la TCP afin de formuler notre hypothèse qui sera testée dans un contexte instable.

Comme expliqué dans le chapitre de la revue de la littérature, le contrôle comportemental perçu est souvent utilisé comme variable *proxy* à la variable du contrôle comportemental réel (Ajzen, 2020). Cependant, si le contexte entraîne un changement de ressources, de besoins ou d'opportunités, la perception du contrôle comportemental pourrait être erronée (Ajzen, 1991). Étant donné que ce projet de recherche est exécuté dans un contexte instable, nous allons plutôt tester le lien direct entre la variable du contrôle comportemental réel et le comportement.

L'hypothèse suivante est alors émise :

<b>Hypothèse 4</b>	<b>Plus le contrôle comportemental réel est élevé (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.</b>
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 2.3 La synthèse des hypothèses de la recherche

Pour résumer la section abordant les hypothèses, vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des hypothèses de la recherche qui seront testées dans ce mémoire.

**Tableau 1: Sommaire des hypothèses de la recherche**

Hypothèse 1A	Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.
Hypothèse 1B	La norme subjective médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.
Hypothèse 1C	L'attitude médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.
Hypothèse 2A	Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre la norme subjective et l'intention.
Hypothèse 2B	L'attitude médie la relation entre la norme subjective et l'intention.
Hypothèse 3	Plus l'intention est élevée (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.
Hypothèse 4	Plus le contrôle comportemental réel est élevé (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.

### 3. Les variables de contrôle

Plusieurs facteurs peuvent exercer une influence sur l'intention et la performance du comportement étudié, soit l'utilisation des couches lavables. Des recherches se sont penchées sur la relation entre les variables démographiques et le souci environnemental, mais les résultats sont plutôt controversés. Certaines ont conclu une relation significative (Anderson Jr et Cunningham, 1972) et d'autres non (Akehurst, Afonso et Gonçalves, 2012; Kinnear, Taylor et Ahmed, 1974).

Dans une recherche récente utilisant le modèle de la TCP pour prédire la consommation durable, les variables de l'âge, de l'éducation et du revenu ont été incluses dans le modèle afin de contrôler leur influence sur le comportement (Emekci, 2019). De surcroît, il a été démontré que le statut des

parents (nouveaux parents ou parents établis) lors de la transition à la parentalité a un impact considérable sur le contrôle comportemental (Bassett-Gunter *et al.*, 2013). En somme, nous avons choisi de retenir les variables de l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants. Ces variables seront mesurées afin de les inclure comme variables de contrôle dans notre modèle dans l'optique de contrôler leur influence sur l'intention et le comportement lors des tests d'hypothèses. Les quatre variables de contrôle sélectionnées seront présentées ci-dessous, en s'appuyant sur la littérature.

### **3.1 L'âge**

L'âge est une variable qui a été étudiée à maintes reprises dans les études sur le marketing vert et l'écologie, cependant les résultats sont contradictoires. Aucune relation significative n'a été conclue par certains auteurs (Kinneer et Taylor, 1973; McEvoy III, 1972; Straughan et Roberts, 1999). Une relation significative négative a été conclue avec des comportements écologiques dans certaines recherches (Van Liere et Dunlap, 1981; Zimmer, Stafford et Stafford, 1994). Tandis qu'une corrélation significative positive a été confirmée entre les deux variables dans d'autres études (Roberts, 1996; Samdahl et Robertson, 1989).

En raison de la présence d'une corrélation significative entre l'âge et les comportements écologiques dans différentes études, ainsi que l'ambiguïté du sens de la relation, l'âge de la participante sera inclus comme variable de contrôle dans ce projet de recherche.

### **3.2 L'éducation**

La relation entre le niveau d'éducation et les comportements durables a intéressé divers chercheurs dans le but de dresser le profil sociodémographique des consommateurs verts. La relation s'est avérée positive dans la plupart des études (Aaker et Bagozzi, 1982; McEvoy III, 1972; Roberts, 1996; Schwartz et Miller, 1991; Van Liere et Dunlap, 1981; Zimmer, Stafford et Stafford, 1994), mais aucune relation significative n'a été observée dans d'autres (Samdahl et Robertson, 1989; Straughan et Roberts, 1999).

Les chercheurs suggèrent qu'avoir un niveau d'éducation élevé serait lié à un niveau plus élevé de souci environnemental (Echavarren, 2017; Zsóka *et al.*, 2013) et donc davantage de motivation à

s'engager et s'impliquer dans des comportements durables (Lozano, 2006; Olli, Grendstad et Wollebaek, 2001).

La variable de l'éducation pourrait avoir un effet sur le comportement durable de notre étude. Cette variable sera alors incluse comme variable de contrôle dans ce projet de recherche.

### **3.3 Le revenu**

Plusieurs études ont démontré une relation significative positive entre le revenu et des comportements écologiques (Newell et Green, 1997; Roberts, 1996; Roberts et Bacon, 1997). D'après Awad (2011), cette relation est présente en raison de l'idée selon laquelle la plupart des produits verts ont un prix plus élevé que les produits conventionnels. Pour cette raison, la variable a été incluse par plusieurs chercheurs dans des travaux portant sur les comportements écologiques et le souci environnemental (Anderson Jr et Cunningham, 1972; Kinnear, Taylor et Ahmed, 1974; Samdahl et Robertson, 1989; Van Liere et Dunlap, 1981).

La variable du revenu familial sera alors incluse dans le modèle conceptuel comme variable de contrôle puisqu'elle pourrait exercer une influence sur le comportement durable étudié.

### **3.4 Le nombre d'enfants**

En tenant compte que cette recherche se concentre sur le contexte de transition à la parentalité, le nombre d'enfants peut avoir un impact important sur le déroulement de la transition pour les parents et alors sur le comportement étudié. Effectivement, les parents, qui ont déjà un enfant, auraient une augmentation du contrôle comportemental à l'arrivée du deuxième enfant. À l'opposé, les nouveaux parents expérimenteraient un déclin du contrôle comportemental durant les six mois suivant l'accouchement (Bassett-Gunter *et al.*, 2013). Cette même observation a été faite dans le domaine de la saine alimentation et de l'exercice physique où un déclin de la confiance et du contrôle comportemental a été relevé, expliqué par la nouvelle réalité des parents qui impacte la motivation à entreprendre des comportements sains (Godin, Vezina et Leclerc, 1989; McIntyre et Rhodes, 2009). Ainsi, l'arrivée d'un premier enfant est associée à un manque de confiance et de contrôle en raison de la nouveauté. Au contraire, lors de l'arrivée d'un deuxième enfant, les parents

s'appuient sur leur expérience précédente pour mieux faire face à la transition (Bassett-Gunter *et al.*, 2013).

Comme mentionné lors de l'introduction des hypothèses, le contrôle comportemental a un important impact sur le comportement. Pour cette raison, la variable du nombre d'enfants sera ajoutée à notre modèle conceptuel comme variable de contrôle.

## **Conclusion**

L'objectif de ce chapitre était de préciser la problématique de la recherche et les variables retenues pour y répondre, tout en exposant les hypothèses de la recherche. Ainsi, la problématique suivante a été introduite :

*Quels sont les facteurs influençant les intentions et les comportements des femmes durant la transition à la parentalité? Spécifiquement, quels sont les mécanismes qui permettent d'expliquer l'intention et le comportement de consommer durablement des femmes durant la transition à la parentalité?*

À partir de cette problématique, un objectif principal et quatre objectifs opérationnels ont été développés. Par la suite, le modèle conceptuel a permis d'introduire les variables retenues pour cette étude, soit le souci environnemental, le contrôle comportemental perçu, la norme subjective, l'attitude, l'intention, le contrôle comportemental réel et le comportement. De plus, quatre variables de contrôle ont été sélectionnées : l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants.

Par la suite, les quatre grandes hypothèses de la recherche ont été introduites, ainsi que les bases théoriques sur lesquelles les hypothèses sont fondées, notamment la théorie du comportement planifié.

Dans le prochain chapitre, la méthodologie grâce à laquelle nous testerons nos hypothèses sera exposée.

## **Chapitre 3 : La méthodologie de la recherche**

### **Introduction**

Dans ce chapitre, la méthodologie de ce projet de recherche sera présentée. L'objectif de cette étude est d'identifier les mécanismes déterminants de la consommation durable et valider l'utilisation du modèle dans un contexte instable de transition. Pour répondre à cet objectif, la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991; Fishbein, Ajzen et Belief, 1975) a été utilisée afin d'examiner la consommation durable, précisément l'utilisation des couches lavables, durant la transition à la parentalité. Ainsi, une collecte de données, à deux points d'observation dans le temps auprès du même échantillon, a permis de capturer l'essence de la transition à la parentalité en mesurant l'intention pendant la grossesse et la performance du comportement après l'arrivée de l'enfant.

Ce chapitre abordera de manière détaillée la méthode et le choix des instruments de mesure utilisés dans le cadre de ce mémoire.

### **1. La présentation de la méthode**

Cette première section vise à présenter la méthode utilisée pour répondre aux fins de l'étude. Nous allons aborder le type de collecte de données, le choix de la population étudiée et le terrain d'enquête. Puis, il suivra le questionnaire, son prétest et son administration, pour terminer avec la méthode d'analyse utilisée.

#### **1.1 Le type de collecte de données**

Une collecte de données à deux points d'observation dans le temps a été utilisée. Tout d'abord, un premier questionnaire (temps 1) a été envoyé aux participantes. Puis, un second questionnaire (temps 2) a été envoyé aux mêmes participantes trois mois après avoir rempli le premier questionnaire. Ce type de collecte de données s'apparente à une étude longitudinale puisqu'un même participant est observé de manière répétée durant une période (Lavrakas, 2008). Les études longitudinales sont reconnues pour leurs nombreux avantages en termes de qualité de données, tels

qu'établir l'effet d'un événement sur un sujet (Caruana et al., 2015; Rindfleisch et al., 2008). Cependant, en raison que nous avons collectée des données auprès des participantes à deux reprises durant la période, notre méthode est considérée comme une étude à deux vagues (*two waves study* en anglais), et non longitudinale puisque cette dernière exige minimalement trois points d'observation (Bolander, Dugan et Jones, 2017; Lavrakas, 2008). Cette méthode de collecte de données a été sélectionnée afin d'identifier de manière fiable les déterminants de l'utilisation des couches lavables, plus précisément en vérifiant si l'intention des mères est un prédicteur valide du comportement après l'arrivée de l'enfant. En effet, en utilisant la théorie du comportement planifié, il est recommandé de mesurer l'attitude, la norme subjective, le contrôle comportemental perçu et l'intention dans un premier temps et de mesurer le comportement, ainsi que le contrôle comportemental réel dans un second temps (Ajzen, 2002a). Il est important de mentionner que cette théorie est souvent utilisée dans plusieurs domaines en prenant l'intention comme variable *proxy* du comportement afin d'établir les déterminants du comportement (Conner, 2020). Notamment, de nombreuses études sur le sujet de la consommation durable, utilisant la TCP, ont seulement mesuré l'intention (Joshi et al., 2019; Maichum, Parichatnon et Peng, 2016; Paul, Modi et Patel, 2016; Rex, Lobo et Leckie, 2015; Sparks et Shepherd, 1992; Yadav et Pathak, 2016) ou ont mesuré l'intention et le comportement au même moment (Emekci, 2019; Wu et Chen, 2014; Yadav et Pathak, 2017).

Cependant, l'intention représente qu'en moyenne seulement 25% de la variance du comportement selon deux méta-analyses (Sheeran, 2002; Winkelkemper, Ajzen et Schmidt, 2019). Ainsi, la mesure de l'intention ne permet pas nécessairement de prédire le comportement réel (Ajzen, 2020). De plus, une condition afin que le comportement soit prédit de manière juste est que l'intention et le contrôle comportemental perçu restent stables entre le temps 1 et le temps 2, toutefois un événement pourrait modifier ces mesures (Ajzen, 1991). Comme le contexte de cette étude est la transition à la parentalité, l'arrivée de l'enfant représente un événement important qui pourrait changer de manière considérable l'intention et le contrôle comportemental des parents. Nous avons donc décidé de mesurer en deux temps l'intention et le comportement d'utiliser des couches lavables. Par conséquent, ce projet de recherche se distingue par cette méthode de collecte rigoureuse qui permet de déterminer si l'intention est un prédicteur valide du comportement lors d'un contexte instable de transition.

Comme mentionné précédemment, un délai de trois mois a été établi entre les deux collectes de données. Tel qu'il sera détaillé dans le choix de la population, des femmes au troisième trimestre de grossesse, c'est-à-dire entre 29 semaines de grossesse jusqu'à la naissance de l'enfant, ont été interrogées au temps 1. Ce choix méthodologique a été gouverné par le fait que nous voulions nous assurer que toutes les répondantes aient accouché lors du second questionnaire afin de pouvoir mesurer le comportement après l'arrivée de l'enfant. Ainsi, le temps 2 se situe entre une semaine et quatorze semaines après l'accouchement des répondantes selon le moment durant leur grossesse qu'elles ont répondu au premier questionnaire et selon le délai de réponse au second questionnaire après sa réception.

## **1.2 Le choix de la population étudiée et le terrain d'enquête**

L'objectif de ce mémoire est d'étudier la consommation durable des femmes durant la transition à la parentalité. Ainsi, nous désirons mieux comprendre le processus de formation de l'intention des femmes avant l'arrivée de l'enfant et le comportement après l'arrivée de l'enfant. À cet effet, la population choisie pour le premier point d'observation de l'étude était des femmes enceintes au troisième trimestre de grossesse, c'est-à-dire entre 29 semaines de grossesse jusqu'à la naissance de l'enfant. Les femmes au troisième trimestre de grossesse ont été sélectionnées, car la mesure de l'intention doit être faite à un moment le plus près possible de la naissance afin d'obtenir une mesure précise (Follows et Jobber, 2000). Le dernier trimestre est une période où les parents sont prêts à l'arrivée du nouveau-né, étant donné qu'ils sont informés et qu'ils ont décidé des pratiques qu'ils allaient adopter avec l'enfant puisqu'à cette période, ils ont développé leurs compétences à l'aide de plusieurs ressources (p.ex. cours prénataux, livres prénataux) (Tandy Chalmers Thomas et Epp, 2019). En effet, il a été démontré que lors d'événement important de la vie, plusieurs décisions en lien avec la future routine sont prises avant l'événement (Schèafer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012), dans notre cas, l'arrivée de l'enfant. De ce fait, plusieurs études sur la transition à la parentalité ont utilisé le troisième trimestre comme critère au premier temps puisqu'il représente un délai raisonnable avant la naissance, tout en permettant d'atteindre un échantillon intéressant (Castle et al., 2008; S. Shirley Feldman et Nash, 1984; Scheppingen, Denissen et Bleidorn, 2018; Yavorsky, Kamp Dush et Schoppe-Sullivan, 2015). Nous avons fait le choix de se concentrer sur la population des femmes et d'exclure les hommes de la population à l'étude

puisque'il était plus complexe de rejoindre des hommes dont la conjointe était enceinte, rendue au troisième trimestre de grossesse.

Les autres critères d'inclusion de notre étude étaient d'être âgé de 18 ans et plus et d'avoir un niveau suffisant de la langue anglaise ou française pour remplir les questionnaires. Le terrain d'étude de cette enquête a été la province du Québec.

Des critères d'exclusion ont été insérés dans le deuxième questionnaire afin d'exclure les mères qui ont eu d'importants problèmes de santé à la suite de l'accouchement et les répondantes dont le nouveau-né a eu d'importants problèmes de santé. Ces critères ont été inclus puisque'un problème de santé majeur pourrait représenter un facteur d'influence important pouvant modifier les comportements (Boudreaux, Bock et O'Hea, 2012) et le bien-être des parents (Affleck et Tennen, 1991). Ainsi, cet événement supplémentaire aurait pu biaiser les résultats puisque le contexte de ce mémoire étudie déjà un événement perturbateur, soit la transition à la parentalité. De surcroît, nous avons confirmé que les mères avaient accouché avant de remplir le deuxième questionnaire, sinon elle était exclue de l'étude.

Pour le premier sondage, 480 personnes ont débuté le sondage, mais seulement 301 personnes l'ont terminé. Parmi les 179 répondantes qui n'ont pas terminé le questionnaire, 17 répondantes ont arrêté à la dernière question où elles devaient entrer leur adresse courriel. Le taux d'achèvement du questionnaire est donc de 62.71%. Dans les réponses complètes, 185 participantes répondaient aux critères afin de participer à l'étude. Nous avons obtenu un échantillon final de 180 répondantes pour le premier point d'observation après avoir retiré 5 répondantes à la suite de l'examen des indicatifs sur la qualité des réponses (p. ex. durée de réponse, question d'attention) qui seront expliqués en détail dans le prochain chapitre. Les répondantes étaient en moyenne à 32,84 semaines de grossesse lorsqu'elles ont rempli le premier questionnaire.

Pour le questionnaire de suivi, nous avons obtenu 152 réponses parmi les 180 participantes sollicitées. Le taux de réponse pour le deuxième questionnaire est de 84,44%. Parmi les 152 réponses, 12 répondantes ne se sont pas qualifiées pour le deuxième échantillon : 2 répondantes ont été disqualifiées en raison de problèmes de santé sévères à la suite de l'accouchement, 2 participantes ont malheureusement dû se retirer en raison d'une fausse couche et 8 participantes ont été retirées après l'examen des indicatifs sur la qualité des réponses. Ainsi, 140 questionnaires

ont été conservés pour l'analyse. Le questionnaire de suivi a été rempli à 7,10 semaines en moyenne après l'accouchement.

La moyenne d'âge des femmes de notre premier échantillon est de 29,29 ans et il s'agissait de la première grossesse de 51,70% (n=93) des répondantes. Le revenu total familial se situe entre 75 000\$ à 99 999\$ pour 26,10% (n=47) et entre 100 000\$ et 124 999\$ pour 20,60% (n=37). De surcroît, 40,60% (n=73) des participantes détiennent un diplôme non universitaire (collège communautaire, CÉGEP, institut technique, etc.). Les statistiques descriptives de notre deuxième échantillon sont très similaires. En effet, la moyenne d'âge des femmes est de 29,14 ans et il s'agissait de la première grossesse de 52,9% (n=74) des répondantes. Le revenu total familial se situe entre 75 000\$ à 99 999\$ pour 26,4% (n=37) et entre 100 000\$ et 124 999\$ pour 23,6% (n=33). Finalement, 39,3% (n=55) des participantes détiennent un diplôme non universitaire (collège communautaire, CÉGEP, institut technique, etc.). L'annexe 3 présente l'ensemble des caractéristiques sociodémographiques des échantillons.

L'échantillon est assez représentatif de la population à l'étude puisque l'âge moyen à la maternité au Québec en 2019 est de 30,8 ans et de 29,2 ans pour la première grossesse (Deschênes et Girard, 2020). À la même année, 43% des bébés étaient des premiers-nés (Deschênes et Girard, 2020). Ainsi, nous avons légèrement plus de femmes qui sont à leur première grossesse dans notre échantillon que dans la population, ce qui explique l'âge moyen de nos échantillons qui se rapproche de celle des premières grossesses dans la population.

### **1.3 Le questionnaire**

Avant de débiter la construction du questionnaire, deux entrevues individuelles semi-dirigées ont été effectuées auprès de mères qui ont un enfant de moins d'un an. Plus précisément, nous avons rencontré une mère qui avait l'intention d'utiliser les couches lavables, mais qui n'a toujours pas commencé cinq mois après la naissance de son enfant. Puis, nous avons écouté le témoignage d'une mère qui refuse d'utiliser les couches lavables, mais pratique plusieurs autres gestes verts en lien avec la consommation pour son jeune enfant. Ces entrevues exploratoires ont permis de guider et de confirmer les choix des construits du modèle conceptuel.

Par la suite, le choix des instruments de mesure a été fait en priorisant les instruments reconnus dans la littérature pour leurs qualités psychométriques. De plus, nous avons validé la pertinence de ceux-ci afin d'assurer qu'ils mesurent les concepts désirés selon les objectifs de l'étude. La majorité des instruments choisis étaient initialement en anglais dans la littérature. Nous désirions que le questionnaire soit offert en anglais et en français dans le but de maximiser le taux de réponse puisqu'il s'agit des deux langues les plus utilisées dans la province. Les instruments de mesure ont alors été traduits en français, puis une traductrice professionnelle a corrigé et validé la traduction pour assurer l'équivalence des instruments. Finalement, une dernière vérification a été faite avec un travail de rétrotraduction dans le but de vérifier que chaque item gardait sa signification lors de la traduction d'une langue à l'autre.

Considérant la nature de la méthode utilisée, deux questionnaires ont été développés. Le premier questionnaire a été administré au temps 1 et comprend 39 questions. Le deuxième questionnaire a été administré trois mois plus tard et comprend 22 questions. Les tableaux 2 et 3 présentent les différentes sections des questionnaires. Certaines sections non traitées dans ce mémoire ont été omises de ces tableaux par souci de clarté.

**Tableau 2: Sections du premier questionnaire**

<b>Partie 1 : Critères d'exclusion</b>	
Section 1	Questions sociodémographiques d'exclusion
<b>Partie 2 : Préoccupation environnementale</b>	
Section 2	Souci environnemental
<b>Partie 3 : Déterminants de l'intention</b>	
Section 3	Attitude
Section 4	Contrôle comportemental perçu
Section 5	Norme subjective
Section 6	Intention
<b>Partie 4 : Données personnelles</b>	
Section 7	Questions sociodémographiques

**Tableau 3: Sections du second questionnaire**

<b>Partie 1 : Critères d'exclusion</b>	
Section 1	Questions sur l'état de santé
<b>Partie 2 : Contrôle comportemental et comportement</b>	
Section 2	Contrôle comportemental réel
Section 3	Comportement

Dans les questionnaires, il y avait deux échelles sémantiques et des échelles de Likert à 7 points pour les autres questions (Hulland, Baumgartner et Smith, 2018; Podsakoff et al., 2003). La majorité des questions demandait aux répondantes d'indiquer leur niveau d'accord avec les énoncés à l'aide d'une échelle où 1 signifiait « Fortement en désaccord » et 7 signifiait « Fortement d'accord ». Des échelles avec un nombre de points impairs ont été choisies afin d'offrir un point neutre comme option aux participantes. Le point neutre permet d'éliminer le biais de complaisance en offrant la possibilité aux répondants indifférents ou indécis de répondre la valeur neutre et de cette manière, éviter de choisir une réponse artificiellement (Oliver, 1980, 1993). Effectivement, les répondants auraient tendance à répondre plus positivement puisqu'ils sont influencés par une barrière psychologique qui évite le jugement négatif (Oliver, 1980, 1993). Les questionnaires sont disponibles en annexe 1 et en annexe 2.

Finalement, un prétest a été effectué comme il vous sera expliqué dans la sous-section suivante.

#### **1.4 Le prétest du questionnaire**

Le prétest représente une étape cruciale dans l'élaboration d'un questionnaire puisqu'il permet de déceler des problèmes, tels que des erreurs d'orthographe, des questions mal comprises et des problèmes de structure. Ainsi, il est judicieux de demander la lecture du questionnaire par d'autres individus afin d'identifier les problèmes et assurer la fluidité de l'outil. Ces vérifications permettent d'apporter des corrections pour obtenir un outil de meilleure qualité (d'Astous, 2019).

Une experte linguistique a fait une première lecture et a trouvé quelques erreurs de syntaxe. À la suite de la correction des coquilles, trois experts de recherche quantitative en marketing ont prétesté les questionnaires, dont un professeur spécialisé en méthode quantitative. Des recommandations

mineures ont été suggérées, mais aucun changement de structure n'était nécessaire. Les changements ont donc été effectués selon les recommandations. La durée du premier questionnaire a été estimée à 15 minutes et celle du second questionnaire à 8 minutes. Les questionnaires étaient finalement prêts à être administrés.

### **1.5 La méthode d'administration du questionnaire**

En raison que la collecte de données était auprès de sujets humains, la première étape était d'obtenir l'autorisation du Comité d'Éthique de Recherche (CER) de HEC Montréal. La méthodologie et les fins de l'étude ont été présentées de manière détaillée au CER afin d'assurer que la présente étude ne représentait pas de risque important pour les participantes. Nous avons donc obtenu l'approbation du CER de HEC en vue de débiter la collecte de données.

L'administration du questionnaire s'est faite par internet à partir de la plateforme de sondage Qualtrics. Cette méthode d'administration avait plusieurs avantages afin de faciliter la réalisation de la présente étude. Premièrement, un lien anonyme pouvait être généré afin de partager facilement l'enquête sur les réseaux sociaux, ce qui a permis d'obtenir une grande portée à travers le Québec. En effet, nous avons obtenu des répondantes de 15 régions administratives de la province du Québec sur 17 (à l'exception de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec, *cf.* Annexe 3). Deuxièmement, Qualtrics propose différentes options qui nous ont permis de programmer automatiquement la deuxième partie de l'enquête. Effectivement, les contacts des répondantes étaient enregistrés dans la plateforme et nous avons programmé l'envoi de l'enquête de suivi afin que les participantes la reçoivent via courriel exactement trois mois après avoir complété le premier sondage. Cette fonction a permis également de coupler facilement les données des répondantes du premier et deuxième sondage grâce à un identifiant unique. Troisièmement, la plateforme offre une option pour encourager les participantes à remplir chacune des questions. Cette option permet d'éviter de recevoir des questionnaires incomplets, ce qui augmente le taux de réponse. Finalement, Qualtrics permet un traitement rapide des données, tout en assurant la confidentialité des réponses.

Le recrutement a été fait à partir d'échantillonnage volontaire et boule de neige (d'Astous, 2019). Plus précisément, nous avons publié une invitation à participer au sondage dans différents médias sociaux afin d'inviter la population à l'étude à répondre à notre enquête. Également, les

participantes étaient invitées à la fin du sondage à partager ce dernier à des femmes de leur entourage qui répondaient aux critères de sélection.

Afin de favoriser le taux de réponse, cinq cartes-cadeaux d'une valeur de 25\$ de la boutique québécoise le Méchant Loup (qui offre des produits québécois pour les jeunes enfants) étaient annoncées lors du recrutement et ont été tirées au hasard parmi les répondantes qui ont rempli les deux questionnaires.

La principale source de recrutement a été les groupes Facebook visant les femmes enceintes. Nous avons contacté les administrateurs de 30 groupes visant les femmes enceintes afin d'avoir l'autorisation de publier l'invitation puisque la publicité et la sollicitation ne sont pas tolérées comme le mentionnent la plupart des règlements des groupes. Au total, le sondage a été partagé dans 17 groupes Facebook ciblant les femmes enceintes. Certains groupes visaient très spécifiquement la population étudiée, par exemple le groupe *Bébé juin-juillet 2021 (Québec)* et *Future maman juillet 2021 (Québec)*. Par conséquent, nous avons publié deux fois la publication avec une semaine et demie d'intervalle dans ces 7 groupes afin d'optimiser le taux de réponse.

Des influenceuses<sup>7</sup> sur le média social Instagram, avec une audience semblable à la population de cette étude, ont été approchées afin de partager le sondage. Deux influenceuses qui ont plus de 11 000 abonnées chacune ont accepté de partager le sondage en *Story*<sup>8</sup> sur Instagram avec une explication du projet de recherche et le lien disponible en balayant vers le haut. Cette méthode de recrutement a servi à diversifier les médias sociaux utilisés pour la collecte de données, ce qui a permis d'obtenir un échantillon de meilleure qualité.

De surcroît, une employée d'Équiterre<sup>9</sup> nous a approchés afin de nous aider avec la collecte de données puisque l'organisme était intéressé par le sujet de l'étude et les conclusions de ce projet

---

<sup>7</sup> Des influenceurs sont des créateurs de contenu sur les médias sociaux qui ont un important nombre d'abonnés qui les suivent (De Veirman, Cauberghe et Hudders, 2017).

<sup>8</sup> Une *Story* est « un format de contenu créatif et immersif qui permet aux gens sur Facebook, Instagram et Messenger de voir et de partager des moments de leur quotidien au moyen de photos et de vidéos qui disparaissent après 24 heures » (Facebook for Business, 2021).

<sup>9</sup> Équiterre est un important organisme environnemental au Québec qui a pour mission de contribuer à la transition vers une société écologique et juste (Équiterre, 2021).

de recherche. Ils ont proposé de partager l'enquête avec les membres du mouvement citoyen *Mères au front* via courriel et via 25 groupes Facebook, en échange de recevoir un résumé des résultats et des recommandations de ce mémoire.

Pour finir, des organismes et entreprises offrant des services prénataux, tels que des cours prénataux et de l'accompagnement à la naissance, ont été contactés par courriel pour solliciter leur aide dans la collecte de données. Cependant, les réponses reçues indiquaient qu'ils étaient très occupés en raison de la pandémie. Certains partenaires potentiels étaient intéressés, mais en raison du long délai de réponses de ceux-ci, ils n'ont finalement pas pu contribuer au recrutement de notre étude.

Comme mentionné plus haut, le deuxième sondage a été envoyé automatiquement trois mois après le premier aux participantes ayant répondu au premier questionnaire grâce à un courriel automatique personnalisé généré par Qualtrics. Dans le courriel, un identifiant unique et un lien unique vers le questionnaire de suivi s'y trouvaient. Les répondantes avaient seulement à appuyer sur le lien et entrer leur identifiant afin de débiter le sondage. Cet identifiant nous a permis de coupler les données des deux questionnaires pour chaque participante. Deux courriels de rappel ont été envoyés aux participantes qui n'avaient pas répondu deux jours et neuf jours après le premier courriel.

La durée de la première collecte a été de deux semaines et demie et elle s'est déroulée du 30 avril 2021 au 18 mai 2021. La deuxième collecte a duré trois semaines et demie et elle s'est déroulée du 30 juillet 2021 au 25 août 2021.

## **1.6 La méthode de modélisation par les équations structurelles**

La méthode de modélisation par les équations structurelles (*Structural Equation Modeling* en anglais) a été sélectionnée puisque cette technique permet d'analyser les relations de causalités multiples, c'est-à-dire de tester simultanément un ensemble d'équations de régression (Kaplan, 2008). Deux approches sont employées fréquemment pour la modélisation par les équations structurelles: l'analyse des structures de covariance [ASC] et l'analyse des moindres carrés partiels (*Partial Least Squares Modeling* en anglais). L'approche d'analyse des structures de covariance a été retenue afin de vérifier nos hypothèses.

L'approche d'analyse des structures de covariance est reconnue comme la méthode la plus performante afin d'estimer les paramètres lorsque la spécification juste du modèle est garantie (Hwang *et al.*, 2010). La spécification du modèle est la première étape de la modélisation et consiste à déterminer les relations entre chaque variable, basées sur une recherche approfondie de la littérature (Collier, 2020). Comme des modèles similaires au nôtre ont été étudiés dans des recherches portant sur la consommation durable (Emekci, 2019; Kaiser et Gutscher, 2003), cette approche est la plus appropriée afin de tester le modèle global dans un nouveau contexte, tel que la transition à la parentalité. De plus, cette méthode répandue a été utilisée à de nombreuses reprises dans des publications en marketing (Hulland, Baumgartner et Smith, 2018; Roussel, Durrieu et Campoy, 2002).

Plusieurs logiciels permettent de faire efficacement la modélisation par les équations structurelles (Byrne, 2001). Dans le cadre de ce mémoire, le logiciel AMOS 27 a été utilisé. Ce logiciel connu offre une plateforme facile d'utilisation (Gallagher, Ting et Palmer, 2008) qui permet de visualiser le modèle grâce à une interface graphique (Collier, 2020).

Afin d'utiliser la modélisation par les équations structurelles, trois conditions se doivent d'être respectées. La première est d'avoir un échantillon supérieur ou égal à 150 répondants (Gerbing et Anderson, 1985). En effet, cette condition est nécessaire afin d'identifier convenablement les relations statistiquement significatives et non significatives dans le but de proposer un modèle théorique valide (McQuitty, 2004). La seconde condition est d'avoir une distribution multivariée normale et des relations linéaires entre les variables (Kaplan, 2008; Reinartz, Haenlein et Henseler, 2009). La dernière condition requiert un contrôle de l'influence des observations extrêmes (*outliers*) (Jolibert et Jourdan, 2006). Dans cette étude, toutes les conditions ont été respectées, à l'exception de l'échantillon supérieur ou égal à 150 répondants. Effectivement, nous avons obtenu un échantillon de 180 participantes lors de la première observation et 140 répondantes lors du questionnaire de suivi dans lequel le contrôle comportemental réel et le comportement ont été mesurés. Les données manquantes sont un problème fréquemment rencontré lors d'étude longitudinale puisque certains participants ne répondent plus aux critères d'inclusion ou se désistent (Little, 2013), mais des techniques afin de gérer efficacement les données manquantes sont disponibles pour ne pas compromettre ou biaiser la qualité des résultats (Bollen, 1989; Roger L Brown, 1994; Olinsky, Chen et Harlow, 2003). De plus, des articles scientifiques publiés

dans d'importantes revues ont utilisé la modélisation par les équations structurelles en ayant un échantillon inférieur à 150, tel qu'un article avec un échantillon de 149 répondants dans *Industrial Marketing Management* (Lussier, Grégoire et Vachon, 2017), un article avec 131 répondants dans *Marketing Intelligence & Planning* (Jain *et al.*, 2018) et un article avec 123 répondants dans le *Journal of Business Ethics* (Lussier, Hartmann et Bolander, 2021). Étant donné que notre premier échantillon de 180 répondantes est supérieur à 150 et notre second échantillon de 140 participantes se rapproche du seuil de 150, nous considérons acceptable et justifié d'utiliser la modélisation par les équations structurelles sans compromettre la qualité des résultats (Little, 2013). Ainsi, nous avons utilisé la modélisation par les équations structurelles afin de contribuer aux avancements de connaissances.

## **2. Le choix des instruments de mesure**

Cette seconde section de ce chapitre vise à présenter les instruments de mesure utilisés afin de mesurer les construits de notre modèle. Dans ce modèle, le souci environnemental est une variable indépendante. Les variables qui jouent un rôle de médiateur sont l'attitude, la norme subjective (la norme subjective joue également le rôle de variable indépendante) et le contrôle comportemental perçu. Le contrôle comportemental réel est une variable indépendante au temps 2. La variable de l'intention a les rôles de la variable dépendante au temps 1 et indépendante au temps 2. Finalement, la variable dépendante au temps 2 est le comportement. Les variables de contrôle sont l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants. Afin de mesurer ces construits, des instruments tirés de la littérature ont été utilisés et parfois adaptés pour les fins de cette étude.

Dans le modèle de ce mémoire, le souci environnemental a un effet indirect sur l'intention puisque sa relation est médiée par le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude. La variable indépendante du souci environnemental a été mesurée à l'aide de l'échelle intégrale de Kilbourne et Pickett (2008). Le tableau 4 présente l'échelle utilisée.

**Tableau 4: L'échelle du souci environnemental**

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 7 = tout à fait d'accord).								
		1	2	3	4	5	6	7
1	Je suis très préoccupée par l'environnement.							
2	Les humains abusent gravement de l'environnement.							
3	Je serais prête à réduire ma consommation pour aider à la protection de l'environnement.							
4	Un changement politique majeur est nécessaire pour protéger l'environnement naturel.							
5	Des changements sociaux majeurs sont nécessaires pour protéger l'environnement naturel.							
6	Les lois anti-pollution devraient être appliquées plus fermement.							

L'attitude joue un rôle de médiateur entre le souci environnemental et l'intention, ainsi qu'entre la norme subjective et l'intention. Une échelle sémantique provenant de l'étude de Yadav et Pathak (2016) a été adaptée pour le comportement de l'utilisation des couches lavables. Ce type d'échelle a été recommandé par l'auteur de la théorie du comportement planifié, Icek Ajzen, dans un papier où il explique comment créer un questionnaire afin de réaliser une étude valide et juste utilisant sa théorie (Ajzen, 2002a). Le tableau 5 présente l'échelle adaptée que nous avons utilisée dans notre premier questionnaire.

**Tableau 5: L'échelle de l'attitude**

Pour moi, utiliser des couches lavables est:		
	1	7
1	Extrêmement mauvais	Extrêmement bien
2	Extrêmement indésirable	Extrêmement désirable
3	Extrêmement désagréable	Extrêmement agréable
4	Extrêmement stupide	Extrêmement sage
5	Extrêmement défavorable	Extrêmement favorable
6	Extrêmement déplaisant	Extrêmement plaisant

Le construit de la norme subjective agit également comme médiateur entre le souci environnemental et l'intention. De plus, la norme subjective est une variable indépendante exerçant une influence indirecte sur l'intention. L'instrument de mesure utilisé dans ce mémoire a été adapté de l'échelle utilisée par Paul, Modi et Patel (2016) mesurant la norme subjective pour l'achat de produits verts. Ces items ont été utilisés à maintes reprises par divers chercheurs étudiant la théorie du comportement planifié en adaptant l'outil au sujet de l'étude (Arvola *et al.*, 2008; Annie Chen et Peng, 2012; Dean, Raats et Shepherd, 2012; Sparks, Guthrie et Shepherd, 1997). Le tableau 6 présente l'échelle adaptée à notre comportement.

**Tableau 6: L'échelle de la norme subjective**

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 7 = tout à fait d'accord).								
		1	2	3	4	5	6	7
1	La plupart des gens qui sont importants pour moi pensent que je devrais utiliser des couches lavables.							
2	La plupart des gens qui sont importants pour moi voudraient que j'utilise des couches lavables.							
3	Les gens dont je valorise les opinions préféreraient que j'utilise des couches lavables.							
4	L'opinion positive d'un ami m'influence à utiliser des couches lavables.							

Dans le cadre de notre étude, le contrôle comportemental perçu agit comme variable médiatrice entre la relation du souci environnemental et de l'intention, ainsi qu'entre la relation de la norme subjective et de l'intention. La même échelle a été utilisée pour la variable du contrôle comportemental réel, mesurée au temps 2, qui agit comme variable indépendante exerçant une influence sur le comportement. L'échelle utilisée par Paul, Modi et Patel (2016) portant sur l'achat de produits verts a été adaptée pour le comportement étudié dans ce mémoire, soit l'utilisation des couches lavables. Cet outil a été construit à partir d'items valides de plusieurs études mesurant le concept (Armitage et Conner, 1999; Dean, Raats et Shepherd, 2012; Sparks, Guthrie et Shepherd, 1997). Le tableau 7 présente l'échelle adaptée que nous avons utilisée dans nos deux questionnaires.

**Tableau 7: L'échelle du contrôle comportemental perçu et réel**

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 7 = tout à fait d'accord).		1	2	3	4	5	6	7
1	Je crois que j'ai la capacité d'utiliser des couches lavables.							
2	Si cela ne tenait qu'à moi, je suis convaincue que j'utiliserais des couches lavables.							
3	Je me vois capable d'utiliser des couches lavables à l'avenir.							
4	J'ai les ressources, le temps et la volonté d'utiliser des couches lavables.							
5	Il y aura probablement de nombreuses opportunités pour moi d'utiliser des couches lavables.							

L'intention est une variable dépendante au temps 1, soit dans ses relations avec le souci environnemental, le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude. De surcroît, elle joue le rôle de la variable indépendante au temps 2 dans sa relation avec le comportement. L'instrument sélectionné a été adapté de Paul, Modi et Patel (2016). Les auteurs ont construit l'instrument à partir d'échelles valides (Hsin Hsin Chang et Chen, 2008; Ling-Yee, 1997; Mostafa, 2006; Shirley Taylor et Todd, 1995). Une fois de plus, les items sont couramment utilisés dans les études utilisant la TCP et ils sont adaptés au sujet (Emekci, 2019). Vous trouverez l'échelle adaptée de la variable de l'intention dans le tableau 8.

**Tableau 8: L'échelle de l'intention**

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 7 = tout à fait d'accord).								
		1	2	3	4	5	6	7
1	J'envisagerai d'utiliser des couches lavables dans les temps à venir, car elles sont moins polluantes.							
2	Je vais envisager de passer aux couches lavables pour des raisons écologiques.							
3	Je prévois dépenser plus en couches lavables qu'en couches jetables.							
4	Je prévois d'utiliser des couches lavables à l'avenir en raison de leur contribution positive à l'environnement.							
5	Je veux définitivement utiliser des couches lavables dans un futur proche.							

La variable dépendante au temps 2 est le comportement. L'instrument utilisé est une adaptation de l'échelle avec laquelle nous avons mesuré l'intention, soit l'échelle adaptée de Paul, Modi et Patel (2016), en modifiant les verbes d'intention en verbes d'action. Le tableau 9 présente l'échelle adaptée que nous avons utilisée dans notre second questionnaire.

**Tableau 9: L'échelle du comportement**

Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 7 = tout à fait d'accord).								
		1	2	3	4	5	6	7
1	J'utilise des couches lavables, car elles sont moins polluantes.							
2	Je suis passé aux couches lavables pour des raisons écologiques.							
3	Je dépense plus en couches lavables qu'en couches jetables.							
4	J'utilise des couches lavables en raison de leur contribution positive à l'environnement.							
5	J'utilise définitivement des couches lavables.							

Pour finir, quatre variables de contrôle sont présentes dans notre modèle : l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants. Intégrer des variables de contrôle dans un modèle est essentiel afin de pouvoir analyser l'effet unique des variables explicatives sur les variables à expliquer en les isolant (Jolibert et Jourdan, 2006). Les questions suivantes ont été posées afin de mesurer les variables de contrôle:

### **Mesure de l'âge**

Veillez indiquer votre âge : \_\_\_\_\_

### **Mesure de l'éducation**

Veillez indiquer le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété:

- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Autre diplôme non-universitaire (collège communautaire, CÉGEP, institut technique, etc.)
- Baccalauréat (p. ex. B.A., B. Sc.)
- Certificat universitaire ou diplôme **au-dessus** du niveau baccalauréat (p. ex. Certificat ou D.E.S.S.)
- Maîtrise (p. ex. M. A., M.Sc., M. Ed.)
- Diplôme en médecine, dentisterie, médecine vétérinaire ou optométrie (p. ex. M.D., D.D.S., D.M.D., D.V.M., O.D.)
- Doctorat (p. ex. Ph. D., D. Sc., D.Ed.)
- Autre:

### **Mesure du revenu :**

Veillez indiquer votre revenu total familial (tous les salaires en \$CA) :

- ≤24,999
- 25,000-49,999
- 50,000-74,999
- 75,000-99,999
- 100,000-124,999
- 125,000-149,999
- ≥150,000
- Je ne sais pas

### **Mesure du nombre d'enfants:**

Veillez indiquer le nombre d'enfants à votre maison : \_\_\_\_\_

## **Conclusion**

L'objectif de ce chapitre était de présenter la méthodologie utilisée dans ce projet de recherche. Dans la première section, une présentation de la méthode a été faite afin d'exposer la collecte de données à deux points d'observation dans le temps auprès de la population étudiée, soit les femmes du Québec qui sont à leur troisième trimestre de grossesse lors de leur participation au premier questionnaire. Nous avons établi que cette collecte de données dans le temps avec trois mois d'intervalle permet d'étudier optimalement la transition à la parentalité. Par la suite, les étapes du développement des questionnaires ont été décrites, incluant le type d'échelles de mesure choisi (Likert à 7 points et sémantique) et les prétests faits. Nous avons exposé que la méthode d'administration du questionnaire a été faite en ligne à partir de Qualtrics et nous avons décrit les différentes méthodes de recrutement utilisées, soit majoritairement les médias sociaux. Finalement, la méthode d'analyse utilisée a été expliquée, c'est-à-dire la modélisation par les équations structurelles faite à partir du logiciel AMOS 27.

Dans la seconde section, le choix des instruments de mesure utilisés dans les questionnaires a été présenté en spécifiant la source des instruments et l'adaptation de certains de ceux-ci. En bref, les instruments de mesure pour les variables indépendantes, médiatrices et dépendantes ont été exposés.

Le prochain chapitre présentera l'analyse des résultats obtenus grâce à cette collecte de données.

## Chapitre 4 : Les résultats

### Introduction

Ce quatrième chapitre a pour objectif de présenter les résultats de cette recherche et sera composé de deux sections.

La première section exposera les analyses préliminaires en présentant l'évaluation de la qualité des données et des instruments de mesure. La qualité des données sera établie grâce à une analyse de l'échantillon afin d'assurer que la base de données ne contient pas de valeurs manquantes, de valeurs extrêmes et qu'elle suit une distribution normale. De plus, la technique utilisée pour répondre aux données manquantes sera abordée, ainsi que le retrait des certaines répondantes en raison de la question d'attention et de la durée de réponse au questionnaire. Par la suite, l'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure sera présentée. Enfin, la fidélité, la validité de contenu, la validité convergente et la validité discriminante des instruments de mesure seront confirmées.

La deuxième section portera sur les tests des hypothèses de la recherche faits à l'aide de la modélisation par les équations structurelles. Pour débiter, les effets de médiation par le contrôle comportemental perçu, la norme subjective et l'attitude sur la relation entre le souci environnemental et l'intention seront analysés. Puis, les médiations entre la norme subjective et l'intention par l'attitude et le contrôle comportemental perçu seront présentées. L'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement sera étudié. Ensuite, le résultat de l'hypothèse de l'effet direct de l'intention sur le comportement sera analysé. Finalement, les effets des variables de contrôle du modèle seront détaillés.

### 1. Les analyses préliminaires

Avant d'amorcer les tests statistiques, il fallait assurer la qualité de la base de données. En effet, les analyses préliminaires représentent une étape cruciale puisque les tests d'hypothèses sont sensibles à la qualité des données (Jolibert et Jourdan, 2006).

Lorsque nous avons obtenu assez de réponses à nos questionnaires sur la plateforme Qualtrics, les données ont été exportées dans un fichier Excel afin d'évaluer la qualité des réponses. Nous avons débuté par la vérification de la base de données avec un examen visuel afin d'assurer qu'elle ne comprenait aucune valeur manquante ou donnée extrême. Par la suite, nous avons assuré la qualité des réponses par le biais de la question d'attention et de la durée de réponse aux questionnaires. Avant de poursuivre, l'anonymat des répondantes a été respecté en supprimant les informations d'identification des participantes. Enfin, nous avons assuré la normalité de la distribution des variables. À la suite de ces examens, nous sommes passés d'un échantillon de 185 répondantes à 180 répondantes pour le premier questionnaire et de 148 répondantes à 140 répondantes pour le second questionnaire.

Nous avons ensuite importé les données dans le logiciel SPSS utilisé pour l'analyse statistique afin de faire l'évaluation de la qualité des instruments de mesure.

## **1.1 La qualité des données**

La première étape des analyses préliminaires est de valider la qualité des données. Pour ce faire, nous avons vérifié les valeurs manquantes, les valeurs extrêmes, l'attention des participantes et la normalité de la distribution des variables.

### Les valeurs manquantes

La présence de valeurs manquantes peut être causée par différentes raisons : refus de répondre, oubli de répondre, illisibilité de la réponse, format de la réponse inadéquat, faute de temps, pour en nommer quelques-uns. Elle devient un problème lorsqu'elle représente plus de 5% des observations pour une ou plusieurs variables (d'Astous, 2019).

Toutefois, l'absence de réponses ne fut pas un problème dans cette étude puisque les participantes étaient encouragées à répondre à toutes les questions par le logiciel. Plus précisément, le logiciel Qualtrics offre une option afin d'obtenir toutes les réponses, ce qui signifie que les répondantes doivent obligatoirement répondre à la question afin de pouvoir passer à la question suivante. Il est important de mentionner que la participation était volontaire, ainsi une participante pouvait arrêter de répondre à tout moment au sondage. Par la suite, le questionnaire a été construit afin d'éviter de

laisser les répondantes entrer des valeurs en offrant des choix de réponses, des menus déroulants ou en ajoutant une validation (p. ex. pour l'adresse courriel). Ces fonctionnalités ont permis d'obtenir des questionnaires complets.

Cependant, l'échantillon a passé de 180 répondantes à 140 répondantes entre les deux points d'observation, ce qui occasionne des données manquantes pour 40 participantes pour les construits du contrôle comportemental réel et du comportement (construits du temps 2). Les données manquantes sont un problème fréquemment rencontré lors d'étude longitudinale (Little, 2013). Dans notre cas, ces données manquantes sont de type manquant complètement aléatoirement (*missing completely at random* en anglais – *MCAR*) puisque l'absence des données est indépendante aux données observées et non observées (Byrne, 2013). En effet, lors d'une analyse des valeurs manquantes dans SPSS, le test *MCAR* n'a pas permis de rejeter l'hypothèse nulle, qui stipule que les données manquantes sont complètement aléatoires, au taux de signification de 0,05 ( $p = 0,182$ ) (*cf.* Annexe 4). Ce résultat signifie que les données sont manquantes de façon complètement aléatoire.

La technique choisie pour gérer les données manquantes est la suppression par paires. Cette technique implique de supprimer les répondantes avec des données manquantes seulement lors des analyses impliquant une variable non observée (Byrne, 2013). En d'autres termes, la répondante n'est pas éliminée complètement des analyses, seulement exclue dans celles où une des variables de l'analyse a une donnée non observée (Byrne, 2013). Dans ce mémoire, les données manquantes sont exclusivement pour les deux variables mesurées lors du temps 2 (le contrôle comportemental réel et le comportement). De ce fait, il était facile d'appliquer la suppression par paires en faisant les analyses des effets des variables du temps 1 avec un échantillon complet de 180 répondantes et en faisant les analyses impliquant des variables du temps 2 avec l'échantillon réduit de 140 participantes. Cette méthode permet de conserver une puissance statistique plus importante dans les analyses du temps 1 en conservant toutes les participantes dans l'échantillon (Kline, 2015). En raison que les données sont manquantes de manière complètement aléatoire, la suppression de répondantes lors des analyses du temps 2 permet tout de même d'obtenir des estimations cohérentes des paramètres du modèle (Bollen, 1989; Roger L Brown, 1994; Olinsky, Chen et Harlow, 2003).

### Valeurs extrêmes

L'analyse des valeurs extrêmes (*outliers* en anglais) est un élément essentiel dans l'évaluation de la qualité des données, car une valeur extrême peut avoir un impact important sur les tests statistiques (Evrard *et al.*, 2009). De ce fait, traiter les valeurs extrêmes permet d'assurer la cohérence des résultats (d'Astous, 2019).

L'analyse des valeurs extrêmes se fait avec un examen visuel de la distribution des observations pour chaque variable (Jolibert et Jourdan, 2006). De ce fait, à la suite d'un examen visuel des observations, aucune valeur extrême n'a été observée dans notre base de données.

### L'attention des participants

L'attention des participants a été évaluée de deux manières. Premièrement, la question d'attention suivante a été insérée dans nos questionnaires : « Il s'agit d'une question d'attention. Veuillez sélectionner « *Fortement en accord* » pour cet item ». En effet, il est recommandé dans les meilleures pratiques en recherche d'inclure une question d'attention à chaque tranche de cinquante à cent items afin de confirmer la concentration des participants (Meade et Craig, 2012). Lors de la première collecte, quatre répondantes ont indiqué la mauvaise valeur à cette question, elles ont alors été retirées de l'échantillon. Lors de la seconde collecte, huit répondantes ont été retirées en raison qu'elles ont échoué la question d'attention.

Deuxièmement, la durée de réponse au questionnaire a été évaluée. Une répondante a été retirée du premier échantillon en raison que son temps de réponse était considéré comme excessivement court, c'est-à-dire qu'il était moins de la moitié du temps de réponse estimé de 15 minutes. Ainsi, nous avons jugé que cette durée donne un doute raisonnable sur la concentration et l'investissement de la participante pour la retirer de l'échantillon. Aucune répondante n'a été retirée lors de la deuxième collecte de données en raison de la durée de réponse.

### La normalité de la distribution des variables

Comme mentionné dans le chapitre précédent, la normalité univariée et multivariée est une condition essentielle à respecter afin d'utiliser la modélisation par les équations structurelles

(Kaplan, 2008; Reinartz, Haenlein et Henseler, 2009). Effectivement, une distribution que ne suit pas la loi normale peut conduire à rejeter à tort un modèle ou au contraire, l'accepter lorsqu'il est réellement non-significatif puisque l'écart-type des paramètres peut être fortement biaisé ce qui mène à des valeurs de  $t$  surestimées (Jolibert et Jourdan, 2006). Par conséquent, nous avons utilisé la méthode *Bootstrap* (1000 échantillons), lors des analyses des hypothèses dans le logiciel AMOS, afin d'assurer que nos échantillons suivent une loi normale. Cette procédure génère des échantillons additionnels à partir de l'ensemble de données collectées, ce qui permet de régler les problèmes d'asymétries et d'assurer la normalité de la distribution (Preacher et Hayes, 2004, 2008). En d'autres mots, nous avons passé, lors des analyses, d'échantillons de 180 et 140 répondantes à 1000 répondantes qui se comportent de manière similaire à nos échantillons initiaux.

## 1.2 La qualité des instruments de mesure

Maintenant que la qualité des données est établie, il était possible d'évaluer la qualité des instruments de mesure utilisés pour tester nos hypothèses. Il est primordial de valider que les instruments mesurent convenablement les construits de notre modèle. De ce fait, la fidélité et la validité des instruments de mesure seront présentées.

### Analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure

Une analyse factorielle confirmatoire [AFC] a été exécutée à l'aide du logiciel AMOS avec l'échantillon de 140 répondantes dans le but de vérifier la structure factorielle de l'ensemble des variables observées (Kline, 2015).

La méthode d'estimation utilisée est la méthode du maximum de vraisemblance puisqu'elle est couramment utilisée et elle est appropriée pour la taille de notre échantillon, qui est de moins de 250 observations (Hair Jr *et al.*, 2009; Jolibert et Jourdan, 2006). Quatre indices d'ajustement ont été retenus afin de valider la qualité d'ajustement du modèle aux données : **l'indice de l'erreur quadratique moyenne de l'approximation** (*Root Mean Square Error of Approximation* en anglais – RMSEA), **l'indice de la racine du carré moyen d'erreur** (*Standardized Root Mean Square Residual* en anglais – SRMR), **l'indice comparatif d'ajustement** (*Comparative Fit Index* en anglais – CFI) et **le Chi-deux** ( $\chi^2/\text{ddl}$ ). On compte alors deux indices d'ajustement absolu

(RMSEA et SRMR) qui évaluent la manière que le modèle théorique correspond aux données observées; un indice d'ajustement incrémental (CFO), aussi nommé indice comparatif, qui évalue la contribution du modèle étudié par rapport à un modèle de référence et un indice d'ajustement de parcimonie ( $\chi^2/\text{ddl}$ ) qui permet de contrôler la surestimation du modèle en déterminant le nombre nécessaire de paramètres à estimer afin d'éviter une amélioration artificielle (Hair Jr *et al.*, 2009; Jolibert et Jourdan, 2006; Roussel, Durrieu et Campoy, 2002).

Ainsi, nous avons suivi les recommandations de Li-tze Hu et Bentler (1998) en utilisant les indices CFI, RMSEA, SRMR et le  $\chi^2/\text{ddl}$  afin d'évaluer l'adéquation de notre modèle puisqu'il est préférable d'utiliser simultanément plusieurs indices, tels que l'a prouvé des simulations. De plus, ces indices ont été sélectionnés puisqu'ils sont couramment utilisés dans les études en marketing (Homburg, Bornemann et Kretzer, 2014; Lussier et Hartmann, 2017; Oakley, 2012; Palmatier, 2008). Toutefois, nous devons utiliser l'indice RMSEA avec prudence puisque celui-ci n'est pas optimal lorsque la taille de l'échantillon est inférieure à 250, tel est notre cas avec un échantillon de 140 participantes (Li-tze Hu et Bentler, 1998).

En résumé, l'indice RMSEA permet d'évaluer l'ajustement approximatif ou étroit du modèle étudié face au modèle hypothétique, indépendamment de la taille de l'échantillon; l'indice SRMR mesure les résidus en évaluant la différence entre la corrélation observée et la corrélation prédite; l'indice CFI mesure le manque d'ajustement en comparant le modèle étudié au cas d'indépendance entre les variables; finalement, le Chi-deux évalue l'adéquation entre les données et le modèle (Fang Fang Chen, 2007). Le tableau suivant résume les indices présentés, ainsi que les valeurs de référence à respecter afin d'assurer un bon ajustement du modèle :

**Tableau 10: Les indices d'ajustement de l'AFC**

Indices	Normes
Indices absolus	
RMSEA	< 0,06 (acceptable jusqu'à 0,08)
SRMR	< 0,08 (une valeur la plus proche de 0)
Indice incrémental	
CFI	> 0,90 (une valeur la plus proche de 1)
Indice de parcimonie	
Chi <sup>2</sup> /ddl	< 3 (une valeur la plus proche de 0)

Source : Jolibert et Jourdan, 2006, p. 478-480

Grâce à l'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure effectuée sur les 140 répondantes (cf. Annexe 5), nous avons conclu que les indices d'ajustement sont satisfaisants et respectent les normes : CFI = 0,937; RMSEA = 0,070; SRMR = 0,069; Chi<sup>2</sup>/ddl = 1,679.

De plus, une analyse factorielle confirmatoire, du modèle de mesure des construits du temps 1, a été exécutée avec les 180 observations (cf. Annexe 6) afin de confirmer la robustesse de nos analyses en comparant les résultats. L'ajustement du modèle est toujours satisfaisant : CFI = 0,931; RMSEA = 0,074; SRMR = 0,062; Chi<sup>2</sup>/ddl = 1,970.

### La fidélité

Un instrument de mesure est considéré comme fidèle lorsqu'il présente une constance dans ses mesures, c'est-à-dire qu'il mesure avec exactitude de manière répétée (d'Astous, 2019). La fidélité d'un instrument peut être déterminée par l'alpha de Cronbach ( $\alpha$ ). La valeur varie entre 0 et 1 où le coefficient de 1 signifie une homogénéité parfaite entre les items et donc une fidélité complète. Un instrument est considéré comme fidèle lorsque l'alpha de Cronbach est supérieur à 0,7 (Nunnally, 1994). Dans notre cas, les alphas de Cronbach de tous nos construits respectent le seuil minimal en se situant entre 0,848 à 0,970, comme présentés dans le tableau 11.

L'alpha de Cronbach est parfois critiqué puisque l'indicateur a des faiblesses. Par exemple, l'alpha de Cronbach est sensible au nombre d'items que contient un instrument, ce qui entraîne une sous-

estimation du coefficient de fiabilité (Hair *et al.*, 2016). Ainsi, nous avons mesuré le coefficient de fidélité composite (*composite reliability* en anglais – CR) dans le but de pallier les faiblesses du premier indicateur (Raykov, 1997). Le seuil minimal du coefficient de fidélité composite est également de 0,7. Nos instruments sont considérés comme fidèles puisque les coefficients de fidélité composite se situent entre 0,844 à 0,974, alors ils dépassent largement le seuil minimal. Le tableau 11 présente les deux indicateurs de la fidélité de nos instruments.

**Tableau 11: La fidélité des instruments de mesure**

<b>Construit</b>	<b>Alpha de Cronbach (<math>\alpha</math>)</b>	<b>Fidélité composite</b>
<b>Souci environnemental</b>	0,878	0,872
<b>Contrôle comportemental perçu</b>	0,850	0,845
<b>Attitude</b>	0,925	0,936
<b>Norme subjective</b>	0,848	0,844
<b>Intention</b>	0,910	0,896
<b>Contrôle comportemental réel</b>	0,970	0,971
<b>Comportement</b>	0,924	0,974

Bien que la fidélité soit une condition nécessaire, elle est non suffisante pour assurer la qualité des instruments (d'Astous, 2019). En effet, il est également important d'évaluer trois types de validité pour un instrument : la validité de contenu, la validité convergente et la validité discriminante.

#### La validité de contenu

La validité de contenu exige qu'une échelle couvre toutes les facettes d'un concept (d'Astous, 2019). Nous avons alors examiné chaque instrument afin d'assurer que ceux-ci couvrent adéquatement toutes les facettes des construits en faisant une lecture des items et en se basant sur notre jugement d'expert. En nous appuyant sur les éléments soulevés dans notre revue de la littérature pour chaque construit et en prenant en compte que les instruments utilisés sont reconnus dans la littérature, nous avons confirmé la validité de contenu des instruments de mesure utilisés.

## La validité convergente

La validité convergente est déterminée en examinant la corrélation entre les mesures des items d'une même échelle (d'Astous, 2019). Il est possible de la confirmer lorsque les items présentent une forte corrélation entre eux, soit en ayant des poids factoriels (saturations ou *loadings*) élevés, ce qui indique un lien théorique (d'Astous, 2019). Le seuil minimal arbitraire des *loadings* est entre 0,30 et 0,45 (Jolibert et Jourdan, 2006). En dessous de ces *loadings*, les items ne sont pas considérés comme suffisamment corrélés avec le construit et devraient être retirés du facteur (Jolibert et Jourdan, 2006). Hair et al. (2017) recommandent de retirer les items avec un *loading* inférieur à 0,70 lorsque le retrait entraîne une augmentation de la variance moyenne extraite (*Average Variance Extracted* en anglais – AVE). Enfin, nous avons suivi les recommandations des meilleures pratiques en recherche en calculant les AVE des construits afin de nous assurer également qu'il était au-dessus du seuil minimal de 0,50 (Cheung et Wang, 2017). À la suite de l'examen des *loadings* et des AVE, les items ATT4, SN4 et PERFO3 ont été retirés, car leurs *loadings* étaient inférieurs à 0,70 et leurs retraits entraînaient une augmentation de l'AVE.

De plus, les items ATT1, ATT5 et PBC1 ont été retirés lors de l'élaboration du modèle structurelle, puisque les items avaient des corrélations moins fortes avec leur construit ( $< 0,70$ ) et leurs retraits entraînaient une amélioration de l'ajustement du modèle.

Dans le tableau 12, vous trouverez les *loadings* des items de nos construits et l'AVE de chacun des construits. Les *loadings* présentés proviennent de l'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure effectuée sur AMOS avec l'échantillon de 140 répondantes (cf. Annexe 5). Les estimations engendrées par la procédure *bootstrap* ont un poids factoriel identique à celles des *loadings* rapportés. Tous les items respectent les seuils minimaux de 0,70 pour les *loadings* et de 0,50 pour les AVE, à l'exception de ECON3, PBC5 et INT3 qui ont des poids factoriels légèrement sous le seuil de 0,70. Nous avons pris la décision de conserver les items puisque leurs *loadings* se trouvent tout juste sous le seuil de 0,70.

Afin de confirmer la robustesse de nos analyses, les résultats ont été comparés à ceux de l'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure des construits du temps 1 (exécutée avec l'échantillon de 180 répondantes) et aucune différence importante n'a été repérée (cf. Annexe 6).

Enfin, la validité de convergence de nos instruments de mesure est confirmée.

**Tableau 12: Les corrélations entre les items du modèle et l'analyse de l'AVE**

<b>Construit</b>	<b>Items</b>	<b>Loading</b>	<b>AVE</b>
<b>Souci environnemental</b>	ECON1	0,730	0,532
	ECON2	0,738	
	ECON3	<b>0,638</b>	
	ECON4	0,715	
	ECON5	0,770	
	ECON6	0,776	
<b>Contrôle comportemental perçu</b>	PBC 2	0,755	0,580
	PBC3	0,840	
	PBC4	0,823	
	PBC5	<b>0,607</b>	
<b>Attitude</b>	ATT2	0,816	0,831
	ATT3	0,953	
	ATT6	0,958	
<b>Norme subjective</b>	SN1	0,803	0,644
	SN2	0,880	
	SN3	0,717	
<b>Intention</b>	INT1	0,804	0,633
	INT2	0,816	
	INT3	<b>0,686</b>	
	INT4	0,851	
	INT5	0,814	
<b>Contrôle comportemental réel</b>	ABC1	0,910	0,870
	ABC2	0,916	
	ABC3	0,976	
	ABC4	0,932	
	ABC5	0,928	
<b>Comportement</b>	PERFO1	0,954	0,904
	PERFO2	0,987	
	PERFO 4	0,968	
	PERFO 5	0,892	

n = 140

### La validité discriminante

La validité discriminante fait référence à une faible corrélation entre les items d'un construit avec les items d'un construit distinct (Jolibert et Jourdan, 2006). Deux méthodes ont été employées afin de confirmer la validité discriminante de nos instruments : la méthode Heterotrait-Monotrait Ratio [HTMT] et le critère de Fornell-Larcker. La validité discriminante entre deux construits est établie

lorsque la valeur de HTMT est inférieure à 0,85 (Henseler, Ringle et Sarstedt, 2015). Dans notre cas, les valeurs se situent entre 0,014 et 0,873 (cf. Tableau 13). Toutes les valeurs sont inférieures au seuil de 0,85, à l'exception du comportement avec le contrôle comportemental réel qui présente une valeur de HTMT de 0,873, ce qui est légèrement au-dessus du seuil acceptable.

**Tableau 13: La validité discriminante avec la méthode HTMT**

<b>Construit</b>	<b>Souci environn emental</b>	<b>Contrôle comporte mental perçu</b>	<b>Attitude</b>	<b>Norme subjective</b>	<b>Intention</b>	<b>Contrôle comporte mental réel</b>	<b>Comport ement</b>
<b>Souci environnemental</b>							
<b>Contrôle comportemental perçu</b>	0.278						
<b>Attitude</b>	0.358	0.690					
<b>Norme subjective</b>	0.014	0.348	0.308				
<b>Intention</b>	0.366	0.735	0.686	0.409			
<b>Contrôle comportemental réel</b>	0.333	0.733	0.805	0.439	0.728		
<b>Comportement</b>	0.444	0.602	0.744	0.283	0.702	<b>0.873</b>	

n = 140

Par la suite, le critère de Fornell-Larcker exige qu'un construit partage davantage de variances avec ses propres items qu'avec les autres construits (Fornell et Larcker, 1981). Il est possible d'observer, dans le tableau 14, la diagonale qui confirme la validité discriminante puisque chaque construit a un coefficient supérieur avec lui-même qu'avec les autres construits sur la même ligne.

**Tableau 14: La validité discriminante avec le critère de Fornell-Larcker**

<b>Construit</b>	<b>Souci environn emental</b>	<b>Contrôle comporte mental perçu</b>	<b>Attitude</b>	<b>Norme subjective</b>	<b>Intention</b>	<b>Contrôle comporte mental réel</b>	<b>Comport ement</b>
<b>Souci environnemental</b>	<b>0.729</b>						
<b>Contrôle comportemental perçu</b>	0.271	<b>0.726</b>					
<b>Attitude</b>	0.293	0.644	<b>0.912</b>				
<b>Norme subjective</b>	-0.013	0.341	0.288	<b>0.803</b>			
<b>Intention</b>	0.359	0.750	0.650	0.388	<b>0.796</b>		
<b>Contrôle comportemental réel</b>	0.318	0.719	0.782	0.420	0.713	<b>0.933</b>	
<b>Comportement</b>	0.415	0.596	0.694	0.256	0.700	0.845	<b>0.951</b>

n = 140

Considérant que le critère de Fornell et Larcker (1981) confirme la validité discriminante et que toutes les valeurs de HTMT sont sous ou très près du seuil, nous concluons la validité discriminante de nos instruments.

En conclusion, cette section a présenté les analyses préliminaires afin d'assurer la qualité des données et des instruments de mesure. Effectivement, la technique utilisée pour traiter les valeurs manquantes a été présentée, nous avons confirmé que notre base de données ne contient aucune donnée extrême et l'attention des participantes a été validée. Il a été établi que la méthode *bootstrap* sera employée afin d'assurer la normalité de la distribution. De surcroît, les instruments de mesure ont été évalués comme fidèles et valides (validité de contenu, validité convergente et validité divergente). Nous sommes maintenant prêts à entamer les tests des hypothèses de la recherche.

## **2. Le test du modèle et des hypothèses de la recherche**

Cette seconde partie du chapitre présentera l'ensemble des liens entre les variables qui ont été testés au moyen de la modélisation par les équations structurelles. À l'aide de la significativité des liens structurels entre les variables, nous serons en mesure de confirmer ou rejeter les hypothèses

établies. Afin d'y parvenir, la valeur  $p$  (ou niveau de signification statistique) sera utilisée dans le but de déterminer la significativité des relations causales dans le modèle (Urbach et Ahlemann, 2010). Cette statistique est la probabilité dans un modèle statistique d'obtenir le même résultat ou un résultat plus extrême que celui observé (d'Astous, 2019). Le seuil de signification est établi à 5% pour ce mémoire. Ainsi, une hypothèse sera seulement confirmée lorsqu'il est possible d'affirmer avec un niveau de confiance supérieur ou égal à 95% qu'une relation observée dans l'échantillon est transposable à la population étudiée et ainsi que le coefficient de régression est statistiquement significatif (d'Astous, 2019).

Avant de tester les hypothèses de la recherche, un nombre minime de modifications ont été effectuées en corrélant des termes d'erreur, selon les indices de modification, afin d'améliorer l'adéquation du modèle (Jolibert et Jourdan, 2006). Ces modifications sont justifiées théoriquement en raison de la nature de l'étude qui mesure à deux reprises le contrôle comportemental et de la similarité des affirmations entre les variables de l'attitude et du contrôle comportemental (Landis, Edwards et Cortina, 2009). Conséquemment, les indices d'ajustement de la première partie du modèle structurel ( $n = 180$ ) sont satisfaisants et respectent les normes : CFI = 0,930; RMSEA = 0,064; SRMR = 0,056;  $\chi^2/\text{ddl} = 1,735$ . Pour le modèle structurel complet ( $n = 140$ ), nous avons obtenu les indices d'ajustement du modèle suivants: CFI = 0,923; RMSEA = 0,070; SRMR = 0,069;  $\chi^2/\text{ddl} = 1,673$ . Nous concluons que l'ajustement du modèle global est satisfaisant. Une analyse des paramètres estimés a ensuite pu être effectuée.

Les tableaux 15 et 16 présentent les résultats obtenus à l'aide de la méthode *bootstrap* dans le logiciel AMOS 27, notamment les valeurs  $p$  et les coefficients bêta [ $\beta$ ] qui indiquent la force et le sens de la relation entre deux variables. Spécifiquement, le tableau 15 présente les résultats de la première partie du modèle (temps 1) qui a été testée avec l'échantillon de 180 répondantes (hypothèses 1 et 2), en d'autres termes les relations entre les variables de la première collecte de données. Tandis que le tableau 16 illustre les résultats du modèle complet qui a été testé avec l'échantillon de 140 répondantes. Seulement les hypothèses 3 et 4 utiliseront les résultats du tableau 16, c'est-à-dire les hypothèses impliquant des construits du temps 2. Les figures 3 et 4 illustrent avec quels échantillons sera testée chaque hypothèse. Tout de même, afin de vérifier la robustesse du modèle et pour des fins de transparence, la première partie du modèle a été également exécutée avec l'échantillon réduit de 140 répondantes et les résultats sont rapportés dans le tableau 16. En

comparant les deux tableaux, nous observons que nous avons obtenu des résultats très similaires pour les relations entre les construits du temps 1. Une différence est observée pour l'effet de la norme subjective sur l'intention où la relation était significative dans le premier modèle à  $p < 0,05$  et n'est plus significative dans le deuxième modèle (modèle complet), confirmant la médiation complète. Cette observation sera soulevée dans les résultats de l'hypothèse 2.

**Tableau 15: Les effets de la première partie du modèle (la méthode Bootstrap)**

<b>Effet</b>	<b>Coefficient standardisé (<math>\beta</math>)</b>	<b>Valeur p</b>
Souci environnemental → Contrôle comportemental perçu	0,185*	0,044
Souci environnemental → Norme subjective	0,052	0,521
Souci environnemental → Attitude	0,257**	0,002
Souci environnemental → Intention	0,159*	0,022
Norme subjective → Attitude	0,282**	0,002
Norme subjective → Contrôle comportemental perçu	0,321***	0,001
Norme subjective → Intention	0,170*	0,018
Contrôle comportemental perçu → Intention	0,523***	0,001
Attitude → Intention	0,219*	0,016
<b>Effet des variables de contrôle</b>		
Âge → Intention	-0,124*	0,035
Éducation → Intention	0,002	0,925
Revenu → Intention	-0,011	0,935
Nombre d'enfants → Intention	-0,049	0,366
*** $p < 0,001$ ; ** $p < 0,01$ ; * $p < 0,05$		

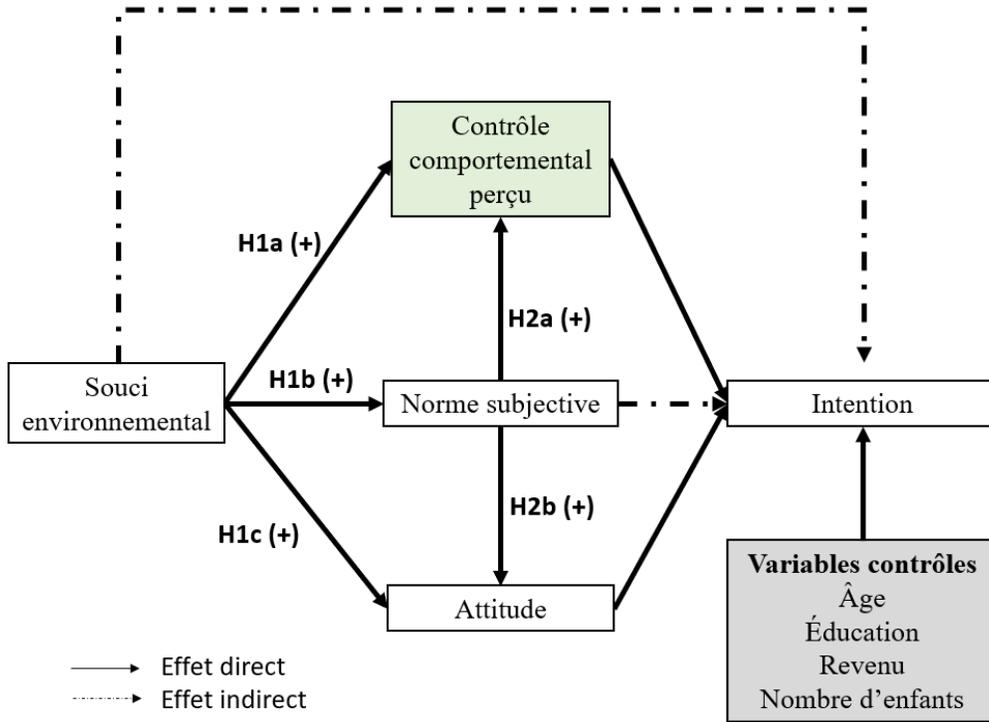
n = 180

**Tableau 16: Les effets du modèle complet (la méthode Bootstrap)**

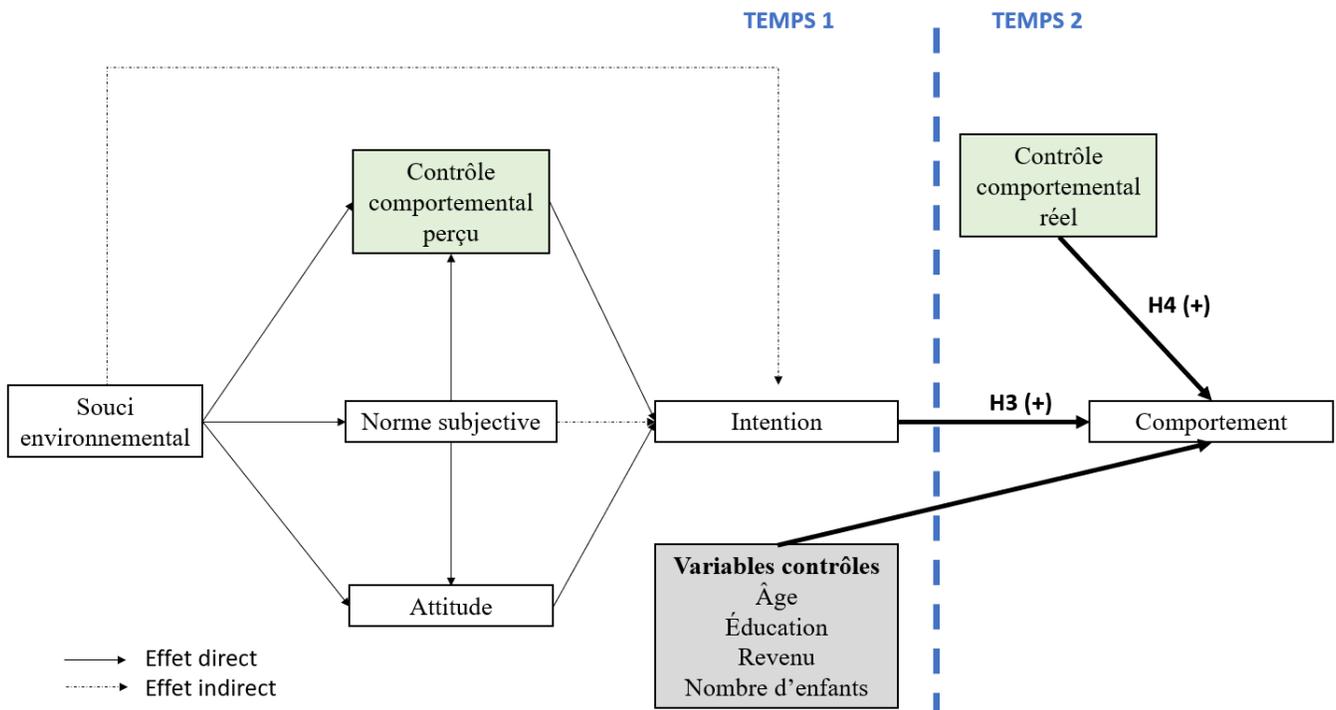
<b>Effet</b>	<b>Coefficient standardisé (<math>\beta</math>)</b>	<b>Valeur p</b>
Souci environnemental → Contrôle comportementale perçue	0,273**	0,010
Souci environnemental → Norme subjective	-0,020	0,965
Souci environnemental → Attitude	0,304**	0,002
Souci environnemental → Intention	0,164*	0,030
Norme subjective → Attitude	0,312**	0,004
Norme subjective → Contrôle comportementale perçue	0,349**	0,004
Norme subjective → Intention	0,147	0,060
Contrôle comportementale perçue → Intention	0,489**	0,004
Attitude → Intention	0,247*	0,029
Intention → Comportement	0,218*	0,032
Contrôle comportementale réel → Comportement	0,694**	0,005
<b>Effet des variables de contrôle</b>		
Âge → Intention	-0,108	0,151
Éducation → Intention	0,031	0,641
Revenu → Intention	-0,007	0,950
Nombre d'enfants → Intention	-0,017	0,774
Âge → Comportement	0,047	0,373
Éducation → Comportement	0,035	0,752
Revenu → Comportement	0,039	0,432
Nombre d'enfants → Comportement	0,122**	0,005
***p < 0,001; **p < 0,01; *p < 0,05		

n = 140

**Figure 3: Première partie du modèle global (n = 180 répondantes)**



**Figure 4: Modèle global complet (n = 140 répondantes)**



Les prochaines sections aborderont les résultats présentés dans les tableaux 15 et 16 en débutant par les effets médiateurs des variables du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective et de l'attitude sur la relation entre le souci environnemental et l'intention. Par la suite, les hypothèses du rôle médiateur du contrôle comportemental perçu et de l'attitude entre la norme subjective et l'intention seront explorées. Puis, nous poursuivrons par l'examen de l'effet direct de l'intention sur le comportement, ainsi que l'effet du contrôle comportemental réel sur le comportement. Pour finir, nous aborderons les effets des quatre variables de contrôle, soit l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants.

### **2.1 Les effets médiateurs des variables indépendantes de la TCP entre le souci environnemental et l'intention**

Pour débiter, nous répondrons à la première hypothèse en évaluant les effets médiateurs des variables du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective et de l'attitude sur la relation entre le souci environnemental et l'intention.

Hypothèse 1A	Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.
Hypothèse 1B	La norme subjective médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.
Hypothèse 1C	L'attitude médie la relation entre le souci environnemental et l'intention.

Le tableau 17 illustre les effets total, direct, indirect total et indirects spécifiques du souci environnemental sur l'intention. Ces effets permettent de confirmer ou rejeter les hypothèses 1A, 1B et 1C.

**Tableau 17: les effets direct, indirects et total du souci environnemental sur l'intention**

<b>Effet du souci environnemental sur l'intention</b>	<b>Estimé standardisé</b>	<b>Borne inférieure</b>	<b>Borne supérieure</b>	<b>Valeur p</b>
Effet total (c)	0,365***	0,174	0,468	0,001
Effet direct (c')	0,159*	0,038	0,261	0,022
Effet indirect total	0,174**	0,075	0,293	0,004
Effet indirect Souci envi. → Contrôle comp. perçu → Intention	0,097*	0,038	0,451	0,036
Effet indirect Souci envi. → Norme sub. → Intention	0,009	-0,030	0,088	0,393
Effet indirect Souci envi. → Attitude → intention	0,056**	0,035	0,236	0,010

\*\*\*p < 0,001; \*\*p < 0,01; \*p < 0,05

n = 180

Premièrement, il est possible d'observer un effet de médiation puisque l'effet indirect total est significatif ( $\beta = 0,174^{**}$ ; borne inférieure = 0,075 et borne supérieure = 0,293;  $p < 0,01$ ), car l'intervalle de confiance ne contient pas la valeur de zéro. Il y a un effet de médiation partielle parce que l'effet total est supérieur à l'effet direct ( $c' = 0,159 < c = 0,365$ ), mais l'effet direct est significatif ( $\beta = 0,159^*$ ; borne inférieure = 0,038 et borne supérieure = 0,261;  $p < 0,05$ ), ainsi la médiation n'est pas complète. Effectivement, Zhao, Lynch Jr et Chen (2010) expliquent qu'il s'agit d'une médiation partielle lorsqu'il y a des effets significatifs direct et indirect à la fois.

Deuxièmement, l'analyse des effets indirects spécifiques permet de déterminer si les trois médiations de l'hypothèse 1 sont confirmées. Pour débiter, l'effet indirect spécifique *souci environnemental* → *contrôle comportemental perçu* → *intention* est significatif ( $\beta = 0,097^*$ ; borne inférieure = 0,038 et borne supérieure = 0,451;  $p < 0,05$ ). L'hypothèse 1A est confirmée. Ensuite, l'effet indirect spécifique *souci environnemental* → *norme subjective* → *intention* est non-significatif, puisque la valeur de 0 se trouve dans l'intervalle de confiance ( $\beta = 0,009$ ; borne inférieure = -0,030 et borne supérieure = 0,088;  $p > 0,05$ ). L'hypothèse 1B est rejetée. Finalement, l'effet indirect spécifique *souci environnemental* → *attitude* → *intention* est significatif ( $\beta =$

0,056\*\* ; borne inférieure = 0,035 et borne supérieure = 0,236 ;  $p < 0,01$ ). L'hypothèse 1C est confirmée.

Bref, les hypothèses 1A et 1C sont validées, la relation entre le souci environnemental et l'intention est médiée partiellement par le contrôle comportemental perçu et l'attitude. La norme subjective n'a pas d'effet significatif sur la relation entre le souci environnemental et l'intention.

## 2.2 Les effets médiateurs de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la norme subjective et l'intention

Nous répondrons à la deuxième hypothèse en déterminant la présence ou l'absence de médiations entre la norme subjective et l'intention par le contrôle comportemental perçu et l'attitude.

Hypothèse 2A	Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre la norme subjective et l'intention.
Hypothèse 2B	L'attitude médie la relation entre la norme subjective et l'intention.

Le tableau 18 permet de confirmer ou rejeter les hypothèses 2A, 2B en exposant les effets total, direct, indirect total et indirects spécifiques de la norme subjective sur l'intention.

**Tableau 18: les effets direct, indirects et total de la norme subjective sur l'intention**

Effet de la norme subjective sur l'intention	Estimé standardisé	Borne inférieure	Borne supérieure	Valeur p
Effet total (c)	0,400***	0,259	0,529	0,001
Effet direct (c')	0,170*	0,054	0,300	0,018
Effet indirect total	0,229***	0,127	0,340	0,001
Effet indirect Norme sub. → Contrôle comp. perçu → Intention	0,168***	0,074	0,278	0,001
Effet indirect Norme sub. → Attitude → Intention	0,062*	0,016	0,122	0,014

\*\*\* $p < 0,001$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \* $p < 0,05$

n = 180

L'effet de médiation est confirmé en raison de la significativité de l'effet indirect total ( $\beta = 0,229^{***}$ ; borne inférieure = 0,127 et borne supérieure = 0,340;  $p < 0,001$ ). L'intervalle de confiance ne contenant pas la valeur de zéro nous confirme la significativité à 95%. Il y a un effet de médiation partielle puisque l'effet total est supérieur à l'effet direct, soit  $c' = 0,170 < c = 0,400$ , mais l'effet direct est significatif ( $\beta = 0,170^*$ ; borne inférieure = 0,054 et borne supérieure = 0,0300;  $p < 0,05$ ).

Il est intéressant d'observer que lorsque l'analyse est réalisée avec le modèle complet, testé avec l'échantillon réduit de 140 répondantes (cf. tableau 16), nous observons une médiation complète puisque l'effet direct n'est pas significatif ( $\beta = 0,147$ ;  $p > 0,05$ ).

Afin de confirmer les médiations de l'hypothèse 2, l'analyse des effets indirects spécifiques a été utilisée. L'effet indirect spécifique *norme subjective*  $\rightarrow$  *contrôle comportemental perçu*  $\rightarrow$  *intention* est significatif ( $\beta = 0,168^{***}$ ; borne inférieure = 0,074 et borne supérieure = 0,278;  $p < 0,001$ ). L'hypothèse 2A est confirmée. L'effet indirect spécifique *norme subjective*  $\rightarrow$  *attitude*  $\rightarrow$  *intention* est significatif ( $\beta = 0,062^*$ ; borne inférieure = 0,016 et borne supérieure = 0,122;  $p < 0,05$ ). L'hypothèse 2B est confirmée.

Bref, les hypothèses 2A et 2B sont validées, la relation entre la norme subjective et l'intention est médiée partiellement par le contrôle comportemental perçu et l'attitude.

### 2.3 L'effet direct de l'intention sur le comportement

La première hypothèse d'effet direct explore la relation entre l'intention et le comportement.

Hypothèse 3	Plus l'intention est élevée (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

En nous référant au tableau 16, nous concluons une relation positive statistiquement significative entre l'intention et le comportement ( $\beta = 0,218^*$ ;  $p < 0,05$ ). L'hypothèse 3, stipulant que plus l'intention est élevée, plus grande sera la performance du comportement, est confirmée.

## 2.4 L'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement

La seconde hypothèse d'effet direct explore la relation entre le contrôle comportemental réel et le comportement.

Hypothèse 4	Plus le contrôle comportemental réel est élevé (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

En nous référant au tableau 16, nous observons une relation positive statistiquement significative entre le contrôle comportemental réel et le comportement ( $\beta = 0,694^{**}$ ;  $p < 0,01$ ). L'hypothèse 4, selon laquelle plus le contrôle comportemental réel est élevé, plus grande sera la performance du comportement, est confirmée.

## 2.5 Les effets des variables de contrôle

Les effets des variables de contrôle sur les variables dépendantes de l'intention et du comportement ont été mesurés et les résultats sont présentés dans les tableaux 15 et 16. Les rôles des variables de contrôle sur la variable de l'intention sont non significatifs, à l'exception de la variable de l'âge ( $\beta = -0,124^*$ ;  $p < 0,05$ ) qui a un effet négatif statistiquement significatif sur l'intention. Ainsi, le niveau d'éducation ( $\beta = 0,002$ ;  $p > 0,05$ ), le revenu ( $\beta = -0,011$ ;  $p > 0,05$ ) et le nombre d'enfants ( $\beta = -0,049$ ;  $p > 0,05$ ) n'ont pas d'effet significatif sur l'intention.

Ensuite, les effets des variables de contrôle sur la variable du comportement ont été examinés et seulement la variable du nombre d'enfants a un effet positif statistiquement significatif sur le comportement ( $\beta = 0,122^{**}$ ;  $p < 0,01$ ). De ce fait, l'âge ( $\beta = 0,047$ ;  $p > 0,05$ ), le niveau d'éducation ( $\beta = 0,035$ ;  $p > 0,05$ ) et le revenu ( $\beta = 0,039$ ;  $p > 0,05$ ) n'ont pas d'effet significatif sur le comportement.

## Conclusion

Pour conclure, toutes les hypothèses proposées ont été confirmées, à l'exception de l'hypothèse 1B. De surcroît, le modèle structurel explique une quantité importante de la variance des construits examinés, appuyant ainsi le modèle global. Plus précisément, le modèle structurel explique 2,2%,

19,0%, 20,1%, 66,3% et 74,8% de la variance de la norme subjective, de l'attitude, du contrôle comportemental perçu, de l'intention et du comportement, respectivement (cf. Annexe 9).

Dans ce chapitre, nous avons, dans un premier temps, validé la qualité de données (valeurs manquantes, valeurs extrêmes, attention des participants et normalité de la distribution) et des instruments de mesure (fidélité et validité). Dans un second temps, nous avons testé les hypothèses grâce à la modélisation par les équations structurelles avec le logiciel AMOS. Les tests d'hypothèse ont été exécutés en deux parties afin d'optimiser la puissance statistique; les hypothèses 1 et 2 à l'aide de la première partie du modèle avec l'échantillon de 180 participantes et l'hypothèse 3 et 4 à l'aide du modèle complet avec l'échantillon réduit de 140 participantes. Nous avons alors pu dévoiler les résultats des effets inclus dans le modèle conceptuel.

Dans le prochain chapitre, nous discuterons des résultats présentés afin de proposer des implications théoriques et pratiques.

# **Chapitre 5 : La discussion, les contributions, les limites et les perspectives de recherche**

## **Introduction**

Ce dernier chapitre a pour objectif de présenter la discussion, les contributions théoriques et pratiques, les limites, ainsi que les perspectives de recherche. Tout d'abord, un retour sera fait sur la problématique de ce mémoire et les quatre objectifs de la recherche pour poursuivre avec une synthèse des résultats.

Par la suite, les contributions théoriques seront abordées en mentionnant l'apport des effets de médiation par le contrôle comportemental perçu et l'attitude sur la relation entre le souci environnemental et l'intention, ainsi que sur la relation entre la norme subjective et l'intention. Nous évoquerons également le lien significatif entre l'intention et le comportement dans un contexte instable. Puis, les contributions pratiques de notre étude seront présentées, telles que des initiatives à mettre en place afin d'encourager l'utilisation des couches lavables et le ciblage des clients potentiels.

Enfin, les limites de ce mémoire seront énoncées, accompagnées d'avenues de recherche future.

## **1. La discussion**

Ce mémoire désirait initialement étudier la consommation durable des femmes durant la transition à la parentalité, plus spécifiquement le comportement de l'utilisation des couches lavables. Ainsi, la problématique suivante a été soulevée :

*Quels sont les facteurs influençant les intentions et les comportements des femmes durant la transition à la parentalité? Spécifiquement, quels sont les mécanismes qui permettent d'expliquer l'intention et le comportement de consommer durablement des femmes durant la transition à la parentalité?*

Afin de répondre à cette problématique, nous avons premièrement exploré la littérature sur la transition à la parentalité et nous avons déterminé que celle-ci représente un contexte instable. Deuxièmement, la littérature sur la consommation durable a été étudiée afin de comprendre les facteurs motivationnels derrière celle-ci, ainsi que la relation entre la consommation durable et la transition à la parentalité. Finalement, la théorie du comportement planifié a été sélectionnée afin de développer notre modèle conceptuel dans le but d'analyser le comportement choisi dans un contexte instable de transition.

Afin de bien capturer le contexte instable de transition, une collecte de données à deux points d'observation a été exécutée auprès de femmes avant l'arrivée de l'enfant (durant le troisième trimestre de grossesse) et après l'arrivée de l'enfant. La qualité des données et des instruments de mesure a été préalablement examinée afin de poursuivre avec les analyses des effets de notre modèle conceptuel. À l'aide de la modélisation par les équations structurelles en employant le logiciel AMOS 27, nous avons pu vérifier nos hypothèses et nous avons obtenu les conclusions suivantes :

1. Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre le souci environnemental et l'intention (H1A confirmée).
2. La norme subjective ne médie pas la relation entre le souci environnemental et l'intention (H1B rejetée).
3. L'attitude médie la relation entre le souci environnemental et l'intention (H1C confirmée).
4. Le contrôle comportemental perçu médie la relation entre la norme subjective et l'intention (H2A confirmée).
5. L'attitude médie la relation entre la norme subjective et l'intention (H2B confirmée).
6. Plus l'intention est élevée (versus faible), plus grande sera la performance du comportement (H3 confirmée).
7. Plus le contrôle comportemental réel est élevé (versus faible), plus grande sera la performance du comportement (H4 confirmée).

Les résultats de nos analyses statistiques démontrent qu'effectivement, plusieurs mécanismes sont impliqués dans la formation de l'intention des futures mères, soit des mécanismes de médiation. Plus précisément, la relation entre le souci environnemental et l'intention est médiée par le contrôle comportemental perçu et l'attitude, ainsi que la relation entre la norme subjective et l'intention est

médiée par le contrôle comportemental perçu et l'attitude. De plus, il est intéressant d'observer que le contrôle comportemental réel a un effet statistique important sur le comportement.

Le modèle global étudié permet d'expliquer 66,3% et 74,8% de la variance de l'intention et du comportement, respectivement. Ces résultats sont élevés lorsque nous les comparons aux résultats d'une méta-analyse qui a estimé la variance moyenne de l'intention à 50,7% dans les modèles de la TCP incluant la variable du souci environnemental (Tae-Im Han et Stoel, 2017). De ce fait, il est possible de conclure que les mécanismes de médiation ajoutés dans notre modèle contribuent de manière importante à expliquer l'intention et le comportement.

Par la suite, une des originalités de notre étude est que nous avons employé le modèle de la TCP dans un contexte instable de transition. En effet, une condition habituelle d'utilisation du modèle de la théorie de comportement planifié est la stabilité du contexte entre les mesures puisque l'intention et le contrôle comportemental perçu doivent rester stables durant l'intervalle entre leur observation et celle du comportement (Ajzen, 1991). Notre recherche a démontré que la théorie du comportement planifié peut être utilisée dans un contexte instable. Pour y arriver, nous avons mis les conditions suivantes en place : la mesure de l'intention a été prise le plus près de l'évènement perturbateur (dans notre cas, l'arrivée de l'enfant) et le contrôle comportemental a été mesuré à deux reprises (le contrôle comportemental perçu au temps 1 et le contrôle comportemental réel au temps 2) afin d'assurer l'exactitude des mesures. Pour la première condition, la mesure de l'intention a été prise lors du dernier trimestre de grossesse puisqu'il est estimé que les parents sont prêts à l'arrivée du nouveau-né durant cette période et qu'ils ont décidé des pratiques qu'ils allaient adopter avec l'enfant (Tandy Chalmers Thomas et Epp, 2019). Pour la seconde condition, le contrôle comportemental perçu était utilisé dans plusieurs recherches comme variable *proxy* au contrôle comportemental réel (Ajzen, 2020). Cependant, il est difficile pour des individus d'estimer le contrôle comportemental avec exactitude lorsque les besoins et les ressources disponibles seront modifiés et de nouveaux éléments seront ajoutés dans le contexte (Ajzen, 1991). De ce fait, nous avons mesuré le contrôle comportemental perçu, mais également le contrôle comportemental réel. Notre choix est supporté par les résultats de cette étude qui démontrent que le coefficient de l'effet entre le contrôle comportemental réel et le comportement est très élevé ( $\beta = 0,694^{**}$ ;  $p < 0,01$ ). De surcroît, une analyse post-hoc a été effectuée sur notre modèle global en retirant la variable du contrôle comportemental réel afin d'ajouter et d'examiner un lien direct entre le contrôle

comportemental perçu et le comportement, c'est-à-dire que la variable du contrôle comportemental perçu jouait le rôle de *proxy* pour la variable du contrôle comportemental réel comme dans le modèle original de la TCP (*cf.* figure 1) (Ajzen, 1985). Dans ce modèle, nous avons obtenu un effet direct non significatif entre le contrôle comportemental perçu et le comportement ( $\beta = 0,144$   $p > 0,05$ ) et une variance expliquée de 56,8% pour le comportement. Ainsi, nous concluons l'importance de mesurer le contrôle comportemental réel dans un contexte instable.

Bref, en appliquant ces deux conditions, l'intention était significativement corrélée avec le comportement dans notre modèle, bien que les deux construits aient été mesurés à des moments distincts dans un contexte instable de transition, soit avant pendant la grossesse (l'intention) et après la naissance de l'enfant (le comportement). De plus, le pourcentage de variance expliqué du comportement (74,8%) élevé confirme que le modèle est robuste et permet de prédire la variable dans un contexte instable.

Enfin, cette étude permet de bonifier et enrichir la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1985; Fishbein, Ajzen et Belief, 1975) dans un contexte de consommation durable. En effet, les mécanismes de médiation testés dans ce mémoire permettent d'expliquer davantage l'intention. De plus, nous avons montré que le modèle peut être utilisé dans un contexte instable, tout en assurant une estimation juste du comportement en effectuant une collecte de données à deux points d'observation.

## **2. Les contributions de la recherche**

Dans cette section, nous aborderons les contributions théoriques et pratiques de notre recherche. Du côté des contributions théoriques, chacune des hypothèses sera abordée en interprétant les résultats et leurs apports théoriques. Du côté des contributions pratiques, nous explorerons les implications pour les organismes, entreprises ou autres parties prenantes interpellées par le mouvement vers le développement durable, spécifiquement avec l'utilisation des couches lavables.

## 2.1 Les contributions théoriques

### Les effets médiateurs des variables indépendantes de la TCP entre le souci environnemental et l'intention

Cette étude a permis de mettre en lumière les médiations, qui se font le long de voies parallèles et non séquentielles, entre les variables du souci environnemental et de l'intention.

En effet, une médiation partielle par la variable du contrôle comportemental perçu a été conclue ( $\beta$  effet indirect = 0,097\*;  $p < 0,05$ ), confirmant l'hypothèse 1A. Ensuite, les résultats confirment le rôle de médiateur partiel de la variable de l'attitude entre le souci environnemental et l'intention ( $\beta$  effet indirect = 0,056\*\*;  $p < 0,01$ ), corroborant l'hypothèse 1C. Cependant, l'hypothèse 1B a été rejetée, puisque l'effet indirect spécifique entre le souci environnemental et l'intention, passant par la norme subjective, est non statistiquement significatif ( $\beta$  effet indirect = 0,009;  $p > 0,05$ ).

Comme proposé par Bamberg (2003), nous confirmons que le souci environnemental est un déterminant indirect de l'intention. Toutefois, nos analyses nous ont permis de confirmer nos prédictions stipulant que les médiations sont partielles puisque la variable indépendante a tout de même un effet direct sur l'intention.

Bien que plusieurs chercheurs aient testé les effets de médiation entre le souci environnemental et l'intention, des résultats différents ont été rapportés (Bang *et al.*, 2000; Mei-Fang Chen et Tung, 2014; Hartmann et Apaolaza-Ibáñez, 2012; Paul, Modi et Patel, 2016). Nos conclusions sont compatibles avec l'étude de Maichum, Parichatnon et Peng (2016) où le contrôle comportemental perçu et l'attitude agissent comme des médiateurs, mais aucune relation significative n'est présente entre le souci environnemental et la norme subjective. Ces résultats permettent d'enrichir l'utilisation du modèle de la théorie du comportement planifié dans le contexte de la consommation durable, en consolidant la compréhension du rôle du souci environnemental et des mécanismes de médiation dans l'explication de l'intention de consommer durablement.

De plus, la plupart des études, ayant testé ces médiations, analysaient le comportement d'achat de produits verts (Maichum, Parichatnon et Peng, 2016; Paul, Modi et Patel, 2016) ou l'utilisation d'énergie verte (Bang *et al.*, 2000; Hartmann et Apaolaza-Ibáñez, 2012). À cet effet, nos résultats confirment l'importance du souci environnemental dans le modèle de la TCP pour un nouveau comportement durable, soit l'utilisation des couches lavables. Enfin, nous pouvons avancer que

concernant le comportement de l'utilisation des couches lavables, plus le souci environnemental est élevé, plus l'attitude et le contrôle comportemental seront élevés et ainsi, l'intention sera élevée à son tour.

### Les effets médiateurs de l'attitude et du contrôle comportemental perçu entre la norme subjective et l'intention

La présente étude a permis de valider les hypothèses 2A et 2B, selon lesquelles le contrôle comportemental perçu et l'attitude médient la relation entre la norme subjective et l'intention de manière parallèle et non séquentielle.

Nos résultats sont en adéquation avec la littérature affirmant que la norme subjective est le déterminant le plus faible de l'intention ( $\beta = 0,170^*$ ;  $p < 0,05$ ) parmi les variables du contrôle comportemental perçu, de la norme subjective et de l'attitude (Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988; Van den Putte, Hoogstraten et Meertens, 1991). De surcroît, nous confirmons les effets de médiation partielle entre la norme subjective et l'intention, par le contrôle comportemental perçu ( $\beta$  effet indirect =  $0,168^{***}$ ;  $p < 0,001$ ) et l'attitude ( $\beta$  effet indirect =  $0,062^*$ ;  $p < 0,05$ ). Ces effets ont eu très peu d'attention dans la littérature, malgré la quantité importante de recherches utilisant la théorie du comportement planifié (Armitage et Conner, 2001). Le rôle médiateur de l'attitude a été étudié dans quelques recherches (Bananuka *et al.*, 2019; Annie Chen et Peng, 2012; Tae-Im Han et Stoel, 2017). Cependant, le rôle médiateur du contrôle comportemental perçu n'a jamais fait l'objet d'étude à notre connaissance. Seulement Paul, Modi et Patel (2016) ont identifié les deux médiations dans leur modèle final dans une étude portant sur la consommation durable, mais sans davantage d'explication. Ainsi, à notre connaissance, cette recherche est la première à confirmer ces hypothèses de médiation, qui sont applicables dans le contexte de la consommation durable.

Nos résultats permettent donc d'enrichir l'utilisation de la théorie du comportement planifié dans les recherches en marketing vert en permettant une meilleure compréhension des mécanismes expliquant l'intention. D'ailleurs, il est possible d'établir que plus la norme subjective est élevée, plus l'attitude et le contrôle comportemental perçu seront élevés et ainsi l'intention sera élevée à son tour.

### L'effet direct de l'intention sur le comportement

Un lien statistiquement significatif positif a été confirmé entre l'intention et le comportement ( $\beta = 0,218^*$ ;  $p < 0,05$ ), ce qui nous permet d'accepter l'hypothèse 3. Ce résultat soutient l'idée que plus l'intention est élevée (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.

Ce résultat concorde avec la littérature sur la théorie du comportement planifié où l'intention a un effet statistiquement significatif sur le comportement (Ajzen et Fishbein, 1980; Sheppard, Hartwick et Warshaw, 1988) et avec les résultats de plusieurs recherches dans la sphère du marketing vert (Kumar, Manrai et Manrai, 2017; Wu et Chen, 2014; Yadav et Pathak, 2017).

Un objectif de ce mémoire était d'explorer si un contexte instable de transition permet de prédire de manière juste un comportement. Le motif derrière cet objectif découle d'une des conditions pour l'utilisation du modèle de la TCP, soit la stabilité du contexte durant l'étude (Ajzen, 1991). Cette étude apporte alors une importante contribution en prouvant que l'intention reste un déterminant significatif du comportement, et ce, même dans un contexte instable. Cette recherche est la première, à notre connaissance, à prouver l'efficacité du modèle de la théorie du comportement planifié dans un contexte instable, qui est dans notre cas la transition à la parentalité.

### L'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement

Enfin, l'hypothèse 4 a été confirmée puisqu'un lien statistiquement significatif positif est présent entre le contrôle comportemental réel et le comportement ( $\beta = 0,694^{**}$ ;  $p < 0,01$ ). Ce résultat démontre que plus le contrôle comportemental réel est élevé (versus faible), plus grande sera la performance du comportement.

Ce résultat est en adéquation avec la littérature de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 2002b) et avec les études effectuées sur des comportements écologiques et sains (Norman et Conner, 2005; Wu et Chen, 2014). Toutefois, il est important de mentionner que ces dernières utilisaient la variable du contrôle comportemental perçu comme variable *proxy* au contrôle comportemental réel. Cette recherche est, à notre connaissance, la première à mesurer à deux reprises la variable du contrôle comportemental afin d'obtenir une estimation robuste du comportement, un choix justifié par le contexte instable de cette étude.

Il est intéressant de comparer la force des relations du contrôle comportemental réel et de l'intention avec la variable du comportement (hypothèses 3 et 4). On remarque que l'effet direct du contrôle comportemental réel sur le comportement ( $\beta = 0,694$ ) est supérieur à l'effet de l'intention sur le comportement ( $\beta = 0,218$ ). Cette découverte ne concorde pas avec les propos de Ajzen et Fishbein (1980) qui stipulent que l'intention de performer un comportement est le meilleur prédicteur du comportement. Nous suggérons que ce résultat s'explique en raison que l'intention a été mesurée lors du premier point d'observation, tandis que le contrôle comportemental réel et le comportement ont été mesurés lors du second point d'observation. En tenant compte du contexte instable qui sépare les deux points d'observation, ces résultats sont justifiés. Cette découverte représente une contribution pour l'utilisation du modèle de la théorie du comportement planifié dans un contexte instable.

#### Les effets des variables de contrôle

Quatre variables de contrôle ont été étudiées dans notre modèle : l'âge, l'éducation, le revenu et le nombre d'enfants. La littérature indique que ces variables pourraient exercer une influence sur l'intention et le comportement dans un contexte de consommation durable (Bassett-Gunter *et al.*, 2013; Emekci, 2019; Roberts, 1996; Samdahl et Robertson, 1989). Dans nos analyses, seulement la variable de l'âge exerçait une influence significative sur l'intention ( $\beta = -0,124^*$ ;  $p < 0,05$ ) et la variable du nombre d'enfants exerçait une influence significative sur le comportement ( $\beta = 0,122^{**}$ ;  $p < 0,01$ ). À elles seules, ces variables ne permettent pas d'expliquer la variance de l'intention et du comportement.

#### Le modèle global

Le modèle permet d'expliquer 66,3% ( $R^2 = 0,663$ ) et 74,8% ( $R^2 = 0,748$ ) de la variance de l'intention et du comportement, respectivement. Ces résultats sont très élevés en considérant qu'une méta-analyse, portant sur des études utilisant le modèle de base de la théorie du comportement planifié, a estimé que le modèle explique en moyenne 39% et 27% de la variance de l'intention et du comportement, respectivement (Armitage et Conner, 2001). De ce fait, les ajouts de la variable du souci environnemental, de la variable du contrôle comportemental réel et

des médiations dans notre modèle permettent de mieux expliquer l'intention et le comportement dans le cadre du contexte de cette étude.

Effectivement, les effets de médiation prouvés dans ce mémoire sont des trouvailles intéressantes pour mieux comprendre la formation de l'intention dans un contexte de consommation durable. Particulièrement, la découverte que la norme subjective contribue à la formation de l'attitude et du contrôle comportemental perçu, qui ont par la suite un effet sur l'intention.

Finalement, considérant que le modèle de la TCP n'avait jamais été prouvé efficace dans un contexte instable, cette étude apporte une importante contribution. Grâce à la collecte de données à deux points d'observation pendant une transition, nous avons pu prouver l'efficacité de l'estimation du comportement dans un contexte instable.

## **2.2 Les contributions pratiques**

La consommation durable fait partie des solutions afin de contrer les changements climatiques (Nations Unies, 2020a). Cependant, certains consommateurs sont toujours réticents à se tourner vers des gestes durables (Huang et Rust, 2011). Il est essentiel de comprendre le processus de formation de l'intention de performer des gestes écologiques afin de pouvoir influencer les individus à consommer durablement. Plusieurs recherches se sont concentrées à étudier des gestes généraux, tels que l'achat de produits verts en général (Chan et Lau, 2000; Emekci, 2019; Kanchanapibul *et al.*, 2014; Kumar, 2012; Liobikienė, Mandravickaitė et Bernatoniene, 2016). Cette recherche apporte donc de pertinentes contributions pratiques en étudiant un geste écologique spécifique : l'utilisation des couches lavables.

La collecte de données à deux points d'observation implique que les contributions de cette recherche capturent le contexte réel de décision d'utiliser des couches lavables, ce qui entraîne des recommandations plus complètes et pertinentes. En effet, les décisions des parents sont souvent prises avant la fin de la grossesse (Schèafer, Jaeger-Erben et Bamberg, 2012) et modifiées après l'arrivée du nouveau-né (Bassett-Gunter *et al.*, 2013), tel que capturé dans notre modèle conceptuel.

Ces implications pratiques sont alors pour des organismes, des mouvements pro-environnement, des boutiques et entreprises écologiques, ainsi que d'autres parties prenantes qui désirent contribuer

au mouvement du développement durable, spécifiquement avec l'utilisation des couches lavables. Les contributions pratiques seront divisées en deux sections : encourager l'utilisation des couches lavables et cibler les clients potentiels. Ces contributions pratiques sont orientées envers les mères à raison de la nature des données de ce mémoire qui ont été collectées uniquement auprès des femmes. Cela dit, plusieurs contributions pourraient s'appliquer aux parents en général.

### Encourager l'utilisation des couches lavables

Comme mentionné au chapitre 1, les couches lavables sont une alternative plus écologique (Aumônier et Collins, 2005; Naître et Grandir, 2019; O'Brien *et al.*, 2009). Pour cette raison, plusieurs parties prenantes, qui se soucient de l'environnement, désirent mettre en place des actions concrètes afin d'encourager les parents à se tourner vers les couches lavables. Les résultats de cette étude permettent de proposer des voies pertinentes à entreprendre afin d'y parvenir.

### *Le contrôle comportemental*

Pour débiter, les facteurs les plus influents de l'intention et du comportement sont le contrôle comportemental perçu et le contrôle comportemental réel. En effet, le contrôle comportemental perçu avait l'effet le plus fort sur l'intention et le contrôle comportemental réel avait l'effet le plus fort sur le comportement. Ainsi, les efforts devraient être mis dans **l'augmentation du contrôle comportemental des futures mères face à l'utilisation des couches lavables**. Nous rappelons que le contrôle comportemental se définit comme la facilité ou la difficulté perçue d'exécuter un comportement en fonction des opportunités et des ressources détenues par l'individu (Ajzen, 1991; Madden, Ellen et Ajzen, 1992). De ce fait, nos résultats démontrent que plusieurs mères n'ont pas l'intention d'utiliser ou n'utilisent pas les couches lavables puisqu'elles ne pensent pas qu'elles ont la capacité ou les ressources afin d'y parvenir.

Nous recommandons **d'éduquer les futures mères sur l'utilisation des couches lavables dans le but de changer leur perception sur la difficulté du comportement**. En effet, nous croyons que l'éducation sur l'utilisation des couches lavables donnera davantage de contrôle comportemental aux mères puisqu'elles seront informées sur le fonctionnement et les efforts

nécessaires en les dotant de ressources. L'éducation peut être faite par le biais de capsules éducatives sous format vidéo. Ainsi, les capsules vidéos pourraient être, par exemple, présentées durant les cours prénataux, partagées sur les réseaux sociaux, publiées sur des sites web éduquant les parents, tels que Naître et Grandir (Naître et Grandir, 2020), etc. Idéalement, il serait intéressant d'intégrer ces capsules dans les cours prénataux offerts par le système de santé publique et par les entreprises privées afin d'avoir une plus grande portée auprès de la population cible. Le contenu éducatif à aborder est le fonctionnement typique d'une couche lavable (différents modèles de couches, l'entretien, le nombre idéal à avoir, etc.) et la démystification des freins à l'adoption. Dans notre second questionnaire, nous avons demandé à nos répondantes d'identifier leurs freins à l'utilisation des couches lavables et nous avons obtenu les réponses suivantes, en ordre d'importance : les efforts supplémentaires, les garderies ne les acceptent pas toujours, l'hygiène des couches lavables, la complexité de l'utilisation des couches lavables et le prix. De ce fait, les explications détaillées sur le fonctionnement des couches lavables permettront de résoudre certaines incertitudes, telles que la complexité d'utilisation et l'hygiène des couches lavables, tout en donnant des astuces pour faciliter la gestion afin de minimiser les efforts. Ce sera également l'occasion d'offrir de l'information sur le prix, qui est à long terme inférieur à celui de l'utilisation des couches jetables (Bahney, 2014). Finalement, il sera également possible d'aborder le modèle hybride d'utilisation des couches; couches lavables à la maison et couches jetables à la garderie. En somme, les capsules éducatives permettront d'appuyer les mères tout au long du processus d'utilisation des couches lavables allant de l'achat, à la gestion quotidienne afin qu'elles se sentent en confiance en leur capacité à les utiliser.

### *L'attitude*

Une autre variable importante dans la formation de l'intention est l'attitude face à l'utilisation des couches lavables. Ainsi, l'objectif de cette recommandation est **d'augmenter l'attitude favorable des mères face à l'utilisation des couches lavables**. Pour y parvenir, deux variables ont été identifiées comme étant les antécédents de l'attitude, expliquant 19,0% de la variance de la variable : le souci environnemental et la norme subjective. De ce fait, **des communications misant sur la norme subjective et le souci environnemental** permettront d'améliorer l'attitude des mères envers les couches lavables.

Plus précisément, du côté de la norme subjective, la conception de publicité présentant les parents utilisant les couches lavables comme des membres appréciés de la société en raison de leur comportement écologiquement responsable permettrait d'utiliser la pression sociale afin de favoriser l'attitude des mères.

Du côté du souci environnemental, des communications partageant l'impact environnemental néfaste des couches jetables et la contribution des couches lavables dans la réduction des impacts négatifs sur l'environnement inciteraient des individus soucieux de l'environnement à adopter une attitude favorable face à l'utilisation des couches lavables.

Bref, ces campagnes favoriseraient une attitude positive des mères face à l'utilisation des couches lavables en misant sur la norme subjective et le souci environnemental. En plus, ces communications auront un impact positif sur le contrôle comportemental perçu qui a également ces deux variables comme antécédents.

### Cibler les clients potentiels

Il serait intéressant pour les organismes ou entreprises écologiques de cibler les mères susceptibles de vouloir adopter les couches lavables avec les capsules et communications mentionnées plus haut. Pour se faire, deux avenues seront proposées, basées sur les antécédents des variables du contrôle comportemental perçu et de l'attitude, soit de **cibler les mères avec un haut niveau de souci environnemental, ainsi que les mères avec un haut niveau de norme subjective**. Ces deux variables influencent positivement le contrôle comportemental perçu et l'attitude. Ainsi, un individu qui a un haut niveau de souci environnemental ou un haut niveau de norme subjective aura une attitude plus positive et un meilleur contrôle comportemental perçu. De ce fait, il est intéressant de cibler ces individus puisqu'ils seront plus propices à réagir positivement à ses tactiques et adopter les couches lavables.

Du côté de la norme subjective, nous proposons aux boutiques de miser sur le référencement par les proches. Effectivement, la norme subjective fait référence à la pression sociale par les proches qu'un individu ressent afin d'adopter un comportement (Ajzen, 1991). De ce fait, une tactique intéressante est **d'encourager les clients actuels à recommander les couches lavables à leur entourage**, en d'autres termes d'encourager les clients à influencer leurs proches à adopter les

couches lavables. Par exemple, les clients pourraient obtenir un 10% de rabais s'il envoie la vidéo éducative sur les couches lavables à un futur parent. Le ciblage sera alors directement exécuté par les clients actuels des couches lavables.

Enfin, nous désirons cibler les futures mères avec un haut niveau de souci environnemental. Pour y parvenir, **concevoir des partenariats avec des individus ou des marques qui rejoignent les valeurs écologiques et la population cible** est une tactique prometteuse. Par exemple, nous recommandons de conclure des partenariats avec des influenceuses sur Instagram, plus spécifiquement des mères partageant des valeurs écologiques, puisque la communauté de mères sur Instagram est très importante (Westeroth, 2021) et les influenceurs sont un moyen efficace de rejoindre un public cible (Campbell et Farrell, 2020; Childers, Lemon et Hoy, 2019). Nous recommandons dans les campagnes de débiter en mettant l'accent sur l'impact environnemental moindre des couches lavables afin de capter l'attention des individus soucieux de l'environnement. Par la suite, il est possible de continuer en offrant des ressources (p. ex. référer aux capsules éducatives) dans le but d'augmenter le contrôle comportemental des futures mères, tel que présenté dans la section précédente.

### **3. Les limites de la recherche et les perspectives de recherches futures**

Ce mémoire ne fait pas exception des recherches en marketing en ayant ses faiblesses. Ainsi, les limites de notre étude seront soulevées dans la prochaine section en spécifiant une proposition de recherche future associée.

#### Optimiser l'échantillon

La première limite porte sur l'échantillon, soit sa taille et la méthode d'échantillonnage. Tout d'abord, la taille de l'échantillon du modèle global est de 140 répondantes. Selon les conditions d'utilisation de la modélisation par les équations structurelles (Gerbing et Anderson, 1985), un échantillon supérieur à 150 participants est recommandé, bien que plusieurs études publiées en marketing aient utilisé les équations structurelles avec un nombre inférieur à 150 participants. Par exemple, il y a 149 répondants dans l'étude de Lussier, Grégoire et Vachon (2017), 131 répondants dans Jain *et al.* (2018) et 123 répondants dans Lussier, Hartmann et Bolander (2021). Ainsi, il serait

pertinent de réaliser une nouvelle étude afin d'obtenir plus de répondantes dans le but de valider les résultats de cette étude et offrir des contributions robustes.

De plus, l'échantillon de ce mémoire est non probabiliste avec l'utilisation de la méthode d'échantillonnage volontaire, puisque le questionnaire a été publié sur les réseaux sociaux et les participants s'autosélectionnaient en décidant de participer à l'étude (d'Astous, 2019). De ce fait, certaines caractéristiques des femmes dans l'échantillon pourraient ne pas être représentatives de la population à l'étude. Par exemple, il pourrait y avoir un biais au niveau de la proportion de femmes avec un haut niveau de souci environnemental dans notre échantillon puisque le sujet du sondage était nommé dans la publication partageant le questionnaire, soit la consommation durable durant la transition à la parentalité. De ce fait, les femmes très interpellées par le sujet de la consommation durable auraient pu être plus enclines à participer à l'étude. Tout de même, 17 groupes Facebook ont été utilisés pour diversifier les sources de recrutement et des influenceuses sur la plateforme Instagram ont partagé le sondage afin de rejoindre un plus grand bassin. Néanmoins, une méthode d'échantillonnage probabiliste est favorable. Il serait alors intéressant de reproduire cette étude en collaborant avec les responsables des cours prénataux privés et publics afin d'obtenir une liste de la population, c'est-à-dire les femmes inscrites aux cours prénataux, pour pouvoir réaliser une collecte d'échantillonnage aléatoire simple.

### Étudier l'utilisation des couches lavables à l'aide d'une dyade père - mère

La seconde limite a trait à la population de l'étude. Dans le cadre de ce mémoire, il a été décidé de se concentrer sur la population des femmes, spécifiquement des femmes au troisième trimestre de grossesse. Toutefois, le père est également impliqué dans les décisions qui portent sur le nouveau-né (Habib, 2012; Lee et Beatty, 2002). De ce fait, le père peut exercer une influence sur le comportement de l'utilisation des couches lavables, malgré l'intention de la femme envers le geste. Ainsi, il serait pertinent de mener une recherche future en incluant les pères dans l'échantillon. Une dyade pourrait être une option intéressante en collectant également la perception du père face à l'intention et le comportement de la mère et vice-versa. Le jumelage de deux sources d'information dans les réponses avec l'utilisation des relations dyadiques en marketing permet de réduire le biais lié à la méthode commune (Hulland, Baumgartner et Smith, 2018). Ainsi, plusieurs biais présents dans notre étude seraient minimisés, tels que le biais de désirabilité provoqué par l'auto-évaluation

du participant. Ce dernier biais pouvait particulièrement influencer à la hausse les construits de l'intention et du comportement dans le contexte de la consommation durable puisque le comportement à l'étude est considéré comme le choix socialement acceptable (Follows et Jobber, 2000; Kaiser et Gutscher, 2003).

#### Appliquer le modèle à de nouveaux comportements et contextes

La troisième limite concerne la généralisation des résultats de cette étude. Bien que les contributions de ce mémoire soient très intéressantes pour confirmer l'utilisation de la TCP dans le contexte instable de la transition à la parentalité et pour encourager l'utilisation des couches lavables, ces résultats ne sont pas nécessairement généralisables à d'autres comportements ou contextes. De ce fait, une prochaine étude pourrait tenter de reproduire le modèle théorique présenté pour d'autres comportements ou dans d'autres contextes instables que ceux de ce mémoire. Par exemple, le modèle conceptuel présenté pourrait être utilisé afin d'étudier un autre comportement écologique dans le contexte de la transition à la parentalité, tel que l'achat de vêtements et de jouets de seconde main ou l'achat de nourritures organiques. Également, le modèle pourrait être testé en étudiant un comportement durable dans un nouveau contexte instable, tel que l'utilisation du transport en commun à la suite d'un déménagement, dans le but de soutenir les contributions théoriques de ce mémoire.

#### Explorer l'utilisation des couches lavables sur une longue période

La quatrième limite concerne la durée de l'étude. Dans ce mémoire, deux points d'observation ont été utilisés avec trois mois d'intervalle afin de mesurer l'intention et le comportement des mères face à l'utilisation des couches lavables. Cependant, quelques mères ont fait le commentaire qu'elles allaient commencer à utiliser les couches lavables seulement dans quelques mois puisqu'elles sont épuisées durant les premières semaines et certaines mères ont seulement des modèles de couches lavables trop grands pour un nouveau-né. De ce fait, plusieurs mères qui ont affirmé avoir l'intention d'utiliser les couches lavables durant leur grossesse ont déclaré ne pas les utiliser lors du second sondage (malgré leur utilisation quelques semaines plus tard). Si nous désirons avoir une image globale de l'utilisation des couches lavables sur les 2 premières années

de l'enfant plutôt que sur les premières semaines, la collecte de donnée de cette étude biaise à la baisse le coefficient entre l'intention et le comportement en mesurant ce dernier quelques semaines après la naissance. De ce fait, il serait judicieux de réaliser une étude longitudinale, soit avec trois points d'observation ou plus, afin d'observer l'évolution du comportement de l'utilisation des couches lavables allant du troisième trimestre de grossesse à la deuxième année de vie de l'enfant.

### Explorer l'impact du bien-être sur le contrôle comportemental

Dans cette étude, nous avons démontré que le contrôle comportemental a un fort impact sur l'intention et le comportement d'utilisation des couches lavables. Il serait intéressant de tenter d'expliquer davantage la variance des variables des contrôles comportementaux perçu et réel puisqu'elles sont d'une grande importance afin de comprendre la performance du comportement. Explorer l'impact du bien-être sur le contrôle comportemental des parents serait une idée intéressante, puisqu'il a été déterminé que le bien-être des parents est grandement affecté durant la transition à la parentalité (Bleidorn *et al.*, 2016; Condon, Boyce et Corkindale, 2004; Dyrdal et Lucas, 2013; Ramchandani *et al.*, 2005; Specht, Egloff et Schmukle, 2011). Une recherche future pourrait, par exemple, étudier l'effet de la dépression, l'anxiété sociale, l'estime de soi et la stabilité émotionnelle sur les contrôles comportementaux perçu et réel des parents. Une telle étude permettrait d'éclairer les connaissances par rapport à l'impact du bien-être des parents sur le contrôle comportemental et le comportement, tout en permettant de faire des recommandations afin d'encourager le comportement en prenant en considération le bien-être des nouveaux parents.

### **Conclusion**

Dans ce chapitre, la discussion a permis de faire un retour sur la question et les objectifs de la recherche. Nous avons également établi que la méthodologie utilisée a permis de capturer le contexte instable à l'étude et ainsi, répondre à la question et aux objectifs de la recherche. Ensuite, un retour a été effectué sur les hypothèses confirmées et les principaux résultats de ce mémoire. Les fortes variances expliquées des variables de l'intention et du comportement ont prouvé l'efficacité de l'ajout des mécanismes de médiation et de l'utilisation du modèle de la théorie du comportement planifié dans un contexte instable. Effectivement, nous avons déterminé que

l'attitude et le contrôle comportemental perçu jouent des rôles de médiateur entre le souci environnemental et l'intention, ainsi qu'entre la norme subjective et l'intention. De plus, nous avons confirmé que l'intention permet de prédire le comportement même dans un contexte instable.

Par la suite, nous avons mentionné les implications théoriques de nos résultats qui ont permis d'enrichir la théorie du comportement planifié. Puis, des implications pratiques pour des organismes ou des mouvements pro-environnement, des boutiques et entreprises écologiques ont été présentées afin d'encourager l'utilisation des couches lavables et cibler les clients potentiels.

Finalement, nous avons conclu en mentionnant les limites de ce mémoire et en proposant des avenues de recherche dans le but de pallier ces limites et d'enrichir la compréhension de l'utilisation des couches lavables dans le contexte instable de la transition à la parentalité.

## Conclusion générale

Pour conclure, ce mémoire contribue à encourager la consommation durable, soit une solution aux changements climatiques actuels. La population des nouveaux parents, plus précisément les mères de nouveau-né, a été étudiée, car les mères représentent une population importante et prometteuse en matière d'adoption de nouvelles habitudes durables. De ce fait, la présente étude répond à la problématique suivante : quels sont les facteurs influençant les intentions et les comportements des femmes durant la transition à la parentalité? Spécifiquement, quels sont les mécanismes qui permettent d'expliquer l'intention et le comportement de consommer durablement des femmes durant la transition à la parentalité?

Nous avons été en mesure d'obtenir une meilleure compréhension de la formation de l'intention de consommer durablement grâce aux tests des quatre hypothèses de la recherche, qui ont toutes été confirmées à l'exception de l'hypothèse 1B. De ce fait, nous avons répondu à notre objectif de recherche principal qui était d'affiner la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) en identifiant les mécanismes déterminants de la consommation durable et validant l'utilisation du modèle de la TCP dans un contexte instable de transition. Ainsi, les effets de médiation ont été confirmés entre le souci environnemental et l'intention, par le contrôle comportemental perçu et l'attitude. De plus, nous avons confirmé que la relation entre la norme subjective et l'intention est également médiée par le contrôle comportemental perçu et l'attitude. Ensuite, les analyses ont permis de valider l'utilisation du modèle conceptuel de la théorie du comportement planifié dans un contexte instable puisque l'intention était significativement liée au comportement, dans cette recherche qui était exécutée dans le contexte instable de la transition à la parentalité. Enfin, le modèle étudié permet d'expliquer 66,3% et 74,8% de la variance de l'intention et du comportement respectivement, soit des résultats très impressionnants qui démontrent la pertinence de nos ajouts et l'efficacité du modèle, et ce, même dans un contexte instable.

En somme, ce mémoire permet de faire des recommandations pratiques afin de promouvoir un mode de consommation durable. Spécifiquement, des initiatives en lien avec les couches lavables ont été proposées aux organismes, boutiques et entreprises écologiques. Le but est d'encourager l'utilisation des couches lavables en renforçant le contrôle comportemental grâce à l'éducation par des capsules vidéos et en favorisant une attitude positive envers les couches lavables. De surcroît,

des tactiques ont été proposées afin de cibler les clients potentiels des couches lavables en misant sur les individus avec un niveau élevé de norme subjective grâce au bouche-à-oreille positif et soucieux de l'environnement grâce à des partenariats.

Enfin, les propositions de recherches futures permettraient d'obtenir une meilleure compréhension du comportement de l'utilisation des couches lavables en appliquant de nouvelles considérations théoriques et méthodologiques.

## Bibliographie

- Aaker, David A et Richard P Bagozzi (1982). « Attitudes toward public policy alternatives to reduce air pollution », *Journal of Marketing & Public Policy*, vol. 1, no 1, p. 85-94.
- Affleck, Glenn et Howard Tennen (1991). « The effect of newborn intensive care on parents' psychological well-being », *Children's Health Care*, vol. 20, no 1, p. 6-14.
- Ajzen, Icek (1985). « From intentions to actions: A theory of planned behavior », *Action Control*, p. 11-39.
- Ajzen, Icek (1991). « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no 2, p. 179-211.
- Ajzen, Icek (2002a). « Constructing a tpb questionnaire: Conceptual and methodological considerations ».
- Ajzen, Icek (2002b). « Residual effects of past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives », *Personality and Social Psychology Review*, vol. 6, no 2, p. 107-122.
- Ajzen, Icek (2020). « The theory of planned behavior: Frequently asked questions », *Human Behavior and Emerging Technologies*, vol. 2, no 4, p. 314-324.
- Ajzen, Icek et Martin Fishbein (1980). « Understanding attitudes and predicting social behavior prentice-hall inc », *Englewood Cliffs, NJ*.
- Akehurst, Gary, Carolina Afonso et Helena Martins Gonçalves (2012). « Re-examining green purchase behaviour and the green consumer profile: New evidences », *Management Decision*.
- Amabile, Teresa M, Karl G Hill, Beth A Hennessey et Elizabeth M Tighe (1994). « The work preference inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 66, no 5, p. 950.
- Anderson Jr, W Thomas et William H Cunningham (1972). « The socially conscious consumer », *Journal of Marketing*, vol. 36, no 3, p. 23-31.
- Antonetti, Paolo et Stan Maklan (2014). « Exploring postconsumption guilt and pride in the context of sustainability postconsumption emotions and sustainability », *Psychology & Marketing*, vol. 31, no 9, p. 717-735.
- Armitage, Christopher J et Mark Conner (1999). « Distinguishing perceptions of control from self-efficacy: Predicting consumption of a low-fat diet using the theory of planned behavior 1 », *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 29, no 1, p. 72-90.

- Armitage, Christopher J et Mark Conner (2001). « Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review », *British Journal of Social Psychology*, vol. 40, no 4, p. 471-499.
- Arvola, Anne, Marco Vassallo, Moira Dean, Piritta Lampila, Anna Saba, Liisa Lähteenmäki, *et al.* (2008). « Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the theory of planned behaviour », *Appetite*, vol. 50, no 2-3, p. 443-454.
- Atkinson, Leslie, Angela Paglia, Jennifer Coolbear, Alison Niccols, Kevin CH Parker et Sharon Guger (2000). « Attachment security: A meta-analysis of maternal mental health correlates », *Clinical Psychology Review*, vol. 20, no 8, p. 1019-1040.
- Auger, Pat, Timothy M Devinney, Jordan J Louviere et Paul F Burke (2008). « Do social product features have value to consumers? », *International Journal of Research in Marketing*, vol. 25, no 3, p. 183-191.
- Aumônier, Simon et Michael Collins (2005). *Life cycle assessment of disposable nappies and reusable nappies in the uk*, Environment Agency.
- Aumônier, Simon, Michael Collins et Peter Garrett (2008). *An updated lifecycle assessment study for disposable and reusable nappies*, Environment Agency.
- Awad, Tamer A (2011). « Environmental segmentation alternatives: Buyers' profiles and implications », *Journal of Islamic Marketing*.
- Bagozzi, Richard P, Youjae Yi et Johann Baumgartner (1990). « The level of effort required for behaviour as a moderator of the attitude-behaviour relation », *European Journal of Social Psychology*, vol. 20, no 1, p. 45-59.
- Bahney, Anna (2014). « Money, time, the environment? What do cloth diapers really save? », *Forbes*.
- Bamberg, Sebastian (2003). « How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question », *Journal of Environmental Psychology*, vol. 23, no 1, p. 21-32.
- Bamberg, Sebastian (2006). « Is a residential relocation a good opportunity to change people's travel behavior? Results from a theory-driven intervention study », *Environment and Behavior*, vol. 38, no 6, p. 820-840.
- Bananuka, Juma, Musa Kasera, Grace Muganga Najjemba, Doreen Musimenta, Bob Ssekiziyivu et Saadat Nakyejwe Lubowa Kimuli (2019). « Attitude: Mediator of subjective norm, religiosity and intention to adopt islamic banking », *Journal of Islamic Marketing*.
- Bandura, Albert (1977). « Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological Review*, vol. 84, no 2, p. 191.
- Bandura, Albert (1982). « Self-efficacy mechanism in human agency », *American Psychologist*, vol. 37, no 2, p. 122.

- Bandura, Albert, Nancy E Adams et Janice Beyer (1977). « Cognitive processes mediating behavioral change », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 35, no 3, p. 125.
- Bandura, Albert, Nancy E Adams, Arthur B Hardy et Gary N Howells (1980). « Tests of the generality of self-efficacy theory », *Cognitive Therapy and Research*, vol. 4, no 1, p. 39-66.
- Bang, Hae-Kyong, Alexander E Ellinger, John Hadjimarcou et Patrick A Traichal (2000). « Consumer concern, knowledge, belief, and attitude toward renewable energy: An application of the reasoned action theory », *Psychology & Marketing*, vol. 17, no 6, p. 449-468.
- Baron, Reuben M et David A Kenny (1986). « The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 51, no 6, p. 1173.
- Bassett-Gunter, Rebecca L, Ryna Levy-Milne, Patti Jean Naylor, Danielle Symons Downs, Cecilia Benoit, Darren ER Warburton, *et al.* (2013). « Oh baby! Motivation for healthy eating during parenthood transitions: A longitudinal examination with a theory of planned behavior perspective », *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, vol. 10, no 1, p. 1-11.
- Becker, P, I McFetridge et K Roycroft (1990). « Alternatives in diapering ».
- Belsky, Jay et Emily Pensky (1988). « Marital change across the transition to parenthood », *Marriage & Family Review*, vol. 12, no 3-4, p. 133-156.
- Black, Iain R et Helene Cherrier (2010). « Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: Daily practices, contextual motivations and subjective values », *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 9, no 6, p. 437-453.
- Bleidorn, W., T. Schwaba, M. A. van Scheppingen, J. J. A. Denissen, A. Buyukcan-Tetik et C. Finkenauer (2016). « Stability and change in self-esteem during the transition to parenthood », *Social Psychological and Personality Science*, vol. 7, no 6, p. 560-569.
- Bolander, Willy, Riley Dugan et Eli Jones (2017). « Time, change, and longitudinally emergent conditions: Understanding and applying longitudinal growth modeling in sales research », *Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 37, no 2, p. 153-159.
- Bollen, Kenneth A (1989). *Structural equations with latent variables*, vol. 210, John Wiley & Sons.
- Bosnjak, Michael, Icek Ajzen et Peter Schmidt (2020). « The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications », *Europe's Journal of Psychology*, vol. 16, no 3, p. 352.
- Boudreaux, Edwin D, Beth Bock et Erin O’Hea (2012). « When an event sparks behavior change: An introduction to the sentinel event method of dynamic model building and its application to emergency medicine », *Academic Emergency Medicine*, vol. 19, no 3, p. 329-335.

- Bouscasse, Hélène, Irageael Joly et Patrick Bonnel (2018). « How does environmental concern influence mode choice habits? A mediation analysis », *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, vol. 59, p. 205-222.
- Boutique planète B  b   (2021). *Les couches lavables - définitions*. <https://www.boutiqueplanetebebe.com/pages/les-couches-lavables-definitions>
- Brandel, Martina, Erika Melchiorri et Chiara Ruini (2018). « The dynamics of eudaimonic well-being in the transition to parenthood: Differences between fathers and mothers », *Journal of Family Issues*, vol. 39, no 9, p. 2572-2589.
- Bray, Jeffery, Nick Johns et David Kilburn (2011). « An exploratory study into the factors impeding ethical consumption », *Journal of Business Ethics*, vol. 98, no 4, p. 597-608.
- Brown, Roger L (1994). « Efficacy of the indirect approach for estimating structural equation models with missing data: A comparison of five methods », *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, vol. 1, no 4, p. 287-316.
- Brown, Steven P, Eli Jones et Thomas W Leigh (2005). « The attenuating effect of role overload on relationships linking self-efficacy and goal level to work performance », *Journal of Applied Psychology*, vol. 90, no 5, p. 972.
- Burke, Peter J (1991). « Identity processes and social stress », *American Sociological Review*, p. 836-849.
- Burningham, K., S. Venn, I. Christie, T. Jackson et B. Gatersleben (2014). « New motherhood: A moment of change in everyday shopping practices? », *Young Consumers*, vol. 15, no 3, p. 211-226.
- Byrne, Barbara M (2001). « Structural equation modeling with amos, eqs, and lisrel: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument », *International Journal of Testing*, vol. 1, no 1, p. 55-86.
- Byrne, Barbara M (2013). *Structural equation modeling with eqs: Basic concepts, applications, and programming*, Routledge.
- Cairns, Kate, Jos  e Johnston et Norah MacKendrick (2013). « Feeding the ‘organic child’: Mothering through ethical consumption », *Journal of Consumer Culture*, vol. 13, no 2, p. 97-118.
- Campbell, Colin et Justine Rapp Farrell (2020). « More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing », *Business Horizons*, vol. 63, no 4, p. 469-479.
- Carrigan, Marylyn et Ahmad Attalla (2001). « The myth of the ethical consumer–do ethics matter in purchase behaviour? », *Journal of Consumer Marketing*.

- Carrington, Michal J, Benjamin A Neville et 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*, vol. 97, no 1, p. 139-158.
- Caruana, Edward Joseph, Marius Roman, Jules Hernández-Sánchez et Piergiorgio Solli (2015). « Longitudinal studies », *Journal of Thoracic Disease*, vol. 7, no 11, p. E537.
- Cast, Alicia D. (2004). « Well-being and the transition to parenthood: An identity theory approach », *Sociological Perspectives*, vol. 47, no 1, p. 55-78.
- Castle, Helen, Pauline Slade, Maria Barranco-Wadlow et Maeve Rogers (2008). « Attitudes to emotional expression, social support and postnatal adjustment in new parents », *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, vol. 26, no 3, p. 180-194.
- Chan, Ricky YK (2001). « Determinants of chinese consumers' green purchase behavior », *Psychology & Marketing*, vol. 18, no 4, p. 389-413.
- Chan, Ricky YK et Loretta BY Lau (2000). « Antecedents of green purchases: A survey in china », *Journal of Consumer Marketing*.
- Chang, Hsin Hsin et Su Wen Chen (2008). « The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator », *Online information review*.
- Chang, Man Kit (1998). « Predicting unethical behavior: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior », *Journal of Business Ethics*, vol. 17, no 16, p. 1825-1834.
- Chen, Annie et Norman Peng (2012). « Green hotel knowledge and tourists' staying behavior », *Annals of Tourism Research*, vol. 39, no 4, p. 2211-2219.
- Chen, Fang Fang (2007). « Sensitivity of goodness of fit indexes to lack of measurement invariance », *Structural Equation Modeling: a Multidisciplinary Journal*, vol. 14, no 3, p. 464-504.
- Chen, Mei-Fang et Pei-Ju Tung (2014). « Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 36, p. 221-230.
- Chernev, Alexander et Sean Blair (2015). « Doing well by doing good: The benevolent halo of corporate social responsibility », *Journal of Consumer Research*, vol. 41, no 6, p. 1412-1425.
- Childers, Courtney Carpenter, Laura L Lemon et Mariea G Hoy (2019). « # sponsored# ad: Agency perspective on influencer marketing campaigns », *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, vol. 40, no 3, p. 258-274.
- Cialdini, Robert B et Melanie R Trost (1998). « Social influence: Social norms, conformity and compliance ».

- Clausen, John A (1986). *The life course: A sociological perspective*, Prentice Hall.
- Collier, Joel E (2020). *Applied structural equation modeling using amos: Basic to advanced techniques*, Routledge.
- Condon, John T, Philip Boyce et Carolyn J Corkindale (2004). « The first-time fathers study: A prospective study of the mental health and wellbeing of men during the transition to parenthood », *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, vol. 38, no 1-2, p. 56-64.
- Connell, Kim Y Hiller (2010). « Internal and external barriers to eco-conscious apparel acquisition », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 34, no 3, p. 279-286.
- Conner, Mark (2020). « Theory of planned behavior », *Handbook of sport psychology*, p. 1-18.
- Conner, Mark et Christopher J Armitage (1998). « Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research », *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 28, no 15, p. 1429-1464.
- Conner, Mark, Paul Norman et Russell Bell (2002). « The theory of planned behavior and healthy eating », *Health Psychology*, vol. 21, no 2, p. 194.
- Cordano, Mark et Irene Hanson Frieze (2000). « Pollution reduction preferences of us environmental managers: Applying ajzen's theory of planned behavior », *Academy of Management journal*, vol. 43, no 4, p. 627-641.
- Cowan, Carolyn Pape et Philip A Cowan (1988). « Who does what when partners become parents: Implications for men, women, and marriage », *Marriage & Family Review*, vol. 12, no 3-4, p. 105-131.
- Cowan, Carolyn Pape et Philip A Cowan (1992). *When partners become parents: The big life change for couples*, Basic Books.
- d'Astous, Alain (2019). *Le projet de recherche en marketing*, 6e édition.<sup>e</sup> éd., Montréal (Québec), Chenelière éducation.
- Davies, Janette, Gordon R Foxall et John Pallister (2002). « Beyond the intention-behaviour mythology: An integrated model of recycling », *Marketing Theory*, vol. 2, no 1, p. 29-113.
- De Veirman, Marijke, Veroline Cauberghe et Liselot Hudders (2017). « Marketing through instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude », *International Journal of Advertising*, vol. 36, no 5, p. 798-828.
- Dean, Moira, Monique M Raats et Richard Shepherd (2012). « The role of self-identity, past behavior, and their interaction in predicting intention to purchase fresh and processed organic food 1 », *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 42, no 3, p. 669-688.

- Deci, Edward L, Richard Koestner et Richard M Ryan (1999). « A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation », *Psychological Bulletin*, vol. 125, no 6, p. 627.
- Delmore-Ko, Patricia, S Mark Pancer, Bruce Hunsberger et Michael Pratt (2000). « Becoming a parent: The relation between prenatal expectations and postnatal experience », *Journal of Family Psychology*, vol. 14, no 4, p. 625.
- Deschênes, Nathalie et Chantal Girard (2020). *Les naissances au québec et dans ses régions en 2019*, art. 24. Récupéré de <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/les-naissances-au-quebec-et-dans-ses-regions-en-2019.pdf>
- Devinney, Timothy M, Pat Auger, Giana Eckhardt et Thomas Birtchnell (2006). « The other csr: Consumer social responsibility ».
- Dixon, Andrea L et Susan MB Schertzer (2005). « Bouncing back: How salesperson optimism and self-efficacy influence attributions and behaviors following failure », *Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 25, no 4, p. 361-369.
- Downey, Geraldine et James C Coyne (1990). « Children of depressed parents: An integrative review », *Psychological Bulletin*, vol. 108, no 1, p. 50.
- Dresner, S, K McGeevor et J Tomei (2007). « Public understanding synthesis report: A report to the department for environment, food and rural affairs ».
- Dunlap, Riley E et Robert Emmet Jones (2002). « Environmental concern: Conceptual and measurement issues », *Handbook of Environmental Sociology*, vol. 3, no 6, p. 482-524.
- Dunlap, Riley E, Kent D Van Liere, Angela G Mertig et Robert Emmet Jones (2000). « New trends in measuring environmental attitudes: Measuring endorsement of the new ecological paradigm: A revised nep scale », *Journal of Social Issues*, vol. 56, no 3, p. 425-442.
- Dupont, Diane P (2004). « Do children matter? An examination of gender differences in environmental valuation », *Ecological Economics*, vol. 49, no 3, p. 273-286.
- Dyrdal, Gunvor Marie et Richard E Lucas (2013). « Reaction and adaptation to the birth of a child: A couple-level analysis », *Developmental Psychology*, vol. 49, no 4, p. 749.
- Echavarren, Jose M (2017). « From objective environmental problems to subjective environmental concern: A multilevel analysis using 30 indicators of environmental quality », *Society & Natural Resources*, vol. 30, no 2, p. 145-159.
- Eckhardt, Giana M, Russell Belk et Timothy M Devinney (2010). « Why don't consumers consume ethically? », *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 9, no 6, p. 426-436.
- Eco Bébé (2021). *Comment ça marche les couches lavables ?* <https://www.eco-bebe.com/guides/comment-ca-marche-couche-lavable/>

- Edvardsson, Kristina, Anneli Ivarsson, Eva Eurenus, Rickard Garvare, Monica E Nyström, Rhonda Small, *et al.* (2011). « Giving offspring a healthy start: Parents' experiences of health promotion and lifestyle change during pregnancy and early parenthood », *BMC Public Health*, vol. 11, no 1, p. 1-13.
- Ekholm, S. et A. Olofsson (2017). « Parenthood and worrying about climate change: The limitations of previous approaches », *Risk Analysis*, vol. 37, no 2, p. 305-314.
- Emekci, Simge (2019). « Green consumption behaviours of consumers within the scope of tpb », *Journal of Consumer Marketing*.
- Équiterre (2021). À propos. <https://www.equiterre.org/a-propos>
- Ertz, Myriam (2016). « Proposition of an integrative theory of socially-responsible consumption behaviour », *Electronic Green Journal*, vol. 1, no 39.
- Evrard, Yves, Bernard Pras, Elyette Roux, Pierre Desmet, Anne-Marie Dussaix et Gary L Lilien (2009). *Market-fondements et méthodes des recherches en marketing*.
- Facebook for Business (2021). À propos des stories. [https://fr-ca.facebook.com/business/help/406942056509753?id=526867548205796&recommended\\_by=902031190181401](https://fr-ca.facebook.com/business/help/406942056509753?id=526867548205796&recommended_by=902031190181401)
- Feeney, Judith A, Lydia Hohaus, Patricia Noller et Richard P Alexander (2001). *Becoming parents: Exploring the bonds between mothers, fathers, and their infants*, Cambridge University Press.
- Feldman, S Shirley, Sharon Churnin Nash et Barbara G Aschenbrenner (1983). « Antecedents of fathering », *Child Development*, p. 1628-1636.
- Feldman, S. Shirley et Sharon Churnin Nash (1984). « The transition from expectancy to parenthood: Impact of the firstborn child on men and women », *Sex Roles : A Journal of Research*, vol. 11, no 1-2, p. 61-78.
- Festinger, Leon (1954). « A theory of social comparison processes », *Human Relations*, vol. 7, no 2, p. 117-140.
- Fishbein, Martin et Icek Ajzen (2009). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*, 1<sup>e</sup> éd., New York, 538 p.
- Follows, Scott B et David Jobber (2000). « Environmentally responsible purchase behaviour: A test of a consumer model », *European Journal of Marketing*.
- Franzen, Axel et Dominikus Vogl (2013). « Two decades of measuring environmental attitudes: A comparative analysis of 33 countries », *Global Environmental Change*, vol. 23, no 5, p. 1001-1008.

- Fu, Frank Q., Keith A. Richards, Douglas E. Hughes et Eli Jones (2010). « Motivating salespeople to sell new products: The relative influence of attitudes, subjective norms, and self-efficacy », *Journal of Marketing*, vol. 74, no 6, p. 61-76.
- Gallagher, Damian, Lucy Ting et Adrian Palmer (2008). « A journey into the unknown; taking the fear out of structural equation modeling with amos for the first-time user », *The Marketing Review*, vol. 8, no 3, p. 255-275.
- Gameiro, Sofia, Mariana Moura-Ramos et Maria Cristina Canavarro (2009). « Maternal adjustment to the birth of a child: Primiparity versus multiparity », *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, vol. 27, no 3, p. 269-286.
- Gavard-Perret, Marie-Laure, David Gotteland, Christophe Haon et Alain Jolibert (2012). « Méthodologie de la recherche en sciences de gestion », *Réussir son mémoire ou sa thèse*, vol. 2.
- Gerbing, David W et James C Anderson (1985). « The effects of sampling error and model characteristics on parameter estimation for maximum likelihood confirmatory factor analysis », *Multivariate Behavioral Research*, vol. 20, no 3, p. 255-271.
- Gist, Marilyn E et Terence R Mitchell (1992). « Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability », *Academy of Management review*, vol. 17, no 2, p. 183-211.
- Godin, Gaston et Gerjo Kok (1996). « The theory of planned behavior: A review of its applications to health-related behaviors », *American Journal of Health Promotion*, vol. 11, no 2, p. 87-98.
- Godin, Gaston, Lucie Vezina et Odette Leclerc (1989). « Factors influencing intentions of pregnant women to exercise after giving birth », *Public Health Reports*, vol. 104, no 2, p. 188.
- Goldberg, Abbie E et Maureen Perry-Jenkins (2004). « Division of labor and working-class women's well-being across the transition to parenthood », *Journal of Family Psychology*, vol. 18, no 1, p. 225.
- Goldstein, Noah J, Robert B Cialdini et Vladas Griskevicius (2008). « A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels », *Journal of Consumer Research*, vol. 35, no 3, p. 472-482.
- Goodman, Sherryl H, Donna Brogan, Mary Ellen Lynch et Brooke Fielding (1993). « Social and emotional competence in children of depressed mothers », *Child Development*, vol. 64, no 2, p. 516-531.
- Gotteland, David, Christophe Haon et Alain Jolibert (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion: Réussir son mémoire ou sa thèse*, Pearson Education France.
- Grunert, Suzanne C et Hans Jørn Juhl (1995). « Values, environmental attitudes, and buying of organic foods », *Journal of Economic Psychology*, vol. 16, no 1, p. 39-62.

- Habib, Cherine (2012). « The transition to fatherhood: A literature review exploring paternal involvement with identity theory », *Journal of Family Studies*, vol. 18, no 2-3, p. 103-120.
- Hair, Joe, Joseph F, G T Hult, Tomas M, Christian Ringle et Marko Sarstedt (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (pls-sem)*, Sage publications.
- Han, Heesup, Li-Tzang Jane Hsu et Chwen Sheu (2010). « Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities », *Tourism Management*, vol. 31, no 3, p. 325-334.
- Han, Tae-Im et Leslie Stoel (2017). « Explaining socially responsible consumer behavior: A meta-analytic review of theory of planned behavior », *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 29, no 2, p. 91-103.
- Harrison, Rob, Terry Newholm et Deirdre Shaw (2005). *The ethical consumer*, Sage.
- Hartmann, Patrick et Vanessa Apaolaza-Ibáñez (2012). « Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern », *Journal of Business Research*, vol. 65, no 9, p. 1254-1263.
- Haws, Kelly L, Karen Page Winterich et Rebecca Walker Naylor (2014). « Seeing the world through green-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products », *Journal of Consumer Psychology*, vol. 24, no 3, p. 336-354.
- Henseler, Jörg, Christian M Ringle et Marko Sarstedt (2015). « A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling », *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 43, no 1, p. 115-135.
- Hines, Jody M, Harold R Hungerford et Audrey N Tomera (1987). « Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis », *The Journal of Environmental Education*, vol. 18, no 2, p. 1-8.
- Homburg, Christian, Torsten Bornemann et Max Kretzer (2014). « Delusive perception—antecedents and consequences of salespeople’s misperception of customer commitment », *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 42, no 2, p. 137-153.
- Horne, Jane, Susan Corr et Sarah Earle (2005). « Becoming a mother: Occupational change in first time motherhood », *Journal of Occupational Science*, vol. 12, no 3, p. 176-183.
- Hu, Hsin-Hui, HG Parsa et John Self (2010). « The dynamics of green restaurant patronage », *Cornell Hospitality Quarterly*, vol. 51, no 3, p. 344-362.
- Hu, Li-tze et Peter M Bentler (1998). « Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification », *Psychological Methods*, vol. 3, no 4, p. 424.
- Huang, Ming-Hui et Roland T Rust (2011). « Sustainability and consumption », *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 39, no 1, p. 40-54.

- Hudson, Laurel Anderson et Julie L Ozanne (1988). « Alternative ways of seeking knowledge in consumer research », *Journal of Consumer Research*, vol. 14, no 4, p. 508-521.
- Hulland, John, Hans Baumgartner et Keith Marion Smith (2018). « Marketing survey research best practices: Evidence and recommendations from a review of jams articles », *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 46, no 1, p. 92-108.
- Hwang, Heungsun, Naresh K Malhotra, Youngchan Kim, Marc A Tomiuk et Sungjin Hong (2010). « A comparative study on parameter recovery of three approaches to structural equation modeling », *Journal of Marketing research*, vol. 47, no 4, p. 699-712.
- Hydro-Québec *Avantages de l'hydroélectricité.*  
<http://www.hydroquebec.com/comprendre/hydroelectricite/>
- Isaacs, C (1991). « What does 'green' really mean? », *Marketing*, no July 8, p. 1-3.
- Jain, Nikunj Kumar, Shampy Kamboj, Vinod Kumar et Zillur Rahman (2018). « Examining consumer-brand relationships on social media platforms », *Marketing Intelligence & Planning*.
- Jennings, Rob et Lisa O'Malley (2003). « Motherhood, identity and consumption », *ACR European Advances*.
- Johnstone, Micael-Lee et Lay Peng Tan (2015). « Exploring the gap between consumers' green rhetoric and purchasing behaviour », *Journal of Business Ethics*, vol. 132, no 2, p. 311-328.
- Jolibert, Alain et Philippe Jourdan (2006). *Marketing research : Méthodes de recherche et d'études en marketing*, Paris, Dunod, coll. Gestion sup. Marketing, communication.
- Joshi, Yatish et Zillur Rahman (2015). « Factors affecting green purchase behaviour and future research directions », *International Strategic Management Review*, vol. 3, no 1-2, p. 128-143.
- Joshi, Yatish, Deepak Sangroya, Anugamini Priya Srivastava et Mayank Yadav (2019). « Modelling the predictors of young consumers' sustainable consumption intention », *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 24, no 4, p. e1663.
- Kaiser, Florian G et Heinz Gutscher (2003). « The proposition of a general version of the theory of planned behavior: Predicting ecological behavior 1 », *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 33, no 3, p. 586-603.
- Kalafatis, Stavros P, Michael Pollard, Robert East et Markos H Tsogas (1999). « Green marketing and ajzen's theory of planned behaviour: A cross-market examination », *Journal of Consumer Marketing*.
- Kanchanapibul, Maturros, Ewelina Lacka, Xiaojun Wang et Hing Kai Chan (2014). « An empirical investigation of green purchase behaviour among the young generation », *Journal of Cleaner Production*, vol. 66, p. 528-536.

- Kaplan, David (2008). *Structural equation modeling: Foundations and extensions*, vol. 10, Sage Publications.
- Kilbourne, William et Gregory Pickett (2008). « How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior », *Journal of Business Research*, vol. 61, no 9, p. 885-893.
- Kim, Hanna, Eun-Jung Lee et Won-Moo Hur (2012). « The normative social influence on eco-friendly consumer behavior: The moderating effect of environmental marketing claims », *Clothing and Textiles Research Journal*, vol. 30, no 1, p. 4-18.
- Kinnear, Thomas C et James R Taylor (1973). « The effect of ecological concern on brand perceptions », *Journal of Marketing Research*, vol. 10, no 2, p. 191-197.
- Kinnear, Thomas C, James R Taylor et Sadrudin A Ahmed (1974). « Ecologically concerned consumers: Who are they? Ecologically concerned consumers can be identified », *Journal of Marketing*, vol. 38, no 2, p. 20-24.
- Kline, Rex B (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*, Fourth<sup>e</sup> éd., Guilford publications.
- Knibb Jana, Nekesa et Kimberly Taylor (2017). « Living “light green”: The limits and lived experiences of green motherhood », *Qualitative Market Research: An International Journal*, vol. 20, no 3, p. 370-389.
- Knoester, Chris et David J Eggebeen (2006). « The effects of the transition to parenthood and subsequent children on men’s well-being and social participation », *Journal of Family Issues*, vol. 27, no 11, p. 1532-1560.
- Kumar, Bipul (2012). « Theory of planned behaviour approach to understand the purchasing behaviour for environmentally sustainable products ».
- Kumar, Bipul, Ajay K Manrai et Lalita A Manrai (2017). « Purchasing behaviour for environmentally sustainable products: A conceptual framework and empirical study », *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 34, p. 1-9.
- Landis, Ronald S, Bryan D Edwards et Jose M Cortina (2009). « On the practice of allowing correlated residuals among indicators in structural equation models », *Statistical and methodological myths and urban legends: Doctrine, verity and fable in the organizational and social sciences*, p. 193-214.
- Laroche, Michel, Jasmin Bergeron et Guido Barbaro-Forleo (2001). « Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products », *Journal of Consumer Marketing*.
- Lavrakas, Dr Paul J. J. (2008). *Encyclopedia of survey research methods*, Thousand Oaks, SAGE Publications. Récupéré de <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=996578>

- Lea, Emma et Anthony Worsley (2008). « Australian consumers' food-related environmental beliefs and behaviours », *Appetite*, vol. 50, no 2-3, p. 207-214.
- Lee, Christina KC et Sharon E Beatty (2002). « Family structure and influence in family decision making », *Journal of Consumer Marketing*.
- Leonard-Barton, Dorothy (1981). « Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation », *Journal of Consumer Research*, vol. 8, no 3, p. 243-252.
- Lin, Ying-Ching et Chiu-chi Angela Chang (2012). « Double standard: The role of environmental consciousness in green product usage », *Journal of Marketing*, vol. 76, no 5, p. 125-134.
- Ling-Yee, Li (1997). « Effect of collectivist orientation and ecological attitude on actual environmental commitment: The moderating role of consumer demographics and product involvement », *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 9, no 4, p. 31-53.
- Liobikienė, Genovaitė, Justina Mandravickaitė et Jurga Bernatoniene (2016). « Theory of planned behavior approach to understand the green purchasing behavior in the eu: A cross-cultural study », *Ecological Economics*, vol. 125, p. 38-46.
- Little, Todd D (2013). *Longitudinal structural equation modeling*, Guilford Press.
- Liu, Yue, Ying Qu, Zhen Lei et Han Jia (2017). « Understanding the evolution of sustainable consumption research », *Sustainable Development*, vol. 25, no 5, p. 414-430.
- Longo, Cristina, Avi Shankar et Peter Nuttall (2019). « “It’s not easy living a sustainable lifestyle”: How greater knowledge leads to dilemmas, tensions and paralysis », *Journal of Business Ethics*, vol. 154, no 3, p. 759-779.
- Lozano, Rodrigo (2006). « Incorporation and institutionalization of sd into universities: Breaking through barriers to change », *Journal of Cleaner Production*, vol. 14, no 9-11, p. 787-796.
- Lu, Leslie, Dora Bock et Mathew Joseph (2013). « Green marketing: What the millennials buy », *Journal of Business Strategy*, vol. 34, no 6, p. 3-10.
- Luchs, Michael G, Jacob Brower et Ravindra Chitturi (2012). « Product choice and the importance of aesthetic design given the emotion-laden trade-off between sustainability and functional performance », *Journal of Product Innovation Management*, vol. 29, no 6, p. 903-916.
- Lussier, Bruno, Yany Grégoire et Marc-Antoine Vachon (2017). « The role of humor usage on creativity, trust and performance in business relationships: An analysis of the salesperson-customer dyad », *Industrial Marketing Management*, vol. 65, p. 168-181.
- Lussier, Bruno et Nathaniel N Hartmann (2017). « How psychological resourcefulness increases salesperson's sales performance and the satisfaction of their customers: Exploring the mediating role of customer-oriented behaviors », *Industrial Marketing Management*, vol. 62, p. 160-170.

- Lussier, Bruno, Nathaniel N Hartmann et Willy Bolander (2021). « Curbing the undesirable effects of emotional exhaustion on ethical behaviors and performance: A salesperson–manager dyadic approach », *Journal of Business Ethics*, vol. 169, no 4, p. 747-766.
- Madden, Thomas J, Pamela Scholder Ellen et Icek Ajzen (1992). « A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action », *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 18, no 1, p. 3-9.
- Maichum, Kamonthip, Surakiat Parichatnon et Ke-Chung Peng (2016). « Application of the extended theory of planned behavior model to investigate purchase intention of green products among thai consumers », *Sustainability*, vol. 8, no 10, p. 1077.
- McDonald, Seonaidh, Caroline J Oates, C William Young et Kumju Hwang (2006). « Toward sustainable consumption: Researching voluntary simplifiers », *Psychology & Marketing*, vol. 23, no 6, p. 515-534.
- McEvoy III, James (1972). « The american concern with the environment », *Social Behavior, Natural Resources and the Environment*, p. 214-236.
- McIntyre, Carolyn A et Ryan E Rhodes (2009). « Correlates of leisure-time physical activity during transitions to motherhood », *Women & Health*, vol. 49, no 1, p. 66-83.
- McQuitty, Shaun (2004). « Statistical power and structural equation models in business research », *Journal of Business Research*, vol. 57, no 2, p. 175-183.
- Meade, Adam W et S Bartholomew Craig (2012). « Identifying careless responses in survey data », *Psychological Methods*, vol. 17, no 3, p. 437.
- Mercer, Ramona T (2004). « Becoming a mother versus maternal role attainment », *Journal of Nursing Scholarship*, vol. 36, no 3, p. 226-232.
- Migheli, Matteo (2020). « Green purchasing: The effect of parenthood and gender », *Environment, Development and Sustainability*, p. 1-25.
- Milfont, Taciano L et Christophe Demarque (2015). « Understanding environmental issues with temporal lenses: Issues of temporality and individual differences », dans *Time perspective theory; review, research and application*, Springer, p. 371-383.
- Milfont, Taciano L et Chris G Sibley (2011). « Exploring the concept of environmental generativity », *International Journal of Hispanic Psychology*, vol. 4, no 1, p. 21.
- Milfont, Taciano L, Jessie Wilson et Pollyane Diniz (2012). « Time perspective and environmental engagement: A meta-analysis », *International Journal of Psychology*, vol. 47, no 5, p. 325-334.
- Moisander, Johanna (2007). « Motivational complexity of green consumerism », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 31, no 4, p. 404-409.

- Montague, Jill et Avinandan Mukherjee (2010). « Marketing green products: What really matters? », *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association*.
- Moraes, Caroline, Marylyn Carrigan et Isabelle Szmigin (2012). « The coherence of inconsistencies: Attitude-behaviour gaps and new consumption communities », *Journal of Marketing Management*, vol. 28, no 1-2, p. 103-128.
- Moscato, E. M. et J. E. Machin (2018). « Mother natural: Motivations and associations for consuming natural foods », *Appetite*, vol. 121, p. 18-28.
- Mostafa, Mohamed M (2006). « Antecedents of Egyptian consumers' green purchase intentions: A hierarchical multivariate regression model », *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 19, no 2, p. 97-126.
- Mostafa, Mohamed M (2007). « A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer », *Psychology & Marketing*, vol. 24, no 5, p. 445-473.
- Naître et Grandir (2019). *Les couches jetables et lavables*, Naître et Grandir. [https://naitreetgrandir.com/fr/etape/0\\_12\\_mois/soins/fiche.aspx?doc=naitre-grandir-bebe-couche-papier-coton](https://naitreetgrandir.com/fr/etape/0_12_mois/soins/fiche.aspx?doc=naitre-grandir-bebe-couche-papier-coton)
- Naître et Grandir (2020). *Qui sommes-nous*, Naître et Grandir. <https://naitreetgrandir.com/fr/apropos/quisommesnous/fiche.aspx?doc=naitre-grandir-a-propos-de-nous>
- Nations Unies (2020a). *Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Nations Unies (2020b). *Rapport sur les objectifs de développement durable*. Récupéré de <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020-French.pdf>
- Nations Unies (2021). « Urgence climatique : Le secrétaire général appelle les principaux émetteurs à établir des objectifs plus ambitieux de réduction des émissions avant la COP26 ».
- Newell, Stephen J et Corliss L Green (1997). « Racial differences in consumer environmental concern », *Journal of Consumer Affairs*, vol. 31, no 1, p. 53-69.
- Norman, Paul et Mark Conner (2005). « The theory of planned behavior and exercise: Evidence for the mediating and moderating roles of planning on intention-behavior relationships », *Journal of Sport and Exercise Psychology*, vol. 27, no 4, p. 488-504.
- Nunnally, Jum C (1994). *Psychometric theory 3e*, Tata McGraw-hill education.
- Nyström, K. et K. Ohrling (2004). « Parenthood experiences during the child's first year: Literature review », *Journal of Advanced Nursing*, vol. 46, no 3, p. 319-330.

- O'Brien, Kate, Rachel Olive, Yu-Chieh Hsu, Luke Morris, Richard Bell et Nick Kendall (2009). « Life cycle assessment: Reusable and disposable nappies in australia », *Environmental Engineering, School of Engineering, The University of Queensland, Brisbane*.
- Oakley, James L (2012). « Bridging the gap between employees and customers », *Journal of Marketing Management*, vol. 28, no 9-10, p. 1094-1113.
- Olinsky, Alan, Shaw Chen et Lisa Harlow (2003). « The comparative efficacy of imputation methods for missing data in structural equation modeling », *European Journal of Operational Research*, vol. 151, no 1, p. 53-79.
- Oliver, Richard L (1980). « A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions », *Journal of Marketing Research*, vol. 17, no 4, p. 460-469.
- Oliver, Richard L (1993). « Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response », *Journal of Consumer Research*, vol. 20, no 3, p. 418-430.
- Olli, Eero, Gunnar Grendstad et Dag Wollebaek (2001). « Correlates of environmental behaviors: Bringing back social context », *Environment and Behavior*, vol. 33, no 2, p. 181-208.
- Oreg, Shaul et Tally Katz-Gerro (2006). « Predicting proenvironmental behavior cross-nationally: Values, the theory of planned behavior, and value-belief-norm theory », *Environment and Behavior*, vol. 38, no 4, p. 462-483.
- Oskamp, Stuart, Maura J Harrington, Todd C Edwards, Deborah L Sherwood, Shawn M Okuda et Deborah C Swanson (1991). « Factors influencing household recycling behavior », *Environment and Behavior*, vol. 23, no 4, p. 494-519.
- Padel, Susanne et Carolyn Foster (2005). « Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food », *British Food Journal*.
- Palmatier, Robert W (2008). « Interfirm relational drivers of customer value », *Journal of Marketing*, vol. 72, no 4, p. 76-89.
- Park, Hee Sun (2000). « Relationships among attitudes and subjective norms: Testing the theory of reasoned action across cultures », *Communication Studies*, vol. 51, no 2, p. 162-175.
- Paul, Justin, Ashwin Modi et Jayesh Patel (2016). « Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action », *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 29, p. 123-134.
- Pickett-Baker, Josephine et Ritsuko Ozaki (2008). « Pro-environmental products: Marketing influence on consumer purchase decision », *Journal of Consumer Marketing*.
- Pinquart, Martin et Daniela Teubert (2010). « Effects of parenting education with expectant and new parents: A meta-analysis », *Journal of Family Psychology*, vol. 24, no 3, p. 316.

- Podsakoff, Philip M, Scott B MacKenzie, Jeong-Yeon Lee et Nathan P Podsakoff (2003). « Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies », *Journal of Applied Psychology*, vol. 88, no 5, p. 879.
- Poortinga, Wouter, Linda Steg et Charles Vlek (2004). « Values, environmental concern, and environmental behavior: A study into household energy use », *Environment and Behavior*, vol. 36, no 1, p. 70-93.
- Preacher, Kristopher J et Andrew F Hayes (2004). « Spss and sas procedures for estimating indirect effects in simple mediation models », *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, vol. 36, no 4, p. 717-731.
- Preacher, Kristopher J et Andrew F Hayes (2008). « Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models », *Behavior Research Methods*, vol. 40, no 3, p. 879-891.
- Rahman, Atif, Zafar Iqbal, James Bunn, Hermione Lovel et Richard Harrington (2004). « Impact of maternal depression on infant nutritional status and illness: A cohort study », *Archives of General Psychiatry*, vol. 61, no 9, p. 946-952.
- Ramchandani, Paul, Alan Stein, Jonathan Evans, Thomas G O'Connor et ALSPAC Study Team (2005). « Paternal depression in the postnatal period and child development: A prospective population study », *The Lancet*, vol. 365, no 9478, p. 2201-2205.
- Raykov, Tenko (1997). « Estimation of composite reliability for congeneric measures », *Applied Psychological Measurement*, vol. 21, no 2, p. 173-184.
- Régie de l'énergie du Canada (2019). *Profils énergétiques des provinces et territoires – québec*. <https://www.cer-rec.gc.ca/fr/donnees-analyse/marches-energetiques/profils-energetiques-provinces-territoires/profils-energetiques-provinces-territoires-quebec.html#:~:text=Avec%20une%20capacit%C3%A9%20install%C3%A9e%20de,%C3%A9I%C3%A8ve%20C3%A0%205%20616%20MW.>
- Reinartz, Werner, Michael Haenlein et Jörg Henseler (2009). « An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based sem », *International Journal of Research in Marketing*, vol. 26, no 4, p. 332-344.
- Rex, Judy, Antonio Lobo et Civilai Leckie (2015). « Evaluating the drivers of sustainable behavioral intentions: An application and extension of the theory of planned behavior », *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, vol. 27, no 3, p. 263-284.
- Rindfleisch, Aric, Alan J Malter, Shankar Ganesan et Christine Moorman (2008). « Cross-sectional versus longitudinal survey research: Concepts, findings, and guidelines », *Journal of Marketing Research*, vol. 45, no 3, p. 261-279.
- Roberts, James A (1996). « Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising », *Journal of Business Research*, vol. 36, no 3, p. 217-231.

- Roberts, James A et Donald R Bacon (1997). « Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior », *Journal of Business Research*, vol. 40, no 1, p. 79-89.
- Rossi, Alice S (1968). « Transition to parenthood », *Journal of Marriage and the Family*, p. 26-39.
- Roussel, Patrice, François Durrieu et Eric Campoy (2002). *Méthodes d'équations structurelles: Recherche et applications en gestion*, Economica, 274 p.
- Sackeim, Harold A (1983). « Self-deception, self-esteem, and depression: The adaptive value of lying to oneself », *Empirical Studies of Psychoanalytic Theories*, vol. 1, p. 101-157.
- Samdahl, Diane M et Robert Robertson (1989). « Social determinants of environmental concern: Specification and test of the model », *Environment and Behavior*, vol. 21, no 1, p. 57-81.
- Savitz, Andrew (2013). *The triple bottom line: How today's best-run companies are achieving economic, social and environmental success-and how you can too*, John Wiley & Sons.
- Schäfer, Martina, Adina Herde et Cordula Kropp (2007). « Life events as turning points for sustainable nutrition », *Proceedings: SCP Cases in the Field of Food, Mobility and Housing*, p. 115-130.
- Schäfer, Martina, Melanie Jaeger-Erben et Sebastian Bamberg (2012). « Life events as windows of opportunity for changing towards sustainable consumption patterns? », *Journal of Consumer Policy*, vol. 35, no 1, p. 65-84.
- Schäfer, Martina, Melanie Jaeger-Erben et Sebastian Bamberg (2012). « Life events as windows of opportunity for changing towards sustainable consumption patterns? », *Journal of Consumer Policy*, vol. 35, no 1, p. 65-84.
- Scheppingen, Manon A., Jaap J. A. Denissen et Wiebke Bleidorn (2018). « Stability and change in self-control during the transition to parenthood », *European Journal of Personality*, vol. 32, no 6, p. 690-704.
- Schultz, P Wesley et Lynnette C Zelezny (1998). « Values and proenvironmental behavior: A five-country survey », *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 29, no 4, p. 540-558.
- Schwartz, Joe et Thomas Miller (1991). « The earth's best friends », *American Demographics*, vol. 13, no 2, p. 26-35.
- Schweper Jr, Charles H et T Bettina Cornwell (1991). « An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products », *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 10, no 2, p. 77-101.
- Seager, Joni (1993). « Earth follies: Feminism », *Politics and the Environment*. London: Earthscan.

- Sevin, Elodie et Richard Ladwein (2008). « To start being... The anticipation of a social role through consumption in life transition: The case of the first-time pregnancy », *ACR North American Advances*.
- Sheeran, Paschal (2002). « Intention—behavior relations: A conceptual and empirical review », *European Review of Social Psychology*, vol. 12, no 1, p. 1-36.
- Sheppard, Blair H, Jon Hartwick et Paul R Warshaw (1988). « The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research », *Journal of Consumer Research*, vol. 15, no 3, p. 325-343.
- Simonson, Itamar, Ziv Carmon, Ravi Dhar, Aimee Drolet et Stephen M Nowlis (2001). « Consumer research: In search of identity », *Annual Review of Psychology*, vol. 52, no 1, p. 249-275.
- Sparks, Paul, Carol A Guthrie et Richard Shepherd (1997). « The dimensional structure of the perceived behavioral control construct 1 », *Journal of applied social psychology*, vol. 27, no 5, p. 418-438.
- Sparks, Paul et Richard Shepherd (1992). « Self-identity and the theory of planned behavior: Assessing the role of identification with "green consumerism" », *Social Psychology Quarterly*, vol. 55, no 4, p. 388-399.
- Specht, Jule, Boris Egloff et Stefan C Schmukle (2011). « Stability and change of personality across the life course: The impact of age and major life events on mean-level and rank-order stability of the big five », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 101, no 4, p. 862.
- Statistique Canada (2016). « Pourcentage de couples avec ou sans enfants, canada, provinces et territoires, 2016 ».
- Straughan, Robert D et James A Roberts (1999). « Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium », *Journal of Consumer Marketing*.
- Taylor, Shelley E et Jonathon D Brown (1988). « Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health », *Psychological Bulletin*, vol. 103, no 2, p. 193.
- Taylor, Shirley et Peter Todd (1995). « An integrated model of waste management behavior: A test of household recycling and composting intentions », *Environment and Behavior*, vol. 27, no 5, p. 603-630.
- Teal, Gretchen A et John B Loomis (2000). « Effects of gender and parental status on the economic valuation of increasing wetlands, reducing wildlife contamination and increasing salmon populations », *Society & Natural Resources*, vol. 13, no 1, p. 1-14.
- Thøgersen, John (2009). « Seize the opportunity: The importance of timing for breaking commuters' car driving habits », *Making a Difference: Putting Consumer Citizenship into Action*, p. 87.

- Thomas, Gregory O, Rose Fisher, Lorraine Whitmarsh, Taciano L Milfont et Wouter Poortinga (2018). « The impact of parenthood on environmental attitudes and behaviour: A longitudinal investigation of the legacy hypothesis », *Population and Environment*, vol. 39, no 3, p. 261-276.
- Thomas, Tandy Chalmers et Amber M Epp (2019). « The best laid plans: Why new parents fail to habituate practices », *Journal of Consumer Research*, vol. 46, no 3, p. 564-589.
- Thompson, Sam, Juliet Michaelson, Saamah Abdallah, Victoria Johnson, Damien Morris, Kathy Riley, *et al.* (2011). « 'Moments of change' as opportunities for influencing behaviour ».
- Tittle, Charles R (1980). « Sanctions and social deviance: The question of deterrence ».
- Tonglet, Michele, Paul S Phillips et Adam D Read (2004). « Using the theory of planned behaviour to investigate the determinants of recycling behaviour: A case study from brixworth, uk », *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 41, no 3, p. 191-214.
- Torgler, Benno, Maria Angeles Garcia-Valiñas et Alison Macintyre (2008). « Differences in preferences towards the environment: The impact of a gender, age and parental effect ».
- Trafimow, David et Krystina A Finlay (1996). « The importance of subjective norms for a minority of people: Between subjects and within-subjects analyses », *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 22, no 8, p. 820-828.
- Urbach, Nils et Frederik Ahlemann (2010). « Structural equation modeling in information systems research using partial least squares », *Journal of Information Technology Theory and Application*, vol. 11, no 2, p. 5-40.
- Van den Putte, B, J Hoogstraten et R Meertens (1991). « Years of the theory of reasoned action of fishbein and ajzen: A meta-analysis », *Unpublished Manuscript, University of Amsterdam*.
- Van Liere, Kent D et Riley E Dunlap (1981). « Environmental concern: Does it make a difference how it's measured? », *Environment and Behavior*, vol. 13, no 6, p. 651-676.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G Morris, Gordon B Davis et Fred D Davis (2003). « User acceptance of information technology: Toward a unified view », *MIS Quarterly*, p. 425-478.
- Vermeir, Iris et Wim Verbeke (2006). « Sustainable food consumption: Exploring the consumer "attitude-behavioral intention" gap », *Journal of Agricultural and Environmental ethics*, vol. 19, no 2, p. 169-194.
- Verplanken, Bas et Wendy Wood (2006). « Interventions to break and create consumer habits », *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 25, no 1, p. 90-103.
- Vining, Joanne et Angela Ebreo (1990). « What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers », *Environment and Behavior*, vol. 22, no 1, p. 55-73.

- Westeroth, Candace (2021). « Mum's the word: Moms and instagram during the covid-19 pandemic ».
- White, Katherine, Rishad Habib et David J. Hardisty (2019). « How to shift consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework », *Journal of Marketing*, vol. 83, no 3, p. 22-49.
- White, Katherine et Bonnie Simpson (2013). « When do (and don't) normative appeals influence sustainable consumer behaviors? », *Journal of Marketing*, vol. 77, no 2, p. 78-95.
- White, Katherine, Bonnie Simpson et Jennifer J Argo (2014). « The motivating role of dissociative out-groups in encouraging positive consumer behaviors », *Journal of Marketing Research*, vol. 51, no 4, p. 433-447.
- Whitmarsh, Lorraine et Saffron O'Neill (2010). « Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours », *Journal of Environmental Psychology*, vol. 30, no 3, p. 305-314.
- Wiernik, Brenton M, Deniz S Ones et Stephan Dilchert (2013). « Age and environmental sustainability: A meta-analysis », *Journal of Managerial Psychology*.
- Winkelkemper, P, I Ajzen et P Schmidt (2019). « A meta-analytic structural equation analysis of theory of planned behavior research », *Manuscript in Preparation*.
- Wood, Joanne V (1989). « Theory and research concerning social comparisons of personal attributes », *Psychological Bulletin*, vol. 106, no 2, p. 231.
- World Meteorological Organization (2020). *2020 state of climate services*, World Meteorological Organization. Récupéré de [https://library.wmo.int/doc\\_num.php?explnum\\_id=10385](https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=10385)
- Wu, Shwu-Ing et Jia-Yi Chen (2014). « A model of green consumption behavior constructed by the theory of planned behavior », *International Journal of Marketing Studies*, vol. 6, no 5, p. 119.
- Yadav, Rambalak et Govind S Pathak (2017). « Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior », *Ecological Economics*, vol. 134, p. 114-122.
- Yadav, Rambalak et Govind Swaroop Pathak (2016). « Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior », *Journal of Cleaner Production*, vol. 135, p. 732-739.
- Yavorsky, Jill E, Claire M Kamp Dush et Sarah J Schoppe-Sullivan (2015). « The production of inequality: The gender division of labor across the transition to parenthood », *Journal of Marriage and Family*, vol. 77, no 3, p. 662-679.

- Young, William, Kumju Hwang, Seonaidh McDonald et Caroline J Oates (2010). « Sustainable consumption: Green consumer behaviour when purchasing products », *Sustainable Development*, vol. 18, no 1, p. 20-31.
- Zhao, Xinshu, John G Lynch Jr et Qimei Chen (2010). « Reconsidering baron and kenny: Myths and truths about mediation analysis », *Journal of Consumer Research*, vol. 37, no 2, p. 197-206.
- Zimmer, Mary R, Thomas F Stafford et Marla Royne Stafford (1994). « Green issues: Dimensions of environmental concern », *Journal of Business Research*, vol. 30, no 1, p. 63-74.
- Zsóka, Ágnes, Zsuzsanna Marjainé Szerényi, Anna Széchy et Tamás Kocsis (2013). « Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of hungarian high school and university students », *Journal of Cleaner Production*, vol. 48, p. 126-138.

# Annexes

## Annexe 1 : Le questionnaire du temps 1

Note : Par soucis de concision, nous présentons uniquement les instruments qui furent discutés dans ce mémoire. De plus, prendre note que les répondantes ne voyaient pas les titres des sections (par exemple : Introduction).

---

### Début de bloc: Introduction

#### INTRO

Bonjour,

Vous trouverez dans les prochaines pages un questionnaire anonyme auquel nous vous invitons à répondre. Ce questionnaire a été développé dans le cadre d'un mémoire aux HEC Montréal au sujet de la consommation responsable durant la transition à la parentalité.

Cette étude comporte **2 phases**. La première phase se déroule aujourd'hui et elle consiste à remplir le questionnaire suivant **d'une durée de 15 minutes**. La deuxième phase se déroulera dans 3 mois et consistera à compléter un court questionnaire de **5 minutes** afin de faire un suivi sur vos comportements responsables.

En participant, vous courez la chance de **GAGNER UNE DES CINQ CARTES-CADEAUX D'UNE VALEUR DE 25\$** de la boutique québécoise Le Méchant Loup.

Il est très important de répondre honnêtement aux questions. Les renseignements recueillis resteront strictement confidentiels; ils ne seront utilisés que pour l'avancement des connaissances et la diffusion des résultats globaux dans des forums savants ou professionnels. Le fournisseur de collecte de données en ligne s'engage à ne révéler aucune information personnelle à d'autres utilisateurs ou à tout autre tiers, à moins que celle-ci soit exigée par la loi.

Vous êtes complètement libre de refuser de participer à ce projet et vous pouvez décider en tout temps d'arrêter de répondre aux questions. Le fait de remplir à ce questionnaire sera considéré comme votre consentement à participer à notre recherche.

Le comité d'éthique de la recherche de HEC Montréal a statué que la collecte de données liée à la présente étude satisfait aux normes éthiques en recherche auprès des êtres humains. Pour toute

question en matière d'éthique, vous pouvez communiquer avec le secrétariat de ce comité au (514) 340-6051 ou par courriel à cer@hec.ca.

Merci de **répondre à TOUTES les questions**. Un questionnaire incomplet sera malheureusement inexploitable.

Merci de votre précieuse collaboration et de votre participation à l'avancement des connaissances!

Marie-Maude Lalonde  
Étudiante à la maîtrise en Marketing  
HEC Montréal  
[marie-maude.lalonde@hec.ca](mailto:marie-maude.lalonde@hec.ca)

Bruno Lussier  
Directeur de recherche  
HEC Montréal  
bruno.lussier@hec.ca

**Fin de bloc: Introduction**

---

**Début de bloc: Critères**

SEXE Veuillez indiquer votre sexe.

- Féminin (1)
- Masculin (2)
- Autre (3)

*Passer à : Fin de bloc Si Veuillez indiquer votre sexe. != Féminin*

---

PREG Veuillez indiquer à quel trimestre de grossesse vous êtes présentement.

- Je ne suis pas enceinte (1)
- Premier trimestre (de 0 à 14 semaines) (2)
- Deuxième trimestre (de 15 à 28 semaines) (3)
- Troisième trimestre (de 29 semaines à la naissance) (4)

*Passer à : Fin de bloc Si Veuillez indiquer à quel trimestre de grossesse vous êtes présentement.  
!= Troisième trimestre (de 29 semaines à la naissance)*

---

PREGWEEK Veuillez préciser à combien de semaines de grossesse vous êtes.

Nombre de semaines: (1)

▼ 29 (1) ... 55 (27)

---

First child Est-ce qu'il/ elle est votre premier enfant?

- Oui (1)
  - Non (2)
- 

AGE Quel est votre âge?

Âge: (1)

▼ Moins de 18 ans (1) ... 65 ans et plus (49)

---

*Passer à : Fin de bloc Si Quel est votre âge? = Moins de 18 ans*

---

QC Êtes-vous résidante de la province de Québec?

Oui (1)

Non (2)

*Passer à : Fin de bloc Si Êtes-vous résidante de la province de Québec?= Non*

**Fin de bloc: Critères**

---

**Début de bloc: Souci environnemental**

ECONC Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortement en désaccord (1)	En désaccord (2)	Plutôt en désaccord (3)	Ni d'accord, ni en désaccord (4)	Plutôt d'accord (5)	D'accord (6)	Fortement d'accord (7)
Je suis très préoccupée par l'environnement. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les humains abusent gravement de l'environnement. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je serais prête à réduire ma consommation pour aider à la protection de l'environnement. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un changement politique majeur est nécessaire pour protéger l'environnement naturel. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des changements sociaux majeurs sont nécessaires pour protéger l'environnement naturel. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les lois anti-pollution devraient être appliquées plus fermement. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Fin de bloc: Souci et connaissances environnementals**

**Début de bloc: Couches lavables**

ATTSED Pour moi, utiliser des couches lavables, c'est:

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Extrêmement mauvais	<input type="radio"/>	Extrêmement bien						
Extrêmement indésirable	<input type="radio"/>	Extrêmement désirable						
Extrêmement désagréable	<input type="radio"/>	Extrêmement agréable						
Extrêmement stupide	<input type="radio"/>	Extrêmement sage						
Extrêmement défavorable	<input type="radio"/>	Extrêmement favorable						
Extrêmement déplaisant	<input type="radio"/>	Extrêmement plaisant						

PBCD Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortemen t en désaccor d (1)	En désaccor d (2)	Plutôt en désaccor d (6)	Ni d'accord, ni en désaccor d (3)	Plutôt d'accor d (7)	D'accor d (4)	Fortemen t d'accord (5)
Je crois que j'ai la capacité d'utiliser des couches lavables. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si cela ne tenait qu'à moi, je suis convaincue que j'utiliserais des couches lavables. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me vois capable d'utiliser des couches lavables à l'avenir. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai les ressources, le temps et la volonté d'utiliser des couches lavables. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il y aura probablement de nombreuses opportunités pour moi d'utiliser des couches lavables. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

SND Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortement en désaccord (1)	En désaccord (2)	Plutôt en désaccord (6)	Ni d'accord, ni en désaccord (3)	Plutôt d'accord (7)	D'accord (4)	Fortement d'accord (5)
La plupart des gens qui sont importants pour moi pensent que je devrais utiliser des couches lavables. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La plupart des gens qui sont importants pour moi voudraient que j'utilise des couches lavables. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les gens dont je valorise les opinions préféreraient que j'utilise des couches lavables. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'opinion positive d'un ami m'influence à utiliser des couches lavables. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INTD Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortement en désaccord (1)	En désaccord (2)	Plutôt en désaccord (6)	Ni d'accord, ni en désaccord (3)	Plutôt d'acco rd (7)	D'acco rd (4)	Fortement d'accord (5)
J'envisagerai d'utiliser des couches lavables dans les temps à venir, car elles sont moins polluantes. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je vais envisager de passer aux couches lavables pour des raisons écologiques. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je prévois dépenser plus en couches lavables qu'en couches jetables. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je prévois d'utiliser des couches lavables à l'avenir en raison de leur contribution positive à l'environnement. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je veux définitivement utiliser des couches lavables dans un futur proche. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fin de bloc: Couches lavables

---

Début de bloc: Socio-démographique

Le sondage est presque terminé. Les prochaines questions qui vous seront posées serviront à des fins statistiques seulement.

---

SCOLA Veuillez indiquer le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété.

- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent (1)
  - Autre diplôme non-universitaire (collège communautaire, CÉGEP, institut technique, etc.) (2)
  - Baccalauréat (p. ex. B.A., B. Sc.) (3)
  - Certificat universitaire ou diplôme au-dessus du niveau baccalauréat (p. ex. Certificat ou D.E.S.S.) (4)
  - Maîtrise (p. ex. M. A., M.Sc., M. Ed.) (5)
  - Diplôme en médecine, dentisterie, médecine vétérinaire ou optométrie (p. ex. M.D., D.D.S., D.M.D., D.V.M., O.D.) (6)
  - Doctorat (p. ex. Ph. D., D. Sc., D.Ed.) (7)
  - Autre (8)
-

REGION De quelle région du Québec êtes-vous?

- Bas St-Laurent (1)
  - Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)
  - Capitale-Nationale (Québec) (3)
  - Mauricie (4)
  - Estrie (5)
  - Montréal (6)
  - Outaouais (7)
  - Abitibi-Témiscamingue (8)
  - Côte-Nord (9)
  - Nord-du-Québec (10)
  - Gaspésie-îles-de-la-Madeleine (11)
  - Chaudière-Appalaches (12)
  - Laval (13)
  - Lanaudière (14)
  - Laurentides (15)
  - Montérégie (16)
  - Centre-du-Québec (17)
-

CIVIL Êtes-vous marié ou en couple ?

Oui (1)

Non (2)

---

NCHILD Veuillez indiquer le nombre d'enfants à votre maison.

Nombre d'enfants (1)

▼ 0 (1) ... 10 (11)

---

*Afficher cette question :*

*If Veuillez indiquer le nombre d'enfants à votre maison. != 0*

AGECHILD1 Veuillez indiquer l'âge de chacun des enfants (en année).

Enfant 1 (1)

Enfant 2 (2)

Enfant 3 (3)

Enfant 4 (4)

Enfant 5 (5)

Enfant 6 (6)

Enfant 7 (7)

Enfant 8 (8)

Enfant 9 (9)

Enfant 10 (10)

---

**INCOME** Veuillez indiquer votre revenu total familial (tous les salaires en \$CA).

- ≤24,999 (1)
  - 25,000-49,999 (2)
  - 50,000-74,999 (3)
  - 75,000-99,999 (4)
  - 100,000-124,999 (5)
  - 125,000-149,999 (6)
  - ≥150,000 (7)
  - Je ne sais pas (8)
- 

**ETHNIC** Veuillez indiquer vos origines ethniques.

- Blanc ou Caucasien (1)
- Hispanique, Latino ou Espagnol (2)
- Noir ou Afro-Américain (3)
- Première nation (Premières Nations, Inuit et Métis) (4)
- Asiatique (5)
- Polynésien (6)
- Autre (7)

**Fin de bloc: Démo**

---

**Début de bloc: Contact info**

## INTRO Contact

S'il vous plaît, veuillez indiquer votre nom, votre adresse courriel et votre numéro de téléphone afin que nous puissions vous rejoindre pour que vous complétiez la deuxième phase de cette étude. Ces renseignements resteront confidentiels et seront supprimés une fois la deuxième phase de cette étude terminée. Votre anonymat restera complet lors de la diffusion des résultats.

---

PRÉNOM Prénom

---

---

NOM Nom de famille

---

---

EMAIL Adresse courriel

---

---

TEL Numéro de téléphone

---

**Fin de bloc: Contact info**

---

**Début de bloc: Recrutement**

**RÉFÉ** Pour finir, si vous connaissez des femmes qui sont présentement à leur troisième trimestre de grossesse, pourriez-vous leur partager ce sondage ou indiquer ci-dessous leur adresse courriel afin que nous puissions les inviter à participer à l'étude.  
Merci beaucoup pour votre collaboration.

---

**Fin de bloc: Recrutement**

## Annexe 2 : Le questionnaire du temps 2

Note : Par soucis de concision, nous présentons uniquement les instruments qui furent discutés dans ce mémoire. De plus, prendre note que les répondantes ne voyaient pas les titres des sections (par exemple : État de santé).

---

### Début de bloc: Intro

#### INTRO

Bonjour,

Vous trouverez, dans les prochaines pages, le deuxième questionnaire anonyme auquel nous vous invitons à répondre dans le cadre de l'étude sur la consommation responsable durant la transition à la parentalité.

Le questionnaire devrait vous prendre environ **5 minutes**. Ce questionnaire est anonyme et les données seront analysées aux HEC Montréal, exclusivement dans le cadre de ce mémoire.

En participant, vous courez la chance de **GAGNER UNE DES CINQ CARTES-CADEAUX D'UNE VALEUR DE 25\$** de la boutique québécoise Le Méchant Loup.

Il est très important de répondre honnêtement aux questions. Les renseignements recueillis resteront strictement confidentiels; ils ne seront utilisés que pour l'avancement des connaissances et la diffusion des résultats globaux dans des forums savants ou professionnels. Le fournisseur de collecte de données en ligne s'engage à ne révéler aucune information personnelle à d'autres utilisateurs ou à tout autre tiers, à moins que celle-ci soit exigée par la loi.

Vous êtes complètement libre de refuser de participer à ce projet et vous pouvez décider en tout temps d'arrêter de répondre aux questions. Le fait de remplir ce questionnaire sera considéré comme votre consentement à participer à notre recherche.

Le comité d'éthique de la recherche de HEC Montréal a statué que la collecte de données liée à la présente étude satisfait aux normes éthiques en recherche auprès des êtres humains. Pour toute

question en matière d'éthique, vous pouvez communiquer avec le secrétariat de ce comité au (514) 340-6051 ou par courriel à cer@hec.ca.

Merci de répondre à **TOUTES** les questions. Un questionnaire incomplet sera malheureusement inexploitable.

Merci de votre précieuse collaboration et de votre participation à l'avancement des connaissances!

Marie-Maude Lalonde  
Étudiant à la maîtrise en Marketing  
HEC Montréal  
marie-maude.lalonde@hec.ca

Bruno Lussier  
Directeur de recherche  
HEC Montréal  
bruno.lussier@hec.ca

**Fin de bloc: Intro**

---

**Début de bloc: État de santé**

SANTEMOM Nous désirons connaître votre état de santé actuel. Veuillez choisir l'énoncé qui représente le mieux votre situation.

- Je suis en bonne santé. (1)
  - J'ai subi des problèmes de santé mineurs suite à l'accouchement, mais présentement, je me porte bien. (2)
  - J'ai subi d'importants problèmes de santé suite à l'accouchement. (3)
-

SANTEBB Nous désirons connaître l'état de santé de votre nouveau-né. Veuillez choisir l'énoncé qui représente le mieux sa situation.

- Il/elle est en bonne santé. (1)
  - Il/elle a des problèmes de santé mineurs, mais il se porte bien. (2)
  - Il/elle a d'importants problèmes de santé. (3)
- 

AGEBB Quel âge a votre nouveau-né en semaines?

(1)

▼ Je n'ai pas encore accouché (1) ... 52 (54)

**Fin de bloc: État de santé**

---

**Début de bloc: Retour couches lavables**

---

ABCD Veuillez indiquer à quel point vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortemen t en désaccor d (1)	En désaccor d (2)	Plutôt en désaccor d (3)	Ni d'accord, ni en désaccor d (4)	Plutôt d'accor d (5)	D'accor d (6)	Fortemen t d'accord (7)
Je crois que j'ai la capacité d'utiliser des couches lavables. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si cela ne tenait qu'à moi, je suis convaincue que j'utiliserais des couches lavables. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me vois capable d'utiliser des couches lavables à l'avenir. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai les ressources, le temps et la volonté d'utiliser des couches lavables. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il y aura probablement de nombreuses opportunités pour moi d'utiliser des couches lavables. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PERFOD Veuillez indiquer à quel point vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes.

	Fortement en désaccord (1)	En désaccord (2)	Plutôt en désaccord (3)	Ni d'accord, ni en désaccord (4)	Plutôt d'accord (5)	D'accord (6)	Fortement d'accord (7)
J'utilise des couches lavables, car elles sont moins polluantes. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis passé aux couches lavables pour des raisons écologiques. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je dépense plus en couches lavables qu'en couches jetables. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'utilise des couches lavables en raison de leur contribution positive à l'environnement. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'utilise définitivement des couches lavables. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ENTRETI À quelle fréquence effectuez-vous les gestes suivants concernant l'entretien des couches lavables de votre enfant?

	Jamais (1)	Rarement (2)	Occasionnellement (3)	Parfois (4)	Fréquemment (5)	Habituellement (6)	Tout le temps (7)
Partir la machine à laver seulement lorsqu'elle est remplie. (1)	<input type="radio"/>						
Laver à la machine à l'eau froide. (2)	<input type="radio"/>						
Laver les couches à la main. (3)	<input type="radio"/>						
Utiliser une machine à laver à chargement frontal économique en eau. (4)	<input type="radio"/>						
Faire sécher les couches à l'air libre. (5)	<input type="radio"/>						

Saut de page

FREIND Pour vous, quels sont les freins à l'adoption des couches lavables?

- Le prix (1)
  - L'accessibilité du produit en boutique (2)
  - Les efforts supplémentaires requis (ex. le lavage) (3)
  - La complexité de l'utilisation des couches lavables (4)
  - L'hygiène des couches lavables (5)
  - Les garderies ne les acceptent pas toujours (6)
  - La motricité du bébé pourrait être retardée (7)
  - La praticité des couches jetables (8)
  - Aucun (9)
  - Autre, précisez: (10) \_\_\_\_\_
-

BENEFICED Pour vous, quels sont les bénéfices à l'adoption des couches lavables?

- Le coût (1)
- L'aspect écologique (2)
- La santé (ex. l'utilisation d'aucun produit chimique dans les couches lavables) (3)
- Le confort des couches lavables (4)
- Aucun (5)
- Autre, précisez: (6) \_\_\_\_\_

**Fin de bloc: Retour couches lavables**

---

### Annexe 3 : Les données sociodémographiques sur l'échantillon

#### Profils des participantes

<i>Caractéristiques</i>	<i>Échantillon 1 (n=180) Moyenne</i>		<i>Échantillon 2 (n=140) Moyenne</i>	
Âge moyen	29,29		29,14	
Nombre de semaines moyennes de grossesse (lors du premier questionnaire)	32,84		32,87	
Âge moyen du nouveau-né (lors du questionnaire de suivi)	-		7,10 semaines	
	<i>Fréquence (n=180)</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>Fréquence (n=140)</i>	<i>Pourcentage</i>
Première grossesse	93	51,7	74	52,9
Marié ou en couple	178	98,9	138	98,6
Nombre d'enfants à la maison				
0	83	46,1	69	49,3
1	67	37,2	53	37,9
2	20	11,1	13	9,3
3	8	4,4	4	2,9
4 et plus	2	1,2	1	0,7

#### Niveau d'éducation et revenu des participantes

<b>Plus haut niveau d'étude</b>				
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	19	10,6	15	10,7
Autre diplôme non-universitaire (collège communautaire, CÉGEP, institut technique, etc.)	73	40,6	55	39,3
Baccalauréat (p. ex. B.A., B. Sc.)	44	24,4	34	24,3
Certificat universitaire ou diplôme au-dessus du niveau baccalauréat (p. ex. Certificat ou D.E.S.S.)	14	7,8	12	8,6
Diplôme en médecine, dentisterie, médecine vétérinaire ou optométrie (p. ex. M.D., D.D.S., D.M.D., D.V.M., O.D.)	4	2,2	3	2,1
Doctorat (p. ex. Ph. D., D. Sc., D.Ed.)	3	1,7	3	2,1
Maîtrise (p. ex. M. A., M.Sc., M. Ed.)	18	10	14	10,0
Autre	5	2,8	4	2,9

<b>Revenu total familial (\$CA)</b>	<b>Fréquence (n=180)</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Fréquence (n=140)</b>	<b>Pourcentage</b>
≤24,999	2	1,1	1	0,7
25,000-49,999	14	7,8	10	7,1
50,000-74,999	32	17,8	23	16,4
75,000-99,999	47	26,1	37	26,4
100,000-124,999	37	20,6	33	23,6
125,000-149,999	24	13,3	18	12,9
≥150,000	23	12,8	18	12,9
Je ne sais pas - I don't know	1	0,6	0	0

### Répartition par région des participantes

<b>Région de résidence au Québec</b>	<b>Fréquence (n=180)</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Fréquence (n=140)</b>	<b>Pourcentage</b>
Bas St-Laurent	3	1,7	1	0,7
Saguenay-Lac-Saint-Jean	6	3,3	6	4,3
Capitale-Nationale (Québec)	17	9,4	15	10,7
Mauricie	8	4,4	7	5,0
Estrie	15	8,3	11	7,9
Montréal	16	8,9	12	8,6
Outaouais	8	4,4	5	3,6
Abitibi-Témiscamingue	6	3,3	5	3,6
Côte-Nord	0	0	0	0
Nord-du-Québec	0	0	0	0
Gaspésie-îles-de-la-Madeleine	3	1,7	1	0,7
Chaudière-Appalaches	11	6,1	7	5,0
Laval	3	1,7	2	1,4
Lanaudière	11	6,1	7	5,0
Laurentides	27	15,0	21	15,0
Montérégie	40	22,2	34	24,5
Centre-du-Québec	6	3,3	6	4,3

## Annexe 4 : Le test MCAR

Moyennes EM<sup>a</sup>

ECONC_1	ECONC_2	ECONC_3	ECONC_4	ECONC_5	ECONC_6	PBC_2	PBC_3	PBC_4	PBC_5	ATTSD_2	ATTSD_3	ATTSD_6	SND_1	SND_2	SND_3	INTD_1	INTD_2	INTD_3	INTD_4	INTD_5	ABCD_1	ABCD_2	ABCD_3	ABCD_4	ABCD_5	PERFOD_1	PERFOD_2	PERFOD_4	PERFOD_5
5,67	5,94	5,98	5,97	6,19	6,33	4,87	5,03	4,82	5,06	5,68	4,91	4,81	4,14	3,86	3,99	4,27	4,23	3,77	4,19	4,08	5,21	4,82	4,87	4,47	4,92	4,78	4,79	4,83	4,22

a. Test MCAR de Little : Khi-carré = 26,683, DF = 21, Sig. = ,182

### Aperçu agrandie du tableau :

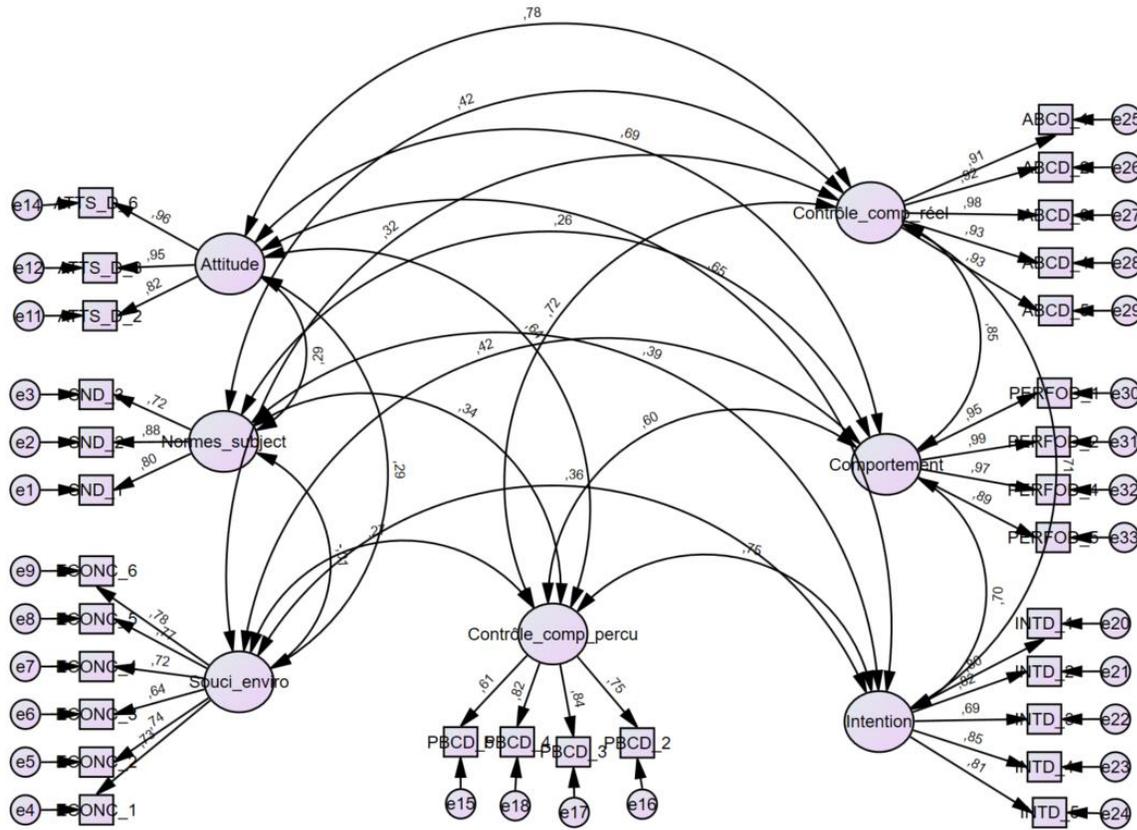
Moyennes EM<sup>a</sup>

ECONC_1	ECONC_2	ECONC_3	ECONC_4	ECONC_5	ECONC_6	PBC_2	PBC_3	PBC_4	PBC_5	ATTSD_2	ATTSD_3	ATTSD_6	SND_1	SND_2
5,67	5,94	5,98	5,97	6,19	6,33	4,87	5,03	4,82	5,06	5,68	4,91	4,81	4,14	3,86

SND_3	INTD_1	INTD_2	INTD_3	INTD_4	INTD_5	ABCD_1	ABCD_2	ABCD_3	ABCD_4	ABCD_5	PERFOD_1	PERFOD_2	PERFOD_4	PERFOD_5
3,99	4,27	4,23	3,77	4,19	4,08	5,21	4,82	4,87	4,47	4,92	4,78	4,79	4,83	4,22

a. Test MCAR de Little : Khi-carré = 26,683, DF = 21, Sig. = ,182

## Annexe 5: L'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure complet (n=140)



### Standardized Regression Weights:

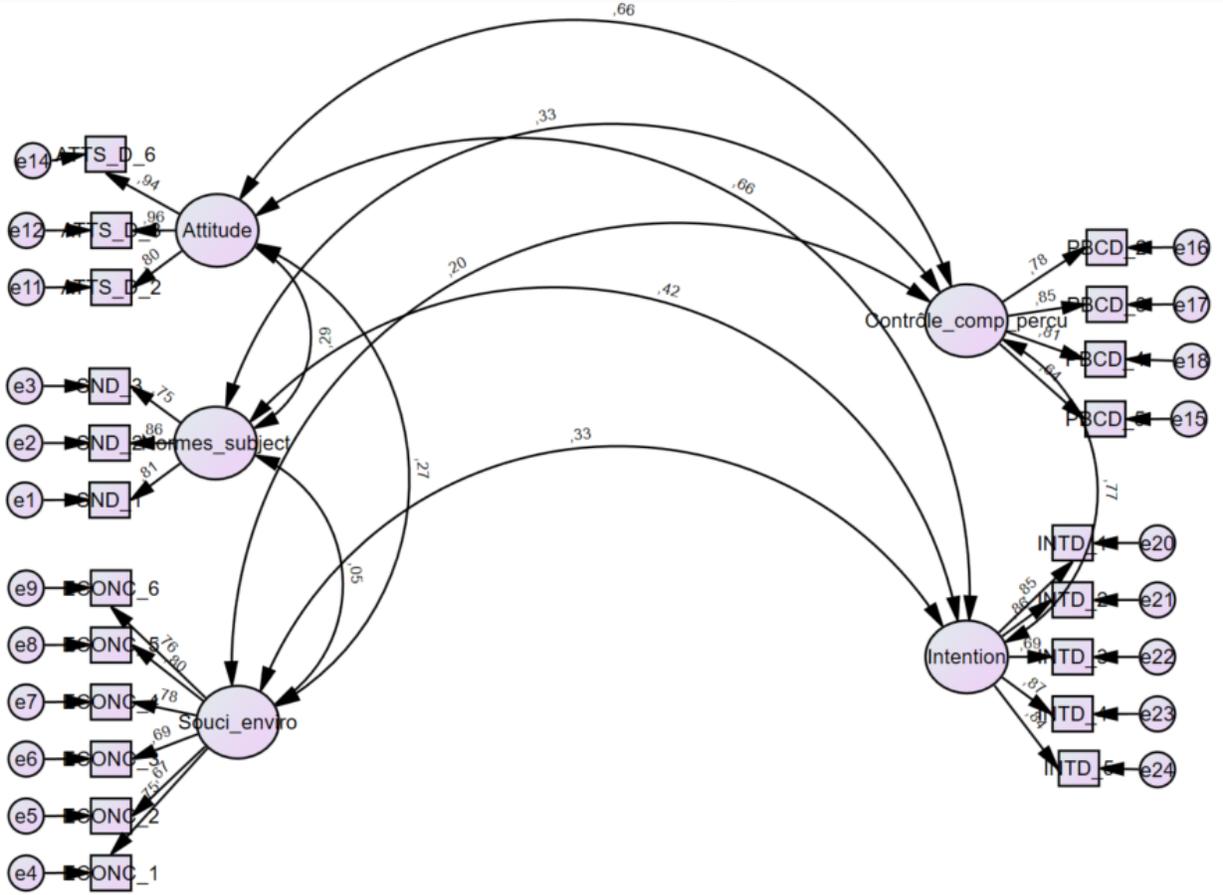
Parameter	Estimate
SND_1 <--- Normes_subject	,803
SND_2 <--- Normes_subject	,880
SND_3 <--- Normes_subject	,717
ECONC_1 <--- Souci_enviro	,730
ECONC_2 <--- Souci_enviro	,738
ECONC_3 <--- Souci_enviro	,638
ECONC_4 <--- Souci_enviro	,715
ECONC_5 <--- Souci_enviro	,770
ECONC_6 <--- Souci_enviro	,776
ATTS_D_2 <--- Attitude	,816
ATTS_D_3 <--- Attitude	,953
ATTS_D_6 <--- Attitude	,958
PBCD_5 <--- Contrôle_comp_percu	,607
PBCD_2 <--- Contrôle_comp_percu	,755
PBCD_3 <--- Contrôle_comp_percu	,840
PBCD_4 <--- Contrôle_comp_percu	,823
INTD_1 <--- Intention	,804
INTD_2 <--- Intention	,816
INTD_3 <--- Intention	,686
INTD_4 <--- Intention	,851
INTD_5 <--- Intention	,814
ABCD_1 <--- Contrôle_comp_réel	,910
ABCD_2 <--- Contrôle_comp_réel	,916
ABCD_3 <--- Contrôle_comp_réel	,976
ABCD_4 <--- Contrôle_comp_réel	,932
ABCD_5 <--- Contrôle_comp_réel	,928
PERFOD_1 <--- Comportement	,954
PERFOD_2 <--- Comportement	,987
PERFOD_4 <--- Comportement	,968
PERFOD_5 <--- Comportement	,892

### Méthode Boostrap

#### Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
SND_1 <--- Normes_subject	,803	,676	,920	,003
SND_2 <--- Normes_subject	,880	,776	,981	,003
SND_3 <--- Normes_subject	,717	,576	,837	,003
ECONC_1 <--- Souci_enviro	,730	,628	,818	,002
ECONC_2 <--- Souci_enviro	,738	,612	,842	,002
ECONC_3 <--- Souci_enviro	,638	,478	,745	,005
ECONC_4 <--- Souci_enviro	,715	,559	,817	,004
ECONC_5 <--- Souci_enviro	,770	,630	,860	,004
ECONC_6 <--- Souci_enviro	,776	,688	,845	,005
ATTS_D_2 <--- Attitude	,816	,735	,872	,003
ATTS_D_3 <--- Attitude	,953	,920	,977	,002
ATTS_D_6 <--- Attitude	,958	,918	,987	,003
PBCD_5 <--- Contrôle_comp_percu	,607	,398	,773	,001
PBCD_2 <--- Contrôle_comp_percu	,755	,579	,870	,003
PBCD_3 <--- Contrôle_comp_percu	,840	,706	,920	,002
PBCD_4 <--- Contrôle_comp_percu	,823	,696	,890	,005
INTD_1 <--- Intention	,804	,651	,903	,004
INTD_2 <--- Intention	,816	,659	,931	,003
INTD_3 <--- Intention	,686	,572	,789	,002
INTD_4 <--- Intention	,851	,748	,916	,004
INTD_5 <--- Intention	,814	,657	,914	,002
ABCD_1 <--- Contrôle_comp_réel	,910	,869	,950	,001
ABCD_2 <--- Contrôle_comp_réel	,916	,831	,959	,004
ABCD_3 <--- Contrôle_comp_réel	,976	,953	,991	,004
ABCD_4 <--- Contrôle_comp_réel	,932	,892	,959	,003
ABCD_5 <--- Contrôle_comp_réel	,928	,885	,960	,002
PERFOD_1 <--- Comportement	,954	,894	,976	,011
PERFOD_2 <--- Comportement	,987	,974	,995	,004
PERFOD_4 <--- Comportement	,968	,947	,983	,002
PERFOD_5 <--- Comportement	,892	,831	,930	,004

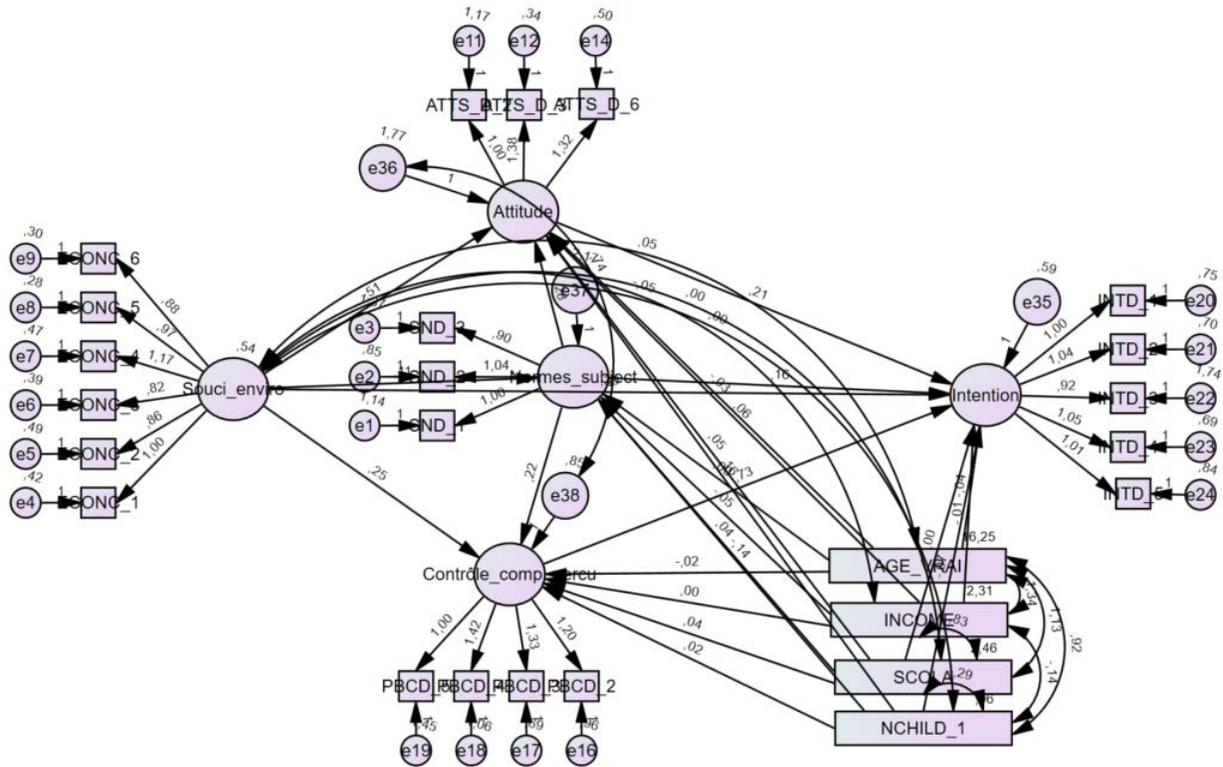
**Annexe 6 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle de mesure du temps 1 (n=180)**  
**(Méthode Bootstrap)**



**Standardized Regression Weights:**

		Estimate
SND_1	<--- Normes_subject	,812
SND_2	<--- Normes_subject	,857
SND_3	<--- Normes_subject	,755
ECONC_1	<--- Souci_enviro	,747
ECONC_2	<--- Souci_enviro	,670
ECONC_3	<--- Souci_enviro	,692
ECONC_4	<--- Souci_enviro	,782
ECONC_5	<--- Souci_enviro	,802
ECONC_6	<--- Souci_enviro	,763
ATTS_D_2	<--- Attitude	,803
ATTS_D_3	<--- Attitude	,961
ATTS_D_6	<--- Attitude	,937
PBCD_5	<--- Contrôle_comp_perçu	,637
PBCD_2	<--- Contrôle_comp_perçu	,775
PBCD_3	<--- Contrôle_comp_perçu	,846
PBCD_4	<--- Contrôle_comp_perçu	,811
INTD_1	<--- Intention	,847
INTD_2	<--- Intention	,863
INTD_3	<--- Intention	,689
INTD_4	<--- Intention	,873
INTD_5	<--- Intention	,838

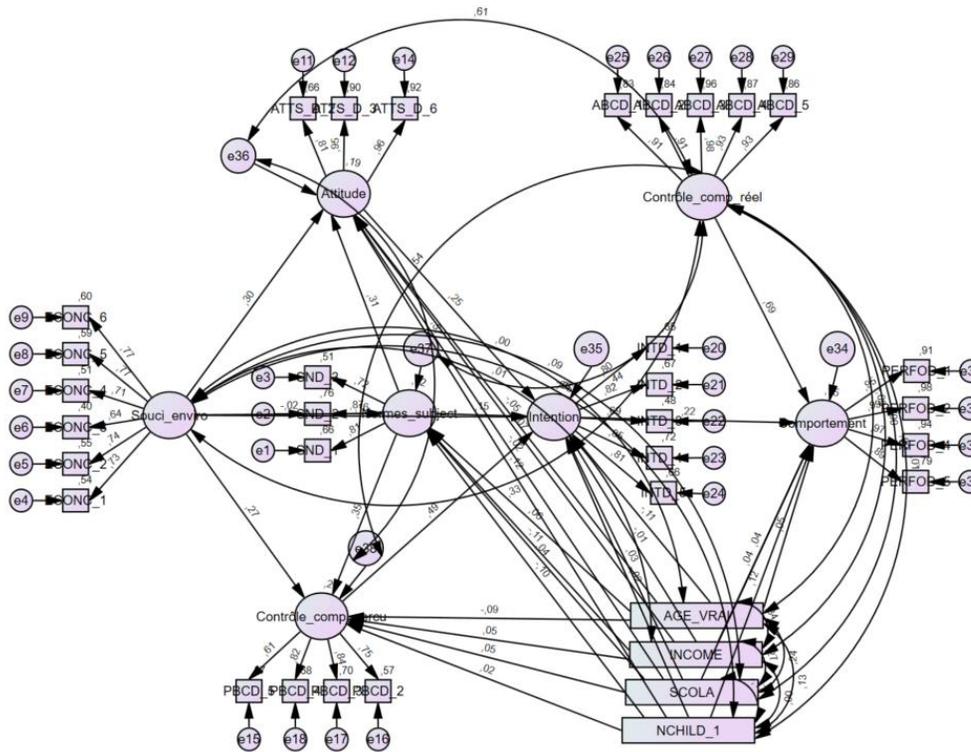
**Annexe 7 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle global du temps 1 (n=180)**  
**(Méthode Bootstrap)**



**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

Parameter		Estimate	Lower	Upper	P
Normes_subject	<--- Souci_enviro	,052	-,117	,228	,521
Normes_subject	<--- AGE_VRAI	,003	-,134	,180	,908
Normes_subject	<--- INCOME	-,049	-,185	,089	,587
Normes_subject	<--- SCOLA	,043	-,098	,188	,665
Normes_subject	<--- NCHILD_1	-,091	-,218	,061	,328
Attitude	<--- Normes_subject	,282	,142	,403	,002
Contrôle_comp_percu	<--- Normes_subject	,321	,160	,452	,001
Attitude	<--- Souci_enviro	,257	,126	,392	,002
Contrôle_comp_percu	<--- Souci_enviro	,185	,036	,347	,044
Contrôle_comp_percu	<--- AGE_VRAI	-,069	-,216	,074	,447
Contrôle_comp_percu	<--- SCOLA	,058	-,062	,183	,406
Contrôle_comp_percu	<--- NCHILD_1	,016	-,133	,155	,848
Attitude	<--- AGE_VRAI	-,082	-,201	,034	,251
Attitude	<--- INCOME	,066	-,062	,190	,394
Attitude	<--- SCOLA	,057	-,062	,186	,399
Attitude	<--- NCHILD_1	,106	-,026	,242	,170
Contrôle_comp_percu	<--- INCOME	,006	-,118	,131	,953
Intention	<--- Normes_subject	,170	,054	,300	,018
Intention	<--- Contrôle_comp_percu	,523	,314	,711	,001
Intention	<--- Attitude	,219	,072	,370	,016
Intention	<--- AGE_VRAI	-,124	-,217	-,023	,035
Intention	<--- INCOME	-,011	-,095	,088	,935
Intention	<--- SCOLA	,002	-,106	,130	,925
Intention	<--- NCHILD_1	-,049	-,139	,040	,366
Intention	<--- Souci_enviro	,159	,038	,261	,022

**Annexe 8 : L'analyse factorielle confirmatoire du modèle global du temps 1 et 2 (n=140)**  
**(Méthode Bootstrap)**



**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

Parameter		Estimate	Lower	Upper	P
Normes_subject	<--- Souci_enviro	-.020	-.216	.200	.965
Normes_subject	<--- AGE_VRAI	.064	-.152	.288	.625
Normes_subject	<--- INCOME	-.107	-.303	.105	.354
Normes_subject	<--- SCOLA	.042	-.147	.242	.696
Normes_subject	<--- NCHILD_1	-.105	-.266	.085	.278
Attitude	<--- Normes_subject	.312	.134	.471	.004
Contrôle_comp_percu	<--- Normes_subject	.349	.132	.523	.004
Attitude	<--- Souci_enviro	.304	.125	.485	.002
Contrôle_comp_percu	<--- Souci_enviro	.273	.085	.467	.010
Contrôle_comp_percu	<--- AGE_VRAI	-.094	-.270	.109	.375
Contrôle_comp_percu	<--- INCOME	.053	-.122	.224	.582
Contrôle_comp_percu	<--- SCOLA	.046	-.111	.205	.544
Contrôle_comp_percu	<--- NCHILD_1	.018	-.199	.214	.908
Attitude	<--- AGE_VRAI	-.051	-.211	.111	.546
Attitude	<--- INCOME	.070	-.119	.222	.482
Attitude	<--- SCOLA	-.018	-.176	.130	.861
Attitude	<--- NCHILD_1	.123	-.081	.297	.209
Intention	<--- Normes_subject	.147	-.008	.333	.060
Intention	<--- Contrôle_comp_percu	.489	.196	.810	.004
Intention	<--- Attitude	.247	.016	.487	.029
Intention	<--- AGE_VRAI	-.108	-.255	.040	.151
Intention	<--- INCOME	-.007	-.138	.123	.950
Intention	<--- SCOLA	.031	-.129	.242	.641
Intention	<--- NCHILD_1	-.017	-.135	.089	.774
Intention	<--- Souci_enviro	.164	.017	.308	.030
Comportement	<--- Intention	.218	.021	.410	.032
Comportement	<--- Contrôle_comp_réel	.694	.538	.841	.005
Comportement	<--- AGE_VRAI	.047	-.058	.143	.373
Comportement	<--- INCOME	.039	-.056	.120	.432
Comportement	<--- SCOLA	.035	-.129	.140	.752
Comportement	<--- NCHILD_1	.122	.037	.237	.005

### Annexe 9 : La variance expliquée

<b>Variable</b>	<b>Variance</b>
Norme subjective	0,022
Contrôle comportemental perçu	0,201
Attitude	0,190
Intention	0,663
Comportement	0,748

n = 140