

Louvain School of Management

L'influence des croyances sur l'intention de réduction de consommation de viande chez les jeunes entre 18 et 35 ans

Auteure : Marie Capart

Promoteur : Gordy Pleyers

Année académique 2021-2022

Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre de

Master en science de gestion – Marketing Strategy for Connected Brands

Horaire de jour

Tout d'abord, je souhaite remercier mon promoteur, Monsieur Gordy Pleyers qui a accepté de m'encadrer durant tout le processus afin que je puisse réaliser mon mémoire. Grâce à son soutien, ses nombreux conseils, sa disponibilité ainsi que son implication, j'ai pu mener à bien cette recherche.

Je remercie mes proches d'avoir partagé mon enquête en ligne sur leurs réseaux sociaux ainsi que toutes les personnes ayant participé à mon enquête, que ce soit pour la partie quantitative ou la partie qualitative. Merci à eux pour le temps qu'ils m'ont consacré, sans eux, il n'aurait pas été possible de mener à bien les analyses comprises dans cette recherche.

Je tiens également à remercier ma famille pour son soutien inconditionnel, ses encouragements ainsi que pour les nombreux conseils que j'ai pu recevoir de la part de chacun durant la réalisation de ce mémoire, mais également tout au long de mon parcours universitaire.

Finalement, je souhaite remercier l'Université Catholique de Louvain ainsi que la Louvain School of Management pour toutes les connaissances que j'ai acquises ainsi que toutes les opportunités qui m'ont été offertes grâce à elles.

Table des matières

INTRODUCTION :	1
PARTIE I : CADRE THÉORIQUE	3
CHAPITRE 1 : ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SANITAIRES	3
1. Les enjeux environnementaux	3
1.1 Les émissions de gaz à effet de serre	3
1.2 La déforestation et la dégradation des sols	5
1.3 La pollution des eaux	6
2. Les enjeux sanitaires	6
2.1 Dégâts sur la santé engendrés par la viande	6
2.2 Infections virales	7
2.3 Impact du sel et des substances carcinogènes	7
2.4 Diminution des maladies et du taux de mortalité	7
CHAPITRE 2 : CROYANCES, MOTIVATIONS ET BARRIÈRES	9
1. Croyances	9
1.1 Perceptions des régimes alimentaires en fonction des croyances	9
1.2 Influence des informations sur les croyances	10
2. Motivations et Barrières	11
2.1 Motivations	11
2.2 Barrières	15
2.3 Tableaux récapitulatifs des motivations et barrières vis-à-vis de la consommation de viande	20
CHAPITRE 3 : RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS	25
1. L'effort	25
2. Le paradoxe de la viande	26
3. L'identité personnelle	27
CHAPITRE 4 : LES SOLUTIONS AFIN DE RÉDUIRE LA CONSOMMATION DE VIANDE	28
1. Solutions	29
1.1 Transition lente	29
1.2 Les normes sociales	31
1.3 L'éducation par l'information	31
CHAPITRE 5 : CONCLUSION DU CADRE THÉORIQUE	34
PARTIE II : CADRE EMPIRIQUE	36
CHAPITRE 1 : ENTRETIENS QUALITATIFS	36
1. Motivations	36
2. Barrières	37
3. Solutions	38
CHAPITRE 2 : OBJECTIF DE L'ÉTUDE ET DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE	40
CHAPITRE 3 : HYPOTHÈSES	42
1. Hypothèses relatives aux croyances	42
2. Hypothèses relatives aux facteurs prédictifs	44
3. Hypothèse relative à l'intention de réduction entre les hommes et les femmes	46

4. Schéma des hypothèses :	47
CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE	48
1. Procédure et partage du questionnaire	48
2. Questionnaire.....	48
3. Vérification de la fiabilité des réponses.....	50
4. Échantillon obtenu	50
5. L'alpha de Cronbach	51
CHAPITRE 5 : ANALYSE DES DONNÉES ET RÉSULTATS	52
1. Hypothèses relatives aux croyances des participants	52
1.1 Hypothèse 1 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour l'environnement.....	52
1.2 Hypothèse 2 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour le bien-être animal.	52
1.3 Hypothèse 3 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour la santé.	53
1.4 Hypothèse 4 : Les repas sans viande sont perçus comme n'étant pas commodes.	53
1.5 Hypothèse 5 : Le coût de la viande est perçu comme n'étant pas onéreux.	54
1.6 Hypothèse 6 : La viande est perçue comme étant goûteuse.	55
1.7 Hypothèse 7 : Les individus ressentent une pression sociale qui les pousse à réduire leur consommation de viande.	56
2. Hypothèses relatives aux facteurs prédisant l'intention de réduction (Hypothèses 8-14).....	57
3. Intention de réduction entre les hommes et les femmes	59
3.1 Hypothèse 15 : Les femmes ont une intention de réduction de consommation de viande significativement plus élevée que les hommes.....	59
4. Tableau récapitulatif des résultats	60
CHAPITRE 6 : DISCUSSION	61
1. Les croyances.....	61
1.1 L'environnement	61
1.2 Le bien-être animal.....	61
1.3 La santé.....	62
1.4 La commodité des plats sans viande	63
1.5 Le coût de la viande.....	63
1.6 Le goût de la viande	64
1.7 La pression sociale	64
2. L'intention de réduction de consommation de viande.....	65
2.1 Influence positive	65
2.2 Influence négative	67
3. L'intention de réduction entre les genres.....	69
CHAPITRE 7 : LIMITES ET PISTES FUTURES	71
1. Limite géographique	71
2. Échantillon	71
3. Limite méthodologique	72
4. Croyances et intentions.....	72
5. Régimes végétaliens.....	73

CHAPITRE 8 : CONCLUSION	74
BIBLIOGRAPHIE	76
ANNEXES	84

INTRODUCTION :

De nos jours, l'attention portée sur les dégâts de la consommation de viande est croissante. De plus en plus de preuves démontrent les effets désastreux que celle-ci peut avoir sur divers niveaux tels que sur l'environnement, son écosystème (Herrero et al., 2013) ou encore sur la santé des hommes (Rohrmann et al., 2013). Cela dit, bien que des preuves soient apportées, la majorité de la population continue d'en consommer régulièrement.

Alors que certaines solutions ont déjà été pensées et mises en place dans certains cas, le comportement des individus ne change pas de façon significative pour autant. En effet, bien que des technologies innovantes soient mises en place, permettant d'améliorer la productivité tout en réduisant les émissions de gaz à effet de serre (Nordgren, 2012) ou encore le fait qu'une taxe soit imposée sur la consommation de viande pour freiner les individus dans leur consommation en réduisant leur pouvoir d'achat (Nordgren, 2012), les consommateurs continuent de consommer de la viande. En effet, présente depuis des siècles, cette consommation est ancrée dans les habitudes des consommateurs et il devient donc compliqué de faire changer leurs comportements (Zur & Klöckner, 2014). Pourtant, c'est en travaillant sur ceux-ci qu'il est possible d'augmenter l'intention de réduire la consommation de viande afin de créer une véritable différence. En effet, c'est en ayant l'envie et la motivation que nous nous donnons les moyens d'y arriver.

Ainsi, l'objectif de ce mémoire est de mettre en avant les croyances et les facteurs exerçant une influence significative sur les comportements vis-à-vis de la consommation de viande, et plus précisément sur l'intention de vouloir la réduire. En effet, étant donné qu'il existe un grand nombre de motivations et de barrières qui influencent la consommation de viande des individus, cela m'a poussé à réaliser cette étude afin de mettre en avant ceux qui ont un impact plus pertinent sur les intentions de réduction de consommation de viande. Ainsi, les résultats permettront de voir sur quels éléments il faut travailler afin de rendre les régimes sans viande plus attractifs, ce qui permettrait de préserver notre planète et notre santé.

Dans la première partie de cette recherche, une synthèse des informations se trouvant dans la littérature a été réalisée afin de se plonger dans le sujet et de prendre conscience de ce qui a déjà été démontré. Ainsi, le premier chapitre a mis en avant les différents enjeux que la

consommation de viande implique. Ensuite, le second chapitre s'est intéressé aux croyances des consommateurs concernant la consommation de viande ainsi que leurs motivations et barrières afin de la réduire. Le troisième chapitre de cette partie s'est focalisé sur les résistances que peuvent éprouver les individus vis-à-vis d'un changement de régime alimentaire. Pour finir cette partie théorique, certaines solutions ont été proposées, afin de faire changer le comportement des consommateurs.

Dans la seconde partie de cette recherche, une brève étude qualitative est suivie d'une étude quantitative permettant de répondre aux hypothèses qui ont été posées. C'est avec les résultats de l'étude que les analyses statistiques ont été réalisées afin de pouvoir affirmer ou non les hypothèses. Ensuite, la discussion a permis de comparer les résultats obtenus avec ce qui a été dit dans la littérature pour en tirer des conclusions. Pour finir, les limites de cette recherche ont été mises en avant, permettant d'ouvrir la porte à de futures recherches.

PARTIE I : CADRE THÉORIQUE

CHAPITRE I : ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SANITAIRES

1. Les enjeux environnementaux

Les enjeux environnementaux engendrés par la consommation de viande sont nombreux et conséquents tels que la pollution des eaux, les émissions de gaz, la disparition de la biodiversité ou encore l'augmentation de l'érosion des sols et la baisse de leur fertilité (Lentz et al., 2018). En effet, il est mondialement reconnu que les produits d'origine animale ont des effets néfastes sur la santé de la planète (Dagevos & Voordouw, 2013). Ci-dessous, sont présentés les différents impacts que la consommation de viande engendre au niveau environnemental.

1.1 Les émissions de gaz à effet de serre

La production de viande émet 18 % du total des émissions de gaz à effet de serre en raison du méthane provenant de la fermentation entérique des animaux, de l'oxyde nitreux trouvant son origine dans les engrais et les fumiers ainsi que du dioxyde de carbone provenant des changements d'affectation des terres et de l'énergie utilisée à des fins agricoles (Stehfest et al., 2009). De plus, ce sont les trois gaz à effet de serre les plus polluants (Gerber et al., 2013). Ensuite, bien qu'il soit préférable pour le bien-être animal de manger de la viande de pâturage nourrit à l'herbe, sa production est problématique au niveau du réchauffement climatique (Laestadius et al., 2013). En effet, selon Laestadius et al. (2013), les animaux nourris à l'herbe ont une croissance plus lente et une meilleure digestion, ce qui émet davantage de gaz comparé aux animaux élevés de manière intensive et industrielle avec une alimentation à base de graines. À cela, s'ajoutent tous les autres éléments tels que le transport, les cultures qui servent à nourrir le bétail ou encore la production dans les usines qui, quant à elles, ont également un impact important sur les émissions de gaz à effet de serre.

Ainsi, si la population mondiale ne se décide pas à prendre les choses en main, cela pourrait engendrer une augmentation de la température globale de la planète de 7 °C supérieurs à l'époque préindustrielle d'ici à la fin du siècle (Stehfest et al., 2009). Ce réchauffement climatique, auquel le bétail contribue fortement, engendrera des effets néfastes pour les générations à venir, mais cela touchera aussi la génération actuelle avec des dérèglements climatiques qui seront de plus en plus nombreux et dramatiques (Nordgren, 2012).

Ainsi, afin de pallier ce problème, certaines technologies sont déjà mises en place, bien qu'elles rencontrent certaines limites, dans le but de faire croître l'efficacité de la production de viande et de limiter les effets néfastes de celle-ci, mais cela n'est pas encore suffisant (Nordgren, 2012). Il faut par ailleurs commencer à changer l'alimentation de la population en prenant en considération l'avenir de la planète (Garnett, 2011). Les émissions peuvent être diminuées jusqu'à 19 % si la population ne se nourrit plus de viande et jusqu'à 15 % si aucun aliment d'origine animale n'était consommé (Espinosa, 2019). En effet, selon Aleksandrowicz et al. (2016), les régimes végétariens ou végétaliens¹ sont les régimes alimentaires les moins polluants en étant jusqu'à 100 fois moins nocifs qu'une alimentation comprenant de la viande. En effet, produire 1 kilo de protéine provenant du bétail demande 18 fois plus de terre, 10 fois plus d'eau, 9 fois plus d'essence, 12 fois plus d'engrais et 10 fois plus de pesticides qu'un kilo de protéine d'origine végétale (González et al., 2020). Cela dit, imposer à la population mondiale de ne plus manger de viande ou de produits d'origine animale est inconcevable et inacceptable selon la majorité de la population (van de Kamp et al., 2018). Ainsi, afin de commencer à réduire cette consommation pour diminuer progressivement les impacts sur les émissions de gaz à effet de serre, il serait intéressant de substituer les viandes les plus polluantes par d'autres ayant des émissions plus faibles telles que le poulet ou le porc, et d'augmenter la consommation de fruits, de légumes, de céréales et de légumineuses (Green et al., 2021). Avec le temps, cela deviendra de plus en plus acceptable pour la population de remplacer leur consommation de viande par des substituts d'origine végétale qui ont, lors de la production, un impact écologique nettement moindre que la viande (Marinova & Bogueva 2019). Ainsi, selon van de Kamp et al. (2018), la raison pour laquelle il est préférable de mettre en place une transition lente vers des régimes alimentaires moins néfastes est que l'envie d'entamer ce type de changement semble faible pour une grande partie des individus. En effet, ils sont souvent plus enclins à accepter une réduction en termes de quantité de viande consommée ou de fréquence de consommation plutôt que de passer directement à un régime végétarien (van de Kamp et al., 2018).

¹ Les végétaliens sont des individus qui s'interdisent la consommation de produits provenant des animaux et consomment uniquement des aliments cultivés tels que des fruits, des légumes, des légumineuses ou encore des graines (Mathieu & Dorard, 2021).

1.2 La déforestation et la dégradation des sols

En plus d'un pourcentage conséquent d'émission de gaz à effet de serre engendré par la consommation de viande, la production de produits carnés participe de manière conséquente à la déforestation ainsi qu'à la dégradation des sols (Espinosa, 2019). Ceci est inquiétant sachant que le pâturage utilise plus du quart de la surface terrestre, ce qui engendre un effet important sur le cycle de CO₂ et donc sur le réchauffement climatique (Asner et al., 2004). Ainsi, l'effet généré par la nature lorsqu'elle capture les émissions de CO₂ dans l'atmosphère est fortement réduit (Espinosa, 2019).

De plus, la biodiversité devient de plus en plus restreinte à cause de la déforestation (Espinosa, 2019). En effet, le déboisement est l'une des conséquences générées par la production de viande lorsque les fermiers transforment des terres boisées en pâturages ou en terres arables afin d'élever et de nourrir le bétail (Godfray et al., 2018). Ainsi, selon l'étude de Tilman et Clark (2014), une alimentation végétarienne permettrait de réduire à zéro la nécessité de couper des arbres, tout en sachant nourrir la population de 2050 grâce aux terres cultivables et labourables déjà présentes aujourd'hui, malgré l'augmentation démographique à prévoir pour les années à venir. Le fait de passer à une alimentation plus végétale permettra de réduire certaines zones agricoles polluées par l'élevage et de les utiliser à d'autres fins telles que pour créer des cultures énergétiques ou des réserves naturelles (Stehfest et al., 2009).

De plus, une repousse de la végétation dans ces zones, permettra de générer une absorption de CO₂ plus importante, bien que celle-ci soit temporaire (Stehfest et al., 2009). Cela dit, cette repousse n'est pas sans crainte. En effet, le changement entre du pâturage et de la végétation naturelle peut ne pas toujours être faisable lorsque les sols sont trop abimés dû à un élevage trop intense sur le long terme (Stehfest et al., 2009). De plus, selon Magimel (2018), même si l'élevage de bétail utilise plus de 70 % de la totalité des terres agricoles disponibles sur la surface de la terre, ces espaces ne sont pas toujours adaptés pour des cultures agricoles. Ainsi, ce semblant de solution, à savoir de remplacer les terres dédiées à l'élevage par des cultures de produits végétaux comestibles pour l'être humain, ne paraît donc pas réalisable. De plus, si toutes les prairies étaient supprimées, cela mettrait en péril la biodiversité offerte par ces lieux, car cela détruirait le refuge d'un grand nombre d'animaux sauvages et d'insectes (Magimel, 2018). En outre, si la disparition de ces terres dédiées à l'élevage venait à être réalisée, cela poserait également un problème au niveau du stockage de carbone dans le sol où justement, en temps normal, les prairies jouent un rôle primordial (Magimel, 2018).

1.3 La pollution des eaux

L'élevage ainsi que la production de viande ont également un impact considérable sur l'empreinte hydrique, la pénurie d'eau ainsi que la pollution de l'eau (González et al., 2020). En effet, l'agriculture est le secteur qui utilise le plus d'eau douce, où plus du tiers est consacré aux animaux (Hoekstra & Mekonnen, 2012).

De plus, l'élevage est une activité qui pollue énormément les eaux à cause des différents produits chimiques que les producteurs injectent aux animaux tels que des antibiotiques ou des hormones, ce qui augmente la présence d'éléments toxiques dans les eaux douces tout en nuisant à la qualité de la viande pour l'être humain (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019).

En outre, selon Magimel (2018), afin de produire un kilo de viande bovine, cela requiert environ 15 000 litres d'eau durant tout le processus, comprenant l'eau consommée par le bétail, l'eau nécessaire pour dépolluer et réutiliser les déchets ainsi que l'eau de pluie. Ceci dit, pour la production d'un kilo de viande en tant que telle, il ne faut plus qu'entre 550 et 700 litres d'eau, dont 50 litres d'eau potable, ce qui reste conséquent (Magimel, 2018).

2. Les enjeux sanitaires

2.1 Dégâts sur la santé engendrés par la viande

En plus des problèmes environnementaux, un intérêt croissant s'est créé depuis quelques années vis-à-vis de l'impact que la consommation de viande peut avoir sur la santé de la population (Springmann et al., 2016). En effet, bien qu'une alimentation comprenant de la viande soit riche en protéine, en fer, en vitamine A et B ainsi qu'en zinc, ce genre de régime alimentaire est également la cause de nombreuses maladies et, en partie, de l'augmentation des décès (Rohrmann et al., 2013). Ainsi, une réduction de consommation de viande permettrait de réduire le risque de mortalité ainsi que de diminuer le risque d'attraper certaines maladies telles que des cancers colorectaux (Chan et al., 2011), des maladies chroniques et coronariennes, des diabètes de type 2 (Aune et al., 2009), des cancers de l'œsophage (Choi et al., 2013) ou encore des cancers de l'estomac (Larsson, et al., 2006). Ceci dit, la consommation de viande blanche et de volaille a, quant à elle, un impact moins conséquent sur la santé par rapport aux viandes rouges et travaillées (Rohrmann, et al., 2013).

2.2 Infections virales

En plus de ces maladies non communicables qui peuvent apparaître à cause d'une consommation excessive de viande, l'article de González et al. (2020) démontre qu'il est également possible d'être victimes d'infections virales engendrées par la consommation de viande. En effet, des virus ont été détectés, dans des marchés de viande sauvage, tel que l'hépatite E (HEV) qui se transmet lorsque la viande n'est pas bien cuite, mais aussi le virus de la Covid-19 provenant d'un marché chinois à Wuhan (González et al., 2020). La viande animale est une source d'infection alimentaire potentielle à cause des agents pathogènes transportés par certains animaux, pouvant générer des infections à l'être humain (Godfray et al., 2018).

2.3 Impact du sel et des substances carcinogènes

Les viandes travaillées ont généralement un niveau de sel très élevé, ce qui fait augmenter la pression sanguine (Larsson & Orsini, 2014). Cela est donc très nocif pour notre corps et est considéré comme l'une des causes principales de mortalité dans le monde (Larsson & Orsini, 2014). Pour ce qui est de la viande rouge, celle-ci est une source de substances carcinogènes qui se génèrent lors des cuissons à hautes températures telles que lors d'un barbecue (Larsson & Orsini, 2014). En effet, certains composants chimiques peuvent potentiellement muter lorsque la viande est frite, grillée, bouillie ou encore lorsqu'elle est en contact avec de très hautes températures, ce qui peut générer des changements dans l'ADN (Jakszyn, 2006). Ainsi, cela peut favoriser l'apparition de certains cancers (Jakszyn, 2006).

2.4 Diminution des maladies et du taux de mortalité

En adoptant une alimentation végétarienne, cela diminuerait considérablement les effets néfastes que la consommation de viande exerce sur la santé telle qu'en faisant baisser jusqu'à 41 % le risque de diabète de type 2, jusqu'à 20 % les maladies coronariennes ou encore jusqu'à 10 % le risque d'attraper certains cancers, ce qui n'est pas négligeable (Tilman & Clark, 2014). Certaines études, telles que celle de Espinosa (2019) ou encore de Seves et al. (2017), ont également mis en avant une différence au niveau de l'état de santé entre les végétariens et les omnivores. En effet, une alimentation à base de protéines végétales, de poissons, d'œufs et des produits laitiers permettrait de sauver 8,1 millions de vies par an, dont environ 55 % sont liées à l'arrêt de la consommation de viande (Espinosa, 2019).

De plus, Seves et al. (2017) affirment qu'en remplaçant l'alimentation omnivore par une alimentation végétarienne, cela augmenterait nos apports en fer qui sont très importants pour notre corps. Mais, ce nutriment, également présent dans la viande animale, a une biodisponibilité plus importante dans celle-ci que dans les plantes (Seves, et al., 2017).

Cela dit, selon Wyness (2016), sans la présence d'aliments carnés dans notre alimentation, il est difficile de croire que l'être humain ait réussi à développer un cerveau aussi complexe. En effet, selon Wyness (2016), manger de la viande semble bénéfique si la consommation est modérée, car ces produits génèrent une source de protéines et de micro nutriments importants pour notre corps. Il est donc nécessaire que ces sources restent accessibles pour la santé de tous (Millward & Garnett, 2010). Cependant, Lea et Worsley (2003), soutiennent le fait qu'il est totalement envisageable que le corps ait tous les nutriments dont il a besoin pour son bon fonctionnement en poursuivant un régime végétarien bien planifié.

CHAPITRE 2 : CROYANCES, MOTIVATIONS ET BARRIÈRES

1. Croyances

L'alimentation des consommateurs est souvent compliquée à modifier à cause des différentes croyances fortement imprégnées dans leur vie telles que les traditions, leur identité ou encore les normes qui régissent la culture dans laquelle ils évoluent (Anderson & Barrett, 2016). En effet, les croyances de tout un chacun, variant d'une personne à une autre, influencent sensiblement la manière dont les individus se comportent dans la vie de tous les jours. Cela a également un impact sur les produits qu'une personne mange ou pas en guidant les choix d'alimentation de chacun (Anderson & Barrett, 2016). Ainsi, ces croyances, construites à partir des origines et de l'environnement qui entourent une personne, sont intéressantes à déchiffrer afin de comprendre le comportement des individus à l'égard de la viande (Anderson & Barrett, 2016).

1.1 Perceptions des régimes alimentaires en fonction des croyances

Les croyances vis-à-vis d'une alimentation incluant de la viande, peuvent être interprétées de différentes façons en fonction des arguments sur lesquels les personnes s'appuient (Povey et al., 2001). En effet, selon Erikson (2018), la consommation de viande peut être perçue comme étant négative telle que pour les végétariens ou végétaliens, ou positive telle que pour les omnivores. Ainsi, d'une part, les **croyances négatives** à propos de la viande, soutenues en général par des végétariens, se focalisent principalement sur le bien-être des animaux, la santé, l'environnement ou encore l'entourage (Erikson, 2018). D'autre part, les **croyances positives** à l'égard de la viande, soutenues par les omnivores, soulignent l'importance du goût, des différents types de viande à la disposition des consommateurs ou encore la nécessité de ces aliments afin que notre corps puisse trouver un bon équilibre nutritionnel (Erikson, 2018). En effet, beaucoup de personnes sont persuadées, à cause de croyances préconçues sur le sujet, qu'ils ont besoin de protéines présentes dans la viande pour être en bonne santé (Kemper, 2020). Cela dit, ils ne vérifient pas leurs croyances auprès de sources d'informations fiables poussant, à l'inverse, à consommer moins de viande et plus de protéines disponibles dans l'alimentation végétarienne (poissons, œufs, produits laitiers, protéines végétales,...) fournissant à tout être humain les nutriments nécessaires au bon fonctionnement de leur corps (Kemper, 2020). Ainsi, en poursuivant de telles croyances, cela pousse ces consommateurs à continuer de prendre de

la viande régulièrement, malgré que des preuves solides soient présentes afin de limiter la consommation de viande pour préserver la santé humaine (Lea & Worsley, 2003).

De plus, il existe de nombreux non-végétariens ayant conscience des effets néfastes de la viande sur la santé, mais qui ne se sont pourtant toujours pas résolus à entreprendre une transition vers un régime alimentaire végétarien (Lea & Worsley, 2003). Ceci peut s'expliquer par le fait que ces consommateurs trouvent que les repas sans viande ne sont pas suffisamment variés et imposent diverses restrictions dans leur alimentation, mais également que ceux-ci contiennent des produits coûteux ayant peu de goût (Erikson, 2018). Ainsi, de telles croyances peuvent être problématiques, car elles créent un frein chez les amateurs de viande afin d'entamer une transition vers un régime alimentaire plus sain et durable (Lea, & Worsley, 2003).

1.2 Influence des informations sur les croyances

Les informations que reçoivent les individus à propos des effets engendrés par la consommation de viande ne sont pas unanimes, ce qui crée des divergences importantes dans les croyances au niveau des régimes alimentaires (Lea & Worsley, 2003). En effet, certains individus, étant mal informés, sont persuadés que consommer de la viande est bon pour la santé, or, au contraire, la viande est responsable de nombreuses maladies (Rohrmann et al., 2013). Ainsi, les croyances peuvent fortement varier et mener à des perceptions erronées en fonction de la source d'information sur laquelle une personne s'appuie pour émettre un jugement (Lea & Worsley, 2003).

Cependant, ce n'est pas parce qu'une personne est consciente des impacts positifs d'une alimentation végétarienne que cette personne sera contre la consommation de viande (Lea & Worsley, 2003). Il est possible de voir les bénéfices d'un tel régime sans penser que manger de la viande soit mauvais (Lea & Worsley, 2003). En effet, cela s'avère être en partie dû au fait que consommer de la viande est habituel et ancré dans la société depuis la nuit des temps (Lea & Worsley, 2003).

Cela dit, selon Holm et Møhl (2000), les croyances vis-à-vis des produits d'origine animale peuvent évoluer au cours du temps. En effet, une personne peut changer sa façon de voir la viande en obtenant de bonnes informations sur le sujet (Holm & Møhl, 2000). Ainsi, au plus une personne aura des croyances fortes à l'égard des avantages qu'apporte la réduction de consommation de viande, au plus cet individu aura une intention élevée de vouloir diminuer ou supprimer la viande qu'il consomme (Schenk et al., 2018).

2. Motivations et Barrières

La décision qu'une personne prend afin de réduire sa consommation de viande est faite en fonction des motivations auxquelles elle fait face mais également des barrières auxquelles elle peut être confrontée. Ainsi, les arguments en faveur de la réduction de consommation de viande ont un impact réduit si les consommateurs perçoivent les substituts végétariens comme moins goûteux, peu variés, trop coûteux ou mal considérés par la société (Schenk et al., 2018).

Selon Horgan et al. (2019), il existe un grand nombre de motivations et barrières qui influencent la consommation de viande des individus, certaines étant plus évoquées que d'autres, mais chaque personne a ses propres motivations et barrières vis-à-vis de ce sujet. En effet, les individus sont influencés par diverses raisons telles que les facteurs personnels, culturels, sociaux ou encore environnementaux (Horgan et al., 2019). De plus, les décisions vis-à-vis du choix de régime alimentaire ne sont pas basées sur un seul facteur, mais bien sûr plusieurs arguments poussant les individus à entamer cette transition vers un régime végétarien (Horgan et al., 2019).

2.1 Motivations

Les motivations ne sont pas toutes les mêmes d'une personne à une autre. En effet, les personnes étant prêtes à réduire leur consommation de viande, par exemple, ont pour motivations principales la santé, le prix et la perte de poids (Lentz et al., 2018). Cependant, chez les végétariens, l'environnement ainsi que le respect des animaux sont les motivations les plus souvent citées (Lentz et al., 2018).

De plus, en ce qui concerne les étapes du cycle de vie d'une personne, on y retrouve des motivations qui varient d'une étape à une autre et sont influencées par les désirs, les besoins, les capacités financières ou encore les attitudes et croyances vis-à-vis de l'alimentation à un moment précis de la vie (Neulinger & Simon, 2011). En effet, selon Kemper (2020), pour les mères de familles, les raisons les poussant à diminuer la consommation de viande au sein du foyer sont en rapport avec la santé (les allergies infantiles) et le coût de la viande. Pour les jeunes adultes, en fonction de leurs connaissances vis-à-vis des dégâts environnementaux générés par la consommation de viande, ils auront pour principales raisons le souci de l'environnement ainsi que la santé (Kemper, 2020). Enfin, les personnes retraitées réduisent leur consommation de viande, généralement à cause d'une perte d'appétit ou de leurs

préoccupations au niveau de leur état de santé (Kemper, 2020). Ainsi, ces différents motifs, poussant à réduire la quantité de viande consommée, peuvent évoluer et changer d'intensité d'une personne à une autre, dépendant de leurs habitudes alimentaires, de leurs valeurs ou encore de l'étape du cycle de vie dans laquelle ils sont (de Boer et al., 2017).

Ainsi, quatre motivations ont été mises en avant dans la revue de littérature permettant aux consommateurs d'augmenter leur intention de réduction de consommation de viande, à savoir les préoccupations au niveau de la santé, de l'environnement, du bien-être animal ainsi que la culture et les traditions de chacun.

2.1.1 Santé

Dans un premier temps, pour les personnes étant prêtes à réduire leur consommation de viande, la raison la plus évoquée afin de justifier ce changement alimentaire concerne les préoccupations au niveau de la santé avec les effets néfastes que la viande engendre sur le corps (Apostolidis & McLeay, 2019). En effet, la diminution de produits carnés mangés peut permettre de limiter l'obésité, de faire perdre du poids (Burkert et al., 2014), mais également d'éviter un grand nombre de maladies non communicables telles que des cancers ou des maladies cardiovasculaires qui se déploient à cause de la surconsommation de viande (Etemadi et al., 2017). Cela explique la raison pour laquelle cette motivation à l'égard de la santé est répertoriée, avec l'argument du bien-être animal, comme étant une des raisons principales afin de commencer une transition vers un régime à base de plantes, de poisson, d'œufs et de produits laitiers (Hoffman et al., 2013). Ceci dit, l'étude de Marinova et Bogueva (2019) a révélé que pour certaines personnes, l'argument de la santé peut être considéré comme étant une barrière afin de réduire leur consommation de viande. En effet, il arrive que certaines personnes pensent qu'il est nécessaire d'en consommer pour être en bonne santé (Fox & Ward, 2008).

2.1.2 La protection des animaux

La protection des animaux est le deuxième argument le plus cité comme étant une raison de réduire la consommation de viande (Apostolidis & McLeay, 2019). En effet, tout comme Singer (2002) l'exprime dans sa théorie, certains consommateurs sont d'accord de dire qu'il n'est pas éthique de penser que les souffrances infligées aux bétails soient justifiées par le simple fait que l'homme aime la sensation et le goût que lui procure la consommation de viande (Schenk et al.,

2018). Ainsi, en poursuivant un régime végétarien, cela diminue la production de produits carnés et limite les souffrances infligées aux animaux (Schenk et al., 2018).

Parmi les personnes étant prêtes à vouloir réduire leur consommation de viande, il existe deux types de réactions qui permettent de préserver le bien-être animal (de Bakker & Dagevos, 2012). D'une part, il y a le côté radical qui prône l'arrêt de consommation de produits carnés, car les animaux ne devraient pas être traités comme des objets (de Bakker & Dagevos, 2012). En effet, selon Peter Singer (2002), les actes cruels commis sur les animaux ne peuvent pas être justifiés par le simple fait que l'homme ait envie de manger de la viande.

D'autre part, l'option moins stricte consiste à manger de la viande seulement si les animaux, dont la viande provient, sont élevés selon des règles respectant scrupuleusement le bien-être du bétail (de Bakker & Dagevos, 2012). Cependant, avec la vente de produits carnés à des prix imbattables dans les supermarchés, cela devient compliqué pour les producteurs d'élever le bétail de manière éthique tout en restant concurrentiel par rapport à ceux qui ne le font pas (de Bakker & Dagevos, 2012). Ainsi, les producteurs ont tendance à faire passer leur chiffre d'affaires avant le bien-être des animaux en élevant leur bétail de façon industrielle pour pouvoir vendre leur produit à des prix minimales, donnant ainsi un pouvoir d'achat à davantage de personnes (de Bakker & Dagevos, 2012). De plus, étant donné que les produits végétariens travaillés sont généralement plus onéreux que la viande, cela devient compliqué, surtout pour les personnes à faible revenu, d'entamer une transition vers un régime contenant de la viande élevée éthiquement ou n'en contenant pas du tout (Kemper, 2020).

Enfin, la manière dont les animaux sont traités en élevage peut influencer la façon dont une personne va apprécier le produit et décider de le consommer ou non (Anderson & Barrett, 2016). En effet, d'après l'article d'Anderson et Barrett (2016), plus une personne soucieuse du bien-être animal pense que l'élevage est industriel, au moins elle va apprécier la viande, que ce soit réellement le cas ou non, tout va dépendre de ce que pense la personne. Ceci dit, les consommateurs, pensant qu'ils font face à de la viande issue d'un bétail élevé sans cruauté, ne vont pas davantage apprécier la consommation de cette viande (Anderson & Barrett, 2016). Cependant, les consommateurs ne réfléchissent que peu à l'origine des produits qu'ils achètent (Loughnan et al., 2010). En effet, il n'y a qu'une minorité de la population qui prête une attention particulière envers l'origine du produit et des conditions dans lesquelles les animaux sont élevés (Clonan et al., 2015).

2.1.3 *L'environnement*

L'argument concernant l'environnement n'est pas souvent cité par les consommateurs (Neale et al., 1993), car peu de personnes sont conscientes des dégâts engendrés par la production de viande sur l'environnement et son écosystème (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). En effet, dans l'étude réalisée par Marinova et Bogueva (2019) par exemple, 51,6 % de l'échantillon pensent que la consommation de viande animale n'engendre aucun dégât écologique, contre moins d'un quart de la population étant informée de la nocivité de cette production au niveau de l'environnement.

De plus, la motivation environnementale se trouve être seulement un élément additionnel et secondaire permettant aux consommateurs de justifier leur envie de réduire leur consommation de viande en plus de leur argument primaire (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Cela est inquiétant, car les dégâts environnementaux causés par la consommation de viande sont bien présents et dégradent énormément l'écosystème (Marinova & Bogueva, 2019). En effet, c'est le secteur agricole le plus nocif pour la planète, dû aux besoins importants de ressources pour nourrir les animaux, mais également dû aux importantes émissions de gaz, à la dégradation des sols et à la perte de biodiversité (Zur & Klöckner 2014). Ainsi, selon Marinova et Bogueva (2019), il paraît donc urgent de faire prendre conscience à la population et de l'informer à propos des dégâts environnementaux engendrés par la consommation de viande, qui participe à la dégradation de l'écosystème et menace l'existence humaine et animale sur terre. En effet, si la population ne prend pas conscience de l'impact que leur alimentation peut avoir sur l'environnement, des phénomènes naturels, comme les dérèglements climatiques ou l'épuisement de ressources, se feront ressentir de plus en plus et menaceront davantage la santé de la planète (Marinova & Bogueva 2019). Cela dit, certaines personnes voulant réduire leur consommation de viande et certains végétariens accordent beaucoup d'importance aux préoccupations environnementales, et sont alors conscients qu'en ne consommant peu ou pas de viande, cela génère un impact environnemental moindre par rapport aux régimes omnivores (Baroni et al., 2007).

Enfin, un autre élément important à prendre en considération est le fait que quelques études ont permis de prouver qu'il n'est pas obligatoire d'arrêter de consommer des produits carnés pour avoir un régime plus durable (Aleksandrowicz et al., 2016). En effet, certaines viandes, élevées de manière éthique et consommées en petite quantité, permettent, déjà, de réduire considérablement les émissions (Aleksandrowicz et al., 2016). Cependant, les effets

environnementaux générés par la production ainsi que la consommation de viande restent plus nocifs pour la planète par rapport aux protéines végétales (Poore & Nemecek 2018). Ceci dit, il faut tout de même rester vigilant, car certains substituts végétariens tels que le tofu, engendrent également des problèmes environnementaux conséquents, à savoir la déforestation ou la pollution engendrée par les transports de longues distances (Rawlinson & MacKenzie, 2009).

2.1.4 La culture et les traditions

La culture et les traditions d'une personne peuvent être des motifs tant pour pousser à diminuer la consommation que pour dissuader une personne de changer son régime alimentaire (Lentz, et al., 2018). En effet, il n'est pas rare de remarquer que l'histoire ainsi que la culture jouent un rôle important au niveau de l'attitude des consommateurs (Kemper, 2020). Ainsi, selon Lentz et al. (2018), en fonction de la culture dans laquelle une personne est née et a grandi, sa consommation de viande peut varier fortement. En effet, il existe de nombreuses différences culturelles vis-à-vis du désir que les consommateurs ont de réduire la quantité de viande consommée (Kemper, 2020). Certains pays, comme l'Inde par exemple, sont sensiblement orientés vers les régimes végétariens, ce qui n'est pas le cas pour les pays occidentaux (Lentz, et al., 2018), où la majorité de la population est omnivore et seulement 5 % des individus sont végétariens (Thornton, 2010). Ainsi, manger de la viande est devenu, dans certains pays, un rituel dans leur culture (Carolan, 2011).

De plus, il existe également des raisons socioculturelles qui influencent la manière dont une personne va consommer de la viande telle que les traditions ou les normes d'un pays (Ruby & Heine, 2011).

2.2 Barrières

Bien qu'il existe de nombreuses raisons pour diminuer la consommation de viande, il existe également des arguments allant à l'encontre de l'élimination de ces produits. En effet, les habitudes, les goûts, les textures, la commodité, mais également une nutrition équilibrée sont des points sur lesquels certaines personnes coïncident afin de réduire leur consommation de viande (Kemper, 2020).

Ainsi, il est possible de trouver de multiples barrières empêchant les individus d'effectuer la transition vers un régime végétarien ou comprenant moins de viande. Selon Piazza et al. (2015), les quatre principales raisons pour lesquelles l'homme continue de consommer de la viande sont le fait que c'est naturel, nécessaire, normal et bien. Ceci dit, il existe d'autres raisons poussant la population à continuer de consommer des produits carnés tels que les habitudes, le goût, la commodité, le coût, la santé, la masculinité, l'attachement à la viande ou encore le carnisme (Monteiro et al., 2017).

D'après Erikson (2018), il existe trois familles de barrières : les barrières personnelles, comprenant le plaisir de manger de la viande, le coût, les habitudes, le goût ou encore les croyances vis-à-vis de la santé ; les barrières sociales, comprenant les préjugés, les critiques et les normes sociales ; et enfin les barrières pratiques qui, elles, comprennent la commodité dont le manque de variété et de disponibilité.

2.2.1 Les barrières personnelles

2.2.1.1 Goût

Une des barrières les plus fortes, empêchant de réduire la consommation de viande, est le goût (Schenk et al., 2018). Pour les omnivores, la viande a un goût ainsi qu'une texture nettement meilleure et plus attirante que les substituts végétariens (Piazza et al., 2015), qui sont considérés comme étant peu attractifs (Dagevos & Voordouw, 2013). Ainsi, au plus les consommateurs pensent que la viande a un meilleur goût que les substituts, au moins ces personnes auront envie de passer à un régime végétarien (Schenk et al., 2018). Cependant, les producteurs de substituts végétariens font de plus en plus de progrès en termes de goût et de texture, ce qui rendra cet argument peu valable dans quelques années (Marinova & Bogueva 2019).

Ensuite, l'apparence d'un aliment ainsi que les éléments sensoriels émis par ceux-ci jouent un rôle important dans l'alimentation d'une personne, car cela influence fortement ce que le cerveau va penser de cet aliment et va donc influencer les préférences gustatives (González et al., 2020). Ainsi, si une personne trouve que les substituts de la viande sont peu attractifs, cela va diminuer l'envie d'en consommer.

Cela dit, selon Ruby (2012), le goût peut également être considéré comme une motivation à réduire sa consommation de viande pour les individus n'appréciant pas le goût ou la texture de

la viande. Malheureusement, la plupart des individus l'apprécient et prennent cet argument comme étant une motivation quant à la consommation de viande plutôt qu'un frein (Ruby, 2012).

2.2.1.2 Coût

Selon Hoek et al. (2011), le coût de la viande de qualité est connu pour être élevé mais, le prix des produits végétariens travaillés est généralement perçu comme étant supérieur à celui de la viande. Cependant, selon Schenk et al. (2018), cet argument vis-à-vis de la différence de prix n'est pas pertinent étant donné que celle-ci reste faible entre les protéines végétales et animales.

Ensuite, selon Lea et Worsley (2003), les individus désirant diminuer leur consommation de viande ont souvent mentionné, dans des études antérieures, le fait que le prix élevé de la viande est, entre autres, un des facteurs qui les a poussés à diminuer leur consommation de viande. Cela dit, le fait que le prix de la viande soit élevé est partiellement faussé car, désormais, il est possible de se procurer de la viande à des prix minimums, ce qui signifie généralement que les animaux sont traités de façon atroce (Hoek et al., 2011). Ainsi, selon Dagevos et Voordouw (2013), en vendant de la viande à des prix moindres, cela permet à des nombreuses personnes de se procurer de la viande régulièrement, ce qui n'était pas le cas avant. Cette situation fait donc augmenter la quantité de viande consommée en raison des prix de la viande qui chutent, et cela, en dépit du bien-être des animaux (Dagevos & Voordouw, 2013). Ainsi, à cause de la demande croissante de production de viande engendrée par une augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs, la demande au niveau des substituts végétariens n'augmente pas (Popkin, 2001), ce qui n'est pas favorable pour la santé de notre planète qui devient de plus en plus fébrile (Aleksandrowicz et al., 2016).

2.2.1.3 Habitudes

Selon Zur et Klöckner (2014), les habitudes sont considérées comme un argument important justifiant la consommation de viande des individus. En effet, étant donné que changer une habitude demande des efforts importants et est complexe à réaliser, peu de gens s'avèrent être prêts à entamer cette démarche afin de réduire leur consommation de viande (Zur & Klöckner, 2014).

De plus, la population est habituée à consommer de la viande régulièrement depuis la nuit des temps, pensant que l'homme est fait pour en consommer (Lea & Worsley, 2003). En effet, la viande est considérée par de nombreuses personnes comme étant nécessaire pour le bien-être du corps (de Bakker & Dagevos, 2012). Ainsi, ces croyances engendrent une résistance à l'égard de la réduction de consommation de viande (Lea & Worsley, 2003). Cependant, certaines personnes sont motivées à changer leurs habitudes alimentaires grâce aux informations reçues via des sources fiables à propos des effets néfastes qu'engendre la consommation de viande (Zur & Klöckner, 2014).

2.2.1.4 Santé

L'argument à propos de la santé peut-être vu de diverses manières. D'une part, les chercheurs démontrent que la viande est nocive pour la santé, ce qui pousse certains consommateurs à diminuer la quantité de viande qu'ils mangent (Rohrmann et al., 2013). Mais, d'autre part, malgré ces preuves, certains consommateurs sont persuadés que la viande est primordiale pour que leur corps ait tous les nutriments nécessaires pour son bon fonctionnement (Marinova & Bogueva, 2019). En effet, étant donné que la consommation de viande fait partie du quotidien d'un bon nombre de personnes, celles-ci ont tendance à penser que ces aliments sont bons pour la santé en apportant tous les nutriments nécessaires pour le corps (Erikson, 2018). Ceci est la conséquence du manque de sensibilisation vis-à-vis des dégâts que peut engendrer la consommation de viande sur la santé (González et al., 2020). En effet, il est prouvé qu'une diminution de la consommation de viande, substituée par un régime alimentaire plus durable et équilibré, est sain pour l'être humain (Green et al., 2015). Ainsi, les problèmes de santé générés par la consommation de viande pourraient être évités en adoptant un régime végétarien équilibré fournissant tous les nutriments nécessaires pour être en bonne santé (Springmann et al., 2016).

2.2.2 Les barrières sociales

Concernant les barrières sociales, les arguments à propos de la masculinité ainsi que de la pression sociale sont importants à prendre en compte (Ruby & Heine, 2011). En effet, les normes sociales influencent énormément la manière dont une personne perçoit la consommation de viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019) et peuvent donc générer une barrière vis-à-vis de la réduction de consommation de viande (Schenk et al., 2018).

Selon Schenk et al. (2018), il est possible de séparer les normes en deux catégories distinctes. D'une part, les normes injonctives qui font référence à ce qu'autrui pense qu'il est bien ou non de faire (Schenk et al., 2018), ce qui motive le comportement d'une personne afin de bien se faire voir par les autres, créant ainsi des contraintes comportementales (Bosnjak et al., 2020). D'autre part, les normes descriptives correspondent à ce que la plupart des individus font (Schenk et al., 2018). Ces deux types de normes peuvent être facilement influencées par l'opinion de la famille ainsi que par celui des proches qui occupent une place importante dans la vie de chacun. En effet, l'alimentation de chacun est un comportement socialement régulé, qui, lorsqu'elle est modifiée, peut engendrer une réaction favorable ou non de la part de l'entourage vis-à-vis de ce changement (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Ainsi, l'entourage, et les normes auxquels il aspire, peuvent influencer la consommation de viande d'une personne (Beardsworth et Keil, 1991). En effet, par exemple, les jeunes sont souvent influencés dans leur alimentation, tel qu'au niveau de leur consommation de viande, à cause de la pression sociale venant des amis, de la famille, des colocataires ou encore des réseaux sociaux (Kemper, 2020). Cette pression sociale peut être positive, en poussant les consommateurs à réduire ou supprimer la viande de leur quotidien, ou négative, en les convainquant qu'il est important de consommer de la viande régulièrement, tout dépend de l'entourage de la personne (Beardsworth & Keil, 1991). Un autre exemple est celui des femmes et de la pression sociale qu'elles ressentent de la part de leur entourage (Lea & Worsley, 2003). En effet, il est courant de voir que les femmes ont tendance à plus facilement entamer un processus de transition vers un régime végétarien que les hommes (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). En effet, les personnes étant le plus enclines à entamer la transition vers un régime végétarien sont des jeunes femmes instruites et peu conservatrices (Lentz et al., 2018). Cependant, elles font face à une pression sociale plus importante, venant de leur entourage proche, comparé aux hommes, ce qui constitue, pour elles, un frein afin de réaliser ce changement d'alimentation (Lea & Worsley, 2003).

Pour ce qui est de la masculinité, il est courant de voir que les hommes accordent davantage d'importance à la viande par rapport aux femmes, ce qui rend la réduction de consommation de viande plus compliquée pour eux (Kemper, 2020). En effet, ce phénomène peut s'expliquer par le fait que certains d'entre eux sont persuadés que la viande est un aliment qui représente la force, le pouvoir (Fiddes, 1994), la masculinité et la virilité de l'homme (Kildal & Syse, 2017).

2.2.3 *Les barrières pratiques*

Au niveau des barrières pratiques, la commodité des produits végétariens est un frein important vis-à-vis de la transition vers un régime alimentaire dépourvu de viande (Schenk et al., 2018). En effet, les repas végétariens peuvent paraître peu pratiques à cause de la durée de préparation, du manque d'informations et de connaissances sur le sujet (Corrin & Papadopoulos, 2017).

De plus, selon les consommateurs, les possibilités de repas sont fortement réduites lorsque la viande n'est plus présente (Lea et al., 2006). Les individus se retrouvent donc en manque d'inspiration afin de réaliser des repas variés et équilibrés (Lea et al., 2006).

Ainsi, cela demande beaucoup d'efforts de la part des consommateurs afin de combler les lacunes pour entreprendre un régime dépourvu de viande tout en ayant les nutriments nécessaires pour le corps (Corrin & Papadopoulos, 2017). Et, si beaucoup d'énergie est requise afin de suivre un régime végétarien, les individus ne vont généralement pas avoir la motivation suffisante pour entamer des recherches afin de trouver des recettes attractives, ce qui va engendrer une faible intention de vouloir réduire leur consommation de viande (Schenk et al., 2018).

2.3 Tableaux récapitulatifs des motivations et barrières vis-à-vis de la consommation de viande

Afin d'avoir une vision plus globale des motivations et barrières, deux tableaux croisés ont été réalisés en reprenant les freins et motivations vis-à-vis de la réduction de consommation de viande décrits ci-dessus ainsi que les études qui s'y sont intéressées.

2.3.1 *Tableau récapitulatif des motivations*

Ce tableau permet de se rendre compte de quelles études s'intéressent à quelles motivations. Tout d'abord, celui-ci met en avant le fait que la motivation vis-à-vis de l'environnement, comprenant les émissions de gaz, la déforestation ainsi que la pollution des eaux, est souvent énumérée, bien qu'elle soit considérée par les consommateurs comme étant un facteur ayant peu d'impact sur la réduction de consommation de viande (Neale et al., 1993). En effet, dans l'article de Marinova et Bogueva (2019) par exemple, il a été mis en avant que la majorité de son échantillon n'était pas conscient de l'impact que peut avoir la consommation de viande. Ainsi, le fait que les dégâts environnementaux soient fréquemment mentionnés dans les études,

peut être expliqué par l'envie de faire prendre conscience aux consommateurs à quel point manger de la viande peut être problématique au niveau environnemental (Marinova & Bogueva, 2019 ; Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019).

Ensuite, en ce qui concerne les motivations vis-à-vis de la santé, celles-ci sont également énumérées de nombreuses fois, ce qui semble logique étant donné que c'est l'une des premières raisons qui poussent les individus à diminuer leur consommation de viande (Apostolidis & McLeay, 2019).

En outre, les motivations vis-à-vis de la traite des animaux sont présentes dans moins de recherches, mais font généralement l'objet de l'étude entière, ce qui appuie le fait que cet argument semble important.

Enfin, les motivations en lien avec la culture ou les traditions n'ont pas été souvent énumérées. Cela signifie sans doute que cet argument est moins pertinent et révélateur que les autres cités ci-dessus.

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des motivations par article.

Études	Santé	Culture & Traditions	Bien-être animal	Environnement
Aleksandrowicz et al. (2016)				X
Apostolidis & McLeay (2019)	X			X
Asner et al. (2004)				X
Aune et al. (2009)	X			
Baroni et al. (2007)				X
Beardsworth et al (1991)	X			
Boulanger & Mainguy (2010)				X
Burkert et al. (2014)	X			
Chan et al. (2011)	X			
Choi et al. (2013)	X			
Clonan et al. (2015)			X	
Dagevos & Voordouw (2013)				X
de Bakker & Dagevos (2012)			X	
Espinosa, (2019)	X			
Etemadi et al. (2017)	X			
Garnett (2011)				X
Gerber et al. (2013)				X
Godfray et al. (2018)	X			X

González et al. (2020)	X			X
Green et al. (2021)				X
Hoekstra & Mekonnen (2012)				X
Hoffman et al. (2013)	X			
Jakszyn (2006)	X			
Kemper (2020)		X		X
Laestadius et al. (2013)				X
Larsson et al. (2006)	X			
Lea & Worsley (2003)	X			X
Lentz et al. (2018)	X	X		
Magimel (2018)				X
Marinova & Bogueva (2019)				X
Neale et al. (1993)				X
Neulinger & Simon (2011)				
Nordgren (2012)				X
Poore & Nemecek (2018)				X
Popkin (2001)				X
Rawlinson & MacKenzie (2009)				X
Rohrmann et al (2013)	X			
Ruby & Heine (2011)		X		
Sanchez-Sabate & Sabaté (2019)		X		X
Schenk et al. (2018)	X		X	
Seves et al. (2017)	X			
Springmann et al. (2016)	X			
Stehfest et al. (2009)				X
Thornton (2010)				X
Tilman & Clark (2014)	X			X
van de Kamp et al. (2018)				X
van der Werff et al. (2013)				X
Wyness (2016)	X			
Zur & Klöckner (2014)	X			X

2.3.2 Tableau récapitulatif des barrières

Ce second tableau permet de connaître quelles sont les études qui s'intéressent aux différentes barrières créant un frein afin de diminuer la consommation de viande.

Beaucoup d'études montrent que l'argument concernant la santé freine un grand nombre de personnes à restreindre leur consommation de viande (Erikson, 2018). En effet, bien que de

nombreuses études démontrent le fait que la viande constitue une menace pour la santé à cause des nombreuses maladies qui peuvent découler de cette consommation, il reste tout de même des études montrant que les individus ne sont pas d'accord avec le fait que la viande est nocive pour la santé (Rohrmann et al., 2013). En effet, pour beaucoup de personnes, la viande est nécessaire afin d'avoir tous les nutriments nécessaires pour le bon fonctionnement du corps, malgré qu'il ait été prouvé, à plusieurs reprises, que des substituts végétariens peuvent remplacer la viande tout en fournissant les nutriments nécessaires pour le corps à tout stade du cycle de vie d'une personne (Springmann et al., 2016).

Ensuite, l'argument du goût est présent dans de multiples articles, ce qui souligne le fait que le goût est une barrière importante vis-à-vis de la réduction de consommation de viande (Schenk et al., 2018). En effet, il est courant d'entendre des personnes dénigrer les substituts végétariens à cause de leur goût fade et leur texture peu attractive (Piazza et al., 2015). Cependant, cet argument ne sera bientôt plus valide, car de nombreux progrès sont réalisés afin d'améliorer le goût ainsi que la texture des aliments végétariens (Marinova & Bogueva 2019).

De plus, bien qu'elle n'ait été citée que quelques fois, la commodité est également un frein important vis-à-vis de la réduction de consommation de viande car, selon les consommateurs, il n'est pas toujours évident de cuisiner végétarien et de façon variée (Schenk et al., 2018). Néanmoins, il existe de plus en plus d'applications et de blogs proposant des recettes végétariennes bonnes et variées.

En outre, bien que le prix ne soit que peu cité, celui-ci est considéré, par une partie de la population, comme étant une barrière vis-à-vis de la réduction de consommation de viande. En effet, selon certains consommateurs, la viande industrielle est de plus en plus vendue à des prix bas et plus faibles que ceux de substituts végétariens, attirant ainsi les consommateurs à consommer de la viande plutôt que des substituts (de Bakker & Dagevos, 2012).

En ce qui concerne la pression sociale, dépendant de l'entourage d'une personne, à savoir s'ils sont favorables ou non à l'alimentation végétarienne, l'individu aura plus ou moins de facilité à entreprendre une transition vers un régime contenant moins ou pas de viande. De plus, selon les hommes, la consommation de viande semble importante pour eux, car celle-ci représente leur masculinité et virilité (Ruby & Heine, 2011). Pour ce qui est des femmes, celles-ci sont généralement plus enclines à réduire leur consommation de viande, mais subissent facilement

une pression sociale de la part de leur entourage, ce qui peut les freiner dans leur envie de réduire leur consommation de viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019).

Enfin, les habitudes peuvent générer, chez certaines personnes, un frein vis-à-vis de la réduction de consommation de viande, car ils ont toujours été habitués, depuis l'enfance, à manger de la viande régulièrement, ce qui rend la transition vers un régime végétarien plus laborieuse (Zur & Klöckner, 2014).

Tableau 2 : Tableau récapitulatif des barrières par article.

Études: Barrières	Goût	Coût	Habitudes	Santé	Commodité	Pression sociale
Beardsworth et al (1991)						X
Corrin & Papadopoulos (2017)					X	
de Bakker & Dagevos (2012)		X		X		
Erikson (2018)				X	X	
Fiddes (1994)				X		
Font-I-Furnols & Guerrero(2014)				X		
Hoek et al. (2011)		X				
Kemper (2020)				X		X
Kildal & Syse, (2017)				X		X
Lea et al. (2006)					X	
Lea & Worsley (2003)			X	X		X
Lentz et al. (2018)			X			X
Marinova & Bogueva (2019)	X		X	X		
Millward & Garnett (2010)				X		
Monteiro et al. (2017)	X		X	X		X
Neulinger & Simon (2011)						X
Piazza et al. (2015)	X					
Ruby (2012)	X					
Schenk et al. (2018)	X	X			X	
Zur & Klöckner (2014)			X			

CHAPITRE 3 : RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

Dans l'étude de Marinova et Bogueva (2019), réalisée en Australie, le pays ayant la plus grande consommation de viande sur terre, certains chiffres ont fait ressortir l'aspect inquiétant de la situation. En effet, 51,6 % de l'échantillon n'est pas encore décidé à entamer un changement alimentaire dans un futur proche et 11 % pense augmenter sa consommation de viande dans les années à venir, ce qui augmentera les impacts néfastes de ces aliments sur l'environnement (Marinova & Bogueva, 2019). La résistance au changement de régime alimentaire est donc bien présente. Cependant, dans cette même étude, Marinova et Bogueva ne mentionnent pas que des mauvaises nouvelles, 22 % de la population est déterminée à consommer davantage de produits à base de plantes et 12 % de l'échantillon est décidé à diminuer sa consommation de viande ou de la réduire à zéro. Cela dit, il faut rester vigilant avec ces chiffres, car ce ne sont que des intentions et celles-ci peuvent changer à tout moment, ce qui engendrerait un comportement différent par rapport aux intentions (Marinova & Bogueva, 2019).

Ci-dessous, sont détaillés les différents facteurs expliquant la résistance au changement vers un régime alimentaire sans viande.

1. L'effort

Il est urgent de faire prendre conscience à la population qu'un changement dans leur consommation de viande permettrait d'améliorer considérablement la situation planétaire en ne dépassant pas les 2 °C de réchauffement supplémentaires (Marinova & Bogueva 2019). Cependant, ceci n'est pas évident à mettre en place. En effet, lorsqu'une personne doit changer la manière dont elle consomme, cela se fait, en général, seulement si les efforts demandés ne lui coûtent pas trop d'énergie et ont un coût financier faible (Schenk et al., 2018). En effet, la volonté de changer de régime alimentaire est petite, voire nulle à cause de l'effort et du bouleversement que cela implique dans leur vie (Hoek et al., 2017). Ainsi, les consommateurs sont plus enclins à accepter de diminuer leur consommation de viande plutôt que de la supprimer, car cela réduit l'intensité du changement et des efforts à fournir (van de Kamp et al., 2018). Il est donc préférable d'entamer ce processus de réduction petit à petit afin de ne pas générer de changements importants dans les habitudes, ce qui sera davantage accepté par la population (Kemper, 2020).

Une autre manière de réduire l'effort à produire de la part des consommateurs est de leur proposer de consommer des viandes émettant moins d'émission de gaz dans un premier temps et, par la suite, remplacer la viande par des substituts végétariens (Laestadius et al., 2013).

Ainsi, cela permettrait de plus facilement convaincre les consommateurs d'entreprendre une réduction de consommation de viande en commençant par leur faire accepter des petits changements dans leurs habitudes sans que l'effort demandé soit trop important (Dagevos & Voordouw, 2013).

2. Le paradoxe de la viande

Selon Espinosa (2019), une grande partie des consommateurs de viande fait face à un paradoxe qui est celui de la viande. Ces personnes sont souvent contre l'idée de faire souffrir les animaux et pourtant, une résistance au changement persiste, car ils continuent à se nourrir de produits carnés, tout en sachant que ces animaux sont, en majorité, élevés dans des conditions peu appréciables où ils subissent de nombreuses souffrances (Loughnan et al., 2010). Ceci engendre une dissonance cognitive chez ces individus, car leurs actions sont en contradictions avec leurs valeurs, ce qui crée une certaine tension chez ces personnes (Espinosa, 2019). Ainsi, afin de mettre fin à cette tension psychologique, ces individus doivent soit changer leurs valeurs, soit changer leur comportement afin que celui-ci soit en accord avec leurs valeurs initiales (Loughnan et al., 2014). La réduction de consommation de viande peut donc permettre de réduire cette tension psychologique amenée par la dissonance cognitive et améliorer la santé mentale des personnes concernées par cette tension (Beardsworth et Keil, 1991). En effet, passer à un régime végétarien permettrait aux individus soucieux du bien-être animal, d'avoir un comportement cohérent vis-à-vis de leurs valeurs (Beardsworth et Keil, 1991).

De plus, selon Anderson et Barrett (2016), il est également possible de diminuer l'impact de ce paradoxe en réduisant la souffrance que le bétail subit en choisissant de consommer seulement des produits provenant de bétails élevés dans le respect du bien-être animal. D'ailleurs, il existe de plus en plus de producteurs ayant obtenu un label confirmant que leur viande est produite sans faire subir des pratiques peu éthiques et cruelles aux animaux (Anderson & Barrett, 2016). Ce type de viande est évidemment plus cher mais, les consommateurs soucieux du bien-être animal sont prêts à payer un supplément si cela leur donne l'opportunité d'avoir une viande produite dans le respect du bien-être des animaux (Anderson & Barrett, 2016), ce qui leur permettrait d'atténuer les dissonances cognitives engendrées par ce paradoxe s'ils y sont sujets (Loughnan et al., 2014).

3. L'identité personnelle

L'homme forge son identité personnelle grâce au monde qui l'entoure, à son éducation, sa culture, ses valeurs personnelles ainsi que ses croyances (Godfray et al., 2018). Cette identité permet d'analyser la manière dont les gens se perçoivent, perçoivent la viande et voient la personne qu'ils veulent être (Carfora et al., 2017). En effet, selon Carfora et al. (2017), la consommation de viande a un rôle important dans ce processus de confirmation d'identité, car l'homme est le reflet de ce qu'il mange. Ainsi, le fait d'être végétarien, flexitarien² ou encore végétalien représente un point important vis-à-vis de l'identité d'une personne (Carfora et al., 2017). En effet, d'après Schenk et al. (2018), si une personne considère que, pour atteindre son soi-idéal, elle ressent le besoin de diminuer ou supprimer la viande de son quotidien, cette personne sera plus favorable à ne plus en manger. Cependant, selon Schenk et al. (2018), si une personne s'oppose au régime dépourvu de viande, cette personne aura une envie limitée de réduire sa consommation de viande et montrera donc une certaine résistance face à ce type de changement alimentaire. En effet, les individus n'ayant pas d'identité végétarienne ne seront pas convaincus d'entamer le processus afin de devenir végétarien (Schenk et al., 2018).

Pour les individus désirant obtenir cette identité végétarienne, un changement identitaire au niveau de leur alimentation sera d'abord requis pour y parvenir (Schenk et al., 2018). Ainsi, cela montre que devenir végétarien demande bien plus d'effort que de simplement arrêter de consommer de la viande, c'est un processus complexe qui pousse l'individu à obtenir l'identité végétarienne (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Ce processus, demandant un effort conséquent, peut ainsi engendrer une certaine résistance vis-à-vis de la réduction de consommation de viande chez certains individus (Dagevos & Voordouw, 2013).

Ainsi, lorsque cette identité végétarienne est adoptée chez une personne, les motivations telles que la santé, l'environnement, le goût ou encore l'aspect éthique ne sont plus des facteurs ayant un impact significatif sur la décision de réduction de consommation de viande (Schenk et al., 2018). En effet, cette auto-identité étant adoptée, elle est considérée comme une fin en soi et devient un élément médiateur pour les autres motivations (Schenk et al., 2018). Cependant, cela ne veut pas dire que ces motivations ne sont pas pertinentes et efficaces à l'égard de la suppression de la viande (Rosenfeld & Burrow, 2018). En effet, ces différentes raisons peuvent aider les individus à adopter cette identité (Rosenfeld & Burrow, 2018).

² Les fléxitariens sont les personnes suivant un régime omnivore à tendance semi-végétarienne (Stéfanini, 2016).

CHAPITRE 4 : LES SOLUTIONS AFIN DE RÉDUIRE LA CONSOMMATION DE VIANDE

Comme cela fut souligné plus tôt, il est important que des initiatives soient prises afin de préserver notre planète, son écosystème ainsi que la santé des hommes. En effet, certaines recherches affirment que des pistes vis-à-vis de la réduction de consommation de viande sont réalisables (de Bakker & Dagevos, 2012 ; Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019 ; Zur & Klöckner 2014). En effet, de réelles améliorations pourraient être observées si la population changeait sa consommation de viande en passant à un régime végétarien basé sur les protéines végétales ainsi que sur les protéines provenant des poissons, des œufs et des produits laitiers. Pour y parvenir, certains changements de comportement devraient être mis en place afin de réduire la consommation de viande tout en diminuant les effets néfastes sur l'environnement ainsi que notre santé (Erikson, 2018).

Il est important que les consommateurs se rendent compte de l'impact qu'engendre leur consommation de viande sur l'environnement, le réchauffement climatique, mais également sur la vie de personnes vivant dans des zones moins favorables et fortement impactées par le réchauffement climatique (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). En effet, les régions du monde les plus développées et riches engendrent une insécurité environnementale et alimentaire dans les pays moins avancés à cause de la pollution émise par leurs activités agricoles intensives telles que la production de viande (Thornton, 2010).

Ainsi, en poussant la population à changer de comportement vis-à-vis de la consommation de viande, cela permettrait de limiter le non-respect des droits humains des générations à venir tels que le droit à la vie, à la santé ou encore à la subsistance, qui ne seront pas respectés si aucune initiatives ne sont prises afin de pousser les individus à réduire leur consommation de viande (Caney, 2010). De plus, en réduisant la quantité de viande consommée, cela permettrait de diminuer les injustices liées au réchauffement climatique en améliorant les conditions environnementales tout en rendant l'avenir des prochaines générations plus serein (de Bakker & Dagevos, 2012).

Les éventuelles mesures présentées ci-dessous, se focalisent sur des solutions qui permettraient de conscientiser la population ainsi que d'augmenter l'intention des consommateurs vis-à-vis de la réduction de consommation de viande.

1. Solutions

1.1 Transition lente

Le changement de régime alimentaire ne peut pas se faire du jour au lendemain. En effet, il est important de commencer cette transition vers un régime alimentaire plus durable lentement, afin de ne pas bousculer tout d'un seul coup et de créer de fortes tensions au sein de la population (van de Kamp et al., 2018). Même une légère diminution de consommation de viande permettrait de générer des impacts positifs vis-à-vis de la santé de la planète ainsi que celle de l'homme (de Bakker & Dagevos, 2012). En effet, l'instauration d'une diminution de consommation de viande, afin d'arriver à un régime flexitarien dans un premier temps, serait idéal et prometteur, car cela permettrait, ensuite, de renforcer les règles petit à petit afin d'atteindre des niveaux bas de consommation de viande (de Bakker & Dagevos, 2012).

Ainsi, selon Espinosa (2019), il existe deux manières de réduire la consommation de viande. D'une part, la première méthode est un discours réformiste qui a pour but de réduire la consommation sans obliger les gens à ne plus en consommer (Espinosa, 2019). D'autre part, l'autre méthode consiste à abolir toute alimentation contenant des produits d'origine animale (Espinosa, 2019). Ainsi, parmi les personnes étant prêtes à réduire leur consommation de viande, il est également possible de retrouver ces deux catégories : ceux voulant entreprendre de faibles changements alimentaires en optant pour des aliments qui ont une empreinte écologique plus faible tout en continuant de consommer de la viande en quantité limitée, et ceux désirant changer radicalement leur alimentation en ne consommant plus de viande (Boulanger & Mainguy, 2010). Cependant, il est rare que des consommateurs acceptent de ne plus pouvoir consommer de viande du jour au lendemain (van de Kamp et al., 2018). C'est pour cela qu'il semble plus judicieux d'entreprendre ce changement au fur et à mesure afin que le changement de comportement se fasse doucement, mais de manière efficace. Ainsi, un des challenges actuels est de commencer à instaurer des jours de la semaine où les consommateurs ne mangent pas de viande ou encore, de leur donner une limite au niveau de la quantité consommée par jour, ce qui rendrait la réduction de consommation de viande de plus en plus normale et acceptable aux yeux de la population (de Bakker & Dagevos, 2012).

De plus, selon l'article écrit par Laestadius et al. (2013), cette stratégie graduelle pourrait être mise en place grâce au soutien des institutions qui pourraient promouvoir un changement comportemental au niveau de l'alimentation. Cependant, actuellement, la consommation de viande est toujours encouragée et peu d'actions sont mises en place afin de la limiter (Laestadius

et al., 2013). Par exemple, les politiques ne considèrent pas encore la consommation de viande comme un sujet important dans le but de préserver l'environnement, malgré les nombreuses preuves attestant de la nocivité de ce type de régime alimentaire typiquement occidental (Aleksandrowicz et al., 2016). Il est donc nécessaire de faire prendre conscience aux politiciens des impacts que la viande engendre sur notre santé, ainsi que sur la planète, pour pouvoir influencer positivement le comportement de la population dans le but de réduire la consommation de viande (Aleksandrowicz et al., 2016).

1.1.1 Les différentes options de réduction de viande

Comme vu ci-dessus, une réduction graduelle de consommation de produits carnés est une solution envisageable afin de faire changer les comportements des consommateurs afin qu'ils consomment moins de viande. Cela dit, il existe plusieurs façons de réduire la consommation de viande. En effet, selon Nordgren (2012), il est possible de procéder de deux manières différentes.

D'une part, il est possible de réaliser une réduction dite différenciée, où la diminution des produits provenant des ruminants est privilégiée comparée aux autres viandes, car ils émettent davantage d'émission (Nordgren, 2012). Ainsi, un transfert alimentaire de ces viandes à hautes émissions vers des viandes ou d'autres substituts moins polluants peut permettre de réduire les effets néfastes engendrés par la consommation de viande (Green et al., 2021).

D'autre part, il existe la réduction dite non différenciée qui, elle, consiste à comparer tous types de viande en fonction de leurs émissions et de comparer celles-ci avec des produits d'origine végétale qui, en général, émettent moins d'émissions (Nordgren, 2012). Cependant, selon van de Kamp et al. (2018), passer d'une alimentation constituée de viande à une alimentation végétarienne peut engendrer beaucoup de réticence. En effet, comme dit plus haut, les produits végétaux sont généralement peu attractifs aux yeux des consommateurs (van de Kamp et al., 2018). Ainsi, afin de parvenir à les rendre plus plaisants, les producteurs des substituts de viandes vont devoir travailler sur leurs produits afin que ceux-ci soient attrayants aux yeux de la population. Ainsi, cela motivera les consommateurs à changer leur comportement vis-à-vis de la viande et à être plus enclins à entamer une transition vers un régime alimentaire davantage durable et sain (de Bakker & Dagevos, 2012).

1.2 Les normes sociales

Selon l'article de Zur et Klöckner (2014), les normes sociales, fortement ancrées dans la société, ont un impact considérable sur la façon dont la population perçoit les choses. En effet, ces normes ont le pouvoir de persuader ou dissuader la population de suivre certains comportements (Zur & Klöckner 2014). Ainsi, une transition au niveau des normes sociales aurait pour but de faire entrer l'alimentation végétarienne ou une alimentation contenant peu de viande comme étant une nouvelle norme, ce qui pousserait les individus à changer leur alimentation en réduisant leur consommation de viande (Zur & Klöckner 2014).

Étant donné que les normes changent au cours du temps et des époques, il n'est pas impossible de parvenir à modifier celles qui régissent notre alimentation actuelle (Marteau, 2017). Ainsi, à l'aide des gouvernements, des organisations non gouvernementales ou encore de responsables marketing, il serait intéressant d'influencer le comportement des consommateurs afin de les motiver à vouloir réduire leur consommation de viande en travaillant sur leur conscient, mais aussi leur inconscient (Marteau, 2017). Ainsi, augmenter la présence de substituts de la viande dans les supermarchés et diminuer celle des produits carnés serait une bonne première idée pour montrer que ce type d'alimentation est normale et conseillée (Zur & Klöckner 2014). Il pourrait être également intéressant de pousser les restaurateurs à promouvoir davantage de plats végétariens dans le but de rendre ce type de repas plus familier et normal, permettant ainsi de soutenir la transition vers un régime alimentaire contenant peu ou pas de viande (Laestadius et al., 2013).

1.3 L'éducation par l'information

Le déploiement de différents outils d'informations, afin de sensibiliser la population à la consommation de viande et de lui montrer les effets négatifs qui peuvent en résulter, sont nécessaires pour conscientiser les consommateurs et faire changer leur comportement vis-à-vis de la consommation de viande (Dagevos & Voordouw, 2013). Ainsi, étant donné qu'un changement de régime alimentaire peut avoir un impact positif sur l'environnement et la santé, il serait intéressant que les médias, les professeurs, les politiques ou encore les nutritionnistes essayent de promouvoir les régimes végétariens en faisant découvrir des substituts attractifs à la viande par exemple (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019).

Il existe différentes façons de faire prendre conscience aux individus des enjeux amenés par la consommation de viande, ce qui leur permettrait d'augmenter leur intention de réduction de consommation de viande.

Tout d'abord, selon Sanchez-Sabate et Sabaté (2019), fournir les informations nécessaires afin que la population prenne conscience des enjeux de la consommation de viande est un bon point de départ afin de les pousser à réduire la quantité de viande qu'ils mangent au quotidien. En effet, plusieurs études montrent que la population ayant reçu des informations pertinentes sur le sujet sont, en général, plus à même de vouloir s'investir dans un régime alimentaire avec peu de protéines provenant de la viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Ainsi, afin de permettre aux consommateurs de prendre une décision vis-à-vis de leur régime alimentaire, il est important de leur mettre à disposition toutes les informations nécessaires afin de faire un choix conscient et réfléchi (Kemper, 2020). Pour cela, les réseaux sociaux, les campagnes marketing ainsi que les plateformes numériques peuvent être de bons outils (Kemper, 2020 ; Laestadius et al., 2013 ; Marinova & Bogueva, 2019). En effet, il est connu que les jeunes sont souvent influencés dans leur manière de se nourrir, tel qu'au niveau de leur consommation de viande, par leurs amis et leur famille, mais surtout par les réseaux sociaux (Kemper, 2020).

Cela dit, bien que des études montrent que la population informée soit plus encline à changer son régime alimentaire, il n'est pas encore possible de connaître l'ampleur des résultats de cette stratégie (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). En effet, selon l'article de Laestadius et al. (2013), il n'est pas impossible qu'une différence entre la volonté et les comportements réels soit observée dans ce processus. Cela signifierait que des personnes, pensant être capable de passer à un régime contenant peu ou pas de viande, ne changeront pas forcément leur comportement par la suite (Laestadius et al., 2013).

Ensuite, afin d'informer correctement les consommateurs, des campagnes de sensibilisation peuvent être mises en place pour conscientiser et sensibiliser la population aux problèmes générés par leur consommation sur l'environnement et leur santé (Zur & Klöckner 2014). Ces campagnes doivent être informatives afin de générer une prise de conscience, mais doivent également être adaptées aux différents groupes de consommateurs car, selon les différentes étapes du cycle de vie, la population ne désire pas réduire sa consommation de viande pour les mêmes raisons (Kemper, 2020).

De plus, selon Laestadius et al. (2013), les organisations non gouvernementales peuvent aussi jouer un rôle significatif afin d'informer la population vis-à-vis de la consommation de viande. Cependant, les messages qu'envoient les différentes organisations non gouvernementales sont parfois contradictoires, ce qui peut engendrer, chez les consommateurs, un état de confusion (Laestadius, et al., 2013). Il serait donc intéressant d'harmoniser les messages envoyés par celles-ci afin de ne pas troubler le consommateur, mais plutôt de le diriger dans une seule et même direction (Laestadius, et al., 2013).

En outre, selon Lea et Worsley (2003), pour permettre à la population d'avoir une transition alimentaire agréable, il est important de leur fournir des informations à propos de recettes simples, variées, rapides, saines et durables sans viande. En effet, lorsqu'une personne entame la transition vers un régime contenant peu ou pas de viande, elle se retrouve généralement coincée à cause d'un manque de créativité à l'égard des plats à cuisiner, ce qui rend la transition complexe et peu agréable (Lea & Worsley, 2003). Ainsi, en fournissant des informations sur la manière de cuisiner des repas à base de protéines végétales, de poissons et d'œufs, cela permettrait d'améliorer la commodité de ce type de régime, ce qui augmenterait l'intention des consommateurs à passer à un régime plus sain et durable (Schenk et al., 2018).

Enfin, pour ce qui est de l'éducation, Kemper (2020) explique qu'il est désormais important de faire comprendre aux jeunes, dès le plus jeune âge, que la viande, consommée de manière excessive, est nocive pour l'environnement, son écosystème et la santé. Ainsi, cette prise de conscience chez les enfants et adolescents leur permettrait de connaître les dégâts que cela peut engendrer, ce qui les motiverait davantage à se tourner vers une alimentation végétarienne ou pauvre en viande (Kemper, 2020). Pour y parvenir, une prise de conscience peut être générée grâce à des programmes d'éducation en rapport avec l'alimentation (Zur & Klöckner, 2014), ou encore à l'aide d'organisations non gouvernementales qui permettraient de générer un changement de comportements vis-à-vis de la viande chez les enfants et les parents (Laestadius et al., 2013). De plus, pour habituer les enfants à manger des repas sans viande, les cantines pourraient mettre en place un ou plusieurs jours où ils ne servent pas de viande (Zur & Klöckner, 2014).

CHAPITRE 5 : CONCLUSION DU CADRE THÉORIQUE

La partie théorique de ce mémoire est importante, car elle permet de mettre en avant les problèmes engendrés par la consommation de viande, que ce soit au niveau de la santé de la planète, celle des animaux ou celle de l'homme. En effet, cette revue de littérature a permis de démontrer que si aucun changement au niveau de la consommation de viande n'est mis en place, l'état de santé de la planète continuera à se dégrader tant au niveau de son écosystème que de ses ressources naturelles (Stehfest et al., 2009). Il en va de même pour l'homme, qui continuera à faire face à de multiples maladies non communicables telles que des cancers, des maladies cardiovasculaires, des diabètes de type 2 ainsi qu'à une augmentation du nombre de décès et du nombre d'infections virales (Rohrmann et al., 2013).

Cette revue de littérature a permis de souligner l'importance des croyances de chacun, qui influencent fortement la façon dont les individus perçoivent la consommation de viande ainsi que sa réduction (Anderson & Barrett, 2016). Ainsi, après avoir analysé les croyances, il a été possible de mettre en avant les motivations ainsi que les barrières que rencontrent les individus lorsque leur consommation de viande est remise en question. D'une part, les motivations mises en avant dans cette partie théorique sont au nombre de quatre, à savoir les préoccupations environnementales, la santé, la protection des animaux ainsi que la culture et les traditions. D'autre part, les barrières vis-à-vis de la réduction de consommation de viande peuvent être divisées en 3 catégories (Erikson, 2018) : les barrières personnelles comprenant quatre facteurs, à savoir le goût, le coût, les habitudes ainsi que la santé ; les barrières sociales comprenant la masculinité ainsi que la pression sociale et enfin, les barrières pratiques concernant la commodité des repas sans viande.

Par la suite, en s'intéressant à la résistance aux changements que les individus peuvent avoir, cela a permis de mettre en avant quelques éléments qui rendent le changement compliqué et peu attractif pour beaucoup de personnes. En effet, selon l'étude de Marinova et Bogueva (2019), en Australie, 51.6 % des participants ne sont pas décidés à changer leur alimentation et 11 % comptent augmenter la quantité de viande qu'ils consomment. Ainsi, cette section a permis de mettre en évidence le fait que le paradoxe de la viande, les efforts demandés afin de réduire la consommation de viande ainsi que l'identité personnelle, engendrent une résistance chez beaucoup d'individus, ce qui les freine à vouloir diminuer leur consommation de viande.

Enfin, les efforts réalisés afin de pousser les individus à réduire leur consommation de viande sont encore trop faibles et limités (van de Kamp et al., 2018). Ainsi, dans la dernière section, trois solutions potentielles ont été mises en avant afin d'améliorer la situation. Ces solutions ont pour objectif de faire changer le comportement des consommateurs afin qu'ils augmentent leur intention de réduction de consommation de viande. En effet, il est important que les individus prennent conscience des dégâts qu'engendre leur consommation de viande tant sur la planète et son écosystème que sur leur santé (Erikson, 2018). Ainsi, la première solution pour y parvenir consiste à faire changer les comportements des individus à l'aide d'une transition lente (de Bakker & Dagevos, 2012). En effet, celle-ci permettrait de réduire la consommation de viande graduellement sans perturber la population de manière trop importante dans ses habitudes alimentaires (van de Kamp et al., 2018). Ensuite, les normes sociales peuvent permettre de faire changer les comportements des individus afin que ceux-ci s'adaptent aux nouvelles normes (Zur & Klöckner, 2014). Enfin, il devient important d'éduquer la population sur ce sujet dès le plus jeune âge, en les informant correctement et en changeant leurs mauvaises perceptions vis-à-vis de la consommation de viande (Kemper, 2020).

La suite de cette recherche consistera à mettre en avant les croyances et facteurs ayant le plus d'impact et le plus grand potentiel pour influencer l'intention de réduction de consommation de viande des individus.

PARTIE II : CADRE EMPIRIQUE

CHAPITRE 1 : ENTRETIENS QUALITATIFS

Afin de faire ressortir certains éléments d'influence parfois moins évoqués dans la revue de littérature, trois entretiens qualitatifs ont été réalisés. Durant ces entretiens, les personnes interviewées ont dû répondre aux questions concernant la fréquence à laquelle ils consomment de la viande, s'ils sont prêts à diminuer la quantité de viande qu'ils mangent, leurs motivations et barrières afin de diminuer celle-ci ainsi que d'éventuelles solutions pour parvenir à changer le comportement des individus pour qu'ils soient plus enclins à entreprendre une transition vers un régime alimentaire pauvre ou dépourvu de viande (cf. Annexes XXIV – XXVI). Les individus interrogés étaient étudiants ou jeunes travailleurs entre 22 et 24 ans.

1. Motivations

Les principales motivations évoquées durant les entretiens sont en lien avec la santé, l'environnement, la protection des animaux et le prix de la viande.

Tout d'abord, durant son interview, Monsieur Alexandre de Hollain a partagé le fait que le facteur ayant le plus d'influence sur sa réduction de consommation de viande est celui de l'environnement. Cependant, comme il me l'a confié, il n'est pas encore totalement conscient de tous les dégâts environnementaux qu'engendre la production de viande et il n'est pas le seul à se trouver dans cette situation selon lui. Ainsi, d'après lui, cela justifierait en partie la raison pour laquelle tant de personnes continuent de consommer de la viande en quantité importante. Ensuite, Mademoiselle Diane Tremouroux m'a évoqué que la maltraitance des animaux est un facteur qui joue beaucoup sur sa réduction de consommation de viande. C'est d'ailleurs pour cela qu'elle a décidé de manger principalement de la viande provenant de bétails élevés de manière éthique en respectant les droits de ces animaux. En effet, pour elle, il est inconcevable de justifier le fait de manger de la viande avec l'argument du plaisir gustatif. De plus, Mademoiselle Tremouroux m'a mentionné un autre facteur, à savoir celui de la santé, qui a également une importance significative dans sa décision de vouloir réduire sa consommation de viande. En effet, après avoir parlé à une nutritionniste, celle-ci lui a mentionné les nombreux dangers auxquels l'humain s'expose lorsqu'il mange de la viande en quantité importante, à savoir l'apparition de cancers, du diabète ou encore de maladies cardiovasculaires. Ces informations ont fait changer sa façon de consommer de la viande. En plus de ces deux éléments qui la motivent à réduire sa consommation de viande, un troisième facteur entre en jeu, à savoir

le prix élevé de la viande de qualité. En effet, elle avait été habituée, plus jeune, à consommer de la viande très régulièrement, mais lorsqu'elle s'est retrouvée dans une colocation, acheter de la viande de qualité est devenu un coût trop élevé pour elle. De plus, étant donné qu'elle avait une colocataire végétarienne, elle a eu l'occasion de découvrir de bons plats équilibrés et sans viande.

Enfin, Mademoiselle Florence Woods a exprimé le fait que le respect du bien-être des animaux, le goût et l'environnement sont des facteurs l'ayant motivé à réduire sa consommation de viande. En effet, Mademoiselle Woods a, durant quelques mois, été végétarienne à cause du dégoût qu'elle avait vis-à-vis de la viande suite aux fêtes de fin d'année. Cependant, cela n'est pas tout, elle accorde également une grande importance au respect des animaux ainsi qu'à celui de l'environnement. Cela dit, c'est seulement récemment qu'elle s'est rendue compte de l'ampleur des dégâts que pouvait causer la production de viande sur l'environnement. Avant, elle n'avait aucune idée que cela jouait un rôle aussi dévastateur au niveau de la planète et du réchauffement climatique. Face à cela, Mademoiselle Woods a fait part de son angoisse vis-à-vis du fait que trop peu de gens sont au courant de l'impact que cela engendre sur l'environnement.

2. Barrières

Les principales barrières évoquées durant ces trois entretiens sont en rapport avec le goût, les textures, les habitudes, la pression sociale ainsi que l'aspect pratique (la commodité).

Tout d'abord, Monsieur de Hollain a mentionné le fait que le goût et la texture de la viande ne sont pas remplaçables. En effet, selon lui, les plats qui sont composés de viande, tel qu'un hachis parmentier, perdent tout leur goût et le plaisir qu'ils procurent lorsque la viande est remplacée par un substitut végétarien. Cela dit, il n'est pas contre les plats végétariens, mais ce qui le dérange, c'est le fait que, selon lui, la société tente de reproduire des produits similaires à ceux contenant de la viande, mais sans en utiliser. Comme il m'en a fait part, il trouve qu'en faisant des saucisses végétariennes par exemple, c'est « comme si on essayait de tromper la population en leur faisant croire que c'est la même chose que la viande, mais au final on le sait tous que ça ne l'est pas » (A. de Hollain, février 2022). Pour lui, c'est comme si nous essayons « de faire un gâteau au chocolat, mais sans chocolat » (A. de Hollain, février 2022).

Ensuite, lors de son interview, Diane Tremouroux m'a fait part, en plus de l'argument du goût comme pour Monsieur de Hollain, du fait que les habitudes ont un rôle important dans le fait qu'elle continue à consommer de la viande. En effet, elle m'a mentionné que lorsqu'elle était

plus jeune, elle en consommait régulièrement, car c'était comme cela que se faisaient les repas chez elle. C'est seulement par la suite, quand elle a commencé à vivre en colocation, qu'elle a diminué sa consommation de viande, car les prix des morceaux de viande de qualité étaient trop élevés.

Enfin, durant la dernière interview avec Florence Woods, d'autres facteurs intéressants ont été mis en avant. En effet, Florence a été végétarienne durant quelques mois, mais elle a décidé de recommencer à manger un peu de viande, car elle sentait une pression sociale de la part de son entourage qui pesait sur elle. Elle ne se sentait plus la bienvenue lorsqu'elle allait à des dîners, car elle devait dire qu'elle était végétarienne, ce qui n'était pas toujours bien perçu et compris par son entourage. En effet, selon elle, être végétarien est souvent un statut jugé négativement par les autres qui les prennent pour « des bobo-écolos ». Ainsi, Florence m'a partagé le fait que, selon elle, cela ne pousse pas les individus à s'engager dans une alimentation dépourvue de viande. Elle s'est donc remise à manger de la viande, en petite quantité, pour être plus flexibles et pour ne plus être jugée. De plus, en recommençant à consommer de la viande, cela lui a facilité la vie. En effet, manger uniquement des plats végétariens n'est pas toujours évident, car fréquemment elle se retrouvait en manque d'inspiration. En effet, elle avait l'impression de n'avoir aucune variété dans les plats qu'elle mangeait. Ainsi, selon elle, le fait qu'il n'y ait pas beaucoup de personnes végétariennes réduit fortement la disponibilité de recettes végétariennes équilibrées, inspirantes et bonnes.

3. Solutions

Durant les interviews, j'ai demandé à chacun des participants de me dire s'ils avaient des idées de solutions qui permettraient de résoudre, en partie, le problème de la consommation de viande en faisant prendre conscience aux consommateurs que leurs attitudes ont un réel impact sur l'environnement, l'écosystème ainsi que leur santé. Ainsi, différentes idées sont ressorties, mais l'idée globale est le fait qu'il faudrait éduquer la population vis-à-vis de ce problème.

Tout d'abord, selon Alexandre et Florence, l'idée de créer des ateliers afin de permettre aux individus d'apprendre à cuisiner des plats végétariens équilibrés et variés ou, de montrer qu'il est totalement possible de manger de bons plats sans forcément y inclure de la viande, permettrait aux consommateurs d'avoir une meilleure image des régimes végétariens.

Ensuite, Alexandre de Hollain a évoqué le fait de faire appel aux réseaux sociaux, qui aujourd'hui touchent une grande partie de la population, afin de conscientiser les gens par

rapport aux dégâts que la consommation de viande peut engendrer en montrant des vidéos marquantes par exemple. De plus, selon lui, créer des magazines spécialisés dans les recettes végétariennes pourraient être très utiles, car cela permettrait aux individus d'avoir davantage d'idées de recettes.

En outre, des séances d'informations dans les écoles, les universités ainsi que dans les entreprises pourraient être bénéfiques selon les trois personnes interviewées. Par exemple, Florence Woods a émis l'idée de créer des petites vidéos pour les enfants afin de leur montrer l'impact négatif qu'engendre la viande, ce qui permettrait de leur faire prendre conscience du problème auquel nous faisons tous face dès le plus jeune âge. De plus, selon Diane et Florence, cela pourrait être intéressant d'organiser des séminaires dans des entreprises et universités pour éveiller la conscience des jeunes et des adultes.

Enfin, une dernière idée dont Mademoiselle Woods m'a fait part consiste à encourager les restaurateurs à mettre plus de plats végétariens dans leur menu, car cela pourrait donner envie aux clients de tester des plats sans viande tout en leur donnant des idées de recettes créatives pour ne pas toujours manger la même chose et pouvoir varier les plaisirs.

CHAPITRE 2 : OBJECTIF DE L'ÉTUDE ET DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE

La revue de littérature ainsi que les interviews ont permis de mettre en avant certains points, à savoir l'impact engendré par la consommation de viande sur l'environnement, le bien-être des animaux ainsi que sur la santé ; les croyances vis-à-vis de la viande ; les motivations et contraintes afin de la réduire ; les résistances que certaines personnes peuvent avoir par rapport aux changements alimentaires ; ainsi que certaines solutions pour créer une prise de conscience vis-à-vis des dégâts que peuvent engendrer la consommation de viande.

Ainsi, il a été intéressant de voir qu'il existait un nombre important de motivations et contraintes afin de vouloir réduire la consommation de viande. Cette partie est d'une importance capitale, car elle m'a permis de prendre conscience des différents facteurs auxquels les individus font face lorsqu'ils désirent commencer la démarche afin de réduire leur consommation de viande. Ainsi, j'ai découvert quatre motivations potentielles, à savoir la santé, la protection des animaux, les préoccupations environnementales ainsi que la culture et les traditions ; et sept barrières, à savoir le goût, le coût, les habitudes, la santé, la masculinité, la pression sociale ainsi que la commodité des plats sans viande. Ceci dit, d'une étude à une autre, certaines motivations peuvent être considérées comme étant des barrières et inversement, ce qui a retenu mon attention. En effet, d'une personne à une autre, d'un échantillon à un autre, les croyances vis-à-vis de la réduction de consommation de viande peuvent fortement varier, ce qui influence les motivations et barrières des individus. Ainsi, l'analyse des croyances dans la revue de littérature a également été intéressante, car elle a permis de comprendre pourquoi certains facteurs sont considérés comme étant des motivations ou des barrières vis-à-vis de la réduction de consommation de viande.

Cette revue de littérature a permis de voir qu'un grand nombre de recherches passées se sont focalisées sur les impacts que la consommation de viande génère au niveau de l'environnement et de la santé. Elles se sont également intéressées aux différentes motivations et barrières vis-à-vis de la réduction de consommation de viande. De plus, certaines recherches se sont focalisées sur les attitudes et croyances que les individus peuvent avoir vis-à-vis de la consommation de viande. Ceci dit, très peu d'études se sont intéressées aux intentions de réduction de consommation de viande, ce qui a retenu mon attention.

L'objectif de cette étude est de comprendre quels sont les facteurs et croyances qui ont le plus d'influence sur l'intention de réduire la consommation de viande chez les jeunes adultes. Ainsi, en parvenant à les mettre en avant, cela montrera sur quels points il faudrait se pencher afin de faire changer le comportement des individus pour les encourager à réduire leur consommation de viande. Une étude quantitative sera élaborée afin de pouvoir répondre aux hypothèses ainsi qu'à l'objectif de cette étude.

Ainsi, en prenant compte ce qui a été mis en avant dans cette revue de littérature, deux questions ont été formulées auxquelles je tenterai de répondre au fil de cette recherche :

« Quelles sont les croyances des jeunes entre 18 et 35 ans vis-à-vis de la consommation de viande ? Quels sont les facteurs qui influencent l'intention de réduction de consommation de viande chez les jeunes entre 18 et 35 ans ? »

CHAPITRE 3 : HYPOTHÈSES

Afin de pouvoir répondre aux questions de recherche, des hypothèses ont été élaborées en tenant compte de la littérature et des interviews.

Tout d'abord, j'ai émis des hypothèses concernant les croyances des individus sur la consommation de viande. Ensuite, je me suis focalisée sur les différents facteurs ayant une influence sur l'intention de réduire la consommation de viande. Enfin, une hypothèse a été proposée afin de voir s'il existe une différence d'intention entre les hommes et les femmes.

Afin de répondre à ces hypothèses, j'ai repris sept facteurs présentés au cours de la revue de littérature qui semblaient être les plus pertinents. Les facteurs en question sont les suivants : la santé, la protection des animaux, les préoccupations environnementales, la pression sociale, le goût, le coût ainsi que la commodité. Cette dernière représente, dans cette étude, le fait que les plats sans viande sont peu variés et peu pratiques.

1. Hypothèses relatives aux croyances

Dans la revue de littérature, un grand nombre de recherches ont souligné l'importance des croyances vis-à-vis de certains facteurs afin d'influencer la consommation de viande.

Tout d'abord, selon les consommateurs, les préoccupations environnementales n'exercent pas d'influence significative sur la façon dont les individus consomment de la viande (Marinova & Bogueva, 2019). En effet, peu de personnes sont conscientes des impacts nocifs que peut engendrer la consommation de viande sur l'environnement (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Ainsi, les individus n'évoquent que très rarement l'argument lié à l'environnement comme ayant une influence sur leur réduction de consommation de viande (Neale et al., 1993). Cela dit, de nombreuses études ont démontré que la consommation de viande a des conséquences désastreuses sur l'environnement (Dagevos & Voordouw, 2013). Il est donc intéressant de poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 1 : *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour l'environnement.*

D'autres recherches ont mentionné le fait que les consommateurs perçoivent la consommation de viande comme dégradant le bien-être des animaux. En effet, selon Anderson et Barrett (2016), lorsque les consommateurs savent que la viande est produite de manière industrielle en ne respectant pas le bien-être des animaux, ils ont tendance à moins apprécier la viande et sont

moins enclins à en acheter que si elle était produite de façon éthique. Cela amène à poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 2 : *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour le bien-être animal.*

Ensuite, des études ont mis en avant le fait que certaines personnes continuent de croire fermement que la consommation de viande quotidienne est nécessaire pour le bon fonctionnement de notre corps (Wyness, 2016). Cette perception erronée pousse donc les individus à continuer de consommer de la viande quotidiennement sans savoir que cela détruit leur santé (Lea & Worsley, 2003). En effet, de nombreuses preuves ont démontré le fait que la viande, et plus précisément la viande rouge et travaillée, peut avoir des effets néfastes sur notre santé (Rohrmann, et al., 2013). Suite à cela, il est intéressant de poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 3 : *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour la santé.*

Par la suite, certaines recherches se sont concentrées sur l'aspect commode des régimes omnivores. En effet, selon Corrin et Papadopoulos (2017), les consommateurs ont tendance à trouver les repas sans viande comme étant peu pratiques et sans grande variété. Ainsi, cela amène à poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 4 : *Les repas sans viande sont perçus comme n'étant pas commodes.*

Certaines recherches se sont intéressées au prix de la viande et à l'impact que cela avait sur la façon dont une personne se comporte vis-à-vis de la consommation de viande. En effet, Kemper (2020) et Lea et Worsley (2003) ont mis en avant le fait que le coût élevé de la viande représente, pour certains consommateurs, un bon argument afin de réduire leur consommation de viande. Cependant, de nos jours, le prix de la viande est de moins en moins considéré comme étant une barrière à la consommation, car celle-ci est de plus en plus vendue à des prix imbattables, ne freinant donc pas les individus dans leur consommation de viande (de Bakker & Dagevos, 2012). Ainsi, il est intéressant de se pencher sur l'hypothèse suivante :

Hypothèse 5 : *Le coût de la viande est perçu comme n'étant pas onéreux.*

Dans la revue de littérature, certaines recherches se sont intéressées à l'influence qu'a le goût de la viande sur la consommation de produits carnés. Selon Piazza et al. (2015), les consommateurs perçoivent la viande comme ayant un goût ainsi qu'une texture plus attractive en comparaison avec les substituts végétariens. De plus, l'apparence et les facteurs sensoriels

d'un aliment jouent un rôle important dans la perception du goût étant donné qu'ils vont influencer la manière dont le cerveau va percevoir l'aliment, ce qui aura un impact sur les préférences gustatives d'une personne (González et al., 2020). Cela amène à l'hypothèse suivante :

Hypothèse 6 : *La viande est perçue comme étant goûteuse.*

Enfin, certains chercheurs se sont intéressés au rôle qu'exerce l'entourage d'une personne sur sa consommation de viande. En effet, selon Schenk et al. (2018), les individus sont souvent influencés par leur entourage dans leur façon d'agir et celle de consommer de la viande. Par là, ces auteurs montrent que lorsqu'une personne est entourée de personnes (famille et amis) consommant peu ou pas de viande, la probabilité qu'elle réduise sa consommation de viande est élevée grâce à la pression sociale et aux jugements que l'entourage peut émettre sur les comportements de leurs proches. Cela amène ainsi à formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 7 : *Les individus ressentent une pression sociale qui les pousse à réduire leur consommation de viande.*

2. Hypothèses relatives aux facteurs prédictifs

La partie théorique a permis de mettre en avant certains facteurs ayant une influence sur l'intention de réduction de consommation de viande, qu'elle soit positive ou négative.

Tout d'abord, l'influence négative de la consommation de viande sur l'environnement a été démontrée dans diverses recherches. En effet, dans l'article de Zur et Klöckner (2014), il a été prouvé que la production de viande engendre des dégâts importants sur l'environnement en polluant les eaux et en augmentant les émissions de gaz à effet de serre ainsi que la déforestation. Ainsi, selon Baroni et al. (2007), pour les personnes sensibles aux problèmes environnementaux, leur inquiétude à ce sujet représente une raison pour laquelle ils veulent réduire leur consommation de viande. Cela amène à formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 8 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations environnementales.*

D'autres recherches ont mentionné l'impact nocif que la consommation de viande génère sur le bien-être des animaux. En effet, selon Marinova et Bogueva (2019), la production de viande est l'une des causes majeures de la perte de biodiversité. De plus, de nombreuses souffrances sont infligées aux animaux lors de la production industrielle de la viande (Schenk et al., 2018). Cela

dit, certaines personnes sont sujettes au paradoxe de la viande, à savoir le fait de prêter beaucoup d'attention au bien-être des animaux tout en continuant de consommer de la viande sans se préoccuper de la manière dont celle-ci a été produite (Loughnan et al., 2010). Ainsi, il semble intéressant de se pencher sur l'hypothèse suivante :

Hypothèse 9 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal.*

Ensuite, un grand nombre de recherches ont parlé de l'influence qu'ont des préoccupations en termes de santé sur la consommation de viande des individus. En effet, dans l'article de Burkert et al. (2014) par exemple, les auteurs démontrent que la diminution de la consommation de viande a des vertus positives permettant de limiter l'obésité et de faire perdre du poids. De plus, en mangeant moins de viande, cela permet d'éviter beaucoup de maladies non communicables telles que des cancers, des diabètes de type 2 ou encore des maladies cardiovasculaires (Etemadi et al., 2017). Ainsi, cela amène à formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 10 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations en termes de santé.*

De plus, des études se sont penchées sur l'impact de la commodité des plats végétariens sur le comportement des consommateurs à l'égard de la réduction de consommation de viande. En effet, les repas végétariens peuvent paraître peu pratiques à cause de la durée de préparation, du manque d'informations et de connaissances sur le sujet (Corrin & Papadopoulos, 2017). De plus, les consommateurs évoquent régulièrement le fait qu'ils ne trouvent pas beaucoup de recettes variées, équilibrées et attractives ne contenant pas de viande (Lea et al., 2006). Ainsi, l'hypothèse suivante a été formulée :

Hypothèse 11 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée négativement par la commodité des repas sans viande.*

D'autres recherches ont mentionné l'impact qu'a le prix de la viande sur la consommation de produits carnés. Bien que la viande de qualité soit connue pour être onéreuse, il est désormais possible d'avoir de la viande pour un petit prix, souvent plus faible que celui des substituts végétariens (Hoek et al., 2011). En effet, selon de Bakker et Dagevos (2012), le fait que la viande soit de plus en plus vendue à des prix imbattables dans les supermarchés, permet aux consommateurs de s'en procurer facilement, ce qui ne les freine pas dans leur consommation de viande.

Ainsi, il est intéressant de poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 12 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée négativement par le coût financier de la viande.*

La revue de littérature a également révélé le fait que le goût de la viande joue un rôle important dans la décision des consommateurs afin de vouloir réduire ou non leur consommation. En effet, selon Schenk et al. (2018), au plus les omnivores sont attachés au goût de la viande, au plus ces individus ont du mal à diminuer leur consommation de produits carnés. Cela amène à poser l'hypothèse suivante :

Hypothèse 13 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée négativement par le goût de la viande.*

Enfin, certaines études se sont concentrées sur l'effet que l'entourage, à savoir la famille et les amis proches, pouvait avoir sur la consommation de viande des individus. En effet, les normes sociales veulent de plus en plus promouvoir la réduction de consommation de viande, ce qui engendre une certaine pression sociale chez les individus et les influence dans leur consommation de viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Cela peut donc encourager les consommateurs à être plus enclins à entamer une transition vers un régime alimentaire contenant moins de viande lorsqu'ils sont entourés de personnes qui accordent de l'importance aux régimes sans viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019) (Schenk et al., 2018). Ainsi, suite à cela, il est intéressant de formuler l'hypothèse suivante :

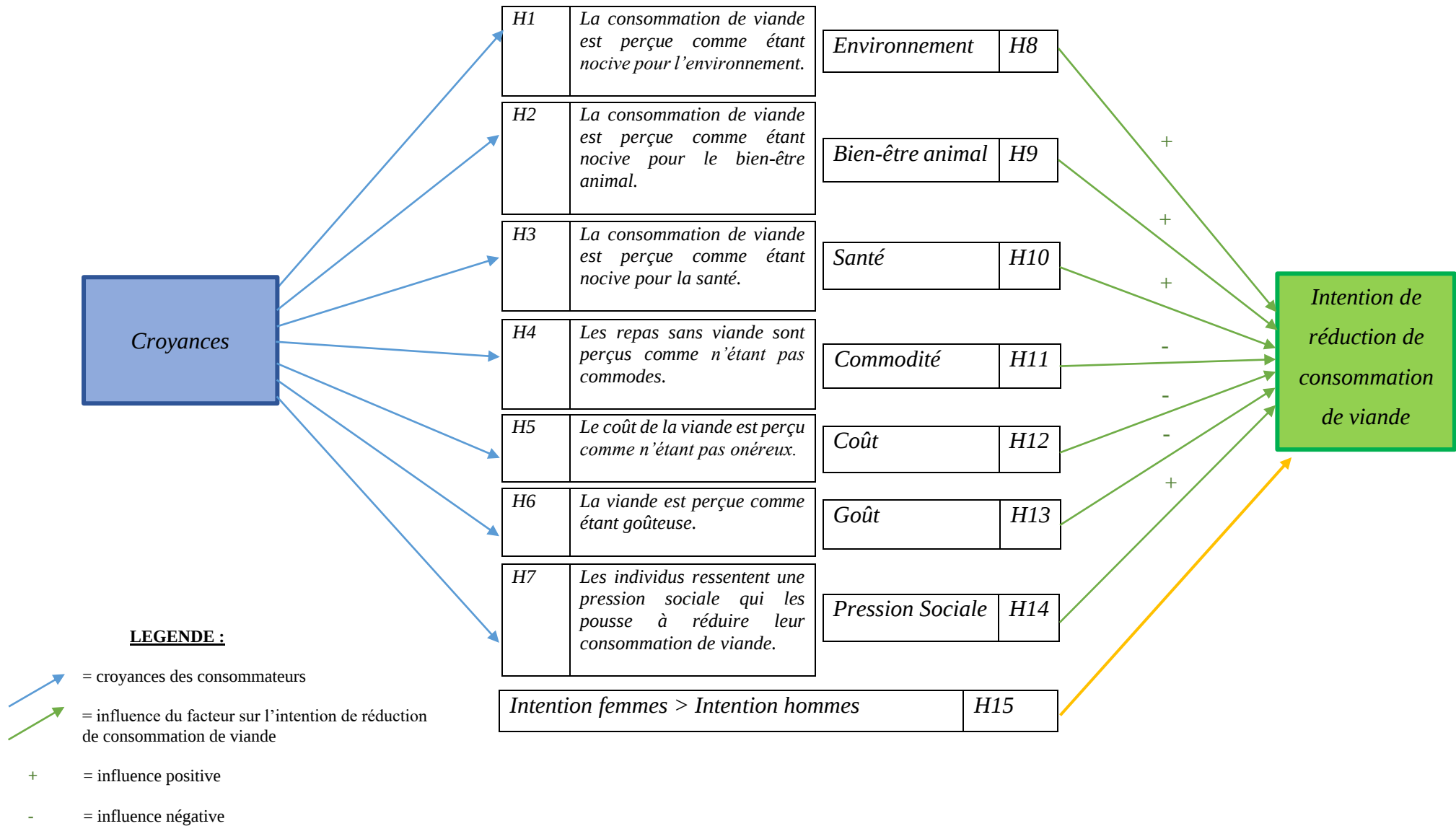
Hypothèse 14 : *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par la pression sociale.*

3. Hypothèse relative à l'intention de réduction entre les hommes et les femmes

Dans la revue de littérature, Lentz et al. (2018) ont démontré que le public le plus enclin à réaliser une réduction de consommation de viande sont les jeunes femmes ayant un certain niveau d'éducation et étant peu conservatrices. En effet, ces auteurs ont démontré que les femmes ont tendance à être moins attachées à la viande par rapport aux hommes et, selon Schenk et al. (2018), elles sont également moins disposées à en manger en grande quantité. Cela amène donc à formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 15 : *Les femmes ont une intention de réduction de consommation de viande significativement plus élevée que les hommes.*

4. Schéma des hypothèses :



CHAPITRE 4 : MÉTHODOLOGIE

1. Procédure et partage du questionnaire

L'objectif de cette étude est de mettre en avant les différents facteurs et croyances ayant une influence sur l'intention de réduire la consommation de viande chez les jeunes entre 18 et 35 ans. Afin de récolter un grand nombre de réponses, il semblait pertinent d'utiliser un questionnaire en ligne, réalisé à partir du logiciel Qualtrics. Des pré-tests ont été réalisés sur trois personnes, à savoir une femme de 23 ans, un homme de 24 ans ainsi qu'un homme de 26 ans, pour assurer le bon fonctionnement du formulaire. Ceci a permis de vérifier l'efficacité, le bon déroulement et la bonne compréhension du questionnaire. Suite à ces pré-tests, les remarques concernant la formulation de certaines questions ont permis de repenser le questionnaire afin de clarifier les questions qui pouvaient poser un problème en termes de compréhension.

Ensuite, le questionnaire final (cf. Annexe I) a pu être partagé en ligne sur différents réseaux sociaux, à savoir Facebook, Instagram, WhatsApp et LinkedIn, afin d'obtenir un maximum de réponses de la part des jeunes entre 18 et 35 ans. En effet, l'utilisation d'un questionnaire en ligne, partagé sur les réseaux sociaux, était le meilleur choix, car cela donnait la possibilité de récolter un grand nombre de réponses sur une courte durée. De plus, ce qui est avantageux avec les réseaux sociaux, c'est que l'effet boule de neige est facilement applicable. En effet, en partageant ce formulaire à mes proches et en demandant de le repartager, cela a permis de toucher plus de personnes. Ainsi, cette méthode m'a permis de récolter 147 réponses en peu de temps. Ces données quantitatives ont ensuite été utilisées afin de pouvoir répondre aux différentes hypothèses.

2. Questionnaire

Le questionnaire a été divisé en quatre grandes parties comprenant des sous-parties. Les items utilisés dans ce formulaire ont été tirés de la littérature, ce qui montre que ceux-ci sont fiables et pertinents (cf. Annexe II).

Les questions ont, dans leur majorité, été construites grâce à une matrice avec une échelle de Likert à 5 ou 7 points, dépendant des questions, allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ». L'ordre des échelles est toujours resté le même afin de ne pas créer de confusion chez les participants : le pôle négatif toujours à gauche et le pôle positif toujours à droite. Enfin,

les participants avaient l'obligation de répondre à toutes les questions afin que leur participation soit valable.

- **Première partie :** Cette partie regroupe les croyances des consommateurs vis-à-vis des sept facteurs influençant la consommation de viande, à savoir l'environnement, le bien-être animal, la santé, la commodité, le coût, le goût ainsi que la pression sociale. Il était demandé aux participants de se positionner grâce à une échelle de Likert à 7 points allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord » vis-à-vis des 18 items. Ce type de question a été choisi, car cela permettait d'avoir une meilleure précision dans les réponses en offrant la possibilité aux répondants de nuancer leur avis.
- **Deuxième partie :** Cette partie porte sur l'analyse des facteurs influençant la consommation de viande de chaque individu. La section comprenait deux questions pour lesquelles les participants devaient montrer pour chacun des facteurs à quel point cela influençait leur envie de réduire leur consommation de viande ou de continuer à en consommer. Ces questions étaient sous forme de matrices avec une échelle de Likert à 5 points, allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord », afin de pouvoir nuancer la façon dont les facteurs influencent la consommation de viande de chaque participant. De plus, une échelle à 5 points a été utilisée, car dans des études antérieures, pour ce type de question, ce nombre de graduations était le plus souvent utilisé (Cordts et al., 2014 ; Pribis, et al., 2010 ; Vanhonacker et al., 2013).
- **Troisième partie :** Cette section analyse l'intention des consommateurs à vouloir réduire leur consommation de viande. Ici, les participants devaient, dans un premier temps, se positionner sur une échelle à 7 points représentant la fréquence de consommation de viande, allant de « Jamais » à « Tous les jours ». Ensuite, ils devaient se positionner à l'aide d'une échelle de Likert à 5 points vis-à-vis des items à propos de l'intention de réduire la consommation de viande. Ce type d'échelle a été choisi, car pour ce même genre de question, concernant les intentions de réduction, la littérature a généralement favorisé les échelles à 5 points, allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord », (De Boer et al., 2016 ; De Groeve, et al., 2017 ; Graca et al., 2015 ; Vanhonacker et al., 2013).
- **Quatrième partie :** Cette dernière partie a pour objectif d'analyser les données démographiques. Ainsi, les participants ont dû donner leur sexe et leur âge en plus de répondre à une question permettant de savoir s'ils avaient bien compris sur quoi le questionnaire portait.

3. Vérification de la fiabilité des réponses

À la fin du questionnaire, une question à choix multiple est venue compléter le formulaire afin de vérifier la validité des réponses en mesurant à quel point les participants ont été attentifs au questionnaire (cf. Annexe I). Cela a permis, par la suite, d'éliminer les réponses des participants n'ayant pas été attentifs, ce qui limitera les erreurs dans l'analyse des résultats.

De plus, certaines réponses ont été éliminées, car elles ont été jugées comme étant non valides pour différentes raisons :

- Les réponses des trois personnes ayant répondu au pré test.
- Les réponses dont la durée de réponse paraissait trop courte.
- Les réponses n'ayant pas respecté les conditions de participations, à savoir ne pas être végétarien (en ne répondant pas par « jamais » dans la fréquence de consommation de viande) et avoir entre 18 et 35 ans.
- Les réponses des personnes qui se sont contentées de répondre seulement par le choix « ni d'accord, ni pas d'accord ».

Ainsi, sur les 147 réponses obtenues, 135 ont été gardées, ce qui représente 92 % du total et donc 8 % de l'ensemble des réponses obtenues étaient non-valides.

4. Échantillon obtenu

Durant toute la période pendant laquelle le questionnaire a été partagé, 147 réponses ont été récoltées.

Comme mentionné plus haut, les participants devaient respecter certaines caractéristiques afin de pouvoir participer au questionnaire. En effet, étant donné que le groupe ciblé par cette étude se trouve être les jeunes adultes entre 18 et 35 ans consommant de la viande, cette condition devait être complétée afin de pouvoir fournir une réponse valide.

Ainsi, après avoir réalisé un tri dans les répondants afin de garder uniquement les réponses cohérentes, les résultats montrent que l'échantillon est relativement équilibré entre les sexes avec 53 % de femmes et 47 % d'hommes (cf. Annexe V).

De plus, la répartition de l'âge des participants a montré que la moyenne d'âge des répondants est de 24.8 ans, allant de 18 à 34 ans, avec un écart type de 3.350 (cf. Annexe IV).

5. L'alpha de Cronbach

La première partie du questionnaire a pour objectif de mesurer les croyances vis-à-vis des facteurs ayant une influence sur la consommation de viande (cf. Annexe I). Cette question est composée de plusieurs items (2 - 4) par facteur (cf. Annexe II), ce qui a permis de pouvoir mieux mesurer le degré d'influence de ces facteurs sur la consommation de viande. Ainsi, avant de commencer l'analyse des résultats, un alpha de Cronbach a été calculé pour mesurer la fiabilité des facteurs (Pleyers, 2020) (cf. Annexe III). Mais, avant cela, pour que tous les items par facteur aient une signification allant dans un même sens, il a fallu réinverser les items inversés. Cette manœuvre a été faite pour le troisième item du facteur « santé » ainsi que les deuxièmes items pour les facteurs « commodité », « coût » et « goût » (cf. Annexe III).

Les alphas de Cronbach pour l'aspect environnemental, le bien-être des animaux, la santé ainsi que la commodité se sont révélés être supérieurs à 0.7, à savoir 0.860, 0.785, 0.867 et 0.750 respectivement (cf. Annexe III), ce qui signifie que les items par facteur mesurent les mêmes caractéristiques. Cela a permis de rassembler les items par facteur sous une même nouvelle variable. Ces nouvelles variables ont été créées en effectuant une moyenne arithmétique des items afin de rester dans l'intervalle de 1 à 7.

Ensuite, pour les items liés au coût, au goût et à la pression sociale, les alphas de Cronbach se sont révélés être inférieurs à 0.7, à savoir 0.067, 0.596 et 0.128 respectivement (cf. Annexe III), ce qui signifie que les items liés à chaque facteur, respectivement, ne mesurent pas les mêmes caractéristiques. Cela n'a donc pas permis de rassembler les items par facteur afin de créer de nouvelles variables. Cela dit, pour les items liés à la pression sociale, les alphas de Cronbach se sont révélés être supérieurs à 0.7 lorsque les items étaient séparés en deux groupes, à savoir ceux qui mesurent le fait que l'entourage approuve qu'un individu poursuive une alimentation végétarienne (items 1 et 2), et ceux qui mesurent l'opinion de l'entourage vis-à-vis de la consommation de viande d'un individu (items 3 et 4) (cf. Annexe III). Ainsi, deux nouvelles variables ont été créées, rassemblant chacune deux items.

Enfin, une question de l'enquête, composée de six items, avait pour but de mesurer l'intention des individus à vouloir réduire leur consommation de viande. L'alpha de Cronbach relatif à cet aspect et regroupant les six items, s'est avéré supérieur à 0.7, à savoir 0.915, ce qui signifie que les items mesuraient les mêmes caractéristiques. Cela a donc permis de rassembler les items sous une même variable « Intention ». Cette nouvelle variable a été créée en effectuant une moyenne arithmétique des items afin de rester dans l'intervalle de 1 à 5.

CHAPITRE 5 : ANALYSE DES DONNÉES ET RÉSULTATS

Ce chapitre a pour objectif principal de se focaliser sur l'analyse des hypothèses mentionnées plus haut afin de pouvoir les affirmer ou les infirmer. Ces différentes analyses ont été réalisées à l'aide du logiciel statistique SPSS. Cela dit, comme mentionné dans la section précédente, certains items ont été combinés sous une même nouvelle variable étant donné que leur alpha de Cronbach était satisfaisant, ce qui signifie que les items mesuraient les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III).

1. Hypothèses relatives aux croyances des participants

1.1 Hypothèse 1 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour l'environnement.

Afin d'analyser cette hypothèse, un One-Sample T-test a été utilisé étant donné que cette hypothèse comprend une variable quantitative, à savoir l'environnement. L'objectif ici est donc de savoir si les individus pensent que la consommation de viande est nocive pour l'environnement.

La p-valeur de ce test étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test est significatif (cf. Annexe VI). De plus, la statistique $t = 4.668$ avec pour degré de liberté 134 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme également le fait que le test soit significatif (cf. Annexe VI).

Ensuite, étant donné que la moyenne est de 4.57, ce qui est légèrement supérieur à 4 (cf. Annexe VI) - le niveau neutre sur l'échelle de Likert à 7 niveaux - cela signifie que selon les croyances des consommateurs, la consommation de viande a tendance à être considérée comme nocive pour l'environnement. Cela permet donc d'affirmer cette hypothèse.

1.2 Hypothèse 2 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour le bien-être animal.

Afin d'analyser cette hypothèse, un One-Sample T-test a été utilisé étant donné que cette hypothèse comprend une variable quantitative, à savoir le bien-être animal. L'objectif ici est donc de savoir si les individus considèrent que la consommation de viande est nocive pour le bien-être des animaux.

La p-valeur de ce test étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test est significatif (cf. Annexe VII). De plus, la statistique $t = 10.874$ avec pour degré de liberté 134 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe VII).

Ensuite, étant donné que la moyenne est de 5.49 (cf. Annexe VII), ce qui est supérieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert, cela signifie que les individus présents dans cet échantillon ont tendance à penser que la consommation de viande est nocive pour le bien-être animal. Cela permet donc d'affirmer l'hypothèse 2.

1.3 Hypothèse 3 : La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour la santé.

Afin d'analyser cette hypothèse, un One-Sample T-test a été utilisé étant donné que cette hypothèse comprend une variable quantitative, à savoir la santé. L'objectif est donc de savoir si les individus croient que la consommation de viande est nocive pour la santé.

La p-valeur étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test est significatif (cf. Annexe VIII). De plus, la statistique $t = -4.482^3$ avec pour degré de liberté 134 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe VIII).

Cela dit, étant donné que la moyenne est de 3.43, ce qui est inférieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe VIII), cela signifie que les participants ne pensent pas que la consommation de viande ait un impact négatif sur la santé.

Ainsi, bien que la p-valeur soit inférieure au seuil 0.05, cela ne permet pas d'affirmer le fait que, selon les individus, la consommation de viande a un impact négatif sur la santé, c'est pourquoi l'hypothèse 3 ne peut pas être affirmée.

1.4 Hypothèse 4 : Les repas sans viande sont perçus comme n'étant pas commodes.

Afin d'analyser cette hypothèse, un One-Sample T-test a été utilisé étant donné que cette hypothèse comprend une variable quantitative, à savoir la commodité des repas sans viande.

³ La loi Student est symétrique par rapport à l'origine. Donc, si nous avons $t_{134, 0.05} = -t_{134, 0.05}$ alors, $-4.482 = 4.482$

L'objectif est donc de voir si les individus ont tendance à croire que les repas végétariens ne sont pas commodes.

La p-valeur du test étant 0.607 au seuil 0.05, cela signifie que le test n'est pas significatif (cf. Annexe IX), ce qui engendre l'infirmerie de cette quatrième hypothèse. De plus, la statistique $t = -0.515^4$ avec pour degré de liberté 134 (df), est inférieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test ne soit pas significatif (cf. Annexe IX). Cela ne permet donc pas d'affirmer l'hypothèse 4. En effet, étant donné que la moyenne est de 3.93, ce qui est légèrement inférieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe IX), cela signifie que les croyances à ce sujet semblent neutres avec une légère tendance à croire que les repas sans viande ne sont pas non-commodes.

1.5 Hypothèse 5 : Le coût de la viande est perçu comme n'étant pas onéreux.

Afin d'analyser cette hypothèse, deux One-Sample T-tests ont été réalisés étant donné que les items en lien avec le coût de la viande ne pouvaient pas être rassemblés en une seule nouvelle variable dû à un alpha de Cronbach non satisfaisant. Ainsi, les deux tests ont pour objectif de savoir si les individus pensent que le coût de la viande est perçu comme n'étant pas onéreux.

Premièrement, la p-valeur de CPrix1 étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test en rapport avec l'item « *Je trouve que le prix de la viande est abordable* » est significatif (cf. Annexe X). De plus, la statistique $t = 5.178$ avec pour degré de liberté 134 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test est significatif (cf. Annexe X). Ensuite, étant donné que la moyenne est de 4.63, ce qui est supérieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe X), cela signifie que les individus ont tendance à croire que le prix de la viande est abordable.

Deuxièmement, la p-valeur de CPrix2 étant 0.118, ce qui est supérieur au seuil 0.05, cela montre que le test vis-à-vis de l'item « *Une alimentation sans viande n'est pas plus coûteuse qu'avec*

⁴ La loi Student est symétrique par rapport à l'origine. Donc, si nous avons $t_{134, 0.05} = -t_{134, 0.05}$ alors, $-0.515 = 0.515$

de la viande » est non significatif (cf. Annexe X). De plus, la statistique $t = -1.572^5$ avec pour degré de liberté 134 (df), est inférieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test ne soit pas significatif (cf. Annexe X).

Ainsi, avec les résultats de ces deux analyses, il en ressort que les individus perçoivent le coût de la viande comme n'étant pas onéreux. En effet, il a d'abord été démontré que les gens ont tendance à trouver le coût de la viande abordable, ne créant donc pas de frein financier vis-à-vis de la consommation de viande. Ensuite, les résultats ont montré que les participants n'expriment pas de perceptions significativement différentes entre le coût d'une alimentation végétarienne ou omnivore. Ainsi, ces résultats permettent d'affirmer le fait que la viande soit considérée comme n'étant pas onéreuse.

1.6 Hypothèse 6 : La viande est perçue comme étant goûteuse.

Afin d'analyser cette hypothèse, deux One-Sample T-tests ont été réalisés étant donné que les items en lien avec le goût de la viande ne pouvaient pas être rassemblés en une seule variable dû à un alpha de Cronbach non satisfaisant. Ainsi, les deux tests ont pour objectif de savoir si les individus ont tendance à penser que la viande est goûteuse.

Premièrement, la p-valeur de CGoût1 étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test vis-à-vis de l'item « *Le goût de la viande me manquerait si j'arrêtais d'en consommer* » est significatif (cf. Annexe XI). De plus, la statistique $t = 8.071$ avec pour degré de liberté 134 (df) est supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe XI).

Ensuite, étant donné que la moyenne est de 5.10, ce qui est supérieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe XI), cela signifie que les individus de cet échantillon ont tendance à penser que la viande leur manquerait s'ils n'en consommaient plus.

⁵ La loi Student est symétrique par rapport à l'origine, nous avons donc $t_{134, 0.05} = -t_{134, 0.05}$ donc, $-1.572 = 1.572$

Deuxièmement, la p-valeur de CGoût2 étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test vis-à-vis de l'item « *Les repas sans viande sont goûteux* » est significatif (cf. Annexe XI). De plus, la statistique $t = -7.560^6$ avec pour degré de liberté 134 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe XI). Ainsi, étant donné que la moyenne est de 2.99, ce qui est inférieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe XI), cela signifie que les participants ne trouvent pas que les repas dépourvus de viande soient goûteux.

Ces deux résultats montrent donc que, selon les participants de cette étude, la viande leur manquerait s'ils n'en consommaient plus, ce qui sous-entend le fait qu'ils aiment le goût de la viande et le plaisir gustatif qu'elle procure. De plus, les résultats affirment le fait que les consommateurs ont tendance à penser que les repas végétariens ne sont pas goûteux. Cela voudrait dire que les repas avec viande sont meilleurs, car il est peu probable qu'une personne n'aime ni l'un ni l'autre, d'autant plus que les participants de cette étude consomment tous de la viande, ce qui implique qu'ils doivent l'apprécier d'une certaine manière. Ces résultats permettent donc d'affirmer cette sixième hypothèse.

1.7 Hypothèse 7 : Les individus ressentent une pression sociale qui les pousse à réduire leur consommation de viande.

Afin d'analyser cette hypothèse, deux One-Sample T-tests ont été réalisés étant donné que les quatre items en lien avec la pression sociale ne pouvaient pas être rassemblés en une seule variable dû à un alpha de Cronbach non satisfaisant. Cela dit, il a été possible de créer deux nouvelles variables, PSociale1 et PSociale2, regroupant respectivement les items 1 et 2 ainsi que les items 3 et 4. Ainsi, les deux tests ont pour objectif de savoir si les individus ont tendance à ressentir une pression sociale les encourageant à réduire leur consommation de viande.

Premièrement, la p-valeur de PSociale1 étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test en lien avec les items 1 et 2, à savoir « *Ma famille/ mes amis approuveraient que je suive un régime alimentaire sans viande* », est significatif (cf. Annexe XII). De plus, la statistique $t = 5.633$ avec pour degré de liberté 134 (df), est supérieure à la valeur critique lue dans la table

⁶ La loi Student est symétrique par rapport à l'origine, nous avons donc $t_{134, 0.05} = -t_{134, 0.05}$ donc $-7.560 = 7.560$

de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe XII).

Ensuite, étant donné que la moyenne est de 4.72, ce qui est supérieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe XII), cela signifie que les individus de cet échantillon ont tendance à croire que leur entourage proche approuverait qu'ils suivent un régime dépourvu de viande.

Deuxièmement, la p-valeur de PSociale2 étant inférieure à 0.001 au seuil 0.05, cela signifie que le test vis-à-vis des items 3 et 4, à savoir « *L'opinion de ma famille/ mes amis sur ma consommation de viande impact mes décisions* », est significatif (cf. Annexe XII). De plus, la statistique $t = -5.772^7$ avec pour degré de liberté 134 (df), est supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 134 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test soit significatif (cf. Annexe XII).

Cela dit, étant donné que la moyenne est de 3.26, ce qui est inférieur au niveau neutre sur cette échelle de Likert (cf. Annexe XII), cela signifie que les consommateurs ne pensent pas que l'opinion de leur entourage influence leur décision au niveau de leur consommation de viande.

Ces résultats signifient donc que les individus pensent que leur entourage approuverait s'ils passaient à un régime végétarien, mais qu'il n'influence pas pour autant leur décision vis-à-vis de leur consommation de viande. Cela ne permet donc pas d'affirmer cette hypothèse, à savoir que les consommateurs ressentent une pression sociale les poussant à réduire leur consommation de viande. En effet, ceux-ci ont tendance à penser qu'ils ne sont pas influencés par l'opinion de leur proche.

2. Hypothèses relatives aux facteurs prédisant l'intention de réduction (Hypothèses 8-14)

Afin de traiter les hypothèses 8 à 14, une régression linéaire multiple a été réalisée en utilisant comme variable dépendante l'intention de réduction de consommation de viande et comme variables indépendantes l'environnement, le bien-être animal, la santé, la commodité des repas végétariens, le coût de la viande, le goût de la viande ainsi que la pression sociale venant des proches.

⁷ La loi Student est symétrique par rapport à l'origine, nous avons donc $t_{134, 0.05} = -t_{134, 0.05}$ donc, $-5.772 = 5.772$

Pour ce qui est des trois dernières variables, étant donné que les items liés à chacune d'elle n'ont pas pu être regroupés en une nouvelle variable, il y aura deux variables liées au coût, à savoir CPrix1 et CPrix2, deux variables pour le goût CGoût1 et CGoût2 ainsi que deux variables liées à la pression sociale PSociale1 et PSociale2.

Cette régression linéaire multiple a été réalisée avec la méthode « Enter » permettant ainsi de retirer au fur et à mesure les variables avec les p-valeurs les moins significatives jusqu'à arriver à un modèle où toutes les variables ont une p-valeur significative au seuil 0.05.

Ainsi, dans ce cas-ci, le modèle final se compose de trois variables indépendantes, à savoir le bien-être animal, la santé ainsi que la commodité. Ensuite, étant donné que des variables ont déjà été retirées du modèle final, car leur p-valeurs n'étaient pas satisfaisantes, cela permet de rejeter les hypothèses concernées par ces variables, à savoir l'hypothèse 8 liée à l'environnement, l'hypothèse 12 liée au coût de la viande, l'hypothèse 13 liée au goût de la viande ainsi que l'hypothèse 14 liée à la pression sociale.

L'analyse des statistiques descriptives liées à la régression finale montre que les corrélations entre l'intention et le bien-être animal ainsi qu'entre l'intention et la santé sont significatives et positives (cf. Annexe XX - corrélation). Cela dit, la corrélation entre l'intention et la commodité est négative et significative (cf. Annexe XX - corrélation).

Pour ce qui est des conditions de validité du modèle, à savoir la condition des résidus indépendants, celle de la loi normale, celle de l'homoscédasticité des résidus, celle de la distance Cook's ainsi que la condition de multicollinéarité, celles-ci ont toutes été vérifiées, ce qui permet d'affirmer le fait que le modèle soit valide (cf. Annexe XXI). De plus, le modèle final explique 68.5% de la variance Y, à savoir l'intention de réduire la consommation de viande, ce qui est un très bon score (cf. Annexe XX – Model Summary). En effet, un R^2 élevé signifie que les variables indépendantes expliquent bien la variable dépendante. Les 31.5 % restants montrent que d'autres facteurs exercent une influence sur l'intention de réduire la consommation de viande.

La p-valeur de la régression étant 0.000 au seuil 0.05 (cf. Annexe XX - Anova), cela signifie que l'intention de réduction de consommation de viande est significativement influencée par le bien-être animal, la santé ainsi que la commodité. De plus, la statistique $F = 95.033$ avec pour degré de liberté 131 et 3 (df), est nettement supérieure à la valeur critique lue dans la table de la loi Fisher au degré de liberté 3 et 131 pour un seuil de signification de 5 %, ce qui confirme

le fait que le test est significatif (cf. Annexe XX - Anova). Ainsi, l'équation obtenue à la suite de cette régression linéaire multiple est la suivante :

$$Y = 0.900 + 0.251\text{Animaux} + 0.382\text{Santé} - 0.139\text{Commodité}. \text{ (cfr Annexe XX - Coefficient)}$$

Ceci signifie que lorsque le bêta « Animaux » et/ou « Santé » augmente, cela augmente l'intention de réduction de consommation de viande des individus. Cependant, si le bêta « Commodité » augmente, cela diminuera leur intention de vouloir réduire leur consommation de viande, et inversement.

Ainsi, ces résultats permettent d'affirmer le fait que l'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal (H9) ainsi que par les préoccupations en termes de santé (H10). Les résultats affirment également le fait que la commodité des repas sans viande (H11) influence négativement l'intention de réduction de consommation de viande. Toutefois, comme cela fut mentionné plus haut dans l'analyse, il n'est pas possible d'affirmer les hypothèses 8, 12, 13 et 14, car l'influence des variables liées à ces hypothèses sur l'intention de réduction de consommation de viande n'est pas significative.

3. Intention de réduction entre les hommes et les femmes

3.1 Hypothèse 15 : Les femmes ont une intention de réduction de consommation de viande significativement plus élevée que les hommes.

Cette dernière hypothèse est analysée à l'aide d'un test-T indépendant afin de comparer l'intention de réduction de consommation de viande (variable quantitative) des femmes par rapport aux hommes (variable qualitative).

L'analyse des statistiques descriptives liées à cette hypothèse montre que l'échantillon est composé de plus de femmes (71 contre 64 hommes) et qu'elles ont en moyenne une intention plus élevée de réduire leur consommation de viande (3,176 contre 2,885 pour les hommes sur une échelle allant jusqu'à 5) (cf. Annexe XXII).

Pour ce qui est de la condition d'égalité des variances, celle-ci est respectée étant donné que la p-valeur du test de Levene est de 0.870 au seuil 0.05, ce qui suppose que les variances sont égales.

Ensuite, dans l'analyse de cette hypothèse, la p-valeur du test étant de 0.129 au seuil 0.05 (cf. Annexe XXII), cela signifie que l'intention de réduction de consommation de viande des

femmes n'est pas significativement plus élevée que celle des hommes, bien qu'elle soit légèrement plus élevée. De plus, la statistique $t = 1.528$ avec pour degré de liberté 133 (df), est inférieure à la valeur critique lue dans la table de la loi de Student au degré de liberté 133 et au seuil de signification de 5 %, ce qui confirme le fait que le test est non significatif (cf. Annexe XXII).

Ainsi, l'hypothèse est rejetée, car il n'est pas possible d'affirmer, dans cette étude, que les femmes ont une intention de réduction de consommation de viande significativement plus élevée que les hommes.

4. Tableau récapitulatif des résultats

Hypothèses	Confirmation/ Infirmer
Hypothèse 1	Confirmation
Hypothèse 2	Confirmation
Hypothèse 3	Infirmer
Hypothèse 4	Infirmer
Hypothèse 5	Confirmation
Hypothèse 6	Confirmation
Hypothèse 7	Infirmer
Hypothèse 8	Infirmer
Hypothèse 9	Confirmation
Hypothèse 10	Confirmation
Hypothèse 11	Confirmation
Hypothèse 12	Infirmer
Hypothèse 13	Infirmer
Hypothèse 14	Infirmer
Hypothèse 15	Infirmer

CHAPITRE 6 : DISCUSSION

Au cours de cette recherche, les croyances des jeunes consommateurs, entre 18 et 35 ans, vis-à-vis de la consommation de viande ont fait ressortir sept facteurs ayant un impact sur la réduction de consommation de viande. Certains l'influencent de manière positive et d'autres de manière négative. Ainsi, dans le chapitre précédent, les quinze hypothèses en rapport avec la revue de littérature ont pu être analysées afin de déterminer si les croyances des consommateurs sont significatives et si les sept facteurs exercent une véritable influence sur l'intention de vouloir réduire la consommation de viande, qu'elle soit positive ou négative. L'objectif de ce chapitre sera donc de comparer les résultats obtenus avec ce qui a été dit dans la revue de littérature.

1. Les croyances

1.1 L'environnement

Au cours de la revue de littérature, il a été mis en avant le fait que la consommation de viande a un impact désastreux sur le réchauffement climatique, la déforestation ou encore la pollution des eaux (Zur & Klöckner, 2014). En effet, l'environnement est mis de plus en plus à rude épreuve à cause de la consommation de viande qui ne cesse d'augmenter. Cela dit, selon Marinova et Bogueva (2019), les consommateurs ont tendance à penser que les préoccupations environnementales n'ont que très peu d'influence sur la décision de réduire ou non leur consommation de viande.

Ainsi, l'hypothèse 1, à savoir « *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour l'environnement* », a été confirmée, permettant ainsi d'observer le fait que, contrairement à ce qui a été observé dans l'étude de Marinova et Bogueva (2019), les participants pensent que la consommation de viande est néfaste pour l'environnement, comme le mentionne un grand nombre d'études telles que celle de Zur et Klöckner (2014). Ainsi, il est possible d'en déduire qu'au plus une personne accordera de l'importance à cette croyance vis-à-vis de l'environnement, au moins celle-ci sera tentée de manger de la viande.

1.2 Le bien-être animal

Dans la partie théorique de ce mémoire, il a été démontré que le bien-être des animaux est réellement mis en péril à cause de la consommation de viande, et principalement lorsque celle-

ci est industrielle (Clonan et al., 2015). Ainsi, les personnes se préoccupant du bien-être des animaux ont tendance à moins apprécier et donc moins consommer la viande étant produite de manière industrielle (Anderson & Barrett, 2016).

En effet, l'hypothèse 2, à savoir « *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour le bien-être animal* », a été confirmée. Cela signifie que les individus perçoivent la consommation de viande comme étant un obstacle pour le bien-être des animaux. Ainsi, il est possible d'en déduire qu'au plus une personne s'avère sensible au bien-être animal, au moins cette personne consommera de la viande industriellement produite, ce qui confirme ce que Anderson et Barrett (2016) ont démontré.

1.3 La santé

Dans la revue de littérature, la santé occupe une place importante et est considérée comme l'un des facteurs ayant l'influence la plus importante sur la réduction de consommation de viande (Hoffman et al., 2013). En effet, il a été prouvé que la viande pouvait avoir des impacts néfastes sur notre santé en engendrant certaines maladies non communicables telles que des cancers, des diabètes de type 2 ou encore des maladies cardiovasculaires (Etemadi et al., 2017). Cependant, certaines personnes sont persuadées que la viande est un élément nécessaire pour le bon fonctionnement du corps humain en permettant à l'homme d'avoir les protéines nécessaires pour son bon développement (Marinova & Bogueva, 2019).

Ainsi, en analysant l'hypothèse 3, à savoir « *La consommation de viande est perçue comme étant nocive pour la santé* », il n'a pas été possible de la confirmer. En effet, bien que la p-valeur ait été satisfaisante, l'hypothèse a montré que les individus ont tendance à penser que la consommation de viande n'a pas d'effet nocif sur leur santé. Ce résultat va donc dans le sens opposé de ce que les autres études recommandent afin de se maintenir en bonne santé, à savoir de diminuer ou de ne plus consommer de viande (Rohrmann, et al., 2013). Cela dit, ce résultat reflète ce que Marinova et Bogueva (2019) ont démontrés, à savoir le fait que certains consommateurs pensent que la viande est nécessaire pour se maintenir en bonne santé. Ainsi, cette analyse montre que les individus ont tendance à penser que la consommation de viande n'affecte pas leur santé, ce qui ne leur crée donc pas de barrières vis-à-vis de la consommation de viande.

1.4 La commodité des plats sans viande

Au cours de la partie théorique, la commodité de la viande a été considérée comme un frein important vis-à-vis de la transition vers un régime alimentaire dépourvu de viande, car les consommateurs ont tendance à croire que c'est compliqué d'entamer un régime contenant peu ou pas de viande (Schenk et al., 2018). En effet, selon les individus, une alimentation variée et équilibrée peut être difficile à atteindre si la viande n'est plus présente (Lea et al., 2006). Ceci est causé par le fait que les individus ne trouvent pas facilement des recettes inspirantes et variées sans viande (Lea et al., 2006). De plus, les consommateurs ont tendance à trouver les repas dépourvus de viande comme étant peu pratiques et compliqués à réaliser à cause du manque de connaissances à ce sujet (Corrin & Papadopoulos, 2017). Ainsi, cela leur demande un effort plus important pour combler leurs lacunes afin de s'instruire sur la façon de préparer un tel plat (Corrin & Papadopoulos, 2017).

Cependant, l'hypothèse 4, à savoir « *Les repas sans viande sont perçus comme n'étant pas commode* », n'a pas été confirmée. En effet, dans cette étude, les individus semblent neutres sur le sujet. Ainsi, le fait qu'ils n'aient pas d'avis prononcé sur le sujet, signifie que cela n'a sans doute pas d'influence sur leur consommation de viande, ce qui ne reflète pas ce que la littérature met en avant. Cela dit, ceci peut être expliqué par le fait qu'il existe de plus en plus de livres de recettes, de magazines tels que « ELLE à table » ainsi que de compte sur les réseaux sociaux promouvant des recettes saines, équilibrées et végétariennes.

1.5 Le coût de la viande

Au cours de la revue de littérature, il a été possible d'observer que le coût de la viande peut être perçu comme étant élevé. En effet, pour certains consommateurs, le prix de la viande leur paraît élevé, ce qui les freine à en consommer (Lea & Worsley, 2003). Par exemple, pour les mères de famille ou les personnes désirant diminuer leur consommation de viande, le prix de celle-ci est un argument idéal à leurs yeux pour justifier leur intention de vouloir diminuer leur consommation de viande (Kemper, 2020). Cependant, de nos jours, le prix de la viande est de moins en moins considéré comme étant une barrière à la consommation de viande (de Bakker & Dagevos, 2012). En effet, celle-ci est de plus en plus vendue à des prix imbattables, ce qui permet aux individus d'avoir un pouvoir d'achat supérieur, ne les freinant donc pas dans leur consommation de viande (de Bakker & Dagevos, 2012).

Ainsi, hypothèse 5, à savoir « *Le coût de la viande est perçu comme n'étant pas onéreux* », a été confirmée. En effet, d'une part CPrix1, à savoir « *Je trouve que le prix de la viande est*

abordable », ayant une p-valeur inférieure au seuil 0.05, cela met en avant le fait que les participants pensent que la viande est abordable financièrement. D'autre part, CPrix2, à savoir « *Une alimentation sans viande n'est pas plus coûteuse qu'avec de la viande* », ayant une p-valeur supérieure au seuil 0.05, cela démontre que les participants n'ont pas de croyances suffisamment prononcées vis-à-vis de cet item. Ces deux résultats montrent donc que le coût de la viande est considéré comme n'étant pas onéreux.

1.6 Le goût de la viande

Dans la partie théorique, il a été montré que le goût de la viande est considéré comme un frein afin de réduire la consommation de viande pour la majorité des individus. Ceux-ci ont tendance à percevoir la viande comme ayant une texture ainsi qu'un goût meilleur que ses substituts (Piazza et al., 2015). En effet, les consommateurs pensent que les plats végétariens ont peu de goût (Marinova & Bogueva 2019). Ainsi, lorsqu'une personne est attachée au goût de la viande, il est difficile pour elle de diminuer la quantité de viande qu'elle consomme (Schenk et al., 2018). De plus, selon Dagevos et Voordouw (2013), les consommateurs ne sont généralement pas enthousiastes vis-à-vis de la réduction de consommation de viande, car ils perçoivent les substituts végétariens comme étant moins appétissants et moins attractifs que la viande.

Ainsi, l'analyse de l'hypothèse 6, à savoir « *La viande est perçue comme étant goûteuse* », a permis de confirmer ce qui a été démontré dans les études précédentes. En effet, d'une part, l'analyse de la variable CGoût1, à savoir « *Le goût de la viande me manquerait si j'arrêtais d'en consommer* », a mis en avant le fait que les participants ont tendance à croire que s'ils arrêtaient de consommer de la viande cela leur manquerait. Cela pousse à croire qu'ils aiment le goût de la viande et le plaisir gustatif qu'elle procure. D'autre part, l'analyse de la variable CGoût2, à savoir « *Les repas sans viande sont goûteux* », a mis en avant le fait que les participants ont tendance à croire que les repas sans viande ne sont justement pas goûteux. Cela pousse à penser qu'au plus une personne trouvera que les repas sans viande ne sont pas goûteux, au moins celle-ci voudra réduire sa consommation de viande. Ainsi, ces deux résultats permettent de confirmer le fait que les consommateurs perçoivent la viande comme étant goûteuse, ce qui confirme ce qui a été révélé dans la littérature.

1.7 La pression sociale

Selon la revue de littérature, la pression sociale influence de façon conséquente la consommation de viande d'une personne (Sanchez-Sabate et Sabaté, 2019). En effet, les

individus peuvent facilement être influencés par leur famille ou amis proches au niveau de leur consommation de viande (Schenk et al., 2018). Ainsi, lorsqu'un individu est entouré de personnes consommant peu de viande, cela a tendance à l'encourager à diminuer sa consommation de viande ou de ne plus en consommer, et inversement (Schenk et al., 2018). De plus, étant à une époque où sauver notre planète devient un objectif important aux yeux de nombreuses personnes, de plus en plus de normes promeuvent la réduction de consommation de viande (Sanchez-Sabate et Sabaté, 2019).

Ainsi, l'analyse de l'hypothèse 7, à savoir « *Les individus ressentent une pression sociale qui les pousse à réduire leur consommation de viande.* », a permis d'analyser si les consommateurs ressentaient réellement une pression sociale les poussant à réduire leur consommation de viande. Il en est ressorti que les participants pensent que leur entourage approuverait qu'ils poursuivent un régime alimentaire sans viande (PSociale1) mais, en revanche, ils ne croient pas que leur entourage influence leurs décisions vis-à-vis de leur consommation de viande (PSociale2). Cela ne permet donc pas d'affirmer cette hypothèse étant donné que les consommateurs ont tendance à croire qu'ils ne sont pas influencés par l'opinion de leur proche. Ainsi, cela pousse à croire qu'ils ne ressentent pas de pression sociale, ce qui ne reflète pas ce que la littérature a mis en avant. Cette divergence avec la littérature peut s'expliquer par le fait que cette partie de la recherche s'intéresse aux croyances des participants et non aux faits réels comme c'est le cas dans la revue de littérature. En effet, il se peut qu'il y ait un décalage entre les croyances des consommateurs et les faits réels.

2. L'intention de réduction de consommation de viande

2.1 Influence positive

Au cours de la revue de littérature, il a été souligné que les deux facteurs ayant l'influence la plus pertinente et positive sur l'intention de réduire la consommation de viande étaient la santé et le bien-être animal (Apostolidis & McLeay, 2019). De nombreuses preuves existent sur les deux sujets démontrant que la consommation de viande exerce une influence négative sur la santé ainsi que sur le bien-être des animaux. En effet, d'une part, la consommation de viande génère diverses maladies non communicables telles que des cancers, des maladies cardiovasculaires ou encore des diabètes de type 2 (Etemadi et al., 2017). D'autre part, selon Clonan et al. (2015), la production industrielle de viande, et donc sa consommation, affecte énormément le bien-être des animaux. Ainsi, d'après Anderson et Barrett (2016), les personnes

se préoccupant du bien-être des animaux ont tendance à moins apprécier et donc moins consommer la viande étant produite de manière industrielle.

La régression linéaire multiple a permis de confirmer ce qui a été dévoilé dans la revue de littérature en mettant également la santé et le bien-être animal comme étant les arguments les plus influents afin de motiver les individus à réduire leur consommation de viande. En effet, premièrement, l'hypothèse 10, à savoir « *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations en termes de santé* », a mis en avant le fait que la santé est le facteur ayant l'influence positive la plus prononcée sur l'intention de réduire la consommation de viande. En effet, cette variable a le coefficient le plus élevé dans la régression obtenue (cf. Annexe XX – Coefficient). Cela démontre que les impacts sur la santé sont réellement pris en considération par les consommateurs lorsqu'ils réfléchissent à leur intention de réduire leur consommation de viande. Cela dit, comme vu plus haut dans les analyses de résultats, les individus ont des croyances qui définissent la consommation de viande comme n'ayant pas d'impact néfaste sur la santé, ce qui est donc contradictoire. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'être humain peut raisonner de manière tout à fait irrationnelle et cela peut donc générer des comportements incohérents (Fournier & Bujold, 2012).

Deuxièmement, l'hypothèse 9, à savoir « *L'intention de réduire la consommation de viande est influencée positivement par les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal* », a permis de confirmer le fait que les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal exercent une influence positive sur l'intention de réduire la consommation de viande. Autrement dit, cela montre qu'au plus un consommateur est sensible au bien-être animal, au plus celui-ci aura la volonté de réduire sa consommation de viande, ce qui confirme les propos de Anderson et Barrett (2016).

Pour ce qui est de l'environnement, il s'est avéré que ce facteur n'exerce pas une influence suffisamment élevée pour se retrouver dans le modèle final, bien que les individus aient des croyances qui soutiennent le fait que la consommation de viande soit nocive pour l'environnement. Ainsi, cela peut s'expliquer par le fait que, tout comme la revue de littérature le démontre, les préoccupations environnementales ne sont pas souvent citées comme étant l'une des raisons principales afin de vouloir réduire la consommation de viande (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). De plus, dans l'article de Marinova et Bogueva (2019), 51.6 % des participants de leur échantillon ne pensent pas que la consommation de viande engendre des dégâts sur l'environnement. Ainsi, ces deux arguments permettraient de justifier la raison pour

laquelle l'environnement n'est pas cité comme étant un argument primaire vis-à-vis de l'intention de réduction de consommation de viande dans cette étude. Cela dit, cette situation est très inquiétante étant donné l'ampleur des dégâts que la consommation de viande génère sur l'environnement, à savoir le réchauffement climatique, la perte de biodiversité, la pollution des eaux ou encore la déforestation, ce qui met en péril tout l'avenir de la planète (Lentz et al., 2018). Il serait ainsi intéressant de créer des initiatives afin de conscientiser la population à ce propos.

2.2 Influence négative

Dans la revue de littérature, trois catégories de barrières vis-à-vis de la réduction de consommation de viande ont été décrites, à savoir les barrières personnelles, sociales et pratiques.

2.2.1 Barrières personnelles

Parmi les facteurs utilisés dans la régression, les barrières personnelles reprennent les arguments en lien avec le goût de la viande, le coût de celle-ci ainsi que la santé.

Premièrement, pour la majorité des individus, le goût et le plaisir que la viande procure sont considérés comme étant des freins majeurs afin de vouloir réduire leur consommation de viande (Schenk et al., 2018). En effet, les consommateurs ont tendance à penser que les substituts de la viande ont un goût fade et une texture peu plaisante, ce qui rend la transition vers un régime dépourvu de viande plus compliquée (Dagevos & Voordouw, 2013). Ainsi, à partir du moment où une personne accorde de l'importance au goût de la viande et l'associe à une forme de plaisir, cela devient difficile pour cette personne de vouloir diminuer sa consommation de viande (Schenk et al., 2018). Cela dit, la régression effectuée n'a pas permis de confirmer le fait que le goût exerçait une influence importante sur l'intention de réduction de consommation de viande. Cela laisse entendre que les participants de cette étude ne considèrent pas le goût de la viande comme étant un élément important afin de justifier leur résistance vis-à-vis de la réduction de consommation de viande. Ceci est étonnant étant donné que les consommateurs ont des croyances prononcées vis-à-vis du goût de la viande, la considérant comme goûteuse. En effet, avec les résultats obtenus en termes de croyances, nous aurions pu nous attendre à ce que cela ait un impact négatif sur l'intention de réduction de consommation de viande. Cela dit, l'absence du facteur « goût » dans le modèle final peut s'expliquer par le fait, qu'aux yeux des

consommateurs, cet argument n'a pas une influence suffisamment prononcée sur leur intention de réduction de consommation de viande. Ainsi, cela expliquerait la raison pour laquelle ce facteur n'est pas repris dans le modèle final.

Ensuite, pour ce qui est du coût de la viande, la revue de littérature a mis en avant le fait que le prix de celle-ci n'est plus une barrière pour de nombreuses personnes étant donné que la viande est de plus en plus vendue à des prix imbattables, permettant aux consommateurs de se la procurer facilement et régulièrement (de Bakker & Dagevos, 2012). Cela dit, la régression effectuée n'a pas permis de confirmer le fait que le coût exerçait une influence négative sur l'intention de réduction de consommation de viande. Cela laisse entendre que les participants de cette étude ne considèrent pas le coût de la viande comme étant un élément important afin de justifier leur résistance vis-à-vis de la réduction de consommation de viande. Cela est peut-être dû au fait que les prix des substituts atteignent des prix équivalents à ceux de la viande, ce qui ne permettrait donc pas aux consommateurs d'avoir une préférence entre l'un ou l'autre en termes de prix (Schenk et al., 2018).

Enfin, pour certaines personnes, la santé peut être considérée comme une barrière. En effet, malgré les preuves existantes, certains consommateurs sont persuadés qu'il est nécessaire de consommer de la viande afin d'avoir tous les nutriments nécessaires pour que le corps fonctionne correctement (Marinova & Bogueva, 2019). Cela dit, la régression effectuée a déterminé la santé comme étant un facteur permettant d'influencer positivement l'intention de réduction de consommation de viande.

2.2.2 Barrières sociales

Parmi les facteurs utilisés dans la régression, les barrières sociales reprennent l'argument de la pression sociale poussant les individus à réduire leur consommation de viande.

La revue de littérature a permis de mettre en avant le fait que la pression sociale influence la consommation de viande d'une personne (Sanchez-Sabate et Sabaté, 2019). En effet, les jeunes adultes étant facilement influencés par leur entourage proche, ils ont tendance à adapter leur consommation de viande en fonction de l'opinion que leur famille et amis ont sur le sujet (Schenk et al., 2018). Ainsi, si l'entourage est favorable à la réduction de consommation de viande, la personne sera plus encline à en consommer moins ou pas du tout, et inversement (Schenk et al., 2018). De plus, avec la situation environnementale actuelle, de plus en plus

d'organisations, de pétitions et de mouvements naissent afin de pousser les individus à réduire leur consommation de viande (Sanchez-Sabate et Sabaté, 2019).

Cela dit, la régression effectuée n'a pas permis de confirmer le fait que la pression sociale influence de manière positive l'intention de réduction de consommation de viande. En effet, les variables liées à la pression sociale, à savoir PSociale1 et PSociale2, ont été rejetées du modèle final étant donné que les p-valeurs étaient non satisfaisantes. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que l'entourage ait un avis relativement neutre sur le sujet, ce qui n'influence donc pas les décisions des individus en leur laissant la possibilité de faire leur propre choix.

2.2.3 Barrières pratiques

Parmi les facteurs utilisés dans la régression, les barrières pratiques reprennent la variable liée à la commodité des repas sans viande. Celle-ci est considérée comme étant un obstacle important afin de réduire la consommation de viande (Schenk et al., 2018). En effet, selon Corrin et Papadopoulos (2017), les consommateurs trouvent généralement que les repas végétariens sont peu variés et compliqués à réaliser à cause du manque de connaissances sur le sujet. Ainsi, la régression effectuée a mis en avant le fait que la commodité des plats sans viande exerce une influence significative sur l'intention de réduction de consommation de viande. En effet, ce facteur influence négativement les décisions des consommateurs quant à leur intention de vouloir réduire leur consommation de viande. Cela laisse entendre que la mauvaise commodité des plats végétariens est un élément important afin d'expliquer pourquoi il est compliqué de réduire la consommation de viande. Toutefois, dans l'analyse des croyances vis-à-vis de la commodité des plats végétariens, il a été démontré que les consommateurs avaient un avis neutre sur le sujet. Ainsi, il est intéressant de voir que par rapport aux croyances, ici, la commodité joue un vrai rôle concernant l'intention de réduction de consommation de viande, comme cela a été démontré dans la revue de littérature. Cette différence peut être due au décalage qu'il peut y avoir entre les croyances et les intentions (Laestadius et al., 2013)

3. L'intention de réduction entre les genres

Dans la partie théorique, certains auteurs ont comparé l'intention de réduction de consommation de viande des hommes avec celle des femmes. Ainsi, selon Schenk et al. (2018), les résultats montraient que les femmes ont une intention de réduction généralement plus élevée que les hommes, car celles-ci ont tendance à être moins attachées à la viande en comparaison aux

hommes. En effet, pour eux, la consommation de viande représente leur masculinité, leur virilité ainsi que leur force (Kildal & Syse, 2017).

Cependant, l'hypothèse 15, à savoir « *Les femmes ont une intention de réduction de consommation de viande significativement plus élevée que les hommes* », a révélé qu'il n'y avait pas de différence significative, bien que les femmes aient une légère intention plus élevée que les hommes dans cet échantillon (3,176 contre 2,885 pour les hommes). Ce résultat n'est donc pas tout à fait en accord avec ce que la littérature a montré. Cela dit, il est possible que les hommes entre 18 et 34 ans soient désormais plus ouverts par rapport au régime sans viande. En effet, il se peut qu'aujourd'hui, les hommes accordent moins d'importance à la viande pour justifier leur masculinité et virilité.

CHAPITRE 7 : LIMITES ET PISTES FUTURES

Après toutes ces analyses, certaines limites ressortent, ouvrant ainsi la voie à des pistes futures sur le sujet afin de pouvoir l’approfondir davantage.

1. Limite géographique

Bien que les articles analysés dans la revue de littérature concernent différents pays, notre recherche s’est focalisée sur la Belgique. En effet, le questionnaire ayant été publié au sein de mon cercle d’amis en profitant de l’effet boule de neige, celui-ci a touché principalement des Belges. Ainsi, cela peut expliquer la raison pour laquelle les résultats ne sont pas toujours en accord avec ce qui a été vu dans la revue de littérature. En effet, les croyances ainsi que l’intention de vouloir réduire la consommation de viande peuvent considérablement changer d’un pays à un autre, dépendant de la culture et des traditions (Sanchez-Sabate & Sabaté, 2019). Dans cette étude-ci, il n’est donc pas possible de généraliser ces résultats à l’échelle internationale, mais seulement à l’échelle nationale. Il serait alors intéressant, dans les recherches à venir, de répliquer cette étude dans différents pays pour avoir une vue plus globale sur la situation continentale ou mondiale.

2. Échantillon

L’échantillon de cette étude n’étant pas grand, à savoir 135 participants, cela peut rendre la généralisation à l’échelle nationale plus compliquée. En effet, au plus il y a de participants à une enquête, au plus la population concernée est bien représentée, ce qui permet de faire des généralisations de résultats plus facilement en limitant les erreurs (Kemper 2020).

De plus, l’étude s’intéresse aux jeunes adultes entre 18 et 35 ans mais, 67 % des participants se trouvent entre 21 et 25 ans. Cela signifie que les participants au-dessus de cet âge-là et surtout au-dessus de 30 ans (11 % de l’échantillon) n’ont que très peu de poids dans cette étude (Annexe XXIII).

Ainsi, pour les recherches futures, il serait idéal de se concentrer sur un échantillon plus large avec plus de participants dans la tranche d’âge entre 25 et 35 ans afin de pouvoir faire une meilleure généralisation des résultats sur l’ensemble de la population concernée.

3. Limite méthodologique

Ayant fait cette étude en analysant les croyances ainsi que les facteurs ayant le plus d'influence sur l'intention de réduction de consommation de viande des individus à un moment « t », il n'est pas possible d'observer si ces personnes vont avoir un changement dans leurs croyances et intentions sur le long terme. En effet, cela peut être intéressant de voir si les participants changent leurs croyances et intentions avec le temps. Ainsi, pour les recherches futures, cela serait une vraie valeur ajoutée de réaliser une étude longitudinale afin de pouvoir observer l'évolution des croyances et intentions vis-à-vis de la réduction de consommation de viande.

4. Croyances et intentions

Des divergences entre les croyances et les intentions ont pu être observées durant les analyses au niveau de plusieurs variables, à savoir l'environnement, la santé, la commodité et le goût.

Premièrement, les consommateurs pensent que la consommation de viande est nocive pour l'environnement, ce qui pousse à croire que ce facteur influence positivement l'intention de réduction de consommation de viande. Cependant, la régression a démontré que ce facteur n'exerce pas d'influence significative sur leur intention de réduction.

Ensuite, les participants considèrent que la consommation de viande n'est pas nocive pour leur santé, ce qui dans un premier temps pousse à croire que ce facteur ne crée pas de barrière vis-à-vis de la consommation de viande. Pourtant, l'analyse de la régression a démontré que c'est le facteur qui a l'influence positive la plus prononcée sur l'intention de réduction de consommation de viande.

De plus, pour ce qui est de la commodité, les analyses ont révélé que les individus ont un avis neutre vis-à-vis de la commodité des repas végétariens, ce qui pousse à croire que ce facteur n'a donc pas d'influence sur leur consommation de viande. Toutefois, la commodité exerce une influence significative et négative sur l'intention de réduire la consommation de viande, ce qui crée un décalage entre les croyances et les intentions.

Enfin, pour ce qui est du goût de la viande, les croyances ont montré que la viande était goûteuse et que celle-ci manquerait aux consommateurs s'ils n'en consommaient plus, ce qui pousse à croire que le goût joue un rôle important. Cependant, la régression a démontré que ce facteur n'exerce pas d'influence significative sur l'intention de réduction de consommation de viande. Ainsi, il serait intéressant de comprendre les différences entre croyances et intentions au niveau de la consommation de viande dans les recherches futures.

5. Régimes végétaliens

Lors de cette étude, je me suis intéressée aux facteurs et aux croyances influençant l'intention de réduction de consommation de viande des individus. Cela dit, je ne me suis pas attardée sur les croyances que les consommateurs peuvent avoir vis-à-vis de la consommation de poisson, d'œufs ou encore de produits laitiers, faisant parties de l'alimentation végétarienne. En effet, ces aliments ont également des impacts néfastes sur le bien-être animal ou encore sur l'environnement, bien que ceux-ci soient moins désastreux que ceux engendrés par la consommation de viande (Green et al., 2015). Ainsi, il serait intéressant de voir si les motivations et croyances vis-à-vis des régimes sans viande semblent similaires à celles en lien avec les régimes végétaliens, qui ne contiennent aucun produit provenant d'un animal.

CHAPITRE 8 : CONCLUSION

L'objectif de cette étude était de répondre aux questions suivantes : « *Quelles sont les croyances des jeunes entre 18 et 35 ans vis-à-vis de la consommation de viande ? Quels sont les facteurs qui influencent l'intention de réduction de consommation de viande chez les jeunes entre 18 et 35 ans ?* ». Pour ce faire, une analyse des articles scientifiques a été requise afin de trouver quelles croyances les individus ont à propos de la viande, ce qui, par la suite, a permis de définir une liste de facteurs exerçant une influence sur l'intention de réduire la consommation de viande. Cela m'a permis de me rendre compte de l'importance de certaines croyances ainsi que de voir quels facteurs sont considérés comme jouant un rôle important dans l'intention que les individus ont de vouloir réduire leur consommation de viande. De plus, cette analyse a permis de poser des hypothèses afin de pouvoir répondre à la question de recherche.

À partir de ces hypothèses, un questionnaire a été réalisé et complété par 135 personnes entre 18 et 35 ans, après avoir supprimé les réponses non valides. Dans un premier temps, les résultats ont mis en avant le fait que les croyances en faveur de l'intention de réduction de consommation de viande sont en lien avec les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal et les préoccupations environnementales. Cela dit, les croyances n'allant pas en faveur de l'intention de réduction de consommation de viande sont au nombre de trois, à savoir le goût de la viande, le coût de celle-ci et la santé.

Ensuite, la seconde partie des résultats a permis de définir les deux facteurs exerçant l'influence la plus prononcée et positive vis-à-vis de l'intention de réduction de consommation de viande chez les jeunes adultes entre 18 et 35 ans, à savoir le bien-être animal et la santé. Cela signifie qu'au plus une personne accorde de l'importance à l'un de ces facteurs (ou les deux), au plus elle aura l'intention de vouloir réduire sa consommation de viande.

Il a également été possible de définir le facteur qui, au contraire, exerce l'influence négative la plus prononcée vis-à-vis de l'intention de réduction, à savoir la commodité des plats sans viande, qui est loin d'être optimale pour un bon nombre de consommateurs. En effet, au plus les individus sont sensibles à ce critère, au moins ils ont envie de réduire leur consommation de viande. Ainsi, il serait intéressant de travailler sur la commodité des plats végétariens afin de les rendre plus attractifs et variés aux yeux des consommateurs, ce qui rendrait les individus plus favorables vis-à-vis de l'intention de réduction de consommation de viande.

De plus, contrairement à ce que la revue de littérature démontre, chez les jeunes adultes non-végétariens entre 18 et 35 ans, les femmes n'ont pas une intention de réduction significativement plus élevée que les hommes, bien que leur intention soit légèrement plus élevée.

Pour conclure, il serait intéressant de travailler sur les croyances des consommateurs afin qu'ils se rendent compte des dégâts causés par la consommation de viande. De cette façon, cela motivera davantage les individus à souhaiter réduire leur consommation de viande, ce qui les rendra plus enclins à se diriger vers un régime alimentaire plus durable et sain afin de préserver leur santé et celle de la planète.

BIBLIOGRAPHIE

- Aleksandrowicz, L., Green, R., Joy, E. J. M., Smith, P., & Haines, A. (2016). The Impacts of Dietary Change on Greenhouse Gas Emissions, Land Use, Water Use, and Health : A Systematic Review. *PLOS ONE*, 11(11), e0165797. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0165797>
- Anderson, E. C., & Barrett, L. F. (2016). Affective Beliefs Influence the Experience of Eating Meat. *PLOS ONE*, 11(8), e0160424. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0160424>
- Apostolidis, C., & McLeay, F. (2019). To meat or not to meat? Comparing empowered meat consumers' and anti-consumers' preferences for sustainability labels. *Food Quality and Preference*, 77, 109-122. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.04.008>
- Asner, G. P., Elmore, A. J., Olander, L. P., Martin, R. E., & Harris, A. T. (2004). GRAZING SYSTEMS, ECOSYSTEM RESPONSES, AND GLOBAL CHANGE. *Annual Review of Environment and Resources*, 29(1), 261-299. <https://doi.org/10.1146/annurev.energy.29.062403.102142>
- Aune, D., Ursin, G., & Veierød, M. B. (2009). Meat consumption and the risk of type 2 diabetes : A systematic review and meta-analysis of cohort studies. *Diabetologia*, 52(11), 2277-2287. <https://doi.org/10.1007/s00125-009-1481-x>
- Baroni, L., Cenci, L., Tettamanti, M., & Berati, M. (2007). Evaluating the environmental impact of various dietary patterns combined with different food production systems. *European Journal of Clinical Nutrition*, 61(2), 279-286. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1602522>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior : Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352-356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Boulanger, P.-M., & Mainguy, G. (s. d.). *Three strategies for sustainable consumption*. 11.
- Burkert, N. T., Muckenhuber, J., Großschädl, F., Rásky, É., & Freidl, W. (2014). Nutrition and Health – The Association between Eating Behavior and Various Health Parameters : A Matched Sample Study. *PLoS ONE*, 9(2), e88278. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0088278>
- Carfora, V., Caso, D., & Conner, M. (2017). Correlational study and randomised controlled trial for understanding and changing red meat consumption : The role of eating identities. *Social Science & Medicine*, 175, 244-252. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2017.01.005>

- Chan, D. S. M., Lau, R., Aune, D., Vieira, R., Greenwood, D. C., Kampman, E., & Norat, T. (2011). Red and Processed Meat and Colorectal Cancer Incidence : Meta-Analysis of Prospective Studies. *PLoS ONE*, 6(6), e20456. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0020456>
- Choi, Y. (2013). Consumption of red and processed meat and esophageal cancer risk : Meta-analysis. *World Journal of Gastroenterology*, 19(7), 1020. <https://doi.org/10.3748/wjg.v19.i7.1020>
- Clonan, A., Wilson, P., Swift, J. A., Leibovici, D. G., & Holdsworth, M. (2015). Red and processed meat consumption and purchasing behaviours and attitudes : Impacts for human health, animal welfare and environmental sustainability. *Public Health Nutrition*, 18(13), 2446-2456. <https://doi.org/10.1017/S1368980015000567>
- Cordts, A., Nitzko, S., & Spiller, A. (2014). *Consumer Response to Negative Information on Meat Consumption in Germany*. 24.
- Corrin, T., & Papadopoulos, A. (2017). Understanding the attitudes and perceptions of vegetarian and plant-based diets to shape future health promotion programs. *Appetite*, 109, 40-47. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.11.018>
- Dagevos, H., & Voordouw, J. (2013). Sustainability and meat consumption : Is reduction realistic? *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 60-69. <https://doi.org/10.1080/15487733.2013.11908115>
- De Backer, C. J. S., & Hudders, L. (2014). From Meatless Mondays to Meatless Sundays : Motivations for Meat Reduction among Vegetarians and Semi-vegetarians Who Mildly or Significantly Reduce Their Meat Intake. *Ecology of Food and Nutrition*, 53(6), 639-657. <https://doi.org/10.1080/03670244.2014.896797>
- De Groeve, B., & Bleys, B. (2017). Less Meat Initiatives at Ghent University : Assessing the Support among Students and How to Increase It. *Sustainability*, 9(9), 1550. <https://doi.org/10.3390/su9091550>
- de Bakker, E., & Dagevos, H. (2012). Reducing Meat Consumption in Today's Consumer Society : Questioning the Citizen-Consumer Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(6), 877-894. <https://doi.org/10.1007/s10806-011-9345-z>
- de Boer, J., de Witt, A., & Aiking, H. (2016). Help the climate, change your diet : A cross-sectional study on how to involve consumers in a transition to a low-carbon society. *Appetite*, 98, 19-27. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.12.001>
- de Boer, J., Schösler, H., & Aiking, H. (2017). Towards a reduced meat diet : Mindset and motivation of young vegetarians, low, medium and high meat-eaters. *Appetite*, 113, 387-397. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.03.007>

- Erikson, K. (s. d.). *Perceived Barriers and Predictors of Dietary Intentions Regarding Omnivorous, Lacto-/Ovo-Vegetarian and Vegan Diets*. 18.
- Espinosa, R. (2019). L'éléphant dans la pièce. Pour une approche économique de l'alimentation végétale et de la condition animale: *Revue d'économie politique*, Vol. 129(3), 287-324. <https://doi.org/10.3917/redp.293.0287>
- Etemadi, A., Sinha, R., Ward, M. H., Graubard, B. I., Inoue-Choi, M., Dawsey, S. M., & Abnet, C. (2017). Mortality from different causes associated with meat, heme iron, nitrates, and nitrites in the NIH-AARP Diet and Health Study : Population based cohort study. *BMJ*, j1957. <https://doi.org/10.1136/bmj.j1957>
- Fiddes, N. (1994). Social aspects of meat eating. *Proceedings of the Nutrition Society*, 53(2), 271-279. <https://doi.org/10.1079/PNS19940032>
- Fournier, G., & Bujold, C. (2012). L'irrationalité dans la prise de décision individuelle: deuxième partie. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, 16(4). Retrieved from <https://cjc-rcc.ucalgary.ca/article/view/60475>
- Fox, N., & Ward, K. J. (2008). You are what you eat? Vegetarianism, health and identity. *Social Science & Medicine*, 66(12), 2585-2595. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.02.011>
- Garnett, T. (2009). Livestock-related greenhouse gas emissions: Impacts and options for policy makers. *Environmental Science & Policy*, 12(4), 491-503. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2009.01.006>
- Garnett, T. (2011). Where are the best opportunities for reducing greenhouse gas emissions in the food system (including the food chain)? *Food Policy*, 36, S23-S32. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2010.10.010>
- Gerber, P. J., & Food and Agriculture Organization of the United Nations (Éds.). (2013). *Tackling climate change through livestock : A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Godfray, H. C. J., Aveyard, P., Garnett, T., Hall, J. W., Key, T. J., Lorimer, J., Pierrehumbert, R. T., Scarborough, P., Springmann, M., & Jebb, S. A. (2018). Meat consumption, health, and the environment. *Science*, 361(6399), eaam5324. <https://doi.org/10.1126/science.aam5324>
- González, N., Marquès, M., Nadal, M., & Domingo, J. L. (2020). Meat consumption : Which are the current global risks? A review of recent (2010–2020) evidences. *Food Research International*, 137, 109341. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.109341>

- Graça, J., Calheiros, M. M., & Oliveira, A. (2015). Attached to meat? (Un)Willingness and intentions to adopt a more plant-based diet. *Appetite*, 95, 113-125. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.06.024>
- Green, R., Milner, J., Dangour, A. D., Haines, A., Chalabi, Z., Markandya, A., Spadaro, J., & Wilkinson, P. (2015). The potential to reduce greenhouse gas emissions in the UK through healthy and realistic dietary change. *Climatic Change*, 129(1-2), 253-265. <https://doi.org/10.1007/s10584-015-1329-y>
- Herrero, M., Havlík, P., Valin, H., Notenbaert, A., Rufino, M. C., Thornton, P. K., Blümmel, M., Weiss, F., Grace, D., & Obersteiner, M. (2013). Biomass use, production, feed efficiencies, and greenhouse gas emissions from global livestock systems. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(52), 20888-20893. <https://doi.org/10.1073/pnas.1308149110>
- Hoek, A. C., Luning, P. A., Weijzen, P., Engels, W., Kok, F. J., & de Graaf, C. (2011). Replacement of meat by meat substitutes. A survey on person- and product-related factors in consumer acceptance. *Appetite*, 56(3), 662-673. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.02.001>
- Hoek, A. C., Pearson, D., James, S. W., Lawrence, M. A., & Friel, S. (2017). Shrinking the food-print : A qualitative study into consumer perceptions, experiences and attitudes towards healthy and environmentally friendly food behaviours. *Appetite*, 108, 117-131. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.09.030>
- Hoekstra, A. Y., & Mekonnen, M. M. (2012). The water footprint of humanity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(9), 3232-3237. <https://doi.org/10.1073/pnas.1109936109>
- Hoffman, S. R., Stallings, S. F., Bessinger, R. C., & Brooks, G. T. (2013). Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite*, 65, 139-144. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.02.009>
- Holm, L., & Møhl, M. (2000). The role of meat in everyday food culture : An analysis of an interview study in Copenhagen. *Appetite*, 34(3), 277-283. <https://doi.org/10.1006/appe.2000.0324>
- Horgan, G. W., Scalco, A., Craig, T., Whybrow, S., & Macdiarmid, J. I. (2019). Social, temporal and situational influences on meat consumption in the UK population. *Appetite*, 138, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.03.007>
- Jakszyn, P. (2006). Nitrosamine and related food intake and gastric and oesophageal cancer risk : A systematic review of the epidemiological evidence. *World Journal of Gastroenterology*, 12(27), 4296. <https://doi.org/10.3748/wjg.v12.i27.4296>
- Joe Millward, D., & Garnett, T. (2010). Plenary Lecture 3 Food and the planet : Nutritional dilemmas of greenhouse gas emission reductions through reduced intakes of meat and dairy

foods: Conference on 'Over- and undernutrition: challenges and approaches'. *Proceedings of the Nutrition Society*, 69(1), 103-118. <https://doi.org/10.1017/S0029665109991868>

Kemper, J. A. (2020). Motivations, barriers, and strategies for meat reduction at different family lifecycle stages. *Appetite*, 150, 104644. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104644>

Kildal, C. L., & Syse, K. L. (2017). Meat and masculinity in the Norwegian Armed Forces. *Appetite*, 112, 69-77. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.12.032>

Klöckner, C. A., & Blöbaum, A. (2010). A comprehensive action determination model : Toward a broader understanding of ecological behaviour using the example of travel mode choice. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 574-586. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.03.001>

Laestadius, L. I., Neff, R. A., Barry, C. L., & Frattaroli, S. (2013). Meat consumption and climate change : The role of non-governmental organizations. *Climatic Change*, 120(1-2), 25-38. <https://doi.org/10.1007/s10584-013-0807-3>

Larsson, S. C., & Orsini, N. (2014). Red Meat and Processed Meat Consumption and All-Cause Mortality : A Meta-Analysis. *American Journal of Epidemiology*, 179(3), 282-289. <https://doi.org/10.1093/aje/kwt261>

Larsson, S. C., Orsini, N., & Wolk, A. (2006). Processed Meat Consumption and Stomach Cancer Risk : A Meta-Analysis. *JNCI: Journal of the National Cancer Institute*, 98(15), 1078-1087. <https://doi.org/10.1093/jnci/djj301>

Lea, E. J., Crawford, D., & Worsley, A. (2006). Consumers' readiness to eat a plant-based diet. *European Journal of Clinical Nutrition*, 60(3), 342-351. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1602320>

Lea, E., & Worsley, A. (2003). Benefits and barriers to the consumption of a vegetarian diet in Australia. *Public Health Nutrition*, 6(5), 505-511. <https://doi.org/10.1079/PHN2002452>

Lentz, G., Connelly, S., Miroso, M., & Jowett, T. (2018). Gauging attitudes and behaviours : Meat consumption and potential reduction. *Appetite*, 127, 230-241. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.04.015>

Loughnan, S., Bastian, B., & Haslam, N. (2014). The Psychology of Eating Animals. *Current Directions in Psychological Science*, 23(2), 104-108. <https://doi.org/10.1177/0963721414525781>

Loughnan, S., Haslam, N., & Bastian, B. (2010). The role of meat consumption in the denial of moral status and mind to meat animals. *Appetite*, 55(1), 156-159. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.05.043>

- Lusk, J. L. (2011). The market for animal welfare. *Agriculture and Human Values*, 28(4), 561-575. <https://doi.org/10.1007/s10460-011-9318-x>
- Magimel, J. (2018). *Quelques idées fausses concernant la viande et l'élevage*. 6.
- Marinova, D., & Bogueva, D. (2019). Planetary health and reduction in meat consumption. *Sustainable Earth*, 2(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s42055-019-0010-0>
- Marteau, T. M. (2017). Towards environmentally sustainable human behaviour : Targeting non-conscious and conscious processes for effective and acceptable policies. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), 20160371. <https://doi.org/10.1098/rsta.2016.0371>
- Mathieu, S., & Dorard, G. (2021). Végétarisme, végétalisme, véganisme : Des comportements (alimentaires) au service de l'identité ? Une étude qualitative en population française. *Psychologie Française*, 66(3), 273-288. <https://doi.org/10.1016/j.psfr.2020.09.006>
- Monteiro, C. A., Pfeiler, T. M., Patterson, M. D., & Milburn, M. A. (2017). The Carnism Inventory : Measuring the ideology of eating animals. *Appetite*, 113, 51-62. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.02.011>
- Neale, R. J., Tilston, C. H., Gregson, K., & Stagg, T. (1993). Women Vegetarians : LIFESTYLE CONSIDERATIONS AND ATTITUDES TO VEGETARIANISM. *Nutrition & Food Science*, 93(1), 24-27. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000000979>
- Neulinger, A., & Simon, J. (2011). Food consumption patterns and healthy eating across the household life cycle in Hungary : Food consumption patterns and healthy eating. *International Journal of Consumer Studies*, 35(5), 538-544. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01015.x>
- Nordgren, A. (2012). Ethical Issues in Mitigation of Climate Change : The Option of Reduced Meat Production and Consumption. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(4), 563-584. <https://doi.org/10.1007/s10806-011-9335-1>
- Piazza, J., Ruby, M. B., Loughnan, S., Luong, M., Kulik, J., Watkins, H. M., & Seigerman, M. (2015). Rationalizing meat consumption. The 4Ns. *Appetite*, 91, 114-128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.011>
- Pleyers, G. (2020). *Marketing Studies*. Recueil inédit, Louvain School of Management.
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992. <https://doi.org/10.1126/science.aag0216>

- Popkin, B. M. (2001). The Nutrition Transition and Obesity in the Developing World. *The Journal of Nutrition*, 131(3), 871S-873S. <https://doi.org/10.1093/jn/131.3.871S>
- Povey, R., Wellens, B., & Conner, M. (2001). Attitudes towards following meat, vegetarian and vegan diets : An examination of the role of ambivalence. *Appetite*, 37(1), 15-26. <https://doi.org/10.1006/appe.2001.0406>
- Pribis, P., Pencak, R. C., & Grajales, T. (2010). Beliefs and Attitudes toward Vegetarian Lifestyle across Generations. *Nutrients*, 2(5), 523-531. <https://doi.org/10.3390/nu2050523>
- Rawlinson, D., & MacKenzie, P. (2009). What if the key actors in climate change are cows, pigs, and chickens? *World Watch*, 10.
- Rohrmann, S., Overvad, K., Bueno-de-Mesquita, H. B., Jakobsen, M. U., Egeberg, R., Tjønneland, A., Nailler, L., Boutron-Ruault, M.-C., Clavel-Chapelon, F., Krogh, V., Palli, D., Panico, S., Tumino, R., Ricceri, F., Bergmann, M. M., Boeing, H., Li, K., Kaaks, R., Khaw, K.-T., ... Linseisen, J. (2013). Meat consumption and mortality—Results from the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition. *BMC Medicine*, 11(1), 63. <https://doi.org/10.1186/1741-7015-11-63>
- Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2018). Development and validation of the Dietarian Identity Questionnaire : Assessing self-perceptions of animal-product consumption. *Appetite*, 127, 182-194. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.05.003>
- Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), 141-150. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.09.019>
- Ruby, M. B., & Heine, S. J. (2011). Meat, morals, and masculinity. *Appetite*, 56(2), 447-450. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.01.018>
- Sanchez-Sabate, R., & Sabaté, J. (2019). Consumer Attitudes Towards Environmental Concerns of Meat Consumption : A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(7), 1220. <https://doi.org/10.3390/ijerph16071220>
- Schenk, P., Rössel, J., & Scholz, M. (2018). Motivations and Constraints of Meat Avoidance. *Sustainability*, 10(11), 3858. <https://doi.org/10.3390/su10113858>
- Seves, S. M., Verkaik-Kloosterman, J., Biesbroek, S., & Temme, E. H. (2017). Are more environmentally sustainable diets with less meat and dairy nutritionally adequate? *Public Health Nutrition*, 20(11), 2050-2062. <https://doi.org/10.1017/S1368980017000763>
- Springmann, M., Godfray, H. C. J., Rayner, M., & Scarborough, P. (2016). Analysis and valuation of the health and climate change cobenefits of dietary change. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(15), 4146-4151. <https://doi.org/10.1073/pnas.1523119113>

- Stéfanini, P. (2016). Le flexitarisme : Entre carnivores sociaux et pratiquants décomplexés: *Corps*, N° 14(1), 267-278. <https://doi.org/10.3917/corp1.014.0267>
- Stehfest, E., Bouwman, L., van Vuuren, D. P., den Elzen, M. G. J., Eickhout, B., & Kabat, P. (2009). Climate benefits of changing diet. *Climatic Change*, 95(1-2), 83-102. <https://doi.org/10.1007/s10584-008-9534-6>
- Thornton, P. K. (2010). Livestock production : Recent trends, future prospects. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 2853-2867. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0134>
- Tilman, D., & Clark, M. (2014). Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature*, 515(7528), 518-522. <https://doi.org/10.1038/nature13959>
- van der Werff, E., Steg, L., & Keizer, K. (2013). The value of environmental self-identity : The relationship between biospheric values, environmental self-identity and environmental preferences, intentions and behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 55-63. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.12.006>
- Vanhonacker, F., Van Loo, E. J., Gellynck, X., & Verbeke, W. (2013). Flemish consumer attitudes towards more sustainable food choices. *Appetite*, 62, 7-16. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.11.003>
- Wyness, L. (2016). The role of red meat in the diet : Nutrition and health benefits. *Proceedings of the Nutrition Society*, 75(3), 227-232. <https://doi.org/10.1017/S0029665115004267>
- Zur, I., & A. Klöckner, C. (2014a). Individual motivations for limiting meat consumption. *British Food Journal*, 116(4), 629-642. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2012-0193>

ANNEXES

ANNEXE I : QUESTIONNAIRE	85
ANNEXE II : TABLEAU DES ITEMS PAR FACTEUR AVEC LEUR ALPHA DE CRONBACH	92
ANNEXE III : ALPHA DE CRONBACH PAR ITEM.....	94
ANNEXE IV : MOYENNE D'ÂGE DES PARTICIPANTS & ÉCART-TYPE	97
ANNEXE V : RÉPARTITION DES SEXES AU SEIN DE L'ÉCHANTILLON	98
ANNEXE VI : HYPOTHÈSE 1 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – ONE SAMPLE T-TEST	98
ANNEXE VII : HYPOTHÈSE 2 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST	99
ANNEXE VIII : HYPOTHÈSE 3 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST.....	99
ANNEXE IX : HYPOTHÈSE 4 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST.....	100
ANNEXE X : HYPOTHÈSE 5 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST	100
ANNEXE XI : HYPOTHÈSE 6 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST	101
ANNEXE XII : HYPOTHÈSE 7 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS - ONE SAMPLE T-TEST	101
ANNEXE XIII : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 0.....	102
ANNEXE XIV : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 1.....	105
ANNEXE XV : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 2.....	109
ANNEXE XVI: HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 3.....	112
ANNEXE XVII: HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 4.....	115
ANNEXE XVIII : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 5.....	118
ANNEXE XIX : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE 6.....	121
ANNEXE XX : HYPOTHÈSES 8-14 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – RÉGRESSION LINÉAIRE MULTIPLE MÉTHODE ENTER – ÉTAPE FINAL.....	124
ANNEXE XXI : HYPOTHÈSES 8-14 - JUSTIFICATIONS DES CONDITIONS DE VALIDITÉ DU MODÈLE	127
ANNEXE XXII : HYPOTHÈSE 15 – RÉSULTATS D'ANALYSE STATISTIQUE – SPSS – INDEPENDENT SAMPLE TEST.....	128
ANNEXE XXIII : RÉPARTITION DES PARTICIPANTS PAR TRANCHE D'ÂGE	130
ANNEXE XXIV : INTERVIEW 1 – ALEXANDRE DE HOLLAIN.....	130
ANNEXE XXV : INTERVIEW 2 – DIANE TREMOUROUX.....	135
ANNEXE XXVI : INTERVIEW 3 – FLORENCE WOODS	140

Annexe I : Questionnaire**Consommation de viande**

Début de bloc: Instructions

Bonjour,

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'études à la Louvain School of Management, je recherche des personnes entre 18 et 35 ans non-végétariennes et qui accepteraient de répondre à cette enquête.

Cette enquête est simple, courte (environ 4 minutes) et anonyme. Il vous sera simplement demandé de donner votre avis sur le thème de la consommation de viande.

Merci beaucoup pour votre précieuse participation.

[illegible]

La viande est un
élément
nécessaire pour
le bon
fonctionnement
de notre corps.
(8)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Les plats sans viande ne sont pas variés. (9)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Les plats sans viande ne limite pas ma liberté de choix de repas.
(10)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Je trouve que le
prix de la viande
est abordable.
(11)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Une
alimentation
sans viande n'est
pas plus
couteuse qu'avec
de la viande.
(12)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Le goût de la
viande me
manquerait si
j'arrêtais d'en
consommer. (13)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Les repas sans
viande sont
goûteux. (14)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Mes amis
approuveraient
que je suive une
régime
alimentaire sans
viande. (15)

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Ma famille
approuverait que
je suive une
régime
alimentaire sans
viande. (16)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

L'opinion de
mes amis sur ma
consommation
de viande impact
mes décisions.
(17)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

L'opinion de ma
famille sur ma
consommation
de viande impact
mes décisions.
(18)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Q2. Parmi les attributs ci-dessous, dans quelle mesure ceux-ci pourraient vous pousser à réduire votre consommation de viande?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Les préoccupations environnementales (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Le bien-être des animaux (2)	☐	☐	☐	☐	☐
Les préoccupations vis-à-vis de la santé (3)	☐	☐	☐	☐	☐
Le coût de la viande (4)	☐	☐	☐	☐	☐
Entourage (famille, amis,...) (5)	☐	☐	☐	☐	☐
La variété des plats sans viande (6)	☐	☐	☐	☐	☐

Q4. A quelle fréquence mangez-vous de la viande?

[illegible]

Q5. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Durant les 30 prochains jours, j'ai l'intention de ne pas consommer de viande. (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Au cours des 6 prochains mois, j'ai l'intention de commencer à réduire ma portion de viande par repas (2)	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de commencer à réduire de moitié ma consommation de viande dans l'année qui vient. (3)	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de commencer à poursuivre un régime végétarien dans l'année qui vient. (4)	☐	☐	☐	☐	☐
Je serai prêt(e) à manger de la viande seulement une à deux fois par semaine. (5)	☐	☐	☐	☐	☐
Réduire ma consommation de viande est un objectif à mes yeux. (6)	☐	☐	☐	☐	☐

Q6. Quel âge avez-vous? (en chiffre)

Q7. Sexe

☐ Homme

☐ Femme

☐ Autre

Q8. Sur quoi le questionnaire porte-t-il

☐ L'écologie

☐ La consommation d'alcool

☐ La consommation de viande

Annexe II : Tableau des items par facteur avec leur alpha de Cronbach

<u>Variables</u>	<u>Items</u>	<u>Alpha de Cronbach</u>
Préoccupations environnementales	- Consommer de la viande est mauvais pour l'environnement (Schenk et al., 2018). - Une alimentation sans viande est plus respectueuse de l'environnement qu'avec de la viande (Cordts et al., 2014). - La production de viande est l'une des causes majeures du changement climatique (Pohjolainen et al., 2016).	L'alpha de Cronbach étant supérieur à 0.7 (0.860), cela signifie que les 3 items liés à l'environnement mesurent les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III). Ils ont donc été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Environnement ».
Préoccupations sur le bien-être animal	- Consommer de la viande est nuisible pour le bien-être des animaux (Schenk et al., 2018). - La production industrielle de viande ne tient pas compte du bien-être des animaux (Anderson & Barrett, 2016).	L'alpha de Cronbach étant supérieur à 0.7 (0.785), cela signifie que les 2 items liés au bien-être des animaux mesurent les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III). Ils ont donc été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Animaux ».
Santé	- Consommer de la viande est mauvais pour la santé (Schenk et al., 2018). - Mon style de vie sera plus sain si je ne consomme pas de viande (Beardsworth & Keil, 1991). - La viande est un élément nécessaire pour le bon fonctionnement de notre corps (Lea & Worsley, 2003).	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le troisième item a été réinversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres items. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant supérieur à 0.7 (0.867), cela signifie que les 3 items liés à la santé mesurent les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III). Ils ont donc été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Santé ».
Commodité	- Les plats sans viande ne sont pas variés (Schenk et al., 2018). - Les plats sans viande ne limitent pas ma liberté de choix de repas (Schenk et al., 2018).	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été réinversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant supérieur à 0.7 (0.750), cela signifie que les 2 items liés à la commodité mesurent les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III). Ils ont donc été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Commodité ».
Coût	- Je trouve que le prix de la viande est abordable. - Une alimentation sans viande n'est pas plus coûteuse qu'avec de la viande (Schenk et al., 2018).	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été réinversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant inférieur à 0.7 (0.067),

		les 2 items liés au coût n'ont pas été rassemblés car ils ne mesurent pas les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III).
Goût	- Le goût de la viande me manquerait si j'arrêtais d'en consommer. - Les repas sans viande sont goûteux (Schenk et al., 2018).	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été réinversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant inférieur à 0.7 (0.596), les 2 items liés au goût n'ont pas été rassemblés car ils ne mesurent pas les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III).
Pression sociale	- Mes amis approuveraient que je suive un régime alimentaire sans viande (Schenk et al., 2018). - Ma famille approuverait que je suive un régime alimentaire sans viande (Schenk et al., 2018). - L'opinion de mes amis sur ma consommation de viande impact mes décisions (Erikson, 2018). - L'opinion de ma famille sur ma consommation de viande impact mes décisions (Erikson, 2018).	L'alpha de Cronbach étant inférieur à 0.7 (0.128), les 4 items liés à la pression sociale n'ont pas été rassemblés sous une variable car ils ne mesurent pas les mêmes caractéristiques. Cela dit, en séparant les 4 items, les items 1 et 2 ont obtenu un alpha de Cronbach de (0.795), ce qui signifie que ces 2 items mesurent les mêmes caractéristiques et ont donc formé « PSociale1 ». Il en va de même pour les items 3 et 4 ayant obtenu un alpha de Cronbach de (0.818) permettant ainsi de créer la variable « PSociale2 » (cf. Annexe III).
Intention	- Durant les 30 prochains jours, j'ai l'intention de ne pas consommer de viande (Du Roscoät et al., 2015). - Au cours des 6 prochains mois, j'ai l'intention de commencer à réduire ma portion de viande par repas (De Groeve, et al., 2017). - J'ai l'intention de commencer à réduire de moitié ma consommation de viande dans l'année qui vient (Graça et al., 2015). - J'ai l'intention de commencer à poursuivre un régime végétarien dans l'année qui vient (Graça et al., 2015). - Je serai prêt(e) à manger de la viande seulement une à deux fois par semaine (Tobler et al., 2011). - Réduire ma consommation de viande est un objectif à mes yeux (Erikson, 2018).	L'alpha de Cronbach étant supérieur à 0.7 (0.915), cela signifie que les 6 items liés à l'intention de réduction de consommation de viande mesurent les mêmes caractéristiques (cf. Annexe III). Ils ont donc été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Intention ».

Annexe III : Alpha de Cronbach par item

Facteur	Alpha	Explication																		
Environnement	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><thead><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></tbody></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><thead><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr></thead><tbody><tr><td>.860</td><td>3</td></tr></tbody></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.860	3	Étant donné que l’alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 3 items liés à l’environnement ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Environnement » car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.860	3																			
Animaux	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><thead><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></tbody></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><thead><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr></thead><tbody><tr><td>.785</td><td>2</td></tr></tbody></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.785	2	Étant donné que l’alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 2 items liés au bien-être des animaux ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Animaux », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.785	2																			
Santé	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><thead><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></tbody></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><thead><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr></thead><tbody><tr><td>.867</td><td>3</td></tr></tbody></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.867	3	Avant de réaliser l’analyse de l’alpha de Cronbach, le troisième item a été inversé afin qu’il ait une signification qui va dans le même sens que les autres items. Étant donné que l’alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 3 items liés à la santé ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Santé », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.867	3																			

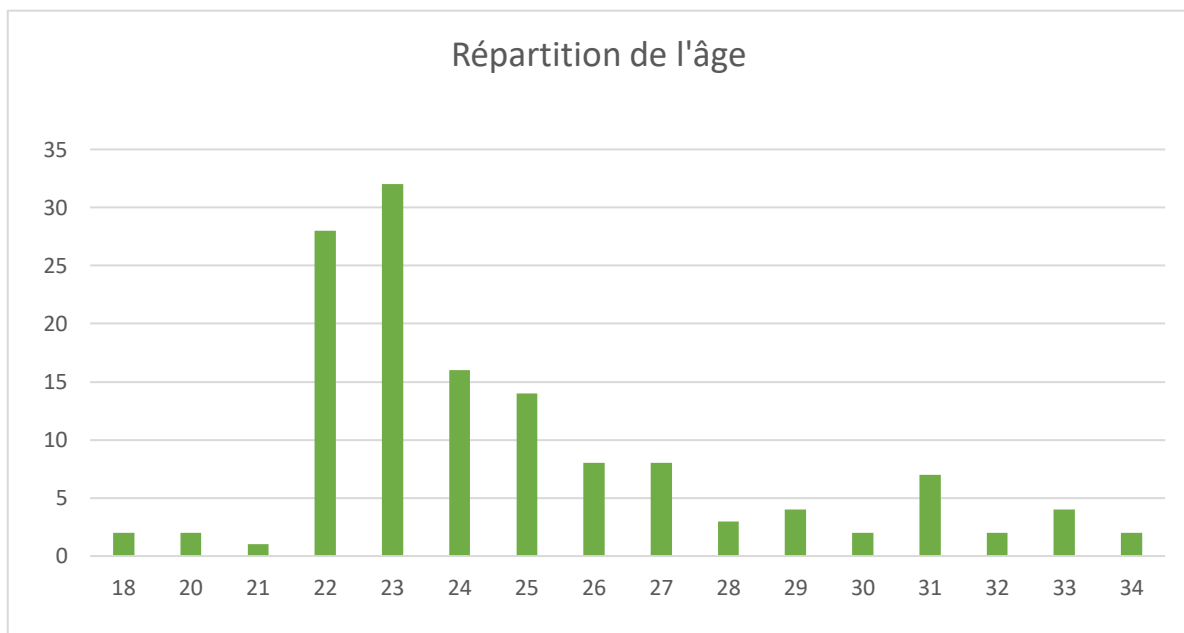
Commodité	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.750</td><td>2</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.750	2	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été inversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres items. Étant donné que l'alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 2 items liés à la commodité ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Commodité », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.750	2																			
Coût	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.067</td><td>2</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.067	2	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été inversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres items. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant inférieur à 0.7, les 2 items liés au coût n'ont pas été rassemblés, car ils ne mesurent pas les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.067	2																			
Goût	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.596</td><td>2</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.596	2	Avant de réaliser l'analyse de l'alpha de Cronbach, le deuxième item a été inversé afin qu'il ait une signification qui va dans le même sens que les autres items. Ensuite, l'alpha de Cronbach étant inférieur à 0.7, les 2 items liés au goût n'ont pas été rassemblés, car ils ne mesurent pas les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.596	2																			

Pression Sociale	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.128</td><td>4</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.128	4	Étant donné que l'alpha de Cronbach est inférieur à 0.7, les 4 items liés à la pression sociale n'ont pas été rassemblés afin de créer une nouvelle variable, car ils mesurent les mêmes caractéristiques. Ainsi, les 4 items ont été séparés : 1&2 pour PSociale1 et 3&4 pour PSociale2.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.128	4																			
PSociale 1	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.795</td><td>2</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.795	2	Étant donné que l'alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 2 premiers items liés à la pression sociale ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « PSociale1 », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.795	2																			
Psociale 2	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.818</td><td>2</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.818	2	Étant donné que l'alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 2 derniers items liés à la pression sociale ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « PSociale2 », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.818	2																			

Intention	Scale: ALL VARIABLES Case Processing Summary <table><tr><th colspan="2"></th><th>N</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">Cases</td><td>Valid</td><td>135</td><td>100,0</td></tr><tr><td>Excluded^a</td><td>0</td><td>,0</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>100,0</td></tr></table> a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. Reliability Statistics <table><tr><th>Cronbach's Alpha</th><th>N of Items</th></tr><tr><td>.915</td><td>6</td></tr></table>			N	%	Cases	Valid	135	100,0	Excluded ^a	0	,0	Total	135	100,0	Cronbach's Alpha	N of Items	.915	6	Étant donné que l'alpha de Cronbach est supérieur à 0.7, les 6 items liés à l'intention ont été rassemblés afin de créer une nouvelle variable appelée « Intention », car ils mesurent les mêmes caractéristiques.
		N	%																	
Cases	Valid	135	100,0																	
	Excluded ^a	0	,0																	
	Total	135	100,0																	
Cronbach's Alpha	N of Items																			
.915	6																			

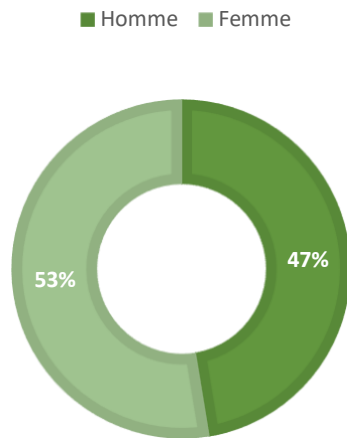
Annexe IV : Moyenne d'âge des participants & écart-type

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Age	135	18	34	24,80	3,350	11,221
Valid N (listwise)	135					



Annexe V : Répartition des sexes au sein de l'échantillon

RÉPARTITION DES SEXES



Annexe VI : Hypothèse 1 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – One Sample T-Test

One-Sample Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Environnement	135	4,5728	1,42569	,12270	

One-Sample Test					
Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
Environnement	4,668	134	<,001	,57284	,3302 ,8155

One-Sample Effect Sizes					
		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval Lower Upper	
Environnement	Cohen's d	1,42569	,402	,226	,577
	Hedges' correction	1,43373	,400	,224	,573

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe VII : Hypothèse 2 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

→ T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Animaux	135	5,4852	1,58696	,13658

One-Sample Test

Test Value = 4

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Animaux	10,874	134	<,001	1,48519	1,2150	1,7553

One-Sample Effect Sizes

		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
				Lower	Upper
Animaux	Cohen's d	1,58696	,936	,732	1,137
	Hedges' correction	1,59591	,931	,728	1,131

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe VIII : Hypothèse 3 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

→ T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Santé	135	3,4272	1,48494	,12780

One-Sample Test

Test Value = 4

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Santé	-4,482	134	<,001	-,57284	-,8256	-,3201

One-Sample Effect Sizes

		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
				Lower	Upper
Santé	Cohen's d	1,48494	-,386	-,560	-,210
	Hedges' correction	1,49332	-,384	-,557	-,209

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe IX : Hypothèse 4 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

➔ T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Commodité	135	3,9296	1,58722	,13661

One-Sample Test

Test Value = 4

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Commodité	-,515	134	,607	-,07037	-,3406	,1998

One-Sample Effect Sizes

	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
Commodité	Cohen's d	1,58722	-,044	,125
	Hedges' correction	1,59617	-,044	,124

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe X : Hypothèse 5 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CPrix1	135	4,63	1,413	,122
CPrix2	135	3,78	1,642	,141

One-Sample Test

Test Value = 4

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
CPrix1	5,178	134	<,001	,630	,39	,87
CPrix2	-1,572	134	,118	-,222	-,50	,06

One-Sample Effect Sizes

	Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
CPrix1	Cohen's d	1,413	,446	,268
	Hedges' correction	1,421	,443	,266
CPrix2	Cohen's d	1,642	-,135	-,305
	Hedges' correction	1,651	-,135	-,303

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe XI : Hypothèse 6 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

One-Sample Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
CGoût1	135	5,10	1,578	,136	
CGoût2	135	2,99	1,560	,134	

One-Sample Test					
Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
CGoût1	8,071	134	<,001	1,096	,83 1,36
CGoût2	-7,560	134	<,001	-1,015	-1,28 -,75

One-Sample Effect Sizes					
		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval Lower Upper	
CGoût1	Cohen's d	1,578	,695	,506	,882
	Hedges' correction	1,587	,691	,503	,877
CGoût2	Cohen's d	1,560	-,651	-,835	-,464
	Hedges' correction	1,568	-,647	-,831	-,461

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

Annexe XII : Hypothèse 7 – Résultats d'analyse statistique – SPSS - One Sample T-Test

One-Sample Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
PSociale1	135	4,7222	1,48960	,12820	
PSociale2	135	3,2556	1,49859	,12898	

One-Sample Test					
Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
PSociale1	5,633	134	<,001	,72222	,4687 ,9758
PSociale2	-5,772	134	<,001	-,74444	-,9995 -,4893

One-Sample Effect Sizes					
		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval Lower Upper	
PSociale1	Cohen's d	1,48960	,485	,306	,662
	Hedges' correction	1,49800	,482	,304	,659
PSociale2	Cohen's d	1,49859	-,497	-,675	-,317
	Hedges' correction	1,50704	-,494	-,671	-,315

a. The denominator used in estimating the effect sizes.
Cohen's d uses the sample standard deviation.
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

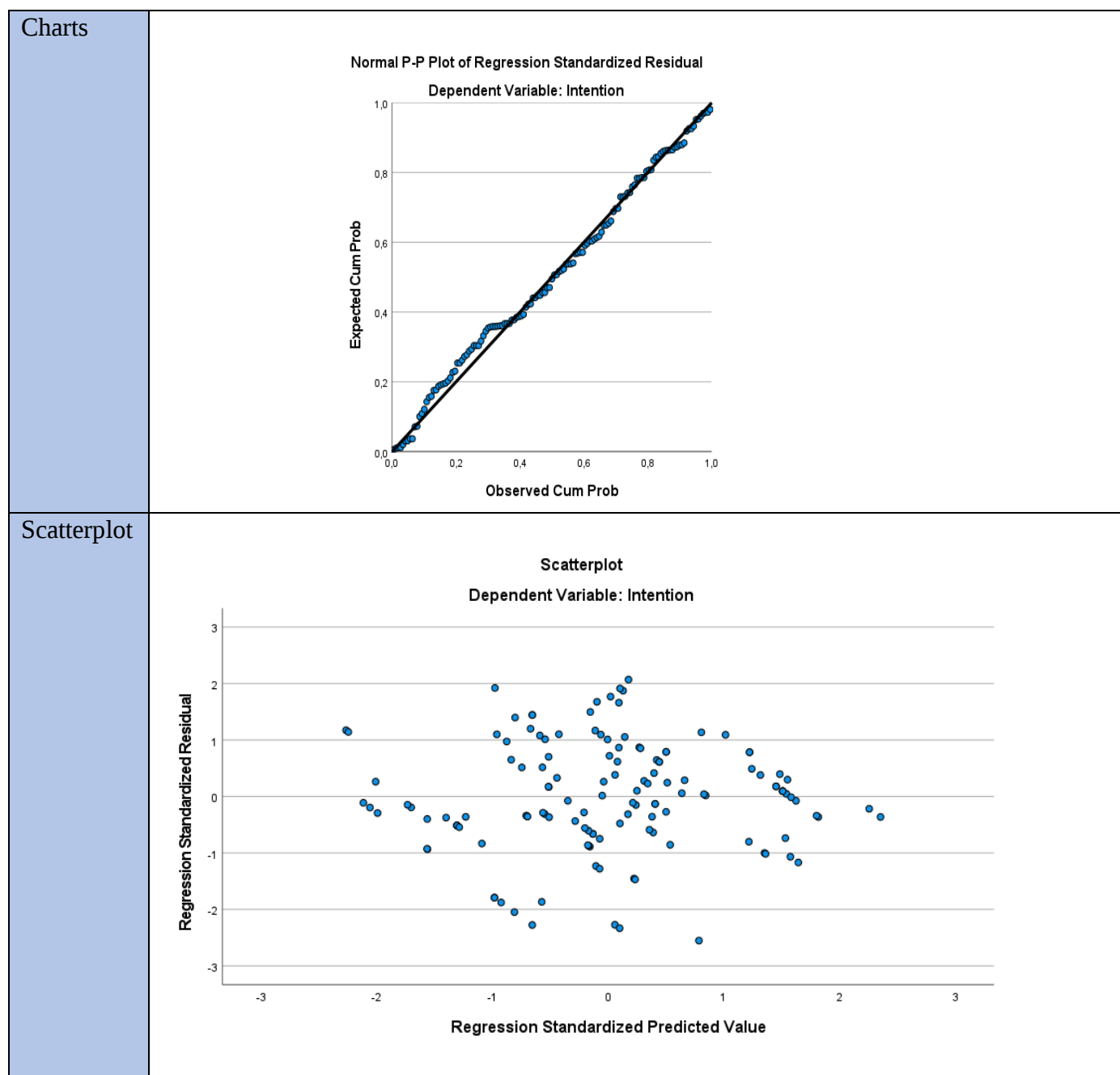
Annexe XIII : Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 0

Manipulations SPSS						
Model Summary	Model Summary^b					
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	,839 ^a	,704	,680	,62739	1,794
	a. Predictors: (Constant), PSociale2, CPrix1, CGoût2, CPrix2, Commodité, PSociale1, CGoût1, Environnement, Santé, Animaux b. Dependent Variable: Intention					
Anova	ANOVA^a					
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1 Regression	115,965	10	11,597	29,461	,000 ^b
	Residual	48,809	124	,394		
Coefficient	Total	164,774	134			
	a. Dependent Variable: Intention b. Predictors: (Constant), PSociale2, CPrix1, CGoût2, CPrix2, Commodité, PSociale1, CGoût1, Environnement, Santé, Animaux					
	Coefficients^a					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	B	Std. Error	Beta		
	Environnement	1,318	,466		2,827	,005
	Animaux	,089	,062	,115	1,439	,153
	Santé	,214	,073	,306	2,932	,004
	Commodité	,351	,069	,470	5,064	,000
	CPrix1	-,126	,046	-,180	-2,745	,007
	CPrix2	-,029	,048	-,037	-,611	,542
	CGoût1	,015	,038	,023	,402	,688
	CGoût2	-,025	,049	-,035	-,503	,616
	PSociale1	-,024	,045	-,033	-,527	,599
	PSociale2	-,076	,050	-,102	-1,525	,130
		,019	,048	,025	,388	,699

	Coefficients ^a (suite)		
	Collinearity Statistics		
	Model	Tolerance	VIF
	1	(Constant)	
		Environnement	,375 2,669
		Animaux	,219 4,559
		Santé	,277 3,611
		Commodité	,557 1,796
		CPrix1	,641 1,559
		CPrix2	,753 1,328
		CGoût1	,486 2,057
		CGoût2	,605 1,652
		PSociale1	,537 1,861
		PSociale2	,559 1,789

Collinearity diagnostics	Collinearity Diagnostics ^a							
			Condition	Variance Proportions				
	Model	Dimension	Eigenvalue	Index	(Constant)	Environnement	Animaux	
	1	1	9,889	1,000	,00	,00	,00	
		2	,438	4,750	,00	,01	,00	
		3	,214	6,804	,00	,00	,00	
		4	,137	8,488	,00	,00	,00	
		5	,102	9,824	,00	,00	,00	
		6	,088	10,599	,00	,00	,00	
		7	,040	15,745	,00	,12	,01	
		8	,034	17,072	,00	,16	,01	
		9	,032	17,450	,00	,35	,01	
		10	,015	25,493	,31	,02	,51	
		11	,010	31,897	,68	,34	,45	
	Collinearity Diagnostics ^a (suite)							
			Variance Proportions					
	Model	Dimension	Santé	Commodité	CPrix1	CPrix2	CGoût1	CGoût2
	1	1	,00	,00	,00	,00	,00	,00
		2	,02	,01	,00	,02	,01	,08
		3	,01	,00	,03	,02	,02	,00
		4	,01	,00	,01	,47	,00	,38
		5	,02	,13	,14	,13	,01	,04
		6	,01	,53	,01	,17	,00	,24
		7	,12	,00	,53	,02	,20	,04

	8	,41	,01	,03	,01	,47	,11
	9	,00	,03	,03	,01	,02	,00
	10	,06	,22	,03	,05	,23	,04
	11	,33	,06	,18	,11	,03	,07
	Collinearity Diagnostics ^a						
	Variance Proportions						
	Model	Dimension	PSociale1	PSociale2			
	1	1	,00	,00			
		2	,01	,00			
		3	,04	,20			
		4	,00	,00			
		5	,00	,32			
		6	,01	,00			
		7	,04	,14			
		8	,10	,01			
		9	,75	,21			
		10	,03	,04			
		11	,02	,09			
Residuals Statistics	Residuals Statistics ^a						
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N	
	Predicted Value	,9303	5,2272	3,0383	,93028	135	
	Std. Predicted Value	-2,266	2,353	,000	1,000	135	
	Standard Error of Predicted Value	,093	,348	,174	,043	135	
	Adjusted Predicted Value	,7869	5,2473	3,0388	,93607	135	
	Residual	-1,60054	1,29900	,00000	,60353	135	
	Std. Residual	-2,551	2,070	,000	,962	135	
	Stud. Residual	-2,621	2,122	,000	1,000	135	
	Deleted Residual	-1,68992	1,37879	-,00049	,65244	135	
	Stud. Deleted Residual	-2,686	2,153	-,001	1,008	135	
	Mahal. Distance	1,982	40,167	9,926	5,513	135	
	Cook's Distance	,000	,055	,007	,010	135	
	Centered Leverage Value	,015	,300	,074	,041	135	



Annexe XIV : Hypothèses 8-14 – Résultats d’analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 1

Manipulations SPSS					
Model Summary	Model Summary ^b				
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	1	,839 ^a	,703	,682	,62526
Durbin-Watson					
1,791					
a. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, CPrix2, CGoût2, CGoût1, Environnement, Santé					
b. Dependent Variable: Intention					

Collinearity
diagnosticsCollinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Environnement	Animaux
1	1	9,033	1,000	,00	,00	,00
	2	,438	4,541	,00	,01	,00
	3	,156	7,612	,00	,00	,01
	4	,137	8,114	,00	,00	,00
	5	,088	10,129	,00	,00	,01
	6	,052	13,244	,00	,01	,03
	7	,036	15,814	,01	,23	,00
	8	,034	16,348	,00	,36	,01
	9	,016	23,975	,24	,05	,62
	10	,010	29,441	,75	,34	,31

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Santé	Commodité	Variance Proportions			
				CPrix1	CPrix2	CGoût1	CGoût2
1	1	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,02	,01	,00	,02	,01	,08
	3	,03	,05	,10	,08	,04	,04
	4	,01	,00	,00	,52	,00	,37
	5	,01	,55	,01	,17	,00	,23
	6	,03	,08	,43	,00	,01	,00
	7	,01	,05	,15	,01	,39	,08
	8	,42	,00	,03	,01	,30	,08
	9	,12	,23	,07	,02	,20	,02
	10	,34	,04	,21	,17	,05	,11

Collinearity Diagnostics^a

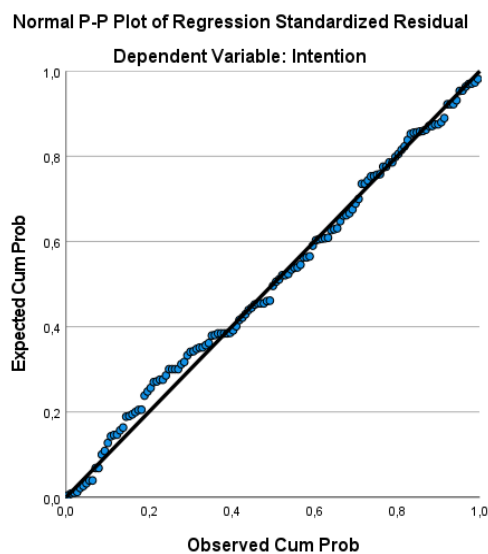
Model	Dimension	Variance Proportions	
		PSociale1	
1	1		,00
	2		,01
	3		,06
	4		,00
	5		,01
	6		,43
	7		,39
	8		,00
	9		,11
	10		,00

a. Dependent Variable: Intention

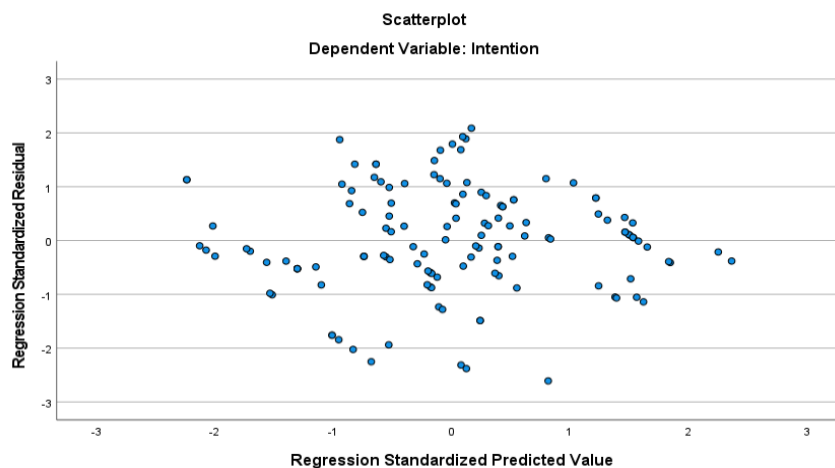
Residuals
Statistics

	Residuals Statistics ^a				
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,9593	5,2382	3,0383	,93004	135
Std. Predicted Value	-2,235	2,365	,000	1,000	135
Standard Error of Predicted Value	,092	,278	,165	,040	135
Adjusted Predicted Value	,8356	5,2587	3,0379	,93527	135
Residual	-1,63075	1,30535	,00000	,60389	135
Std. Residual	-2,608	2,088	,000	,966	135
Stud. Residual	-2,658	2,139	,000	,999	135
Deleted Residual	-1,69421	1,37000	,00041	,64689	135
Stud. Deleted Residual	-2,726	2,170	-,001	1,007	135
Mahal. Distance	1,907	25,483	8,933	4,736	135
Cook's Distance	,000	,048	,007	,010	135
Centered Leverage Value	,014	,190	,067	,035	135

Charts



Scatterplot



Annexe XV : Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 2

Manipulations SPSS						
Model Summary	Model Summary^b					
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	,838 ^a	,703	,684	,62333	1,781
	a. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, CGoût2, CGoût1, Environnement, Santé b. Dependent Variable: Intention					
Anova	ANOVA^a					
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1 Regression	115,819	8	14,477	37,261	,000 ^b
	Residual	48,956	126	,389		
Coefficient	Total	164,774	134			
	a. Dependent Variable: Intention b. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, CGoût2, CGoût1, Environnement, Santé					
	Coefficients^a					
	Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,438	,414		3,469	,001
	Environnement	,082	,060	,106	1,359	,176
	Animaux	,230	,065	,329	3,512	,001
	Santé	,346	,068	,464	5,088	,000
	Commodité	-,124	,045	-,177	-2,774	,006
	CPrix1	-,030	,047	-,039	-,643	,521
	CGoût1	-,024	,049	-,034	-,493	,623
	CGoût2	-,023	,044	-,033	-,528	,598
	PSociale1	-,086	,045	-,115	-1,899	,060
Coefficients^a						
Collinearity Statistics						
Model		Tolerance		VIF		
1	(Constant)					
	Environnement					
	Animaux					
	Santé					
	Commodité					
	CPrix1					
	CGoût1					
	CGoût2					
	PSociale1					

Collinearity
diagnostics

Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Environnement	Animaux
1	1	8,190	1,000	,00	,00	,00
	2	,411	4,465	,00	,01	,00
	3	,153	7,311	,00	,00	,01
	4	,096	9,249	,00	,00	,00
	5	,052	12,595	,00	,01	,03
	6	,037	14,973	,02	,17	,00
	7	,034	15,527	,00	,44	,01
	8	,016	22,476	,45	,01	,46
	9	,012	25,847	,53	,35	,47

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Santé	Commodité	Variance Proportions			
				CPrix1	CGoût1	CGoût2	PSociale1
1	1	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,03	,01	,00	,01	,11	,01
	3	,04	,06	,10	,03	,15	,05
	4	,01	,48	,00	,00	,45	,02
	5	,04	,09	,42	,01	,00	,44
	6	,00	,07	,18	,42	,10	,37
	7	,44	,00	,02	,21	,07	,01
	8	,05	,15	,03	,28	,04	,09
	9	,40	,14	,24	,04	,08	,01

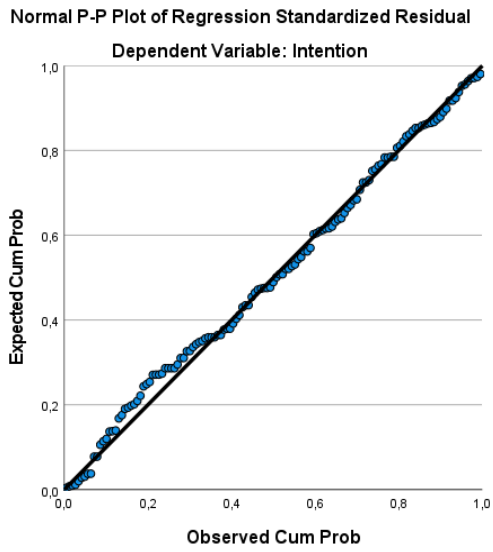
a. Dependent Variable: Intention

Residuals
Statistics

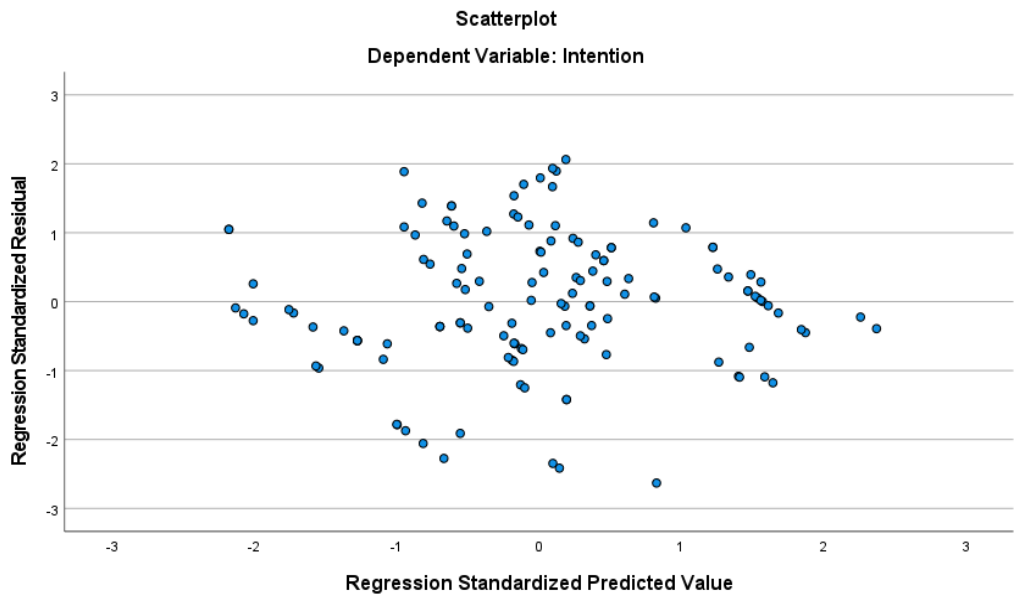
Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,0125	5,2437	3,0383	,92969	135
Std. Predicted Value	-2,179	2,372	,000	1,000	135
Standard Error of Predicted Value	,087	,233	,157	,036	135
Adjusted Predicted Value	,9263	5,2646	3,0370	,93340	135
Residual	-1,63963	1,28608	,00000	,60444	135
Std. Residual	-2,630	2,063	,000	,970	135
Stud. Residual	-2,680	2,109	,001	1,000	135
Deleted Residual	-1,70184	1,34539	,00124	,64316	135
Stud. Deleted Residual	-2,749	2,139	,000	1,008	135
Mahal. Distance	1,596	17,756	7,941	4,008	135
Cook's Distance	,000	,054	,007	,010	135
Centered Leverage Value	,012	,133	,059	,030	135

a. Dependent Variable: Intention

Charts



Scatterplot



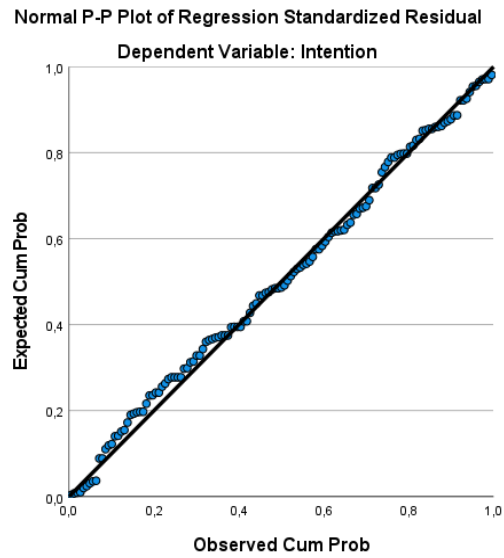
Annexe XVI: Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 3

Manipulations SPSS							
Model Summary	Model Summary ^b						
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	1	,838 ^a	,702	,686	,62147	1,773	
	a. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, CGoût2, Environnement, Santé						
	b. Dependent Variable: Intention						
Anova	ANOVA ^a						
	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1	Regression	115,724	7	16,532	42,805	,000 ^b
		Residual	49,050	127	,386		
		Total	164,774	134			
a. Dependent Variable: Intention							
b. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, CGoût2, Environnement, Santé							
Coefficient	Coefficients ^a						
	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
			B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	1	(Constant)	1,359	,381		3,564	,001
		Environnement	,082	,060	,106	1,368	,174
		Animaux	,234	,065	,335	3,612	,000
		Santé	,353	,066	,473	5,320	,000
		Commodité	-,130	,043	-,186	-3,048	,003
		CPrix1	-,039	,044	-,049	-,874	,384
		CGoût2	-,028	,043	-,040	-,661	,510
		PSociale1	-,089	,045	-,119	-1,988	,049
	Coefficients ^a						
	Collinearity Statistics						
	Model		Tolerance		VIF		
	1	(Constant)					
		Environnement			,391	2,561	
		Animaux			,273	3,667	
		Santé			,297	3,372	
		Commodité			,631	1,585	
		CPrix1			,738	1,356	
		CGoût2			,648	1,543	
		PSociale1			,655	1,528	

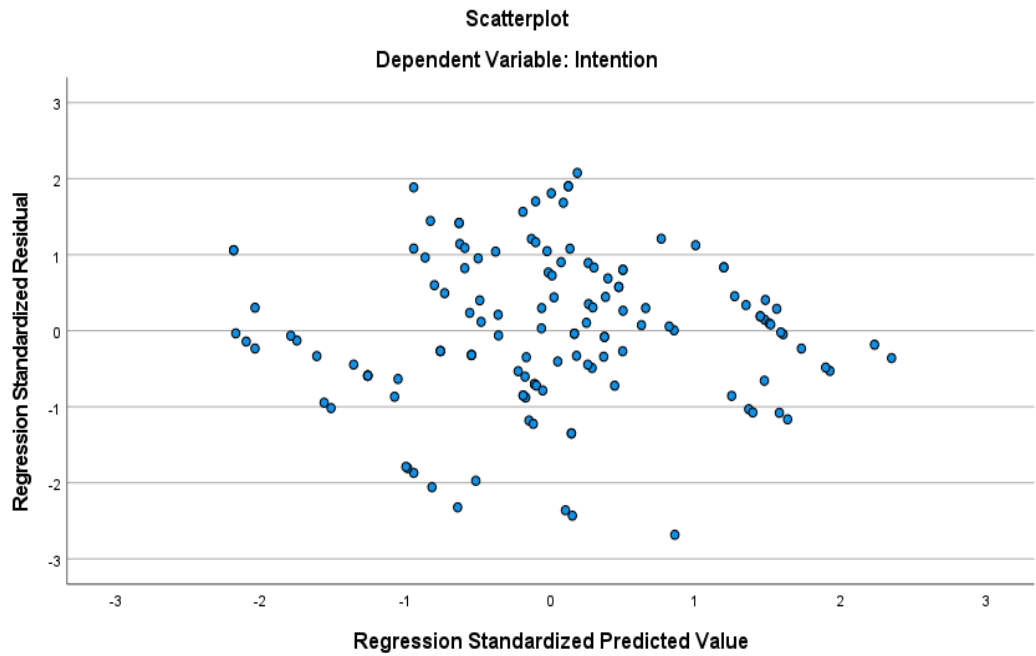
Collinearity diagnostics	Collinearity Diagnostics ^a						
	Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions Environnement	Animaux
	1	1	7,284	1,000	,00	,00	,00
		2	,368	4,450	,00	,01	,00
		3	,135	7,350	,00	,00	,01
		4	,095	8,740	,00	,00	,00
		5	,051	11,919	,00	,01	,03
		6	,035	14,469	,00	,61	,01
		7	,019	19,371	,57	,00	,31
		8	,012	24,182	,42	,37	,63
Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Santé	Commodité	CPrix1	CGoût2	PSociale1	
1	1	,00	,00	,00	,00	,00	
	2	,03	,03	,00	,18	,01	
	3	,07	,05	,20	,06	,08	
	4	,02	,52	,01	,47	,01	
	5	,05	,13	,38	,01	,53	
	6	,33	,01	,02	,00	,17	
	7	,09	,03	,03	,20	,19	
	8	,42	,22	,36	,09	,02	
a. Dependent Variable: Intention							

Residuals Statistics	Residuals Statistics ^a					
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
	Predicted Value	1,0078	5,2229	3,0383	,92931	135
	Std. Predicted Value	-2,185	2,351	,000	1,000	135
	Standard Error of Predicted Value	,077	,226	,147	,034	135
	Adjusted Predicted Value	,9212	5,2408	3,0364	,93298	135
	Residual	-1,66752	1,29051	,00000	,60502	135
	Std. Residual	-2,683	2,077	,000	,974	135
	Stud. Residual	-2,722	2,122	,001	1,001	135
	Deleted Residual	-1,71609	1,34813	,00187	,64027	135
Stud. Deleted Residual	-2,794	2,153	,000	1,010	135	
Mahal. Distance	1,077	16,749	6,948	3,633	135	
Cook's Distance	,000	,060	,007	,011	135	
Centered Leverage Value	,008	,125	,052	,027	135	
a. Dependent Variable: Intention						

Charts



Scatterplot

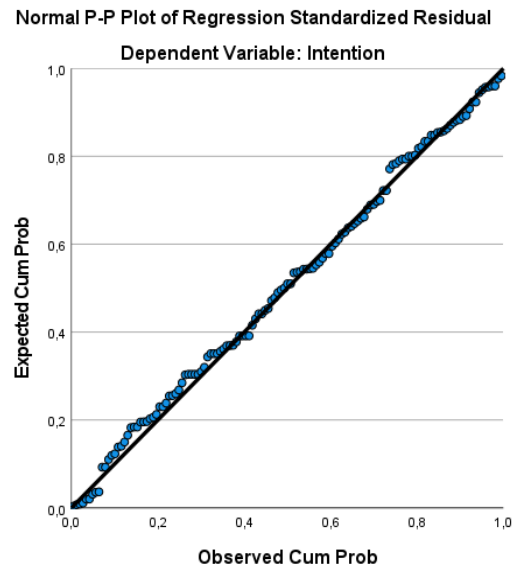


Annexe XVII: Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 4

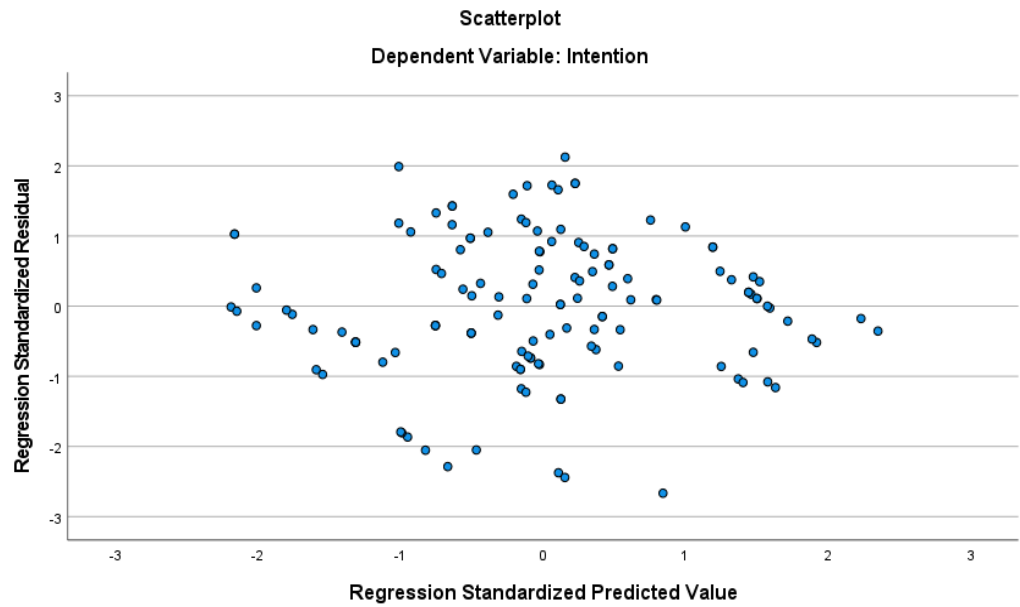
Manipulations SPSS							
Model Summary	Model Summary ^b						
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	1	,837 ^a	,701	,687	,62010	1,773	
	a. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, Environnement, Santé b. Dependent Variable: Intention						
Anova	ANOVA ^a						
	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1	Regression	115,556	6	19,259	50,086	,000 ^b
		Residual	49,219	128	,385		
	Total	164,774	134				
a. Dependent Variable: Intention b. Predictors: (Constant), PSociale1, CPrix1, Commodité, Animaux, Environnement, Santé							
Coefficient	Coefficients ^a						
	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
			B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	1	(Constant)	1,231	,328		3,757	,000
		Environnement	,090	,059	,116	1,536	,127
		Animaux	,233	,065	,333	3,600	,000
		Santé	,358	,066	,480	5,443	,000
		Commodité	-,138	,041	-,197	-3,384	,001
		CPrix1	-,038	,044	-,048	-,852	,396
		PSociale1	-,083	,044	-,112	-1,906	,059
	Coefficients ^a						
	Collinearity Statistics						
	Model		Tolerance		VIF		
	1	(Constant)					
		Environnement			,407	2,456	
		Animaux			,273	3,663	
		Santé			,300	3,328	
		Commodité			,687	1,456	
		CPrix1			,739	1,354	
		PSociale1			,675	1,482	
	a. Dependent Variable: Intention						

Collinearity diagnostics	Collinearity Diagnostics ^a					
	Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
					(Constant)	Environnement
	1	1	6,524	1,000	,00	,00
		2	,224	5,400	,00	,02
		3	,128	7,138	,00	,00
		4	,052	11,249	,00	,01
		5	,035	13,689	,00	,64
		6	,024	16,394	,77	,00
		7	,013	22,227	,23	,33
	Collinearity Diagnostics ^a					
	Model	Dimension	Santé	Variance Proportions		
				Commodité	CPrix1	PSociale1
Residuals Statistics	1	1	,00	,00	,00	,00
		2	,07	,14	,06	,00
		3	,03	,28	,12	,10
		4	,06	,19	,34	,54
		5	,34	,01	,01	,18
		6	,03	,02	,14	,11
		7	,47	,36	,33	,07
	a. Dependent Variable: Intention					
	Residuals Statistics ^a					
			Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Predicted Value		1,0065	5,2198	3,0383	,92863
	Std. Predicted Value		-2,188	2,349	,000	1,000
	Standard Error of Predicted Value		,072	,224	,137	,033
	Adjusted Predicted Value		,9476	5,2374	3,0380	,93180
	Residual		-1,65289	1,31789	,00000	,60606
	Std. Residual		-2,666	2,125	,000	,977
	Stud. Residual		-2,702	2,167	,000	1,001
	Deleted Residual		-1,69883	1,37037	,00026	,63534
	Stud. Deleted Residual		-2,772	2,199	-,001	1,008
	Mahal. Distance		,834	16,548	5,956	3,425
	Cook's Distance		,000	,057	,007	,009
	Centered Leverage Value		,006	,123	,044	,026
	a. Dependent Variable: Intention					

Charts



Scatterplot



Annexe XVIII : Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 5

Manipulations SPSS							
Model Summary	Model Summary ^b						
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	1	,836 ^a	,700	,688	,61944	1,811	
	a. Predictors: (Constant), PSociale1, Commodité, Santé, Environnement, Animaux						
	b. Dependent Variable: Intention						
Anova	ANOVA ^a						
	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1	Regression	115,277	5	23,055	60,086	,000 ^b
		Residual	49,498	129	,384		
		Total	164,774	134			
a. Dependent Variable: Intention							
b. Predictors: (Constant), PSociale1, Commodité, Santé, Environnement, Animaux							
Coefficient	Coefficients ^a						
	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
			B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	1	(Constant)	1,076	,273		3,948	,000
		Environnement	,099	,058	,128	1,719	,088
		Animaux	,215	,061	,308	3,516	,001
		Santé	,382	,060	,511	6,410	,000
		Commodité	-,136	,041	-,194	-3,342	,001
		PSociale1	-,095	,042	-,128	-2,284	,024
	Coefficients ^a						
	Collinearity Statistics						
	Model		Tolerance		VIF		
	1	(Constant)					
		Environnement			,421	2,377	
		Animaux			,304	3,293	
		Santé			,366	2,734	
		Commodité			,690	1,450	
		PSociale1			,746	1,341	
	a. Dependent Variable: Intention						

Collinearity
diagnosticsCollinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions Environnement	Animaux
1	1	5,633	1,000	,00	,00	,00
	2	,194	5,394	,00	,01	,00
	3	,093	7,790	,03	,00	,03
	4	,035	12,612	,05	,51	,01
	5	,028	14,059	,91	,17	,01
	6	,017	18,287	,00	,31	,95

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Santé	Variance Proportions Commodité	PSociale1
1	1	,00	,00	,0
	2	,06	,33	,0
	3	,18	,04	,3
	4	,34	,08	,3
	5	,06	,21	,2
	6	,36	,35	,0

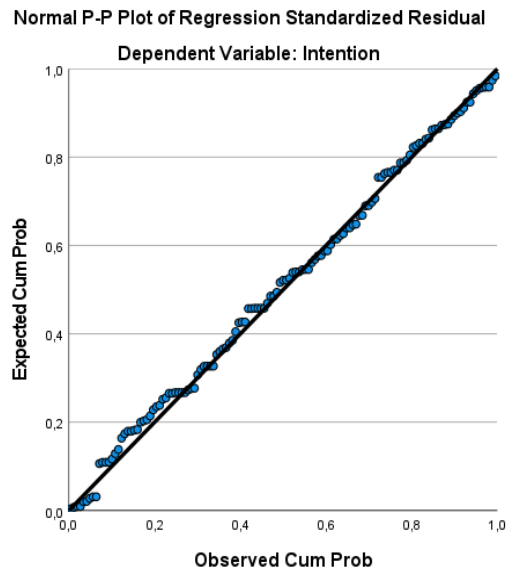
a. Dependent Variable: Intention

Residuals
StatisticsResiduals Statistics^a

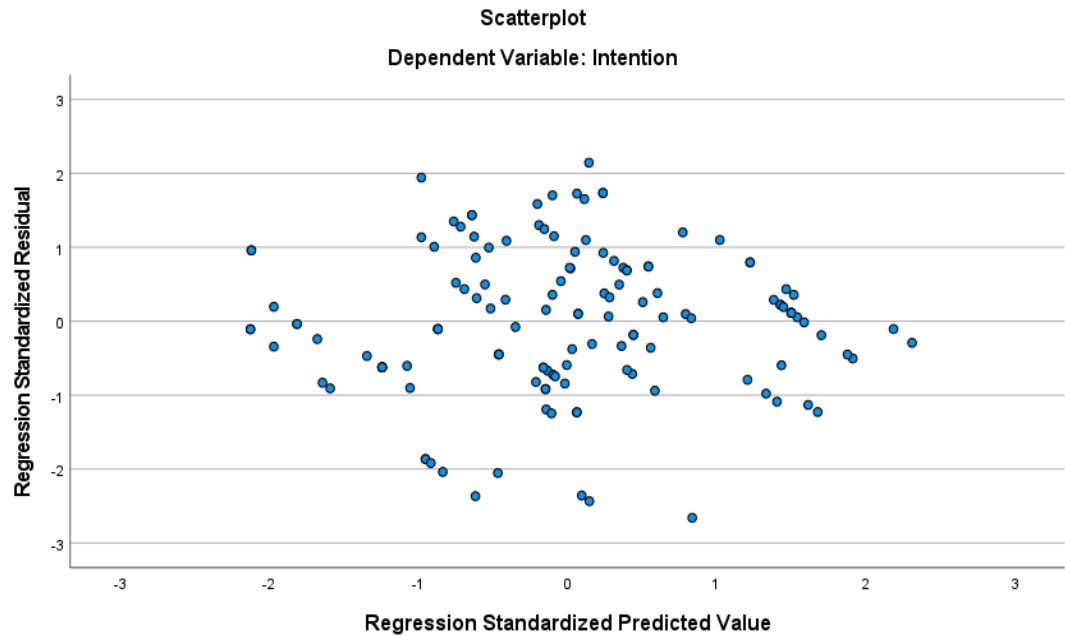
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,0666	5,1806	3,0383	,92751	135
Std. Predicted Value	-2,126	2,310	,000	1,000	135
Standard Error of Predicted Value	,065	,220	,127	,032	135
Adjusted Predicted Value	1,0014	5,1940	3,0380	,93069	135
Residual	-1,64695	1,32866	,00000	,60777	135
Std. Residual	-2,659	2,145	,000	,981	135
Stud. Residual	-2,695	2,187	,000	1,002	135
Deleted Residual	-1,69250	1,38097	,00030	,63398	135
Stud. Deleted Residual	-2,764	2,220	-,001	1,010	135
Mahal. Distance	,472	15,941	4,963	3,175	135
Cook's Distance	,000	,060	,007	,010	135
Centered Leverage Value	,004	,119	,037	,024	135

a. Dependent Variable: Intention

Charts



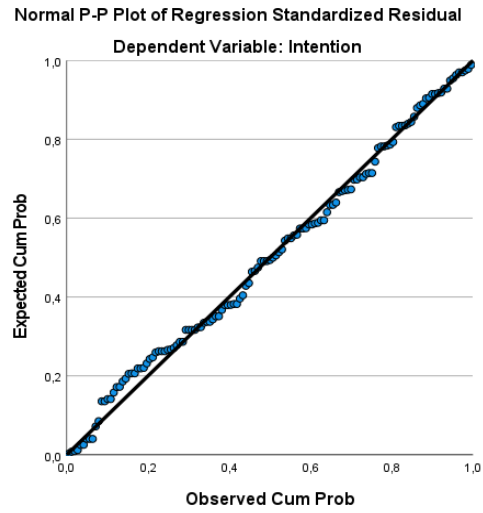
Scatterplot



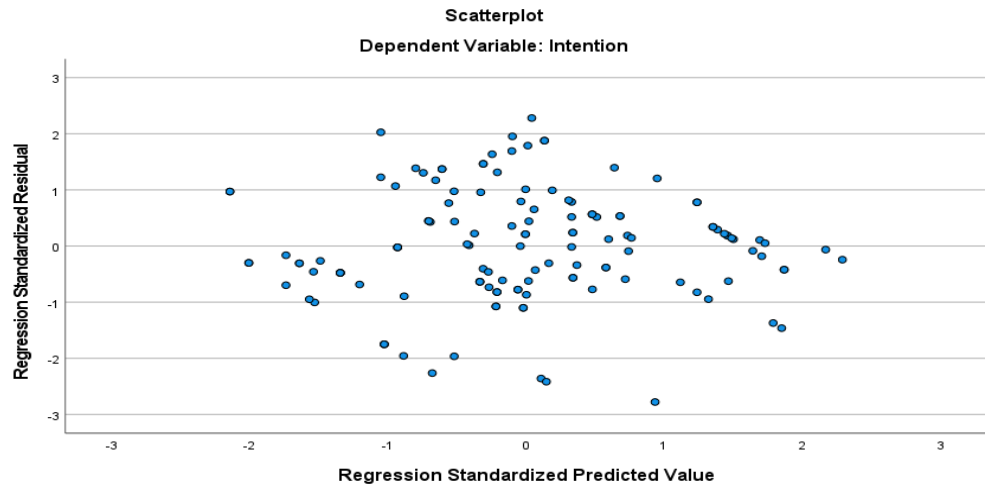
Annexe XIX : Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape 6

Manipulations SPSS							
Model Summary	Model Summary ^b						
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	1	,832 ^a	,693	,683	,62408	1,825	
	a. Predictors: (Constant), PSociale1, Commodité, Santé, Animaux						
	b. Dependent Variable: Intention						
Anova	ANOVA ^a						
	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	1	Regression	114,143	4	28,536	73,267	,000 ^b
		Residual	50,632	130	,389		
		Total	164,774	134			
a. Dependent Variable: Intention							
b. Predictors: (Constant), PSociale1, Commodité, Santé, Animaux							
Coefficient	Coefficients ^a						
	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
			B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	1	(Constant)	1,182	,268		4,418	,000
		Animaux	,259	,056	,370	4,608	,000
		Santé	,399	,059	,535	6,752	,000
		Commodité	-,153	,040	-,218	-3,842	,000
		PSociale1	-,070	,039	-,094	-1,787	,076
	Coefficients ^a						
	Collinearity Statistics						
	Model		Tolerance		VIF		
	1	(Constant)					
		Animaux			,366 2,729		
		Santé			,377 2,654		
		Commodité			,732 1,366		
		PSociale1			,847 1,181		
	a. Dependent Variable: Intention						

Charts



Scatterplot



Annexe XX : Hypothèses 8-14 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Régression linéaire multiple méthode Enter – étape final

Manipulations SPSS																																																																							
Corrélation	Correlations <table><thead><tr><th></th><th></th><th>Animaux</th><th>Santé</th><th>Commodité</th><th>Intention</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">Animaux</td><td>Pearson Correlation</td><td>1</td><td>,722**</td><td>,245**</td><td>,680**</td></tr><tr><td>Sig. (2-tailed)</td><td></td><td><,001</td><td>,004</td><td><,001</td></tr><tr><td>N</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td></tr><tr><td rowspan="3">Santé</td><td>Pearson Correlation</td><td>,722**</td><td>1</td><td>-,119</td><td>,795**</td></tr><tr><td>Sig. (2-tailed)</td><td><,001</td><td></td><td>,171</td><td><,001</td></tr><tr><td>N</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td></tr><tr><td rowspan="3">Commodité</td><td>Pearson Correlation</td><td>,245**</td><td>-,119</td><td>1</td><td>-,172*</td></tr><tr><td>Sig. (2-tailed)</td><td>,004</td><td>,171</td><td></td><td>,046</td></tr><tr><td>N</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td></tr><tr><td rowspan="3">Intention</td><td>Pearson Correlation</td><td>,680**</td><td>,795**</td><td>-,172*</td><td>1</td></tr><tr><td>Sig. (2-tailed)</td><td><,001</td><td><,001</td><td>,046</td><td></td></tr><tr><td>N</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td><td>135</td></tr></tbody></table> ** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			Animaux	Santé	Commodité	Intention	Animaux	Pearson Correlation	1	,722**	,245**	,680**	Sig. (2-tailed)		<,001	,004	<,001	N	135	135	135	135	Santé	Pearson Correlation	,722**	1	-,119	,795**	Sig. (2-tailed)	<,001		,171	<,001	N	135	135	135	135	Commodité	Pearson Correlation	,245**	-,119	1	-,172*	Sig. (2-tailed)	,004	,171		,046	N	135	135	135	135	Intention	Pearson Correlation	,680**	,795**	-,172*	1	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,046		N	135	135	135	135
			Animaux	Santé	Commodité	Intention																																																																	
	Animaux	Pearson Correlation	1	,722**	,245**	,680**																																																																	
		Sig. (2-tailed)		<,001	,004	<,001																																																																	
		N	135	135	135	135																																																																	
	Santé	Pearson Correlation	,722**	1	-,119	,795**																																																																	
		Sig. (2-tailed)	<,001		,171	<,001																																																																	
		N	135	135	135	135																																																																	
	Commodité	Pearson Correlation	,245**	-,119	1	-,172*																																																																	
		Sig. (2-tailed)	,004	,171		,046																																																																	
N		135	135	135	135																																																																		
Intention	Pearson Correlation	,680**	,795**	-,172*	1																																																																		
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,046																																																																			
	N	135	135	135	135																																																																		
Model Summary	Model Summary^b <table><thead><tr><th>Model</th><th>R</th><th>R Square</th><th>Adjusted R Square</th><th>Std. Error of the Estimate</th><th>Durbin-Watson</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>,828^a</td><td>,685</td><td>,678</td><td>,62929</td><td>1,854</td></tr></tbody></table> a. Predictors: (Constant), Commodité, Santé, Animaux b. Dependent Variable: Intention	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	1	,828 ^a	,685	,678	,62929	1,854																																																										
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson																																																																	
	1	,828 ^a	,685	,678	,62929	1,854																																																																	
Anova	ANOVA^a <table><thead><tr><th>Model</th><th></th><th>Sum of Squares</th><th>df</th><th>Mean Square</th><th>F</th><th>Sig.</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">1</td><td>Regression</td><td>112,899</td><td>3</td><td>37,633</td><td>95,033</td><td>,000^b</td></tr><tr><td>Residual</td><td>51,876</td><td>131</td><td>,396</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Total</td><td>164,774</td><td>134</td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> a. Dependent Variable: Intention b. Predictors: (Constant), Commodité, Santé, Animaux	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	1	Regression	112,899	3	37,633	95,033	,000 ^b	Residual	51,876	131	,396			Total	164,774	134																																															
	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.																																																																
	1	Regression	112,899	3	37,633	95,033	,000 ^b																																																																
Residual		51,876	131	,396																																																																			
Total		164,774	134																																																																				

Coefficient

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,900	,218		4,133	,000
	Animaux	,251	,056	,359	4,444	,000
	Santé	,382	,059	,512	6,496	,000
	Commodité	-,139	,039	-,199	-3,542	,001

Coefficients^a

Collinearity Statistics

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Animaux	,369	2,712
	Santé	,387	2,586
	Commodité	,758	1,319

a. Dependent Variable: Intention

Collinearity diagnostics

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Animaux	Santé
1	1	3,761	1,000	,00	,00	,00
	2	,172	4,676	,00	,00	,15
	3	,047	8,901	,93	,01	,11
	4	,020	13,753	,06	,98	,73

Collinearity Diagnostics^a

Variance Proportions

Model	Dimension	Commodité
1	1	,01
	2	,33
	3	,40
	4	,27

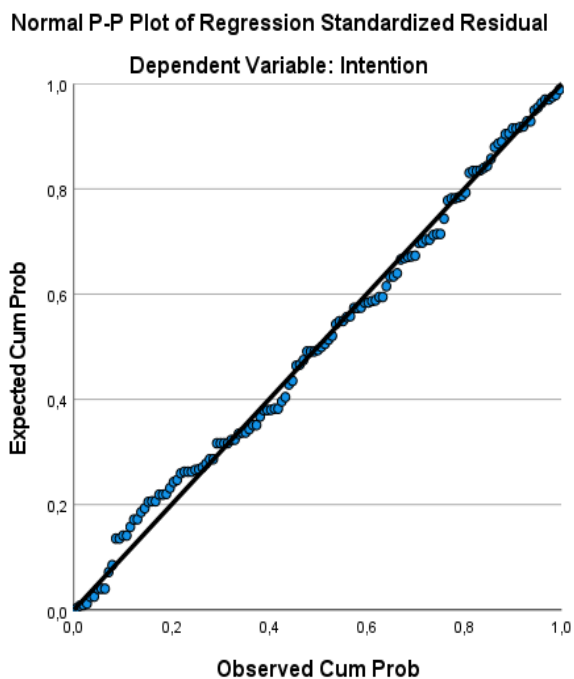
a. Dependent Variable: Intention

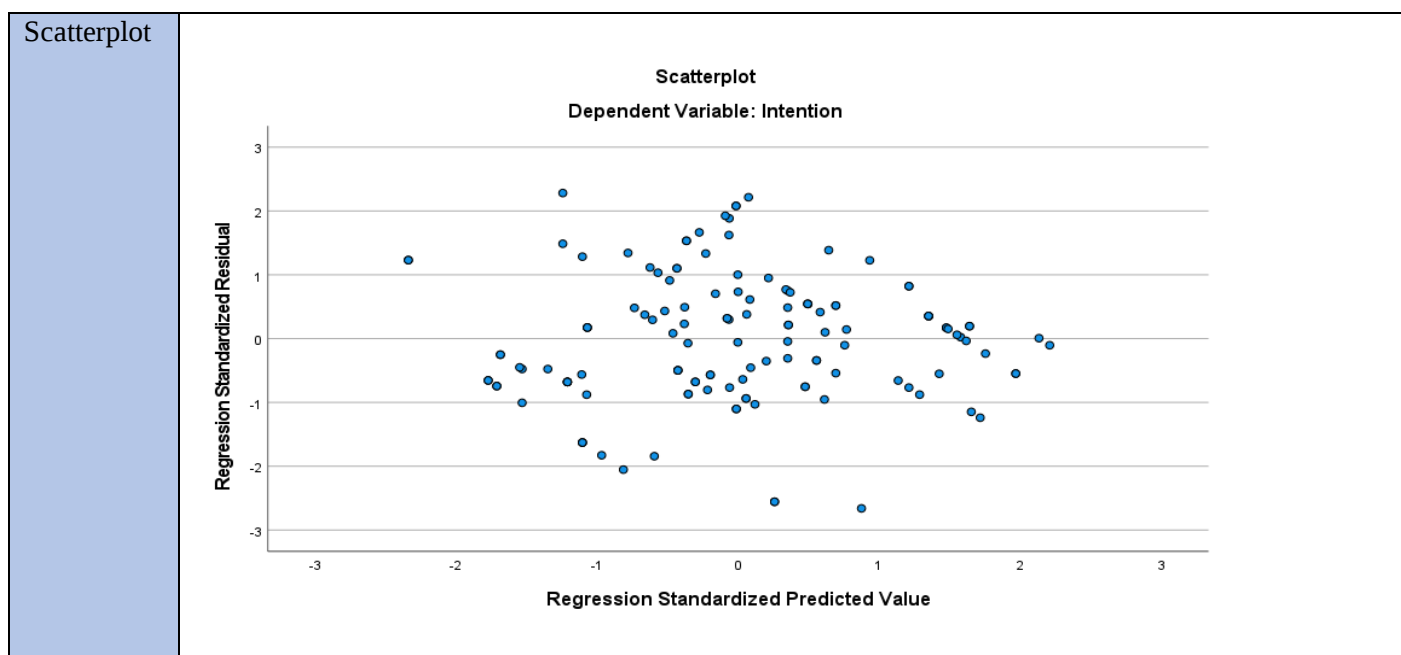
Residuals
Statistics

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,8921	5,0651	3,0383	,91789	135
Std. Predicted Value	-2,338	2,208	,000	1,000	135
Standard Error of Predicted Value	,058	,182	,105	,026	135
Adjusted Predicted Value	,8212	5,0695	3,0380	,92084	135
Residual	-1,67389	1,43615	,00000	,62220	135
Std. Residual	-2,660	2,282	,000	,989	135
Stud. Residual	-2,684	2,346	,000	1,003	135
Deleted Residual	-1,70366	1,51755	,00029	,64048	135
Stud. Deleted Residual	-2,750	2,388	,000	1,011	135
Mahal. Distance	,158	10,243	2,978	2,024	135
Cook's Distance	,000	,078	,007	,011	135
Centered Leverage Value	,001	,076	,022	,015	135

a. Dependent Variable: Intention

Charts





Annexe XXI : Hypothèses 8-14 - Justifications des conditions de validité du modèle

	Résidus Indépendants (Durbin – Watson)	Loi normale	Homoscédasticité des résidus	Cook's distance	Multicolinéarité
Hypothèse 8-14	Vérifiée Durbin-Watson proche de 2, à savoir 1,854. (cf. Annexe XX – Model Summary)	Vérifiée résidus sont tous proches de la droite de 45° passant par (0;0). (cf. Annexe XX – Charts)	Vérifiée résidus placés aléatoirement sur le graphe (cf. Annexe XX – Scatterplot)	Vérifiée inférieure à 1 (0,078) → pas d'influence anormale des variables qui ne sont pas alignées avec les autres points observés. (cf. Annexe XX – Residuals Statistics)	Vérifiée Le VIF « variance inflation factor » doit être inférieur à 10 et idéalement inférieur à 4 afin d'avoir un modèle stable. → VIF = entre 1.319 et 2.712 donc le modèle est stable. (cf. Annexe XX – Coefficient)

La première condition permettant de vérifier la validité du modèle, à savoir l'analyse des résidus indépendants, est respectée, car la variable Durbin-Watson est proche de 2, à savoir 1,854 (cf. Annexe XX – Model Summary). Ensuite, le premier graphe (cf. Annexe XX – Charts) permet d'affirmer que la deuxième condition, concernant la loi normale, est également respectée, car

les résidus sont tous relativement proches de la droite de 45° passant par (0 ; 0). De plus, le deuxième graphe explique que la troisième condition, relative à l'homoscédasticité des résidus, est aussi respectée, car les résidus sont placés aléatoirement sur le graphe (cf. Annexe XX – Scatterplot). Pour ce qui est de la distance Cook, celle-ci est inférieure à 1 (0,078), ce qui signifie qu'il n'existe pas d'influence anormale des variables qui ne sont pas alignées sur les autres points observés (cf. Annexe XX – Residuals Statistics). Enfin, afin de vérifier la condition de multicollinéarité entre les variables indépendantes, le VIF « variance inflation factor » doit être inférieur à 3-4 pour avoir un modèle stable. Dans ce cas-ci, le VIF se trouve entre 1.319 et 2.712, ce qui ne pose donc pas de problème et valide cette dernière condition (cf. Annexe XX – Coefficient).

Annexe XXII : Hypothèse 15 – Résultats d'analyse statistique – SPSS – Independent Sample Test

	Manipulation SPSS																																												
Statistiques descriptives	Case Processing Summary <table><thead><tr><th rowspan="2"></th><th colspan="2">Included</th><th colspan="2">Cases Excluded</th><th colspan="2">Total</th></tr><tr><th>N</th><th>Percent</th><th>N</th><th>Percent</th><th>N</th><th>Percent</th></tr></thead><tbody><tr><td>Intention * Sexe</td><td>135</td><td>100,0%</td><td>0</td><td>0,0%</td><td>135</td><td>100,0%</td></tr></tbody></table> Case Summaries Intention <table><thead><tr><th>Sexe</th><th>N</th><th>Mean</th><th>Std. Error of Mean</th><th>Minimum</th><th>Maximum</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>71</td><td>3,1761</td><td>,13030</td><td>1,00</td><td>5,00</td></tr><tr><td>2</td><td>64</td><td>2,8854</td><td>,13868</td><td>1,00</td><td>5,00</td></tr><tr><td>Total</td><td>135</td><td>3,0383</td><td>,09544</td><td>1,00</td><td>5,00</td></tr></tbody></table>		Included		Cases Excluded		Total		N	Percent	N	Percent	N	Percent	Intention * Sexe	135	100,0%	0	0,0%	135	100,0%	Sexe	N	Mean	Std. Error of Mean	Minimum	Maximum	1	71	3,1761	,13030	1,00	5,00	2	64	2,8854	,13868	1,00	5,00	Total	135	3,0383	,09544	1,00	5,00
	Included		Cases Excluded		Total																																								
	N	Percent	N	Percent	N	Percent																																							
Intention * Sexe	135	100,0%	0	0,0%	135	100,0%																																							
Sexe	N	Mean	Std. Error of Mean	Minimum	Maximum																																								
1	71	3,1761	,13030	1,00	5,00																																								
2	64	2,8854	,13868	1,00	5,00																																								
Total	135	3,0383	,09544	1,00	5,00																																								
Statistiques descriptives - graphe																																													

Analyse – Group Statistics	Group Statistics					
	Sexe	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Intention	1	71	3,1761	1,09794	,13030	
	2	64	2,8854	1,10947	,13868	

Independent Sample Test	Independent Samples Test					
	Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means		
			F	Sig.	t	df
	Intention	Equal variances assumed	,027	,870	1,528	133
		Equal variances not assumed			1,527	131,262
	Independent Samples Test					
				t-test for Equality of Means		
			Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	
	Intention	Equal variances assumed	,129	,29064	,19019	
		Equal variances not assumed	,129	,29064	,19029	
Independent Samples Test						
			t-test for Equality of Means			
			95% Confidence Interval of the Difference			
			Lower	Upper		
Intention	Equal variances assumed		-,08555	,66683		
	Equal variances not assumed		-,08580	,66708		

Independent Samples Effect Sizes	Independent Samples Effect Sizes					
			Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
					Lower	Upper
	Intention	Cohen's d	1,10342	,263	-,076	,602
		Hedges' correction	1,10969	,262	-,076	,599
	Glass's delta	1,10947	,262	-,080	,602	

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

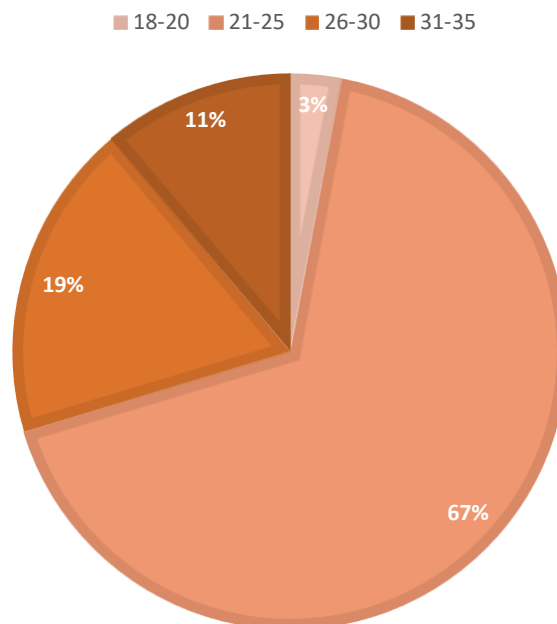
Cohen's d uses the pooled standard deviation.

Hedges' correction uses the pooled standard deviation, plus a correction factor.

Glass's delta uses the sample standard deviation of the control group.

Annexe XXIII : Répartition des participants par tranche d'âge

RÉPARTITION DES PARTICIPANTS PAR TRANCHE D'ÂGE



Annexe XXIV : Interview 1 – Alexandre de Hollain

Capart: Bonjour, je t'interroge aujourd'hui dans le cadre de mon mémoire de fin d'études sur le sujet de la consommation de viande. Si cela ne te dérange pas, je vais enregistrer notre discussion.

De Hollain : Non non, il n'y a aucun problème.

Capart : Parfait ! Je propose qu'on commence dès maintenant. Peux-tu commencer par te présenter brièvement ?

De Hollain : Oui bien sûr. Alors bonjour, je m'appelle Alexandre, j'ai 24 ans, j'ai étudié le marketing à l'EPHEC et puis j'ai fait un master à l'IHECS dans l'événementiel. Et là, je me lance dans une formation en codage qui s'appelle « le Wagon ».

Capart : Merci, ton parcours est très intéressant. Je fais appel à toi afin de récolter davantage d'informations concernant la consommation de viande, ainsi, je voudrais savoir si tu serais d'accord pour répondre à quelques questions.

De Hollain : Oui pas de soucis ! Ça me fait plaisir de pouvoir t'aider.

Capart : Génial ! Donc, voilà ma première question : pourrais-tu me dire à quelle fréquence tu manges de la viande, si tu en manges ?

De Hollain : Alors, je dirais que je mange de la viande environ 5 jours par semaine, mais les quantités ne sont pas énormes par contre. Par exemple, pour un midi, je vais peut-être prendre une tranche de jambon dans mon sandwich ou quelque chose du style et le soir, c'est généralement plus des plats tels que des pâtes bolognaises plutôt qu'un gros morceau de steak.

Capart : Très bien et serais-tu prêt à diminuer ta consommation de viande ?

De Hollain : Oui je serais prêt, mais sans doute pas totalement.

Capart : À combien de jours par semaine serais-tu prêt à limiter ta consommation de viande ?

De Hollain : Je dirais 2-3, mais c'est compliqué à dire, car parfois je peux prendre une simple tranche de jambon pour un sandwich et puis ne plus prendre de viande de la journée, mais je ne considère pas vraiment ça comme manger de la viande dans le sens où c'est vraiment une quantité minime.

Capart : Je comprends. Quelles seraient donc tes motivations afin de diminuer ta consommation?

De Hollain : Je pense que ce qui me motiverait le plus serait le fait que c'est meilleur pour la planète de manger moins de viande même si j'en suis pas encore tout à fait conscient.

Capart : Et rien d'autre ?

De Hollain : Non et c'est sans doute parce que je ne suis pas vraiment conscient de tous les impacts que la production et consommation de viande engendrent, ce qui me fait penser qu'il serait temps que je me renseigne sur le sujet, qui n'a pas l'air d'avoir des impacts anodins.

Capart : Quels sont donc les barrières qui t'empêchent d'arrêter de manger de la viande?

De Hollain : Je ne pourrais pas totalement arrêter d'en consommer pour le moment, car pour certains plats, le fait de mettre de la viande ou non tel qu'un burger, engendre une vraie différence de goût et de texture. Ce que je veux dire, c'est que les substituts de la viande tels que des burgers végétariens ou encore des saucisses végétariennes ne sont pas très attractifs en matière de goût et de texture.

Capart : Et donc, si je comprends bien, tu considères que ce qui t'empêche d'arrêter de manger de la viande complètement, c'est le fait que le goût et les textures ne sont pas très plaisants dans les substituts végétariens ?

De Hollain : Oui, c'est exactement ça.

Capart : Et tu ne ressens pas d'autres barrières afin de réduire ta consommation de viande ?

De hollain : Non, pour moi, ce qui me bloque, c'est vraiment le fait que lorsqu'on remplace la viande par des substituts dans les plats ou, de base, il y a de la viande telle qu'un burger ou une bolognaise, le goût n'y est plus. Mais par contre, pour des plats qui sont à l'origine végétariens tels qu'une ratatouille, alors là, ça ne me dérange pas du tout. Je dirais donc que j'ai plus un blocage avec les substituts travaillés plutôt qu'avec les légumes et autres.

Capart : Et si maintenant je te dis que des grandes avancées en termes de goût et de textures sont réalisées actuellement. Je veux dire par là que les goûts et textures deviendront dans quelques années pratiquement similaires à ceux de la viande. Penses-tu que tu changerais ton opinion, trouverais-tu cela bizarre de ne pas manger de viande tout en ayant l'impression d'en manger ?

De Hollain : Non je trouve cela très bien et je ne demande qu'à voir. Je trouve juste que c'est bizarre d'essayer de créer les mêmes produits, mais sans avoir de viande dedans. Ça me dérange que les gens tentent de créer des produits similaires à ceux de la viande, mais sans en contenir car, au final, en voyant par exemple une saucisse végétarienne, on s'attend à avoir la même texture et le même goût que la saucisse normale, sauf que ce n'est pas le cas, ou du moins ça ne l'est pas pour le moment. Je trouve qu'il serait mieux de créer quelque chose de nouveau, des

nouvelles recettes et utiliser plus de légumes et de produits non travaillés au lieu de se casser la tête à essayer de reproduire la même chose. Pour moi, c'est un peu comme si on essayait de faire un gâteau au chocolat, mais sans chocolat... Par exemple, je me vois mal me cuisiner un hachis Parmentier ou un carbonara végétarien et je pense sincèrement que cela n'arrivera jamais. Je dirais donc que je préférerais adapter mes recettes plutôt que de réaliser les mêmes avec des substituts tels que des saucisses végétariennes, du haché végétarien ou encore des nuggets végétariens.

Capart : Donc si je comprends bien, tu es pour le fait de réduire ta consommation de viande, mais en t'orientant davantage vers des légumes et autres aliments non travaillés pour y parvenir, mais tu es contre les producteurs qui tentent de créer des substituts végétariens qui ressemblent à de la viande sans avoir ni le goût ni la texture.

De Hollain : Dire que je suis contre c'est peut-être un peu extrême, mais c'est sûr que je ne suis pas très favorable. Je préfère remplacer la viande par un aliment qui n'a ni la forme ni la texture de la viande. Ces substituts similaires à la viande sont, pour moi, comme si on essayait de tromper la population en leur faisant croire que c'est la même chose que la viande, mais au final on le sait tous que ça ne l'est pas.

Capart : Je comprends très bien ton point de vue. C'est très intéressant.

Maintenant, j'aimerais savoir si tu penses qu'il y a des possibilités de trouver des solutions afin que les gens soient davantage conscients de l'impact que la viande engendre sur l'environnement ?

De Hollain : Mmmh, j'avoue que je n'ai pas des masses d'idées... c'est assez effrayant, car je me rends compte qu'en fait je ne suis pas du tout au courant de ce que cela a comme impact et je sais que je ne suis pas le seul. C'est comme si personne ne voulait s'en rendre compte. Fin je veux dire que depuis que je suis tout petit, je mange de la viande et personne ne m'a jamais dit que c'était mauvais pour l'environnement ou quoi que ce soit d'autre. Au contraire, on m'a toujours affirmé que cela était bon pour la santé par exemple.

Mais du coup pour revenir à ta question, je dirais qu'on pourrait essayer d'éveiller les consciences des jeunes dès les secondaires ou à l'université en créant des genres de workshop pour apprendre à cuisiner des plats végétariens équilibrés. Ou encore créer des associations afin de faire des campagnes sur les réseaux sociaux qui montrent les dégâts que la consommation

de viande peut engendrer. Et puis, je pense qu'il devrait exister des magazines un peu comme ceux du Delhaize où ils donnent des idées de recettes, mais en s'intéressant principalement aux plats végétariens afin de donner des chouettes idées de recettes. Au final, je pense que si j'avais plein d'idées de bonnes recettes végétariennes je serais capable de diminuer presque totalement ma consommation de viande sans totalement être végétarien parce que je pense que je ne serai jamais capable de dire non à un bon burger par exemple.

Capart : Merci beaucoup. Je pense que tes solutions ont un vrai potentiel.

Du coup, je pense qu'on a fait le tour, je te remercie d'avoir participé à cet entretien, tes informations me seront très utiles pour la suite de mes recherches.

De Hollain : De rien, c'était avec plaisir et je pense que je vais un peu me renseigner sur les impacts que ma consommation peut engendrer sur la planète, car je pense que j'ai besoin d'en savoir plus. Je me sens un peu bête de ne pas être au courant de l'impact que mes actes ont. D'ailleurs, à la fin de tes recherches, je serai ravi de lire ce qui en est sorti.

Capart : Ce sera avec plaisir que je te ferai lire tout cela à la fin. Encore un tout grand merci et bonne continuation.

Annexe XXV : Interview 2 – Diane Tremouroux

Capart: Bonjour, je t'interroge aujourd'hui dans le cadre de mon mémoire de fin d'études sur le sujet de la consommation de viande. Si cela ne te dérange pas, je vais enregistrer notre discussion.

Tremouroux: Non non, il n'y a aucun problème.

Capart : Parfait ! Je propose qu'on commence dès maintenant. Peux-tu commencer par te présenter brièvement ?

Tremouroux : Bonjour, je m'appelle Diane Tremouroux, j'ai 23 ans, j'ai fait ingénieur de gestion à Solvay pour ensuite continuer mon master à la Solvay Business School. J'ai eu mon diplôme en juin l'année passée et depuis, je suis en stage chez l'Oréal en digital marketing pour la marque « La Roche Posay ». Après ce stage, j'espère profondément qu'on me proposera une offre d'emploi chez eux.

Capart : Merci. Je fais appel à toi afin de récolter davantage d'informations concernant la consommation de viande. Ainsi, je voudrais savoir si tu serais d'accord pour répondre à quelques questions.

Tremouroux : Oui pas de souci, c'est avec plaisir que je répondrai à tes questions. J'espère que ça te permettra de trouver ce que tu recherches.

Capart : Génial ! Donc, voilà ma première question : pourrais-tu me dire à quelle fréquence tu manges de la viande, si tu en manges ?

Tremouroux : Je dirais que je mange de la viande 3 jours par semaine maximum et généralement en petite quantité. Je fais aussi attention à l'origine de la viande. Par exemple, je vais privilégier une viande bio, d'un petit producteur local ou encore d'un boucher respectueux par rapport aux viandes industrielles. Je pense qu'en faisant ça, ça m'aide à me dire que la viande que je mange provient d'animaux qui ne sont pas traités de manière atroce. Et aussi, je voulais ajouter que je mange généralement plus de poissons que de viande.

Capart : Tu dirais donc que tu es flexitarienne ?

Tremouroux : Exactement.

Capart : C'est déjà un très bon début ! Maintenant, saurais-tu me dire si tu serais capable d'arrêter complètement de manger de la viande et de passer de flexitarienne à végétarienne ?

Tremouroux : Je pense que je parviendrais à le faire, mais sans doute que je craquerai à certains moments. Quoique j'ai beaucoup entendu parler du fait que quand tu arrêtes de manger de la viande pendant un certain temps, en général, tu n'as même plus envie d'en prendre parce que tu serais apparemment dégoûté. J'aurai donc envie de dire que je garderai un jour toutes les deux semaines où je pourrai me faire plaisir avec de la viande. Mais bon, sans doute qu'avec le temps, je n'en aurai même plus envie.

Capart : Quelles seraient donc tes motivations afin de diminuer ta consommation ?

Tremouroux : Je pense que je peux dire que ma motivation principale vis-à-vis de la réduction de consommation de viande est celle de la traite des animaux. Je trouve vraiment, en ayant vu des vidéos sur le sujet, que la façon dont nous produisons la viande est complètement abominable pour les animaux. Parfois, je me demande comment des êtres humains sont capables de faire ça, de maltraiter ces bêtes pendant des années. Pour moi, c'est tellement inconcevable de torturer des animaux de la sorte, juste pour le plaisir gustatif. Je trouve que c'est tellement important de respecter chaque être vivant. Et, je ne comprends pas comment les personnes qui effectuent ce métier ne se disent pas que ces animaux ont aussi des sentiments, ils vivent tout comme nous et ressentent la douleur tout comme nous aussi.

Capart : J'aimerais maintenant savoir comment penses-tu que nous pourrions réduire la consommation de viande afin d'améliorer la traite des animaux ?

Tremouroux : Malheureusement, je suis consciente que le problème ne vient pas seulement des personnes qui effectuent les métiers en lien avec la production de viande. Nous, monsieur et madame tout le monde, sommes responsables de tout ça aussi. Je veux dire par là que c'est nous qui créons une demande pour satisfaire nos plaisirs gustatifs et ces personnes répondent donc à cette demande en offrant des possibilités de se procurer de la viande. Et donc, on peut dire qu'il

ne serait pas faisable de ne plus produire de viande car, de un, ces producteurs n'auront plus de quoi vivre et, de deux, les consommateurs ne seront pas d'accord avec cela et trouveront donc une autre alternative pour s'en procurer. Mais, le point sur lequel les producteurs sont responsables, c'est dans la manière de traiter les animaux. Je sais qu'ils doivent produire des quantités énormes, mais ce n'est pas pour autant que le bien-être des animaux ne doit pas être pris en considération. Je dirais donc que nous devrions éduquer la population, les conscientiser vis-à-vis de l'impact qu'a leur consommation de viande en montrant des vidéos choquantes sur les réseaux, mais aussi à l'école afin que les gens voient l'horreur que nous faisons subir aux animaux tous les jours. Et pour les producteurs, je pense que des normes en termes de traite des animaux devraient être mises en place pour réguler la manière dont ils procèdent pour produire de la viande.

Capart : Tes idées afin de réduire la souffrance des animaux sont vraiment pertinentes. Mais penses-tu que d'autres facteurs t'influencent afin de réduire ta consommation de viande ?

Tremouroux : Je pense que la santé est aussi un facteur qui joue beaucoup sur ma consommation de viande. Il y a quelques années, j'ai été voir une nutritionniste qui m'a beaucoup parlé des impacts que la viande pouvait engendrer. Je me rappelle qu'elle m'avait dit que la viande rouge, genre un steak par exemple, pouvait générer certains cancers. Je me doute que ce n'est pas un seul steak qui allait engendrer un cancer, mais plutôt si j'en mange en grande quantité et très régulièrement. Je lui ai donc demandé pourquoi tellement de gens en mangeaient si souvent, si ce n'est pas bon pour la santé. Elle m'avait répondu que beaucoup de personnes, comme moi avant ça, n'étaient absolument pas au courant de ce que la viande pouvait engendrer. Ceci dit, elle m'avait dit que les viandes blanches comme le poulet par exemple, n'étaient pas tellement nocives pour la santé, c'était plutôt les viandes rouges ou les burgers, saucisses et tout ça qui posent un problème. Depuis ce moment-là, j'ai presque plus mangé de viande rouge, j'ai beaucoup moins mangé de burgers, saucisses et toutes autres viandes travaillées. Maintenant, je dirais que 80 % du temps quand je prends de la viande, c'est de la viande blanche.

Capart : Comme te l'a dit ta nutritionniste, il y a encore beaucoup trop de personnes qui ne sont pas conscientes de ce que peut engendrer la consommation de viande sur leur santé. Aurais-tu des idées de comment on pourrait y remédier ?

Tremouroux : Je pense que c'est un peu le même principe que pour les animaux, il faut trouver des stratégies pour faire prendre conscience aux gens que leur consommation de viande n'affecte pas seulement les animaux, mais aussi leur propre santé. Je suis sûre que si plus de personnes étaient au courant que cela pouvait leur causer un cancer, il y aurait moins de personnes qui en consommeraient. Ainsi, peut-être qu'en faisant des séances d'informations à l'école, au travail et à l'université, un peu comme on en avait en éducation sexuelle quand on était petit, cela nous permettrait de prendre conscience de ce que cela pourrait faire à notre corps si on mange trop de viande.

Capart : Merci pour tes idées, c'est très intéressant et je vois que tu as l'air plutôt au courant de ce que cela peut engendrer. Tu as dit plus tôt que tu étais prête à réduire complètement ta consommation de viande, mais que tu aimerais encore de temps en temps pouvoir craquer. J'aimerais donc savoir ce qu'il te pousserait à en manger ? Quels sont les facteurs qui te motivent à continuer à en manger même si c'est en petite quantité ?

Tremouroux : Je pense que si je veux continuer à manger de la viande de temps en temps, c'est vraiment parce que j'apprécie le goût et que j'ai toujours été habituée à en manger. Quand j'étais petite j'en mangeais tous les jours, car ma maman en cuisinait pour toute la famille. J'ai donc été habituée à en prendre régulièrement. Après, j'ai réduit ma consommation, car je suis partie koter avec des amis et la viande de qualité ça coûte cher donc je préférais attendre le week-end pour en manger avec ma famille plutôt que de prendre des morceaux de viande à 2 euros, ça aurait été contre mes principes. Je pense aussi, que comme j'avais une kokoteuse végétarienne, cela m'a aidé à trouver des bons plats sans viande.

Capart : Comme tu l'as dit juste avant, la consommation importante de viande n'est pas ce qui a de meilleur pour la santé, mais, penses-tu que lorsque tu auras des enfants, tu leur en donneras régulièrement comme toi quand tu étais petite ?

Tremouroux : C'est une très bonne question ! D'un côté, j'aimerais dire que non, je ne leur en donnerai pas, mais de l'autre côté, je pense que je le ferai quand même, je ne peux pas vraiment décider pour eux s'ils veulent être végétariens ou non. Par contre, je pense clairement que je n'en donnerai pas tous les jours et que je leur donnerai du poisson plusieurs fois par semaine.

Capart : Merci beaucoup. Voilà, je pense que c'était ma dernière question. Je te remercie d'avoir bien voulu répondre à toutes mes questions, tes réponses me seront très utiles pour la suite de mes recherches.

Tremouroux: Avec plaisir, j'espère que tu as tout ce dont tu as besoin pour continuer tes recherches et n'hésite surtout pas à revenir vers moi si tu as plus de questions, je me ferai un plaisir d'y répondre.

Capart : Merci beaucoup de ta proposition et je te remercie encore mille fois pour ton temps et tes réponses.

Annexe XXVI : Interview 3 – Florence Woods

Capart: Bonjour, je t'interroge aujourd'hui dans le cadre de mon mémoire de fin d'études sur le sujet de la consommation de viande. Si cela ne te dérange pas, je vais enregistrer notre discussion.

Woods: Non non, il n'y a aucun problème.

Capart : Parfait ! Je propose qu'on commence dès maintenant. Peux-tu commencer par te présenter brièvement ?

Woods : Bonjour, je m'appelle Florence Woods, j'ai 22 ans, je suis d'origine belge et anglaise. J'ai étudié la communication à l'IHECS et maintenant, je poursuis un master dans la mode à l'Instituto Marangoni à Londres.

Capart : Merci pour ta petite présentation. Alors voilà, je fais appel à toi afin de récolter davantage d'informations concernant la consommation de viande, ainsi, je voudrais savoir si tu serais d'accord pour répondre à quelques questions.

Woods : Oui pas de souci, ça me fait plaisir de contribuer à tes recherches. J'espère que ma contribution te sera utile.

Capart : Parfait ! Donc, voilà ma première question : pourrais-tu me dire à quelle fréquence tu manges de la viande, si tu en manges ?

Woods : Je dirais que je ne mange pas de viande si souvent, environ 2 jours par semaine. Mais, durant une période de 4 mois l'année passée, après les fêtes de Noël, j'ai arrêté d'en manger complètement. J'ai donc été végétarienne pendant toute cette période, car j'étais dégoûtée de toute la viande que j'avais mangée durant les fêtes et je n'étais plus capable d'en manger. Maintenant, j'ai recommencé à en manger de temps en temps, mais en très petite quantité. J'en prends par exemple quand je mange un carbonara ou une pizza, on peut donc dire que ce ne sont pas des quantités énormes, mais ça me suffit amplement. Ceci dit, parfois ça me fait plaisir de manger un bon morceau de viande, mais je pense que depuis ma période où j'étais végétarienne je préfère prendre un beau morceau de poisson plutôt qu'une pièce de viande.

Capart : Intéressant, et pourrais-tu me dire ce qui t'a poussé à reprendre de la viande ?

Woods : Moi-même je ne suis pas vraiment sûre de ma réponse, car il m'arrive d'être parfois dégoutée quand je vois mon frère prendre des gros morceaux de viande au restaurant mais, si je dois donner une réponse, je dirais que c'était plus facile pour moi de reprendre une alimentation « normale ». Je dis ça parce que parfois quand j'allais dîner chez des copains, je devais toujours dire que j'étais végétarienne et je passais souvent pour la fille chiante qui ne sait pas s'adapter aux autres. En y réfléchissant, je me suis convaincue que j'étais vraiment cette fille chiante et, comme au final, j'aime bien la viande, je me suis dit que je pouvais faire un effort pour m'adapter aux autres.

Capart : Ça n'a vraiment pas dû être évident comme période pour toi de te sentir comme un poids pour tes copains alors que tu sentais que tu avais vraiment besoin de faire un break dans ta consommation de viande.

Woods : Non, ce n'était pas évident et c'est sans doute une des raisons pour laquelle j'ai décidé de recommencer à en consommer en petite quantité.

Capart : J'ai maintenant une autre question pour toi. Quels ont été les facteurs, autres que le dégoût, qui t'ont permis de ne pas consommer de viande durant ta période où tu étais végétarienne ?

Woods : Alors je dirais que les facteurs principaux sont les préoccupations environnementales ainsi que la traite des animaux. Premièrement, je pense qu'il faut vraiment être ignorant pour ne pas savoir que dans la majorité des cas, la viande est produite de manière atroce en traitant les animaux de façon très peu éthique. Et ensuite, durant le premier confinement, je me suis beaucoup intéressée à l'impact environnemental qu'engendrent nos habitudes alimentaires et j'ai donc regardé énormément de documentaires et lu des articles sur l'impact environnemental qu'engendre la production de viande. J'avoue que j'ai vraiment été choquée par les chiffres et par l'ampleur que cela prend. Avant de regarder ces documentaires et de lire des articles sur ça, je ne me doutais pas une seconde à quel point ma consommation de viande était un problème non seulement pour les animaux, mais pour l'entièreté de l'écosystème. Je ne savais pas que cela contribuait autant au réchauffement climatique. Je me rappelle encore quand j'étais petite on me disait que les vaches étaient un des animaux les plus polluants, car elles participaient au

réchauffement climatique à cause de leurs gaz, mais par la suite, je pensais que c'était plus une blague qu'autre chose. C'est seulement depuis un peu plus d'un an que je me suis rendue compte que non, ce n'était pas une blague. Alors oui, c'est un bête exemple, mais ça montre déjà que l'élevage d'animaux a un réel impact. Ensuite, toute la production de viande en tant que telle a un coût environnemental terrible. Entre la nourriture qui doit être produite pour le bétail, les besoins d'eau, la production dans les usines, le transport de la viande, et d'autres facteurs encore, on peut clairement se rendre compte que la production de viande n'a pas un rôle anodin dans la détérioration de l'environnement. Je trouve ça tellement fou que seulement peu de gens soient au courant de ce problème, moi-même je ne m'en suis rendue compte que très récemment. Et le plus fou dans tout ça, c'est que j'ai l'impression que très peu d'initiatives sont prises par des personnes hautement placées dans la société pour faire prendre conscience aux gens du réel problème auquel nous faisons tous face.

Capart : C'est bien que tu termines ta réponse de cette manière, car je voulais te demander s'il y avait des initiatives qui, selon toi, pourraient aider à faire face à ce problème ?

Woods : C'est une bonne question. Je pense que depuis quelques années, il y a certaines initiatives qui ont été mises en place comme des documentaires Netflix, il y a aussi des manifestations contre la maltraitance des animaux et des vidéos choquantes sur comment les animaux sont traités, mais au final, je me demande si les gens sont vraiment réceptifs à tout ça. J'ai plus l'impression que ça les aide à avoir une prise de conscience momentanée où ils vont peut-être faire attention à leur consommation de viande pendant une semaine et puis tout va redevenir comme avant. Ça me fait un peu penser aux périodes de blocus où tu dois tout étudier en deux semaines pour tout réécrire à l'examen, mais que deux semaines après l'examen tu as déjà tout oublié. Je pense donc qu'il serait plus judicieux de trouver une stratégie sur le long terme. Par là, je veux dire qu'il faut peut-être essayer de faire prendre conscience aux enfants du problème auquel nous sommes tous exposés, mais également aux parents afin qu'ils soient sur la même longueur d'onde. Je suis sûre qu'il serait possible de créer des ateliers pour les enfants pour qu'ils comprennent qu'il est possible de manger de très bonnes choses sans devoir blesser les animaux. Et de montrer par des petits dessins animés, par exemple, que la production de viande a un impact environnemental beaucoup plus important et néfaste que celui des substituts végétariens. Et puis, pour les adultes, faire des séminaires ou des workshops où ils peuvent apprendre à cuisiner des plats végétariens pourrait être bénéfique pour leur faire prendre conscience que l'alimentation végétarienne est agréable et variée. Je ne sais pas si ces

idées t'aident, mais je t'avoue que je ne sais pas trop ce qu'on pourrait faire pour améliorer la situation. Je vais continuer à y réfléchir plus tard et si j'ai quelque chose qui me vient je te ferai signe si ça peut t'aider dans tes recherches.

Capart : Oui bien sûr, ce serait avec grand plaisir, mais déjà tes premières idées sont très intéressantes, au contraire je trouve cela super. J'ai encore une dernière question pour toi. Quand tu étais végétarienne, tu m'as dit que tu ne te sentais pas vraiment comprise par tes copains, ce qui t'a poussé à reconsommer de la viande. Mais y-a-t-il d'autres éléments qui t'ont poussé à consommer à nouveau de la viande ?

Woods : Alors oui, en plus de la pression sociale que j'ai pu ressentir pour que je me conforme à l'alimentation des autres, il y a aussi l'aspect pratique qui m'a poussé à remanger de la viande. Je veux dire par là que ce n'était pas toujours évident de trouver des recettes qui donnent envie tout en étant équilibrées. J'avais un peu l'impression de toujours manger la même chose et peut-être qu'avec un peu plus d'inspiration j'aurais continué à ne pas manger de viande plus longtemps. Le problème dans tout ça, c'est que l'alimentation végétarienne est encore très fort jugée négativement. On est vite traité de « bobo écolo » quand on dit qu'on est végétarien. Et du coup, c'est sans doute pour ça qu'il y a peu de personnes qui entreprennent la démarche pour arrêter de consommer de la viande. Du coup, forcément, il y n'existe pas des masses de recettes gourmandes et végétariennes, ce qui freine sans doute plus d'une personne. Ceci dit, j'ai vu que de plus en plus de chefs cuisiniers réalisent des plats à base de plantes et ça a l'air juste incroyable. Peut-être que si les restaurants commencent à promouvoir davantage de plats végétariens, cela donnera envie aux clients de manger plus de repas végétariens et peut-être que ça leur donnera des idées de recettes. Maintenant voilà, ce sont seulement des hypothèses et ce n'est sans doute pas aussi facile que ce que je pourrais penser.

Capart : Je pense personnellement que tes réflexions sont vraiment intéressantes et je les prendrai en compte dans mes recherches. Sinon voilà, je pense que c'est tout pour moi, j'ai fait le tour des questions que je voulais te poser. Je te remercie mille fois de m'avoir consacré du temps afin de répondre à toutes mes questions. Ce qui est sûr, c'est que tes réponses me seront très utiles pour la suite de mes recherches.

Woods: Tout le plaisir est pour moi. Je te souhaite une bonne continuation avec tes recherches et si je trouve de nouvelles stratégies pour conscientiser les gens vis-à-vis de leur consommation

de viande, je te ferai signe. Et si tu as d'autres questions qui te viennent à l'esprit plus tard, n'hésite pas à me recontacter.

Capart : Merci pour tout, ta participation m'a vraiment aidé.

Résumé :

De nos jours, l'attention portée sur la consommation de viande est croissante. De plus en plus de preuves démontrent les effets désastreux que celle-ci peut avoir sur l'environnement, son écosystème ou encore sur la santé des hommes. Cela dit, bien que des preuves soient apportées, la majorité de la population continue d'en consommer sans se préoccuper des effets secondaires que cela engendre.

Ainsi, l'objectif de cette étude est de comprendre quels sont les facteurs qui ont le plus d'influence sur l'intention de réduire la consommation de viande chez les jeunes adultes entre 18 et 35 ans. Ainsi, en parvenant à les mettre en avant, cela montrera sur quels points il faudrait se pencher afin de faire changer le comportement des individus pour les encourager à réduire leur consommation de viande.

Pour y parvenir, une étude quantitative a été élaborée à l'aide d'un questionnaire en ligne afin de répondre aux hypothèses ainsi qu'aux questions de recherche. Ainsi, il est ressorti des analyses que les croyances les plus prononcées en faveur de l'intention de réduction de consommation de viande, sont en lien avec les préoccupations vis-à-vis du bien-être animal et les préoccupations environnementales. Cependant, les croyances n'allant pas en faveur de l'intention de réduction de consommation de viande sont en lien avec le goût de la viande, le coût de celle-ci et la santé, car les individus ne croient pas que la santé soit négativement impactée par la consommation de viande.

Ensuite, les résultats ont également permis de définir les deux facteurs exerçant une influence prononcée et positive vis-à-vis de l'intention de réduction de consommation de viande chez les jeunes adultes entre 18 et 35 ans, à savoir le bien-être animal et la santé. Cela dit, le facteur qui, au contraire, exerce une influence négative vis-à-vis de l'intention de réduction, s'est avéré être la commodité de plats végétariens qui est loin d'être optimale pour un bon nombre de consommateurs.

Ainsi, il serait intéressant de travailler sur les croyances des consommateurs afin qu'ils se rendent compte des dégâts causés par la consommation de viande. De cette façon, cela motivera davantage les individus à souhaiter réduire leur consommation de viande, ce qui les rendra plus enclins à se diriger vers un régime alimentaire plus durable et sain afin de préserver leur santé et celle de la planète.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique
www.uclouvain.be/lsm