



Effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale

Par Walid ADDAR

Mémoire présenté à l'Université du Québec à Chicoutimi en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (M. Sc.) en gestion des organisations

Québec, Canada

© WALID ADDAR, 2023

RÉSUMÉ

Ce mémoire examine les effets des facteurs situationnels perçus tels que la commodité perçue, le coût perçu, la durée perçue et l'effort perçu, liés au recyclage du plastique durable, sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable. Il examine également le rôle médiateur de l'attitude environnementale dans cette relation. L'objectif essentiel de cette recherche est de mieux comprendre la relation tripartite entre les facteurs situationnels, le comportement de consommation circulaire du plastique durable avec le rôle médiateur de l'attitude environnementale.

La méthodologie de recherche adoptée est une méthode quantitative, avec un questionnaire en ligne administré à un échantillon de 1000 répondants de toutes les provinces du Canada. Les données collectées ont été analysées à l'aide de techniques statistiques telles que l'analyse factorielle et le logiciel SPSS.

Les résultats de cette recherche mettent en lumière l'impact positif des facteurs situationnels perçus sur l'attitude environnementale. La perception d'une plus grande commodité, un coût perçu plus faible, une durée perçue plus courte et un effort perçu réduit liés au recyclage du plastique durable favorisent l'adoption d'une attitude environnementale positive. De plus, le bilan de cette recherche montre la relation positive entre l'attitude environnementale au comportement de consommation circulaire du plastique durable. Cette recherche illustre également les liens importants entre les attitudes environnementales et les comportements de consommation circulaire de plastique. Par ailleurs, il est nécessaire de préciser qu'à travers cette étude, il existe une relation médiatrice, notamment partielle, entre l'attitude environnementale et le comportement de consommation circulaire du plastique. Ce travail de recherche explore comment les attitudes influencent le comportement de consommation circulaire du plastique et quel rôle médiateur jouent les attitudes dans le contexte spécifique de la consommation cyclique de plastiques. Elle fournira des informations importantes et contribuera ainsi à une meilleure compréhension des déterminants du comportement de consommation circulaire du plastique.

Une autre constatation majeure de cette étude réside dans la démonstration du rôle médiateur de l'attitude environnementale. Les facteurs situationnels perçus influencent directement l'attitude environnementale, qui à son tour influence le comportement de consommation circulaire du plastique.

Cette recherche offre des perspectives pour enrichir la littérature sur les pratiques de consommation plus durables dans le contexte de l'économie circulaire, et pour alimenter la réflexion managériale des chefs de projets.

ABSTRACT

This dissertation examines the effects of perceived situational factors such as perceived convenience, perceived cost, perceived duration and perceived effort, related to sustainable plastic recycling, on the circular consumption behavior of sustainable plastic. It also examines the mediating role of environmental attitude in this relationship. The essential aim of this research is to better understand the tripartite relationship between situational factors, circular consumption behavior with the mediating role of environmental attitude. The research methodology adopted is a quantitative one, with an online questionnaire administered to a sample of 1,000 respondents from all Canadian provinces. The data collected were analyzed using statistical techniques such as factor analysis and SPSS software.

The results of this research highlight the positive impact of perceived situational factors on environmental attitude. The perception of greater convenience, lower perceived cost, shorter perceived duration and reduced perceived effort associated with the recycling of sustainable plastic favor the adoption of a positive environmental attitude. In addition, the results of this research show the positive relationship between environmental attitude and the circular consumption behavior of sustainable plastic. This research also illustrates the important links between environmental attitudes and circular plastic consumption behavior. It should also be pointed out that, through this study, there is a mediating relationship, notably a partial one, between environmental attitudes and circular plastic consumption behaviour. This research explores how attitudes influence circular plastic behavior, and what mediating role attitudes play in the specific context of cyclical plastic consumption. It will provide important information and thus contribute to a better understanding of the determinants of sustainable behavior.

Another major finding of this study is the demonstration of the mediating role of environmental attitude. Perceived situational factors directly influence environmental attitude, which in turn influences sustainable plastic circular consumption behavior. This research offers prospects for enriching the literature on more sustainable consumption practices in the context of the circular economy, and for informing the managerial thinking of project managers.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....	II
ABSTRACT	IV
LISTE DES TABLEAUX	IX
LISTE DES FIGURES.....	XI
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS.....	XII
DÉDICACE.....	XIII
REMERCIEMENTS.....	XIV
AVANT-PROPOS	XV
CHAPITRE 1 - REVUE DE LA LITTERATURE	21
1.1 L'EVOLUTION RECENTE DE L'ECONOMIE	21
L'ECONOMIE LINEAIRE.....	22

L'ECONOMIE CIRCULAIRE.....	24
1.2 FACTEURS INFLUENÇANT LE RECYCLAGE DU PLASTIQUE	27
FACTEURS FACTEURS SITUATIONNELS PERÇUS	29
FACTEURS AFFECTIFS	37
FACTEURS CONATIFS.....	41
CHAPITRE 2 - CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL DE L'ETUDE.....	42
2.1 CADRE THEORIQUE DE L'ETUDE.....	43
2.2 CADRE CONCEPTUEL DE L'ETUDE.....	46
CHAPITRE 3 METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	59
3.1 POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE DE LA RECHERCHE	59
3.2 LE PARADIGME ÉPISTÉMOLOGIQUE POSITIVISTE.....	59
3.3 L'APPROCHE HYPOTHÉTIQUE-DÉDUCTIVE	61
3.4 ASPECT OPÉRATIONNEL DE LA MÉTHODOLOGIE	62
3.5 CIBLE DE RECRUTEMENT	71

3.6	LES MÉTHODES D'ANALYSE DES DONNÉES.....	59
	CHAPITRE 4 PRESENTATION DES RESULTATS	76
4.1	TEST DE FREQUENCE	76
4.2	STATISTIQUE INFÉRENTIELLE.....	82
	CHAPITRE 5 DISCUSSION DES RÉSULTATS ET APPORTS DE L'ETUDE.....	136
5.1	DISCUSSION DES RÉSULTATS	136
5.2	IMPLICATIONS THEORIQUES.....	148
5.3	IMPLICATIONS MANAGÉRIALES.....	151
5.4	LIMITES DE L'ÉTUDE ET AVENUES DE RECHERCHE FUTURES	152
	CONCLUSION	155
	BIBLIOGRAPHIE.....	158
	ANNEXES.....	166

7.1	ANNEXE 1 : CERTIFICAT D'APPROBATION ETHIQUE	166
7.2	ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE.....	167

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : ONTOLOGIE, ÉPISTÉMOLOGIE, AXIOLOGIE ET MÉTHODES DE RECHERCHE TYPIQUES ASSOCIÉES AUX RECHERCHES ADOPTANT LE PARADIGME POSITIVISTE.....	60
TABLEAU 2 : RÉCAPITULATIF DES SOURCES DES ITEMS.....	63
TABLEAU 3 : PROVINCE DES PARTICIPANTS	76
TABLEAU 4 : AGE DES PARTICIPANTS	77
TABLEAU 5 : SEXE DES PARTICIPANTS.....	78
TABLEAU 6 : LANGUES DES PARTICIPANTS.....	79
TABLEAU 7 : ÉDUCATION DES PARTICIPANTS.....	80
TABLEAU 8 : REVENU DES PARTICIPANTS.....	81
TABLEAU 9 : OCCUPATION DE LOGEMENT DES PARTICIPANTS.....	81
TABLEAU 10 : STATISTIQUES DESCRIPTIVES, ASYMÉTRIE ET APLATISSEMENT.....	84
TABLEAU 11 : MODÈLE DE MESURE.....	86
TABLEAU 12 : MATRICE DE CORRÉLATION.....	89
TABLEAU 13 : MODÈLE STRUCTUREL.....	90
TABLEAU 14 : EFFETS DE MÉDIATION.....	93
TABLEAU 15 : HYPOTHÈSES TESTÉES H2.....	94
TABLEAU 16 : TEST DES HYPOTHÈSES H4.....	97
TABLEAU 17 : TEST DES HYPOTHÈSES H5.....	100
TABLEAU 18 : TEST DES HYPOTHÈSES H6.....	103
TABLEAU 19 : RELATIONS DE CHEMIN H7.....	106
TABLEAU 20 : EFFETS DE MÉDIATION H9.....	109
TABLEAU 21 : MODÈLE APRÈS MÉDIATION H10.....	117
TABLEAU 22 : MODÈLE APRÈS MÉDIATION H11.....	123
TABLEAU 23 : MODÈLE APRÈS MÉDIATION.....	130

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : Le modèle linéaire de l'économie.....	23
FIGURE 2 : Cadre conceptuel de la recherche.....	58
FIGURE 3 : Modèle avec coefficients de chemin.....	93

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

AFC : Modélisation d'équation structurelle
R : Recodé
CMB : Biais de la méthode commune
AFE : Analyse factorielle exploratoire
AFC : Analyse factorielle confirmatoire
AVE : Variance extraite moyenne
SEM : Modélisation par équation structurelle
GFI : Goodness of fit index
CMIN : Chi-Square to Degrees of Freedom ratio
DF : Degrés de liberté
NFI : Normed Fit Index
 β : Bêta standardisé
p : Degré de significativité
TLI : Tucker-Lewis Index
CFI : Comparative Fit Index
RMSEA : Root Mean Square Error of Approximation
Std. Estimate : Estimation standardisée d'un coefficient
S.E : Standard Error
C.R : Coefficient of Regression

DÉDICACE

À mes chers parents qui ont été mes piliers tout au long de ce parcours de recherche. Votre sacrifice, votre amour et votre soutien immense ont été ma source d'inspiration. En témoignage de mon infinie gratitude, je vous dédie ce mémoire.

Je dédie également ce mémoire au père de mon meilleur ami qui a quitté ce monde.

Un mémoire pour une mémoire.

REMERCIEMENTS

Je souhaite en premier lieu remercier vivement toute l'équipe pédagogique de la maîtrise en gestion des organisations. Je tiens à remercier particulièrement **Mme Ertz Myriam** pour l'excellence de son enseignement et son accompagnement pour tout au long de mes missions ainsi que l'élaboration de mon mémoire. Elle m'a été d'une très grande aide.

Je remercie infiniment les collaborateurs du cabinet « 5REDO » pour le temps qui m'ont accordé pour réaliser mes missions et leur accompagnement qui m'a permis de comprendre rapidement les besoins et les attentes du cabinet.

Enfin, je remercie l'ensemble des personnes qui de près ou de loin ont contribué à la réussite de mon mémoire.

Merci à toutes et à tous.

AVANT-PROPOS

Le choix du sujet est dû à une préoccupation croissante suscitée par les problèmes environnementaux auxquels fait face la société actuelle. Consommer des plastiques durables et promouvoir des pratiques de consommation circulaires sont des enjeux majeurs pour protéger l'environnement et assurer une économie circulaire.

Le but de cette étude est d'analyser en profondeur les facteurs situationnels perçus tels que la commodité, le coût, la durée et l'effort associés au recyclage du plastique durable, et d'évaluer leur impact sur le comportement de consommation circulaire. Nous cherchons également à comprendre comment l'attitude environnementale intervient en tant que médiateur dans cette relation complexe.

Il est important de souligner que cette étude présente des limites inhérentes à la méthodologie et aux échantillons utilisés. Nous avons choisi une approche quantitative et utilisé un questionnaire en ligne pour collecter des données à partir d'échantillons spécifiques.

Cette recherche offre une base solide pour de futures recherches et constitue une contribution précieuse à la compréhension de cette relation tripartite entre les facteurs situationnels, le comportement de consommation circulaire du plastique durable et l'attitude environnementale. Nous espérons que les résultats et les conclusions de cette étude pourront éclairer les professionnels et les chercheurs dans leurs efforts pour promouvoir des pratiques de consommation plus respectueuses de l'environnement.

INTRODUCTION

L'importance de l'engagement des consommateurs dans la promotion de la circularité a été soulignée à plusieurs reprises dans la littérature académique (Hazen et al., 2017 ; Mishra et al., 2018 ; Ertz et al., 2019a, 2019b, 2022) et dans les rapports de recherche (Deloitte, 2019a, 2019b ; CCA, 2021). La promotion d'une consommation durable est au cœur des préoccupations de la société d'aujourd'hui, en raison de l'urgence environnementale et de la nécessité de lutter contre la pollution (plastique), les changements climatiques et l'épuisement des ressources (Ertz et al., 2021 ; Ertz, 2021) . Cette démarche vise à minimiser l'impact néfaste de nos habitudes de consommation sur la planète, en adoptant des comportements plus respectueux de l'environnement. Dans ce contexte, les plastiques durables et la consommation circulaire sont des éléments clés qui reçoivent une attention croissante (Young et al., 2010).

La présente étude se concentre précisément sur les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale. Les facteurs situationnels perçus tels que le temps, le coût, la durée et l'effort peuvent contrarier le comportement de recyclage (Ertz et al., 2016 ; Taylor & Todd, 1995a ; Vining & Ebreo, 1990).

La présente étude revêt une importance cruciale, car elle se concentre spécifiquement sur l'impact des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire de plastique durable en termes d'attitude environnementale en tant que facilitateurs (Ertz et al., 2023). Les facteurs situationnels jouent un rôle important dans le comportement de consommation circulaire du plastique, car il influence les décisions et les actions des individus lors du recyclage des déchets (Barr, 2007). Ces facteurs, tels que la commodité perçue, le coût perçu, la durée perçue et l'effort perçu, ont été étudiés en profondeur pour évaluer leur impact sur le comportement de consommation circulaire du plastique (Ertz et al., 2023). Cette analyse est soutenue par Ertz et al. (2016), qui ont étudié l'influence des facteurs contextuels sur le comportement pro-environnemental. L'urgence croissante des problèmes environnementaux et les défis posés par l'élimination des déchets plastiques soulignent la nécessité d'examiner les influences sous-jacentes qui déterminent le comportement individuel lorsqu'il interagit avec des matériaux plastiques. Les facteurs situationnels perçus, tels que le temps requis pour participer au processus de recyclage, les coûts associés à ces pratiques, la durée de l'effort nécessaire et les autres contraintes ressenties, jouent un rôle fondamental dans la manière dont les individus s'engagent ou non dans des comportements de recyclage. Cette étude explore comment ces facteurs influencent les décisions des consommateurs en matière de consommation de plastique et explore comment ces facteurs sont les filtres par lesquels les consommateurs perçoivent et évaluent leurs responsabilités en matière de plastique. Une contribution majeure de cette recherche est d'élucider les mécanismes psychologiques et comportementaux qui

sous-tendent le dilemme de la consommation durable de plastique. En révélant l'interaction complexe entre les facteurs situationnels perçus, les attitudes environnementales et les comportements de recyclage, cette étude contribuera à rendre les efforts et les politiques de sensibilisation à la gestion des déchets plastiques plus efficaces et offre une opportunité précieuse de se tourner vers une approche ciblée.

Comprendre comment les perceptions individuelles des facteurs situationnels influencent la prise de décision et comment ces perceptions sont médiatisées par les attitudes à l'égard de l'environnement peut conduire à de meilleures solutions personnalisées. Les résultats de cette étude pourraient aider à concevoir des campagnes de sensibilisation qui abordent les obstacles psychologiques et pratiques réels auxquels les consommateurs sont confrontés lorsqu'ils envisagent des choix de consommation plus responsables. De plus, l'aspect médiateur des attitudes environnementales pourrait potentiellement surmonter certains des obstacles perçus associés au recyclage du plastique en facilitant des changements positifs d'attitude environnementale. Cela ouvre la voie à des interventions visant à renforcer les attitudes environnementales des individus et à créer un environnement propice à une consommation plus durable.

À cet effet, la problématique de recherche se formule ainsi : **"Quels sont les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale ?"**

L'objectif de cette étude est donc de comprendre l'impact des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable en examinant le rôle médiateur de l'attitude environnementale. Il s'agit de déterminer dans quelle mesure les facteurs tels que la commodité perçue, le coût perçu, la durée perçue et l'effort perçu liés au recyclage du plastique durable influencent les comportements de consommation, et comment cette relation est médiatisée par l'attitude environnementale.

Pour atteindre ces objectifs, une méthodologie de recherche quantitative sera utilisée. Un questionnaire en ligne sera administré à un échantillon de 1000 répondants représentatifs de la population étudiée à travers toutes les provinces du Canada. Les données recueillies seront par la suite soumises à des analyses statistiques telles que l'analyse factorielle et l'utilisation du logiciel SPSS pour examiner les relations entre les variables et tester les hypothèses de recherche.

Cette recherche s'appuie sur des recherches antérieures dans les domaines de la consommation durable (Picuno, et al., 2021), du comportement pro-environnemental (Ertz et al., 2016) et des facteurs d'influences internes et externes sur la consommation circulaire (Ertz et al., 2016 ; Taube et al., 2018 ; Kaiser & Lange, 2021 ; Barr, 2007 ; Schultz et al., 1995). Elle se concentre sur des facteurs situationnels spécifiques perçus comme pertinents pour le comportement de consommation circulaire du plastique et explore le rôle médiateur des attitudes environnementales dans la relation entre ces facteurs et la consommation circulaire durable des plastiques.

Finalement, cette recherche répond à un besoin urgent d'une compréhension plus approfondie des facteurs psychologiques et contextuels qui influencent les comportements de consommation circulaire du plastique. Son utilité pourrait promouvoir un comportement de consommation plus écologique et pro environnemental et soutenir des politiques publiques et des interventions pratiques visant à résoudre le défi mondial des déchets plastiques.

CHAPITRE 1 – REVUE DE LA LITTÉRATURE

1.1 L'ÉVOLUTION RÉCENTE DE L'ÉCONOMIE

Les biens de consommation semi-durables et durables sont souvent en plastique, d'où le nom de "plastique durable". Néanmoins, la pollution du plastique, en partie causée par des plastiques durables, est l'un des problèmes environnementaux les plus urgents, notamment sur les océans et la biodiversité marine (Bennett & Alexandridis, 2021). L'amélioration des pratiques de gestion des déchets en plastique s'avère intéressante afin de créer une économie circulaire des plastiques (Valle et al., 2005). La gestion des déchets en plastique implique la mise en place de meilleures méthodes pour traiter les déchets issus du plastique durable. Cette amélioration vise à favoriser la création d'une économie circulaire des plastiques, où les matériaux plastiques sont réutilisés, recyclés

et intégrés de manière durable dans les cycles de production sous forme d'une boucle (Valle et al., 2005). Cependant, les caractéristiques de cette gestion n'intègrent pas les composantes de consommation et la façon dont les consommateurs peuvent contribuer aux efforts de recyclage de plastique durable. C'est-à-dire que les méthodes de gestion actuelles de l'économie circulaire des plastiques, ne prennent pas en compte les facteurs liés à la consommation et la manière dont les consommateurs participent au processus de recyclage des déchets en plastique.

Les consommateurs ne sont pas les seuls impliqués dans le processus global de recyclage des déchets en plastique, mais ils jouent un rôle clé, car leur comportement pro-environnemental d'élimination responsable, peut encourager l'abandon du plastique néfaste pour l'environnement par le biais du recyclage (Chen et Tung 2010). Cette étude (Chen et Tung 2010) souligne également l'importance de l'engagement et l'effet du manque perçu des installations sur le comportement des consommateurs. Passer d'une économie linéaire à une économie circulaire de plastique nécessite donc des contributions actives et proactives de toutes les parties prenantes, en particulier des consommateurs (Patwa, et al., 2021).

L'ÉCONOMIE LINÉAIRE

L'économie linéaire a émergé dans la période de l'industrialisation. Elle correspond à une économie basée sur le modèle "Extraire - Produire - Consommer et Jeter" (voir figure 1). Selon cette approche, les matières premières extraites de l'environnement

sont infinies et peuvent être consommées indéfiniment sur le long terme (Grant et al., 2017).

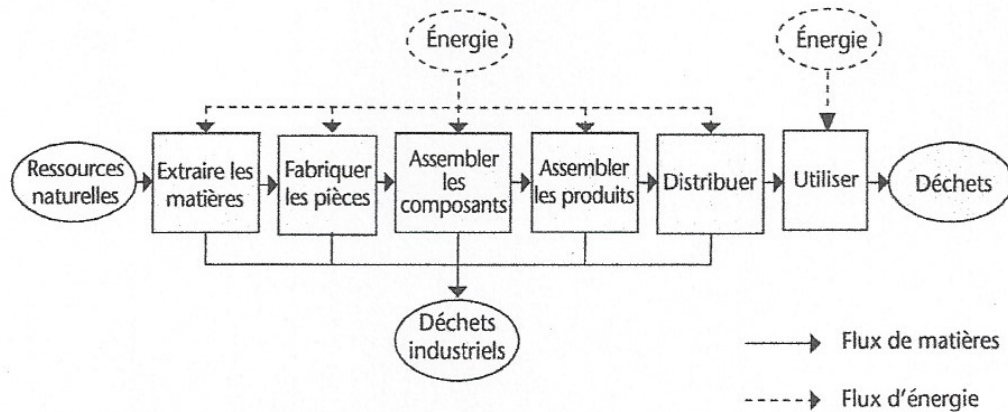


Figure 1. Le modèle linéaire de l'économie

Source : Adapté de Le Moigne (2014).

Cependant, ce modèle présente plusieurs limites et ne suit plus l'évolution récente des changements au niveau mondial tels que la croissance démographique, la mutation du mode de vie des consommateurs et la montée de la classe moyenne dans le monde. À mesure que la population mondiale augmente, leur pouvoir d'achat suit également en retour. Le modèle économique linéaire entraîne une augmentation de l'extraction, de la consommation et de l'élimination des ressources non renouvelables. Pour répondre à ces enjeux, les principales caractéristiques du modèle d'économie circulaire semblent particulièrement intéressantes.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'économie circulaire est un système qui vise à conserver et à optimiser l'utilisation des ressources, ce qui profite aux organisations, aux communautés et aux sociétés. Les entreprises peuvent utiliser ce nouveau modèle pour réduire les coûts de production tout en optimisant l'utilisation des ressources et le recyclage des déchets en plastique, les entreprises pourront aussi tirer avantage de l'économie circulaire pour améliorer la fidélité et l'engagement des clients en proposant des produits plus durables (Patwa, et al., 2021).

Les ménages bénéficient également de l'économie circulaire, car elle augmente les budgets à travers le processus d'optimisation et améliore la qualité de vie des individus en éliminant les produits obsolètes. De plus, l'économie circulaire réduit les activités minières et de transport polluantes, en réduisant la nécessité d'extraire de nouvelles ressources ou de les importer de l'étranger, réduisant ainsi la demande d'énergie et les émissions à gaz à effet de serre tout en luttant contre la pollution et le changement climatique (Rickert et al., 2020).

L'une des définitions de l'économie circulaire est donnée par la Fondation Ellen MacArthur (2013), qui explique que l'économie circulaire est un modèle économique qui a pour objectif d'optimiser efficacement l'utilisation des ressources en minimisant les déchets, en encourageant la réutilisation et le recyclage des produits et en favorisant

la régénération des ressources naturelles. Une autre définition selon l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), stipule que le concept de l'économie circulaire est une approche qui vise à réduire la pression ou l'exploitation excessive sur les ressources naturelles et minimiser les externalités négatives tout au long du cycle de vie des produits en ajustant la manière dont les biens et services sont produits et consommés (OCDE, 2016).

Ces définitions mettent l'accent sur la notion d'optimisation, car elle permet notamment dans le recyclage de plastique qui est le sujet de notre recherche de l'utiliser avec efficacité. C'est-à-dire dégager la meilleure performance du processus de recyclage des déchets en plastique tout en diminuant les ressources et maintenir une efficacité sur le moyen et long terme. Pour illustrer le maintien d'un processus en boucle de l'économie circulaire, Ghisellini et al. (2016) précisent dans leur étude que l'économie circulaire est un modèle économique qui se base sur un système d'incitation de l'utilisation des produits durables, de la réutilisation de produits déjà existants, et de la régénération des ressources naturelles tout en créant des boucles d'approvisionnement circulaires durables. En effet, on ne parle plus d'un modèle qui s'appuie sur une économie linéaire (extraire, fabriquer, consommer, jeter), mais une économie qui favorise la circularité des ressources tout en profitant de leurs meilleures performances.

Il existe plusieurs pratiques de l'économie circulaire. Selon Joensuu et al. (2020) ou encore Potting et al. (2017), l'une des pratiques est la réutilisation qui consiste à donner une nouvelle vie aux produits en plastique par le biais de réparations ou de la transformation. De plus, la conception durable est également une pratique très répandue dans l'économie circulaire, elle permet de concevoir des produits en plastique durable qui puissent être exploités en différentes formes : recyclés, réutilisés ou démantelés en fin de vie afin de faciliter la boucle d'approvisionnement circulaire. La sensibilisation est aussi une pratique préventive courante dans l'économie circulaire. Cette sensibilisation touche les différentes parties prenantes dans le processus de l'économie circulaire et vise à accroître la compréhension de l'impact environnemental du plastique durable et à encourager un comportement pro-environnemental. En outre, la plus importante de ces pratiques est le recyclage, ce dernier est un processus qui consiste à collecter, trier et traiter les déchets en plastique afin d'apporter de nouvelles matières premières pour la conception de nouveaux produits.

L'un des problèmes à l'heure actuelle est le taux de recyclage qui est encore faible pour le plastique durable (Deloitte, 2019a, 2019b 2021). La solution pour remédier à ce dysfonctionnement est d'améliorer le processus de gestion des déchets en plastique pour qu'il soit plus performant (PNUE, 2018). De plus, ces fonctionnalités n'incluent pas les éléments de consommation ni la manière dont les consommateurs peuvent contribuer aux efforts de recyclage des déchets plastiques. Toutefois, les consommateurs sont des acteurs clés incontournables qui peuvent améliorer

l'élimination responsable du plastique grâce au processus de recyclage des déchets en plastique. L'importance est également d'impliquer activement les consommateurs dans la promotion des efforts du comportement de consommation circulaire de plastique qui est fortement défendue dans la littérature scientifique (Ertz et al., 2019a, 2019b, 2022 ; Hazen et al., 2017 ; Mishra et al., 2018 ; Hunka et al., 2021). L'engagement des consommateurs dans le processus recyclage durable des déchets en plastique est donc lié essentiellement à trois facteurs qui sont : cognitifs, émotionnels et comportementaux (Welch, 2011).

Les parties suivantes examineront de plus près chacun des facteurs qui influencent le comportement des consommateurs en matière de recyclage du plastique. Malgré que ces facteurs se concentrent sur les consommateurs, mais ils sont également plus pertinents pour divers autres acteurs qui contrôlent et facilitent le recyclage durable des déchets en plastique.

1.2 FACTEURS INFLUENÇANT LE RECYCLAGE DU PLASTIQUE

FACTEURS INDIVIDUELS

Les facteurs individuels, qu'ils soient cognitifs, affectifs ou conatifs, jouent un rôle déterminant dans le comportement de recyclage des individus. Certaines études montrent que les variables sociodémographiques peuvent influencer les attitudes et les comportements de recyclage des déchets en plastique (Schultz et al., 1995). Par

exemple, une recherche réalisée par Werder (2006) montre que les jeunes sont plus susceptibles de préconiser et adopter activement le comportement de recyclage que les personnes plus âgées.

En ce qui concerne les facteurs conatifs, ils font référence aux facteurs liés au comportement de l'individu. Ce comportement peut être passé, actuel ou futur. Dans une étude par (Verplanken & Orbell, 2003), les chercheurs ont traité l'importance du comportement passé dans la prédiction du comportement futur. Ils soulignent que le fait de revenir sur les comportements passés peut jouer un rôle décisif dans le maintien et le renforcement des comportements actuels, notamment, lorsqu'il s'agit de comportements répétitifs comme le recyclage des déchets en plastique. Ils ont constaté que les personnes ayant des souvenirs positifs de comportements passés étaient plus susceptibles de répéter le même comportement à l'avenir. En effet, réfléchir aux comportements passés peut donc être un facteur influent dans la promotion du recyclage et d'autres comportements durables.

Les facteurs cognitifs quant à eux se rapportent aux intentions, croyances et motivations individuelles concernant le recyclage, Werner et Makela (1998). Certaines recherches mettent le point sur l'importance de comprendre les croyances positives et leurs bénéfices sur les avantages environnementaux et sociaux du recyclage (Barr, 2007). De plus, la motivation intrinsèque par rapport au recyclage se réfère à la recherche de la joie, du bonheur et de la satisfaction personnelle dans la pratique de

recyclage, la motivation a été identifiée comme un facteur clé décisif dans la promotion d'un engagement durable dans le comportement de recyclage (De Young, 1985).

Finalement, les facteurs affectifs sont liés aux sentiments et aux émotions associés au recyclage des déchets en plastique. Les émotions positives, telles qu'un sentiment de satisfaction environnementale et un sentiment de coopération dans la conservation et le maintien de l'environnement, sont associées à des attitudes positives et à un plus grand engagement envers le comportement de recyclage (Steg et al., 2014). Des émotions négatives, telles que la culpabilité environnementale peuvent également influencer d'une façon positive le comportement de recyclage en incitant les individus à agir de manière plus respectueuse envers l'environnement et adopter un comportement pro-environnemental (Elgaaied, 2012).

FACTEURS SITUATIONNELS PERÇUS

Les facteurs situationnels perçus sont des éléments perçus par l'individu et qui ont un impact significatif sur son comportement de recyclage. Ils jouent un rôle important dans le comportement de recyclage des déchets en plastique, car ils influencent les décisions et les comportements des individus en matière de recyclage des déchets (Barr, 2007). Ces facteurs, tels que la commodité perçue, le coût perçu, la durée perçue et l'effort perçu, ont été largement étudiés notamment pour comprendre leur impact sur le

comportement de recyclage, comme le souligne Ertz et al. (2016) avec l'étude d'influence des facteurs situationnels sur les comportements pro-environnementaux.

Avec une meilleure compréhension des facteurs situationnels, des stratégies efficaces peuvent être développées et entretenues dans le temps pour promouvoir et encourager le recyclage dans une perspective durable (Schultz et al., 1995). La commodité perçue est un facteur situationnel important qui influence la participation au recyclage (Negash et al., 2021). "Selon Negash et al., 2021", lorsque les individus trouvent le processus de recyclage simple, pratique et facile, ils sont également plus susceptibles de participer au comportement de recyclage.

COMMODITÉ PERÇUE

La commodité perçue joue un rôle important dans le comportement de consommation circulaire du plastique, car elle représente la facilité et les efforts que les consommateurs déploient pour mettre en œuvre des pratiques durables de recyclage du plastique (Negash et al., 2021). La commodité perçue peut être définie comme la perception de la facilité, de l'accessibilité, de la simplicité et de l'efficacité des activités de recyclage (Nyamwange, 1996). L'étude (Nyamwange, 1996) indique également que la commodité perçue peut prendre de nombreuses formes dans le contexte du recyclage du plastique chez les consommateurs. Cela inclut la proximité des points de collecte de recyclage, la disponibilité d'informations claires et précises sur le processus de

recyclage, la facilité des consignes de tri, la facilité de transport des déchets recyclables, la possibilité de recycler différents types de plastique, etc.

Il faut noter que la commodité perçue relève d'un caractère contextuel qui dépend de la situation et qui varie d'une personne et d'une situation à l'autre (Nyamwange, 1996). Plusieurs variables entrent en considération et peuvent affecter la perception de la commodité perçue du recyclage du plastique par l'individu, comme les différences dans les infrastructures de recyclage, les politiques de collecte aux points de vente et les ressources disponibles (Sorkun, 2018).

Une étude réalisée par Negash et al. (2021), a montré l'importance de la commodité perçue dans la compréhension du comportement de consommation circulaire des plastiques par le biais de la facilité et l'accessibilité perçue. Les consommateurs sont plus susceptibles de s'engager dans le recyclage lorsqu'ils perçoivent ce dernier comme étant facile, accessible et pratique. Comprendre et améliorer la commodité perçue peuvent donc aider à encourager la participation au recyclage durable du plastique (Negash et al., 2021).

COÛT PERÇU

Le coût perçu est un concept primordial dans l'étude du comportement de consommation circulaire du plastique. Cela fait référence aux coûts perçus associés au

recyclage durable du plastique, y compris les dépenses financières, l'effort physique, le temps et les sacrifices personnels (Thøgersen, 1996). Selon la même recherche, la perception des coûts peut influencer les choix des consommateurs concernant les méthodes de recyclage des déchets en plastique, il est donc nécessaire de les appréhender. Plusieurs définitions et mesures du coût perçu ont été proposées et analysées dans la littérature scientifique.

D'après Guagnano et al. (1995), le coût perçu peut être défini comme la perception subjective et individuelle des efforts, des coûts et des inconvénients associés au recyclage. Cela comprend le temps et l'énergie nécessaires pour trier et collecter les déchets plastiques, ainsi que les coûts économiques associés aux équipements de recyclage et aux services de collecte. Les coûts perçus peuvent également être liés à des désagréments perçus, tels que la nécessité de changer les habitudes de consommation ou la nécessité de se déplacer vers des points de collecte éloignés (Thøgersen, 1996).

Le coût perçu peut être considéré en termes de richesse perçue par les consommateurs. Une étude de Ertz et al. (2016) met cet aspect en évidence en indiquant que l'adoption de comportements pro-environnementaux dépend de la perception des consommateurs de la richesse à leur disposition vis-à-vis de celle-ci. La richesse perçue indique les ressources financières dont disposent les consommateurs (Stern, 2000). Il a été prouvé également dans une recherche de Stern et al. (1999), qu'un comportement respectueux

de l'environnement dépend essentiellement des ressources financières dont procède l'individu.

Une autre considération des coûts perçus a été proposée par Koondhar et al. (2020), qui les décrivent comme des perceptions subjectives des sacrifices individuels associés au recyclage du plastique. Cela comprend l'abandon d'autres activités et de produits plus pratiques et utiles, et la reconnaissance de l'effort physique ou mental requis pour s'engager dans des pratiques de recyclage. Il est important de noter que le coût perçu peut varier en fonction des individus, des contextes et des cultures. Par exemple, une étude a révélé que les coûts financiers perçus sont un moteur majeur du comportement de recyclage du plastique en Espagne (Escario et al., 2020). Plus en détail sur l'étude de (Escario et al., 2020), la perception du coût monétaire du recyclage a une grande influence sur le comportement de recyclage en raison de divers facteurs (des frais liés au recyclage peuvent être constatés dans certaines villes). Les politiques de gestion des déchets et les incitations économiques spécifiques au recyclage en Espagne peuvent accroître la sensibilité aux coûts. De plus, les normes sociales et l'importance de la durabilité peuvent amplifier cet impact et le rendre très important, augmentant ainsi la motivation des individus à agir conformément à leurs convictions environnementales. Les consommateurs sont moins susceptibles de recycler les déchets en plastique lorsqu'ils perçoivent les coûts monétaires élevés. Comprendre les différentes facettes des coûts perçus par l'individu et leur impact sur le recyclage du plastique est essentiel

pour développer et maintenir des mesures efficaces pour promouvoir un bon comportement de consommation circulaire du plastique.

DURÉE PERÇUE

La durée perçue est l'un des facteurs situationnels perçus déterminants, qu'il faut considérer lors de l'étude du comportement de consommation circulaire des plastiques. La durée perçue met en évidence les perceptions subjectives du temps qu'il faut pour mettre en œuvre des pratiques de recyclage (Xie, 2022). La même étude se concentre sur la nécessité de se focaliser sur la durée perçue, car elle peut influencer la motivation des consommateurs et les efforts de recyclage également. Plusieurs définitions et mesures de la durée perçue ont été proposées dans la littérature académique. Dans une étude de (Ertz et al., 2016), l'une des variables clés à étudier pour identifier les comportements pro-environnementaux des consommateurs était la durée perçue.

De plus, il faut prévoir du temps pour collecter les déchets plastiques, les trier et les acheminer vers les bons points de collecte appropriés. Cela inclut le temps nécessaire pour se familiariser avec le système de collecte, trier les différents types de plastiques et conduire jusqu'au lieu de retour (Xie, 2022).

Une autre définition de la durée perçue a été proposée par Thøgersen 2005, la décrivant comme le temps perçu nécessaire pour s'engager dans des comportements de recyclage

réguliers et répétitifs. Cela comprend de prendre en considération la planification du temps de tri des déchets, la préparation de sacs de recyclage et leur élimination régulière dans les conteneurs appropriés.

D'après Ertz et al. (2016) l'occupation perçue est aussi une variable à prendre en compte. L'occupation perçue des consommateurs peut influencer leur prédisposition à agir de façon à adopter un comportement pro-environnemental. Lorsque les consommateurs se sentent occupés, ils peuvent être moins enclins à investir du temps et de l'énergie dans le recyclage. Cette perception du travail peut être liée à des contraintes de temps ou à des exigences personnelles et/ou professionnelles. Comprendre comment les perceptions d'occupation influencent le comportement de recyclage des consommateurs par rapport au recyclage des déchets en plastique est très important pour inciter les consommateurs à l'adoption d'un comportement pro-environnemental.

D'autres études ont également souligné l'importance de la durée perçue à travers le contrôle comportemental perçu dans l'adoption de pratiques qui favorise le recyclage en plastique (Park & Ha, 2014). En effet, le résultat de l'étude (Park & Ha, 2014), montre que pour concevoir des interventions réussies et efficaces dans le temps, il est essentiel de comprendre tout d'abord, les différents aspects de la durée perçue et son impact sur la consommation circulaire de plastiques. Cette compréhension approfondie et enrichie permet le développement d'approches ciblées pour encourager des comportements plus pro-environnemental.

EFFORT PERÇU

Le comportement de consommation circulaire implique de faire un effort supplémentaire qui peut augmenter la perception du temps requis pour exécuter un comportement de recyclage (Vining & Ebreo, 1992). Toujours avec cette recherche de (Vining & Ebreo, 1992), nous déduisons pourquoi les efforts perçus sont importants pour développer des stratégies efficaces pour promouvoir le recyclage et encourager les comportements respectueux de l'environnement.

Diverses définitions de l'effort perçu ont été proposées dans la littérature académique. Selon la théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1988), l'effort perçu est considéré comme le coût psychologique et/ou physique associé à l'exécution d'un comportement de recyclage. Cela inclut des facteurs tels que le temps et l'énergie nécessaires pour trier les déchets plastiques, l'effort physique requis pour transporter les déchets plastiques vers les points de collecte appropriés et les ressources additionnelles nécessaires pour s'adapter aux nouvelles pratiques de recyclage.

Une autre définition de l'effort perçu est fournie par Ajzen (2020). La perception de l'effort, selon cette théorie, fait référence à la difficulté et à la complexité du comportement de recyclage pris en compte, y compris des aspects tels que la complexité des consignes de tri et la familiarité avec les procédures et les systèmes de collecte des déchets en plastique.

De même, les recherches de (Dahab et al., 1995) suggèrent que la réduction de l'effort de recyclage est un moyen efficace d'encourager celle-ci. Les consommateurs étaient plus susceptibles d'adhérer à des programmes de recyclage lorsque les procédures étaient simplifiées et les efforts minimisés.

FACTEURS AFFECTIFS

Le facteur affectif à son tour joue un rôle décisif dans le comportement de consommation circulaire des plastiques durables. Ils concernent les émotions, les sentiments et les attitudes environnementales subjectives des individus vis-à-vis du recyclage et de la gestion durable des déchets plastiques (Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). Selon cette dernière recherche, la compréhension des facteurs affectifs est essentielle pour concevoir des interventions pertinentes afin d'encourager les comportements de recyclage et de favoriser une attitude positive envers la protection de l'environnement.

Diverses définitions des facteurs affectifs ont été proposées dans la littérature scientifique. Selon la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, L. (1962), les facteurs émotionnels peuvent résulter d'un déséquilibre entre les attitudes et le comportement d'une personne. Par exemple, les personnes qui ont une attitude positive envers le recyclage peuvent se sentir à la fois coupables et frustrées si elles ne participent pas activement aux pratiques de recyclage des déchets en plastique. Ces

émotions négatives peuvent démotiver les individus et conduire vers un changement de comportement qui répercuterait sur le comportement pro-environnemental.

Une autre définition des facteurs affectifs est fournie par la théorie de la réaction émotionnelle (Lazarus, 1991). Selon cette théorie, les facteurs affectifs sont le résultat d'appréciations subjectives de situations ou d'objets pouvant évoquer des émotions positives ou négatives. Dans le contexte du recyclage du plastique, les individus peuvent éprouver des émotions positives telles que la satisfaction personnelle, la fierté et la satisfaction morale lorsqu'ils s'engagent activement et d'une façon continue dans le recyclage. À l'opposé, l'indifférence ou la frustration peuvent résulter de l'absence d'engagement dans des pratiques de recyclage.

Par ailleurs, une étude de (Catlin et al., 2021) a montré que les consommateurs ayant une attitude positive envers le recyclage étaient plus susceptibles d'adopter un comportement de recyclage efficace. Ceux qui associaient les émotions positives au recyclage étaient plus susceptibles de trouver l'habitude stimulante et gratifiante de leur comportement (Lazarus, 1991).

Les attitudes envers l'environnement font référence aux croyances, valeurs et sentiments qu'une personne a envers l'environnement et sa protection (Kaiser et al., 2007). Des définitions des attitudes environnementales ont été proposées dans la littérature scientifique. Selon la théorie de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1980),

les attitudes envers l'environnement sont considérées comme des appréciations individuelles positives ou négatives de l'environnement.

L'attitude environnementale est un concept important dans les domaines de la psychologie environnementale et des sciences comportementales de la promotion de l'environnement. Selon Gifford et al., 2012, cette attitude reflète les croyances, les valeurs et les sentiments d'un individu à l'égard de l'environnement et est généralement considérée comme une variable stable qui ne dépend pas de circonstances spécifiques. Cela signifie que l'attitude globale d'une personne envers l'environnement tend à rester constante à mesure que les circonstances changent.

Une étude d'Arcury, T. (1990) a analysé la manière dont les connaissances et attitudes environnementales sont liées à des facteurs sociodémographiques tels que le sexe, l'âge, l'éducation, le revenu et le lieu de résidence. Les résultats ont montré que même si les connaissances environnementales étaient positivement associées aux attitudes environnementales, les répondants n'avaient pas de bons résultats en matière de connaissances environnementales. Toutefois, le lien entre connaissance et attitude n'est pas très fort.

D'après Ajzen, 1991, l'attitude peut être influencée par les croyances individuelles sur l'importance de protéger l'environnement et les avantages qui en découlent. Par exemple, une personne respectueuse de l'environnement peut croire que le recyclage du plastique est important pour conserver les ressources naturelles et réduire les déchets dans l'environnement. Une autre perspective est l'écocentrisme et l'anthropocentrisme. L'écocentrisme est une attitude personnelle environnementale qui se concentre sur la

protection de l'environnement en tant qu'entité unique et indépendante, tandis que d'une vision plus globale, l'anthropocentrisme se concentre sur la protection de l'environnement au profit de l'humanité (Stern et al.,1998). Les deux perspectives traduisent les valeurs et les priorités environnementales d'un individu et peuvent donc influencer le comportement de consommation circulaire du plastique.

Finalement, en se basant sur les études précédentes, on déduit que les attitudes environnementales jouent un rôle déterminant dans la manifestation du comportement de consommation circulaire des plastiques. En d'autres termes, l'attitude environnementale est considérée comme un facteur préalable aux comportements écoresponsables. La manière dont les individus perçoivent l'environnement et leurs préférences à son égard jouent un rôle important dans leurs actions visant à le préserver. En fait, ces attitudes jouent un rôle important en influençant les comportements dans ce domaine. L'idée centrale est que les attitudes à l'égard de l'environnement servent de prédicteurs essentiels d'un comportement respectueux de l'environnement. En d'autres termes, la façon dont les gens perçoivent l'environnement, ainsi que leurs valeurs et leurs tendances à son égard, a un impact important sur leur approche de la conservation. En comprenant les croyances, l'appréciation et les sentiments des gens à propos de l'environnement et ses composants, nous pouvons développer des interventions efficaces pour encourager le recyclage et promouvoir des habitudes de consommation durables.

FACTEURS CONATIFS

Les facteurs conatifs font référence à l'énergie et l'engagement qu'un individu investit dans un comportement particulier au détriment de la récompense, comme le souligne l'étude de Thøgersen (2003) sur les frais d'élimination des déchets basés sur le poids, qui peuvent représenter une incitation financière.

L'une des études qui a défini le comportement en matière de recyclage est celle d'Onel et Mukherjee (2017). Elle définit le comportement comme étant les actions et les choix que font les individus en matière de recyclage, comme le tri des déchets, la participation à la collecte sélective ou le stockage des matériaux recyclables dans des conteneurs appropriés.

Les connaissances des consommateurs au recyclage du plastique sont aussi importantes (Valle et al., 2005) pour prédire le comportement actuel. Cela comprend la compréhension des procédures de tri, des symboles de recyclage, des types de plastiques recyclables et des avantages environnementaux associés à ce aux types de recyclages appropriés. Des connaissances suffisantes peuvent influencer positivement le comportement de recyclage du plastique (Valle et al., 2005).

Une autre étude d'Oztekın et al. (2017) a montré que les citoyens étaient conscients de leurs intentions concernant le comportement actuel de recyclage, ils ont donc été correctement identifiés comme recycleurs dans l'étude. Mais les citoyens sont conscients de leurs intentions en raison de leur comportement passé. Ainsi, une forte corrélation entre le comportement passé, le comportement actuel et les intentions suggère que le recyclage devient une habitude (Boldero's 1995).

Récapitulatif des variables pour chacun des facteurs

- Les facteurs sociodémographiques : âge,
- Les facteurs conatifs : comportement de consommation circulaire de plastique (passé, actuel et futur),
- Les facteurs cognitifs : intentions, croyances et motivations individuelles,
- Les facteurs affectifs : sentiments, émotions et attitude environnementaux,
- Les facteurs situationnels perçus : commodité perçue, le coût perçu, la durée perçue et l'effort perçu.

2 CHAPITRE 2 - CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL DE L'ÉTUDE

Nous mettons en valeur dans cette partie le cadre théorique de cette étude qui se base sur la théorie des champs de Lewin (1939, 1951), puis nous exposerons le cadre conceptuel qui va traiter l'ensemble des variables utilisées.

2.1 CADRE THÉORIQUE DE L'ÉTUDE

La revue de la littérature met en lumière plusieurs auteurs qui ont analysé le comportement de consommation circulaire des plastiques durables en se basant sur diverses théories. Nous avons choisi de retenir la théorie des champs de Lewin (1939, 1951), qui fournit un cadre théorique précieux pour comprendre les facteurs situationnels dans le contexte du comportement circulaire de consommation de plastique. La théorie des champs de Lewin, développée par le psychologue Kurt Lewin dans les années 1939 et 1951, est le cadre théorique idéal et pertinent pour comprendre le comportement humain et les processus de changement relatifs à notre sujet de recherche. La théorie fournit une approche systémique en mettant l'accent sur l'interaction dynamique entre les forces environnementales et personnelles qui influencent le comportement individuel. Selon Lewin, le comportement humain est donc le produit de l'interaction de deux forces : environnementales et personnelles.

Les facteurs environnementaux comprennent des stimuli qui se réfère à tout ce qui concerne les composants physiques de l'environnement spatial qui entoure l'individu. Les forces personnelles, d'autre part, sont des caractéristiques internes d'un individu, telles que les besoins, les attitudes, les croyances, les valeurs et les capacités (Stern et al., 1999).

La théorie des champs de Lewin considère le comportement comme une réponse systématique à l'équilibre dynamique des forces agissant sur un individu dans un champ particulier (Lewin, 1939, 1951). Toujours selon cette étude de Lewin (1951) le champ psychosocial est représenté comme un ensemble de systèmes dynamiques au sein duquel chaque force interagit avec d'autres forces présentes dans le champ. Le comportement se manifeste lorsque les forces environnementales et personnelles atteignent un équilibre ou une stabilité provisoire. Lewin (1951) avance l'idée que le comportement ne peut pas être compris simplement en isolant les forces d'un individu, mais plutôt en analysant l'ensemble du domaine dans laquelle un individu se développe.

Lewin (1951) soutient l'idée que le comportement est déterminé en fonction des interactions aussi complexes que dynamiques entre les forces sur le terrain. Par conséquent, pour prédire et influencer le comportement, il est important de comprendre le domaine dans son ensemble et d'identifier les forces qui ont l'impact le plus considérable.

Les facteurs situationnels jouent un rôle important en ce qui concerne la consommation circulaire de plastiques (Latif et ail., 2012). Ces facteurs sont des incitateurs externes qui influencent le comportement d'une personne dans une situation particulière. Ceux-ci incluent des aspects tels que la disponibilité des infrastructures de recyclage, les politiques environnementales, les normes sociales, les incitations économiques et les informations disponibles (Latif et ail., 2012).

La théorie des champs de Lewin postule que les facteurs situationnels agissent comme des forces qui contrôlent ou contraignent le comportement individuel. Selon cette théorie, les individus vivent dans un domaine psychosocial composé de forces environnementales qui favorisent ou entravent le comportement souhaité (Lewin, 1939)

Les facteurs situationnels influencent les motivations, les attitudes et les intentions des individus à s'engager dans des comportements de consommation circulaire de plastique. Par exemple, la disponibilité de systèmes de collecte séparés du plastique, la commodité des points de collecte, la proximité des installations de recyclage et la clarté des informations sur le processus de recyclage peuvent influencer la propension d'un individu à recycler le plastique dans le circuit (Latif et ail. 2012).

2.2 CADRE CONCEPTUEL DE L'ÉTUDE

LES VARIABLES DU CADRE CONCEPTUEL

Le cadre conceptuel de cette étude est développé sur les bases théoriques solides établies précédemment. Conformément à la théorie des champs de Lewin (1939, 1951), qui met l'accent sur l'interaction dynamique entre l'environnement et les forces individuelles dans le façonnement du comportement individuel. Nous nous concentrons sur un examen approfondi des facteurs situationnels perçus tels que la commodité perçue, le coût perçu, le temps perçu et l'effort perçu associé au recyclage du plastique. En parallèle, nous analysons les facteurs positifs représentés par le comportement actuel des consommateurs et les facteurs émotionnels tels que les attitudes envers l'environnement. Cette riche approche conceptuelle nous permet de contextualiser l'interaction complexe entre ces variables tout en comprenant les mécanismes qui sous-tendent le comportement de consommation cyclique de plastiques durables dans le cadre théorique établi par Lewin.

Nous apportons dans cette section une définition aux différentes variables utilisées pour analyser cette recherche.

- **Facteurs situationnels** : commodité perçue, coût perçue, durée perçue, et effort perçu liés au recyclage du plastique durable,
- **Facteur affectif** : attitude environnementale,

- **Facteur conatif** : le comportement actuel du consommateur, car c'est ce type de comportement que traite l'étude. **Le comportement de consommation circulaire du plastique** : dans notre étude, les variables du comportement de consommation circulaire du plastique sont : le recyclage des déchets d'emballages en plastique, la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique, l'achat d'articles dans des emballages en papier, l'achat des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés.

FORMULATION DES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Il est important de rappeler que l'objectif de cette recherche est d'examiner l'impact des variables situationnelles perçues (commodité perçue, coût perçu, durée perçue, et effort perçu liés au recyclage du plastique durable) sur les comportements de consommation circulaire du plastique (recyclage du plastique, réutilisation du plastique, évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique, évitement des plastiques à usage unique, achat de produits dans des emballages en papier plutôt que des emballages en plastique, et achat de produits faits de plastique recyclé), par l'intermédiaire des attitudes (facteur affectif). Dans cette partie, nous analysons la littérature sur l'interaction des variables et nous dressons les hypothèses de recherche. Il convient à noter que les hypothèses agrégées seront présentées en Gras.

De même, une étude réalisée par Kaiser et Lange (2021) a identifié les coûts perçus comme des facteurs externes qui pourraient impacter le recyclage. Les résultats de l'étude ont montré que plus les coûts perçus étaient faibles, tels que les efforts monétaires ou physiques impliqués dans le recyclage des déchets d'emballages en plastique, plus les individus étaient susceptibles d'avoir des attitudes environnementales positives.

Linder et al. (2021) ont étudié l'influence des facteurs internes et externes sur le comportement de recyclage et ont constaté que des facteurs situationnels tels que la pression du temps peuvent interagir avec le comportement de recyclage. Ces études suggèrent que le temps perçu peut influencer indirectement le comportement de recyclage à travers des facteurs situationnels.

Par ailleurs, une étude de Kaciak et Kushner (2009) a montré que le temps disponible est un prédicteur important du comportement de recyclage et sa compréhension est un atout. En fait, les résultats de cette étude ont montré que plus la distance perçue par rapport à l'installation de recyclage était proche, moins les consommateurs ressentaient la pression du temps et plus ils étaient susceptibles d'avoir une attitude positive envers l'environnement.

Enfin, Dahab et al. (1995) ont examiné les effets de l'effort perçu sur le comportement de consommation circulaire. Les auteurs considèrent l'influence de l'effort comme un

état mental dans lequel la perte du contrôle conscient du comportement permet à l'individu de passer d'un comportement avec effort à un comportement sans effort, car il libère la capacité cognitive de l'individu. Cette étude explore comment les perceptions d'effort associées à la mise en œuvre de consommation circulaire du plastique, peuvent influencer les intentions et la mise en œuvre réelle de ces comportements.

Une étude d'Ertz et al. (2016), apporte un éclairage précieux et très utile sur les liens entre les facteurs situationnels perçus et les attitudes environnementales. Cette étude montre comment les facteurs situationnels perçus tels que la commodité, le coût, la durée et l'effort influencent directement les décisions comportementales liées à l'environnement. Ces facteurs jouent un rôle important dans la formation des attitudes à l'égard de l'environnement et dans la perception qu'ont les individus de leur impact sur les écosystèmes. En particulier, lorsque des facteurs situationnels perçus conduisent à l'adoption d'un comportement respectueux de l'environnement (comportement pro-environnemental), ils tendent à renforcer les croyances et les valeurs environnementales d'un individu, produisant ainsi des attitudes environnementales positives. L'étude d'Ertz et al. (2016), montre que les facteurs situationnels perçus peuvent être des déterminants importants des attitudes envers l'environnement en démontrant un impact significatif entre ces deux variables (facteurs situationnels perçus et attitude environnementale).

De même, Ajzen (1991) a développé une théorie du comportement planifié (TPB) qui met l'accent sur l'importance des facteurs situationnels dans la formation des attitudes et des intentions comportementales. Selon cette théorie, les attitudes envers le comportement sont influencées par les croyances, les valeurs et les normes sociales, qui sont façonnées par les circonstances. Selon cette théorie, les croyances, les valeurs et les normes sociales auxquelles nous sommes exposés façonnent nos attitudes à l'égard de certains comportements spécifiques. Un point central souligné par le TPB est que toutes ces influences (croyances, valeurs, normes sociales) ne se développent pas de manière isolée. Ils sont profondément enracinés dans les circonstances dans lesquelles nous vivons (des circonstances qui dépendent des situations). Ainsi, dans cette théorie, comprendre et expliquer nos attitudes et nos intentions comportementales nécessite la prise en compte de facteurs situationnels qui agissent comme des forces façonnant nos perceptions et nos comportements à l'égard de l'environnement.

Nous présentons nos hypothèses à la lumière de ces constatations comme suivant :

H1 : Les facteurs situationnels perçus exercent un impact significative sur l'attitude environnementale.

H1 : La perception (a) de la commodité, (b) du faible coût (c) de la rapidité et (d) du peu d'effort requis par le recyclage des déchets d'emballages en plastique a un impact positif sur l'attitude environnementale.

La recherche sur l'attitude environnementale démontre clairement que l'implication des consommateurs est essentielle pour obtenir des résultats significatifs (Patwa et al., 2021). En effet, pour instaurer une véritable culture du recyclage, il est impératif d'opérer des changements au niveau des attitudes et des comportements des consommateurs. Cela nécessite une approche holistique qui combine communication, éducation et prospérité économique afin de favoriser un changement de comportement à grande échelle. Une attitude positive envers l'environnement est liée à une propension accrue à la consommation durable. Plusieurs études scientifiques ont exploré cette relation positive entre les attitudes environnementales et le comportement de consommation circulaire du plastique.

Une étude menée par Mainieri et al. (1997), a exploré le lien entre les attitudes environnementales et le comportement de recyclage du plastique. Les résultats ont indiqué que les personnes ayant des attitudes environnementales plus positives étaient plus susceptibles d'adopter des comportements recyclage. Cette étude met en évidence l'importance des attitudes environnementales en tant que prédicteur du comportement de recyclage du plastique.

Une autre étude menée par Kaiser et Lange, 2021 a mis en exergue l'impact des attitudes environnementales sur le comportement de protection de l'environnement. Les résultats montrent que les personnes ayant une attitude positive envers l'environnement

sont plus susceptibles de prendre des mesures de réduction des déchets, comme acheter des produits avec moins d'emballages en plastique et utiliser des sacs réutilisables.

Suite à ces discussions, nous proposons les hypothèses suivantes :

H2 : L'attitude environnementale est significativement liée au comportement de consommation circulaire de plastique.

H2 : L'attitude environnementale est significativement liée (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) à la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) à l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

Les attitudes à l'égard de l'environnement sont d'importants prédicteurs du comportement environnemental, comme l'ont montré de nombreuses études comme Kaiser et al., (2005). Ce dernier, présente une comparaison entre le modèle Value Belief Norm (VBN) et la théorie du comportement planifié (TPB) pour décrire le comportement de conservation. L'étude indique que les intentions TPB expliquent 95 % des actions de conservation qui peut refléter le comportement environnemental, soulignant l'importance des attitudes et des intentions comportementales dans la prévision de l'activité écologique. Contrairement au modèle VBN, le TPB fournit un compte rendu plus complet et cohérent des relations entre ses concepts, et la

compréhension du comportement écologique bénéficie d'une approche qui relie clairement les attitudes, les intentions et les actions.

D'après Lu, 2020, le choix d'une consommation socialement responsable est plus répandu, mais les preuves qu'il existe un écart entre les attitudes et les comportements suggèrent que les consommateurs sont plus susceptibles de modifier leurs intentions et leurs attitudes face à leurs actions réelles. L'ambiguïté dans cette réflexion est de savoir si la conscience éthique ou socialement responsable anime les consommateurs, ou si d'autres facteurs comportementaux sont éclipsés par l'émergence d'une consommation socialement responsable. Cette recherche se concentre sur les facteurs comportementaux inconscients tels que les facteurs situationnels et les traits de personnalité.

H3 : Les facteurs situationnels perçus influencent significativement le comportement de consommation circulaire de plastique.

H4 : La commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique est significativement liée à (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) à la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) à l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

H5 : Le faible coût perçu du recyclage des déchets d'emballages plastiques est significativement lié (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) l'évitement des articles en plastique unique, (e) acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) acheter des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques).

H6 : La rapidité perçue de recyclage des déchets d'emballages plastiques est significativement liée (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) à la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) à l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

H7 : Le faible effort perçu du recyclage des déchets d'emballages en plastique est significativement lié (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) à la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) à l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

Les attitudes environnementales ont été mobilisées comme des variables médiatrices entre les facteurs situationnels perçus et les comportements de consommation circulaire du plastique. Cleveland., 2020 a examiné les relations tridimensionnelles entre les facteurs situationnels, la consommation verte et les attitudes représentées par le comportement.

Les résultats de cette recherche suggèrent que les décisions de consommation circulaire sont influencées non seulement par des caractéristiques environnementales intrinsèques, telles que la conception du contrôle environnemental, mais également par la manière dont les individus perçoivent les facteurs de leur environnement immédiat. En d'autres termes, cette étude montre que les décisions de consommation durable ne sont pas seulement déterminées par des aspects environnementaux intrinsèques, mais également influencées par des perceptions subjectives de facteurs contextuels. Les décisions des individus en matière de consommation circulaire sont donc influencées par la façon dont ils perçoivent leur environnement et la situation dans laquelle ils se trouvent. Cleveland., 2020.

Les attitudes à l'égard de l'environnement se sont avérées être un médiateur important entre les facteurs situationnels et les comportements de consommation circulaire de plastique. En fait, des facteurs situationnels tels qu'un accès facile aux opportunités de recyclage et les coûts perçus n'induisent pas directement une action environnementale. C'est là que les attitudes envers l'environnement entrent en jeu. Les attitudes envers l'environnement modulent la manière dont ces facteurs sont interprétés et leur impact sur les décisions comportementales. Ceux qui ont une attitude positive envers

l'environnement sont plus susceptibles de percevoir les facteurs situationnels comme des motivations pour adopter des pratiques de consommation circulaire de plastique. Les facteurs situationnels tels que le temps, le coût, la commodité et la disponibilité des options de recyclage sont des variables externes qui peuvent influencer la décision d'un individu concernant la consommation circulaire. Toutefois, ces facteurs ne sont pas considérés de manière neutre. Ils sont filtrés à travers le prisme des attitudes de l'individu envers l'environnement : croyances personnelles, croyances et valeurs sur l'environnement. Les personnes ayant une attitude positive envers l'environnement perçoivent des facteurs contextuels différents de celles ayant une attitude moins positive envers la protection de l'environnement. Les attitudes à l'égard de l'environnement agissent donc comme médiateurs entre les facteurs situationnels et les comportements cycliques. Il agit comme un filtre perceptuel qui influence la manière dont les facteurs situationnels sont évalués et interprétés par les individus. Cette évaluation est modulée par les attitudes envers l'environnement et détermine la probabilité qu'une personne adopte des comportements de consommation cycliques.

Dans cette logique, nous présentons nos hypothèses de la façon suivante :

H8 : L'attitude environnementale médiate la relation entre les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire de plastique.

H9 : L'attitude environnementale médiate la relation entre la commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et (a) le recyclage des déchets

d'emballages en plastique, (b) la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

H10 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre le coût perçu du recyclage des déchets d'emballages plastiques et (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

H11 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre le temps perçu de recyclage des déchets d'emballages plastiques et (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c) l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

H12 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre l'effort perçu de recyclage des déchets d'emballages plastiques et (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique, (b) la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, (c)

l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique, (d) à l'évitement de l'achat d'articles en plastique à usage unique, (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique, et (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques).

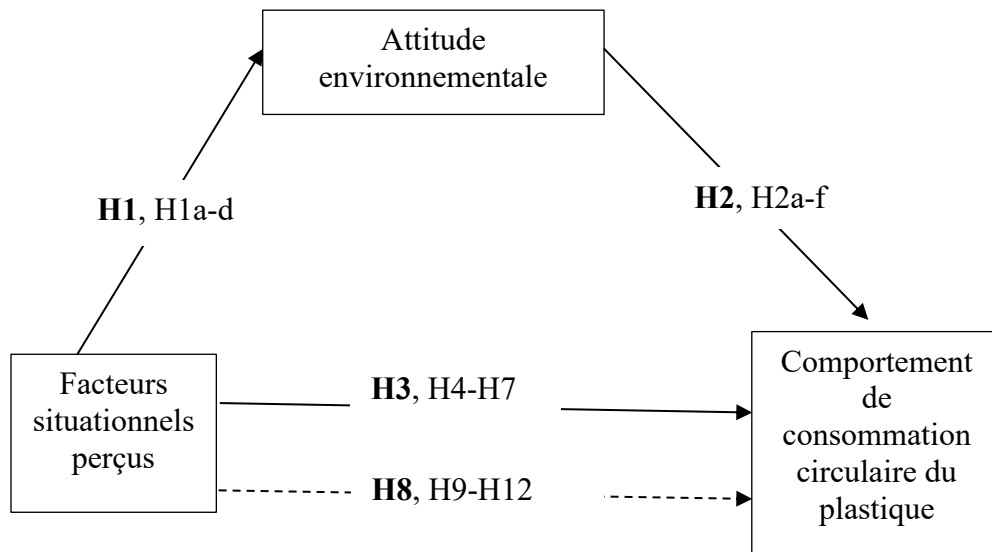


Figure 2. Cadre conceptuel de la recherche

3 CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Dans ce chapitre, nous aborderons les étapes de la méthodologie de recherche suivie dans notre étude. Nous exposerons, en premier lieu, la posture épistémologique de la recherche, ensuite, nous présenterons l'approche hypothético-déductive et enfin une description de l'aspect opérationnel de la méthodologie.

3.1 POSTURE ÉPISTÉMOLOGIQUE DE LA RECHERCHE

Cette recherche s'inscrit dans le cadre du paradigme épistémologique post-positiviste, nous expliquerons en détail ce paradigme dans le contexte de notre recherche.

3.2 LE PARADIGME ÉPISTÉMOLOGIQUE POSITIVISTE

Cette recherche se situe dans le paradigme épistémologique positiviste, qui postule que le monde est réel et externe et peut être compris par des méthodes scientifiques de nature objective. Le but de cette étude est d'examiner les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale à travers une approche quantitative. L'objectif est de collecter des données empiriques et de les analyser méticuleusement pour établir des relations claires de cause à effet et en tirer des généralisations robustes.

En adoptant ce paradigme, cette recherche s'efforce de contribuer de manière significative à l'avancement et à la compréhension des connaissances dans le domaine de l'économie circulaire de plastique.

Nous présentons dans ce tableau l'ontologie, l'épistémologie, l'axiologie et les méthodes de recherche typiques associées aux recherches qui adoptent le paradigme positiviste (Dudovskiy, 2016)

Tableau 1 : Ontologie, épistémologie, axiologie et méthodes de recherche typiques associées aux recherches adoptant le paradigme positiviste

Ontologie du paradigme positiviste	Épistémologie du paradigme positiviste	Axiologie du paradigme positiviste	Méthodes typiques
<ul style="list-style-type: none"> - Le monde est réel et externe - Le chercheur est indépendant - Une vraie réalité (universalisme) 	<ul style="list-style-type: none"> - Faits observables et mesurables - Possibilité de généralisation - Possibilité de prédiction et d'orientation 	<ul style="list-style-type: none"> - Concentration sur les faits et non pas sur le sens - Le chercheur est détaché, neutre de ce qui est recherché. - Position objective 	<ul style="list-style-type: none"> - Généralement déductive. - Un échantillon large - Mesures et méthodes d'analyses généralement quantitatives

(Dudovskiy, 2016)

3.3 L'APPROCHE HYPOTHÉTIQUE-DÉDUCTIVE

Dans notre recherche des hypothèses étaient conçues basées sur une revue de la littérature exhaustive. Ces hypothèses ont constitué le point de départ de notre démarche scientifique. Ensuite, nous avons élaboré et mis en œuvre une enquête rigoureuse pour collecter les données pertinentes avec une méthode de recherche quantitative. Ces données seront ensuite analysées à l'aide de méthodes statistiques appropriées pour évaluer la validité des hypothèses. Cette approche rigoureuse nous a permis de tester systématiquement les hypothèses de recherche et de contribuer à l'avancement des connaissances sur les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale.

Notre recherche suit un raisonnement déductif en passant du général vers le particulier. Elle consiste tout d'abord à réaliser une recherche qualitative exploratoire (revue de littérature, études de cas, entrevues avec des experts) sur les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale. Ensuite, développer un cadre conceptuel regroupant les variables et relations issues de la littérature et formuler les hypothèses de recherche. Il était aussi important de développer un cadre méthodologique pour la réalisation d'un sondage en partenariat avec la firme Léger Marketing. Finalement, il convenait d'effectuer une dissémination des résultats.

3.4 ASPECT OPÉRATIONNEL DE LA MÉTHODOLOGIE

CONSIDÉRATIONS ÉTHIQUES

Nous sommes conscients de l'impact potentiel des recherches sur les participants, la société et l'environnement. Par conséquent, ce projet de recherche a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains par le Comité d'éthique de la recherche de l'Université du Québec à Chicoutimi (CER-UQAC). Un certificat d'approbation éthique (2022-1083) qui atteste de la conformité du projet de recherche à la politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQAC a été émis en date du 04 juillet 2022. Un renouvellement a été effectué par le CÉR le 4 juillet 2023 afin d'assurer la continuité du projet.

OUTILS DE COLLECTE DE DONNÉES

Ce rapport s'appuie sur une méthode quantitative de collecte de données consistant en une enquête pancanadienne en ligne. L'instrument de collecte est un questionnaire d'enquête comportant principalement des questions fermées, à l'exception de quelques options ouvertes du type " Autre, veuillez spécifier : ". Nous avons choisi l'échelle de Likert à 7 niveaux comme instrument de mesure « annexe 2 » des réponses des participants. Les échelles sont les suivants : **1** Totalement en désaccord / **2** Pas d'accord / **3** Plutôt en désaccord / **4** Ni en accord ni en désaccord / **5** Plutôt d'accord / **6** D'accord / **7** Entièrement d'accord.

TABEAU 2 : RÉCAPITULATIF DES SOURCES DES ITEMS

VARIABLE	ITEMS	SOURCE
<p>FACTEURS SITUATIONNELS</p>	<p>Q1 :</p> <p>A. Recycler les déchets d'emballages plastiques est pratique pour moi.</p> <p>B. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques me coûte cher.</p> <p>C. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques me prend beaucoup de temps.</p> <p>D. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques représente beaucoup de travail pour moi.</p> <p>E. Je suis prêt à faire des sacrifices financiers et économiques personnels pour atteindre des objectifs environnementaux.</p> <hr/> <p>Q2 :</p> <p>A- De manière générale, j'ai le sentiment que mon comportement de consommation nécessite l'utilisation d'une quantité importante d'emballages plastiques.</p> <p>B- J'ai le sentiment que la fourniture d'alternatives durables aux emballages en plastique est insuffisante pour couvrir mes besoins de consommation.</p>	<p>(Goldenhar et al., 1993).</p>

	<p>C- La collecte est une étape décisive dans le processus de recyclage des déchets d'emballages plastiques, où les consommateurs trient leurs déchets d'emballages plastiques chez eux et les déposent dans les poubelles ou dans les conteneurs de tri. À cet égard, j'ai du mal à savoir quel article en plastique est recyclable ou non.</p> <p>D- Notre système de collecte des déchets plastiques n'est pas efficace, car je pense que le plastique collecté n'est pas correctement recyclé pour être utilisé comme matière première dans la production de nouveaux produits.</p> <p>E- Je fais confiance au système de recyclage pour que le plastique collecté soit correctement recyclé pour être utilisé comme matière première dans la production de nouveaux produits.</p>	
	<p>Q3 :</p> <p>A. L'exigence selon laquelle les contenants doivent être nettoyés avant d'être placés dans les bacs de recyclage ne me convient pas.</p>	

	<p>B. Je pourrais jeter un contenant recyclable à la poubelle (et non au bac de recyclage) si je trouve son nettoyage difficile.</p> <p>C. Je suis prêt à utiliser des sacs réutilisables pour acheter des fruits et légumes plutôt que d'utiliser les sacs en plastique en rouleaux disponibles dans les magasins.</p> <p>D. Je suis prêt à participer à des programmes qui offrent mes essentiels du quotidien dans des emballages réutilisables ; les colis vides doivent être retournés en magasin.</p> <p>E. J'ai confiance en ma connaissance de ce qui peut et ne peut pas être recyclé dans le système actuel.</p>	
<p>FACTEURS CONATIFS</p>	<p>Q4 :</p> <p>A. Je recycle presque tous mes déchets d'emballages plastiques.</p> <p>B. Je réutilise presque tous mes déchets d'emballages plastiques.</p> <p>C. J'essaie d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique.</p> <p>D. J'achète des produits et services respectueux de l'environnement.</p> <p>E. Je suis actuellement inscrit à des programmes de contenants réutilisables</p>	<p>(Papaoikonomou et al., 2020).</p>

	<p>(services de remplissage et de retour à domicile ou en magasin).</p> <p>F. J'évite les objets en plastique à usage unique (cuillères, fourchettes, pailles en plastique, etc.).</p> <p>G. J'achète des articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique</p> <p>H. Je loue des biens et des services au lieu de les acheter.</p> <p>I. J'achète souvent des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (plutôt que d'être fabriqués à partir de nouveaux plastiques).</p> <p>J. J'achète souvent des vêtements d'occasion.</p> <p>K. J'achète souvent des appareils électroniques d'occasion.</p> <p>L. J'achète souvent des aliments issus de l'agriculture biologique.</p> <p>M. J'évite d'acheter auprès d'entreprises qui nuisent à l'environnement.</p> <p>N. Je suis un citoyen environnemental actif (par exemple, je soutiens la protection de la nature et la biodiversité)</p> <p>O. Je jette une partie de mes déchets d'emballages plastiques à la poubelle</p>	
--	--	--

	<p>Q5. Pour réduire les déchets plastiques. J'aimerais voir les changements suivants pour améliorer la circularité des déchets d'emballages en plastique.</p> <p>Q6. Je recycle actuellement mon plastique par : (plusieurs choix proposés).</p> <p>Q7 : Lorsque je collecte le plastique, j'utilise : (plusieurs choix proposés).</p> <p>Q8. Veuillez cocher les produits en plastique les plus courants que vous jetez à la poubelle : ((plusieurs choix proposés).</p>	
	<p>Q9 :</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Je lave tous les plastiques avant de les mettre dans le bac de recyclage. B. Je garde mes déchets dans des piles séparées de verre, plastique, papier, métal pour le recyclage. C. J'apporte des objets (comme des journaux, des bouteilles en plastique et en verre) aux points de collecte de recyclage. D. Je recycle les déchets d'emballages plastiques à la maison, au travail et sur mes lieux de vacances. E. Je jette les piles usagées dans un conteneur de collecte approprié au lieu d'une poubelle. 	

	<p>F. J'apporte des couverts réutilisables lorsque je mange dans des restaurants de restauration rapide ou des aires de restauration.</p> <p>G. J'opte pour des contenants en plastique bio (ils peuvent être plus chers et avoir des caractéristiques légèrement différentes des contenants en plastique traditionnels).</p> <p>H. Je participe à des programmes de livraison de nourriture avec des contenants réutilisables.</p> <p>I. J'achète des articles (par exemple, des pâtes) qui sont enveloppés ou emballés dans des matériaux non plastiques plutôt que dans du plastique.</p> <p>J. J'achète des légumes et des fruits en vrac plutôt que des produits préemballés.</p> <p>K. Je participe à des systèmes de consigne pour des contenants en plastique spécifiques (par exemple, des cruches à lait) plutôt que de les recycler via le programme de recyclage existant (par exemple, le système de recyclage des boîtes bleues)</p> <p>L. J'achète du lait dans des contenants en verre comme options réutilisables plutôt que du plastique et des cartons comme options recyclables ; les bouteilles en verre doivent</p>	
--	---	--

	<p>être retournées au magasin pour recevoir la consigne.</p> <p>M. Je participe au recyclage à flux multiples (par exemple : séparer les canettes et les plastiques du papier) plutôt qu'au recyclage mixte à flux unique, s'il est proposé via la collecte sélective.</p> <p>N. Je participe à des programmes de collecte pour des types spécifiques de plastiques (par exemple, les emballages souples) qui ne sont pas couramment collectés via le système de recyclage.</p> <p>O. En ce qui concerne ces produits en plastique, j'envisage de réduire l'utilisation d'emballages en plastique à usage unique et de les remplacer par des options réutilisables.</p> <p>P. J'achète dans des magasins sans emballage, ce qui nécessite d'apporter des contenants réutilisables au magasin et de les remplir avec des articles vendus en vrac.</p>	
<p>FACTEURS AFFECTIFS</p>	<p>Q10 :</p> <p>A. Je me soucie de l'environnement</p> <p>B. Je suis préoccupé par le réchauffement climatique et le changement climatique</p> <p>C. J'envisage de contrôler mon comportement vis-à-vis du recyclage des déchets plastiques.</p>	<p>Mwanza et al., 2017).</p>

	<p>D. La confiance que j'accorde aux autres pour respecter le recyclage du plastique peut influencer mes habitudes de recyclage.</p>	
--	--	--

Le questionnaire utilisé dans cette étude comprend plusieurs sections qui permettent de collecter des informations pertinentes sur différents aspects liés au recyclage. Le respect du consentement de cette étude est rendu obligatoire pour les participants. Les participants sont invités à donner leur accord éclairé pour prendre part à la recherche, en comprenant les objectifs, les procédures et les implications de leur participation. La première partie du questionnaire porte sur les variables sociodémographiques. Les participants sont invités à fournir des informations telles que leur âge, leur sexe, le revenu du foyer et leur statut professionnel, afin de mieux comprendre les caractéristiques de l'échantillon étudié. La deuxième section aborde les facteurs situationnels perçus. Les participants sont interrogés sur le contexte du recyclage, la manière dont ils recyclent et d'autres facteurs environnementaux qui peuvent influencer le facteur situationnel perçu lié à l'action de recyclage. La troisième partie concerne les facteurs conatifs. Les participants sont invités à évaluer leur comportement de recyclage, le système de recyclage actuel, les méthodes de collecte utilisées, ainsi que d'autres éléments qui peuvent influencer leur comportement dans le recyclage. Enfin, la quatrième section se concentre sur les facteurs affectifs. Les participants sont interrogés sur leur sentiment de préoccupation environnementale, leurs préoccupations concernant le réchauffement climatique et leur confiance envers les autres en ce qui concerne le comportement de recyclage. L'ensemble de ces sections a permis d'obtenir

une vision complète des différents facteurs qui influencent le comportement de recyclage des participants dans le cadre de cette étude.

3.5 CIBLE DE RECRUTEMENT

Les répondants étaient des consommateurs hommes et femmes, âgés de 18 ans et plus, provenant de tous les provinces et territoires du Canada. Nous avons sélectionné plus particulièrement des chefs de ménage, car ils seront concernés par les opérations de recyclage au sein de leurs foyers.

PROCÉDURE DE RECRUTEMENT DES PARTICIPANTS

Ce projet étant une étude nationale, une technique d'échantillonnage aléatoire stratifié a été utilisée pour recruter les répondants. Bien que les panels soient généralement considérés comme des bases d'échantillonnage non aléatoires, le panel en ligne Léger360, de la firme Léger Marketing, ainsi que l'échantillon final sont à la fois suffisamment importants et diversifiés (pancanadiens) pour se rapprocher de l'échantillonnage aléatoire.

La base de données finale a été pondérée en fonction de l'âge et du sexe au niveau provincial. En somme, le profil âge/sexe est appliqué pour chacune des provinces canadiennes non atlantiques ainsi que pour les provinces atlantiques combinées (étant donné le nombre relativement faible de répondants par province).

En outre, une pondération a été effectuée en fonction de la langue maternelle, du niveau d'éducation et de la présence d'enfants pour QC et le reste du Canada séparément, et en fonction du statut de propriétaire ou de locataire pour l'ensemble de l'échantillon. Cela permet de s'assurer que les répondants sont les plus représentatifs de la population canadienne et que les résultats sont généralisables à l'ensemble du Canada.

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON

Un prétest a été réalisé auprès d'un échantillon de 30 participants avant de procéder à la collecte complète des données. L'objectif principal de ce prétest était de s'assurer qu'il n'y avait aucun problème technique lors de l'administration de l'enquête, comme des problèmes d'affichage ou des questions sautées. De plus, il a été veillé à ce que les participants comprennent clairement les questions posées et les réponses qui pourraient être fournies. Cette étape préliminaire a joué un rôle important dans la préparation de la collecte de données à grande échelle et a permis de garantir que les outils de recherche étaient clairs, exploitables et pertinents pour les participants.

Les données ont été recueillies par le biais du panel Léger auprès d'un échantillon de 1 000 répondants avec une marge d'erreur de $\pm 3,099$ %, un niveau de confiance de 95 % et un pourcentage de proportion de 50.

3.6 LES MÉTHODES D'ANALYSE DES DONNÉES

Nous avons utilisé le logiciel « Macro IBM SPSS Process » pour les analyses de médiation agrégées et détaillées (pour les facteurs situationnels perçus et pour le comportement de consommation circulaire de plastique). Nous avons également utilisé le logiciel « AMOS » pour le modèle de mesure (AFC), "Analyse factorielle confirmatoire" et le modèle structurel (analyse de chemin).

Le calcul des facteurs situationnels perçus se présente de la façon suivante :

Q = la question principale dans le questionnaire

Exemple : Q1 = « Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants »

r = les questions détaillées

Exemple : r1 = « A. Recycler les déchets d'emballages plastiques est pratique pour moi »

Facteurs perçus situationnels (SPF) = $Q1r1 + Q1r2 + Q1r3$ (pour inverser le code) + $Q1r4$ (pour inverser le code)

Comportement de consommation plastique circulaire (CPCB) = $Q4r1 + Q4r2 + Q4r3 + Q4r6 + Q4r7 + Q4r9$

Nous avons utilisé l'analyse **des observations aberrantes** dans cette étude pour révéler des phénomènes inhabituels qui passeraient autrement inaperçus. De plus, leur analyse a aidé à détecter les erreurs éventuelles dans les données, garantissant ainsi la fiabilité des résultats.

En outre, nous avons utilisé le test ANOVA pour plusieurs raisons. Le test nous a permis d'examiner les différences significatives dans les moyennes de divers groupes de notre échantillon. Le test ANOVA évalue aussi l'impact des différentes variables indépendantes sur les variables dépendantes. Le test ANOVA est statistiquement puissant et permet d'avoir des résultats d'analyses statistiques généralisables et fiables.

En ce qui concerne le test du khi deux. Nous avons analysé grâce à ce test les relations entre deux variables catégorielles. Ce test statistique a déterminé si les différences observées entre les catégories sont statistiquement significatives.

Un test de fréquence a également été utilisé pour analyser la distribution de fréquence des caractéristiques dans notre échantillon de 1000 personnes. Ce test nous a permis de déterminer si les fréquences observées diffèrent significativement et statistiquement des fréquences attendues.

Finalement le test de moyenne a aidé à comparer statistiquement les moyennes des groupes de notre échantillon afin de tirer les commentaires nécessaires à la compréhension des calculs effectués.

CONCLUSION DU CHAPITRE ET TRANSITION

Dans ce chapitre, nous avons considéré le cadre théorique, le cadre conceptuel et enfin la méthodologie de recherche de cette étude. Le chapitre suivant couvrira la visualisation et l'analyse des résultats de tous les tests statistiques.

4 CHAPITRE 4 PRÉSENTATIONS DES RÉSULTATS

4.1 TEST DE FRÉQUENCE

STATISTIQUES DESCRIPTIVES DES VARIABLES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

Dans cette partie, nous examinons d'abord la fréquence des variables sociodémographiques telles que la province, l'âge, le sexe, les langues, le niveau d'éducation, le revenu annuel et l'occupation de logement au sein de notre échantillon. De plus, nous souhaitons également observer le test des fréquences des variables du comportement de recyclage ainsi que la moyenne avec les commentaires.

TABLEAU 3 : PROVINCE DES PARTICIPANTS

PROV : Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé
	Colombie-Britannique	139	13,9	13,9	13,9
	Alberta	111	11,1	11,1	25,1
	Saskatchewan	29	2,9	2,9	28,0
	Manitoba	35	3,5	3,5	31,5
	Ontario	386	38,6	38,6	70,2
	Québec	231	23,1	23,1	93,3

Nouveau-Brunswick	22	2,2	2,2	95,4
Nouvelle-Écosse	27	2,7	2,7	98,1
Île-du-Prince-Édouard	4	0,4	0,4	98,6
Terre-Neuve et Labrador	14	1,4	1,4	100,0
Total	1000	100,0	100,0	

L'échantillon de cette étude est principalement situé dans la province de l'Ontario avec 38,6% de l'échantillon, suivi par la province du Québec avec 23,1% de l'échantillon. Enfin, la province de la Colombie-Britannique représente 13,9 % de l'échantillon.

TABLEAU 4 : AGE DES PARTICIPANTS

Âge : Quel est votre âge ?				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé
18-24	122	12,2	12,2	12,2
25-34	144	14,4	14,4	26,6
35-44	163	16,3	16,3	42,9
45-54	159	15,9	15,9	58,8
55-64	194	19,4	19,4	78,2
65-74	159	15,9	15,9	94,2
>= 75	58	5,8	5,8	100,0
Total	1000	100,0	100,0	

La majorité des participants à l'étude ont entre 55 et 64 ans avec un pourcentage de 19,4 %, suivi par le groupe d'âge entre 35 et 44 ans avec 16,3 %, puis également les groupes d'âge entre 45 et 54 ans et entre 65 et 74 ans avec 15,9 % des participants chacun.

TABLEAU 5 : SEXE DES PARTICIPANTS

Sexe : Quel est votre sexe ?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé
	Homme	478	47,8	47,8	47,8
	Femme	513	51,3	51,3	99,1
	Non spécifié*	9	,9	,9	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

* Les analyses intégrant le genre se limitent aux catégories homme et femme.

Plus de la moitié de l'échantillon est composé de femmes (51,3 %) et de 47,8 % d'hommes.

TABLEAU 6 : LANGUES DES PARTICIPANTS

LANGU : Quelle est la langue que vous avez apprise à la maison dans votre enfance et que vous comprenez encore ?				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé
Français	197	19,7	19,7	19,7
Anglais	628	62,8	62,8	82,6
Autres langues	40	4,0	4,0	86,5
Français et autres	8	,8	,8	87,3
Anglais et autres	69	6,9	6,9	94,2
Autre et autre	14	1,4	1,4	95,5
Anglais et français	43	4,3	4,3	99,8
Je préfère ne pas répondre	2	,2	,2	100,0
Total	1000	100,0	100,0	

La majorité de l'échantillon parle l'anglais avec un pourcentage de 62,8 %, suivi du français avec 19,7 %. Les autres langues ont un faible pourcentage de 4%.

TABLEAU 7 : ÉDUCATION DES PARTICIPANTS

Qc: Quel est votre niveau d'études le plus élevé ?				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé
Primaire	13	1,3	1,3	1,3
Secondaire	86	8,6	8,6	9,9
Cégep	585	58,5	58,5	68,5
Baccalauréat ou diplôme inférieur	208	20,8	20,8	89,3
Master ou équivalent	56	5,6	5,6	94,9
Doctorat ou équivalent	8	,8	,8	95,7
École de commerce / École technique supérieure	43	4,3	4,3	100,0
Total	1000	100,0	100,0	

Le niveau d'éducation le plus élevé des participants est l'enseignement supérieur avec 58,5 %, suivi du baccalauréat ou d'un diplôme inférieur (premier cycle) avec 20,8 % et, en troisième position, l'école secondaire avec 8,6 %

TABLEAU 8 : REVENU DES PARTICIPANTS

Qe: Quel est le revenu annuel de votre ménage ?					
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé	
	Moins de \$20,000	113	11,3	11,3	11,3
	\$20,000 - \$49,999	266	26,6	26,6	37,9
	\$50,000 - \$79,999	259	25,9	25,9	63,7
	\$80,000 - \$129,999	223	22,3	22,3	86,1
	\$130,000 et plus	139	13,9	13,9	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

La majorité des participants ont un revenu familial annuel compris entre 20 000 et 49 999 dollars (26,6 %), suivi d'un revenu annuel compris entre 50 000 et 79 999 dollars (25,9 %), puis d'un revenu annuel compris entre 80 000 et 129 999 dollars (22,3 %).

TABLEAU 9 : OCCUPATION DE LOGEMENT DES PARTICIPANTS

Qh: Vous habitez en :					
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	% cumulé	
	Une maison	712	71,2	71,2	71,2
	Un appartement	277	27,7	27,7	98,9
	Autre	11	1,1	1,1	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

La plupart des participants vivent dans une maison, avec un pourcentage de 71,2 %, tandis que seulement 27,7 % vivent dans un appartement.

4.2 STATISTIQUE INFÉRENTIELLE

Résultats

Pour le traitement des données, nous avons inversé les items Q1r2 (coût perçu), Q1r3 (temps perçu) et Q1r4 (travail perçu) pour l'analyse afin de rendre l'interprétation en lien avec les hypothèses et pour que l'analyse soit plus logique. Cela signifie concrètement que l'échelle de mesure a été inversée pour tous les participants de sorte que 7=1, 6=2, 5=3, etc. Cela permet notamment de formuler les hypothèses différemment. Ex : on parle de l'inexpérience perçue et non de coût perçu pour H5a-f et H1-a-f. De même, rapidité perçue au lieu de temps perçu pour H6a-f et H11a-f, et la perception d'une absence d'effort au lieu de travail perçu pour H7a-f et H12a-f.

Tests initiaux de sélection des données

Traitement des données manquantes

Plusieurs tests statistiques préliminaires ont été effectués pour déterminer l'exactitude des données de cette étude. Les données ont d'abord été examinées pour toute réponse manquante. Une sélection minutieuse a permis de déterminer que les données manquantes représentaient moins de 1 % du total des réponses et ont été remplacées

par une moyenne arithmétique, comme suggérée par Byrne (2010). Certaines entrées inexacts ont également été supprimées et un total de 1 000 répondants a été considéré comme l'échantillon final.

Biais de non-réponse

Les données ont également été vérifiées pour le biais de non-réponse en comparant les répondants précoces et tardifs. Les différences de moyennes entre les concepts clés ont été tabulées entre les répondants précoces (n = 656) et tardifs (n = 344). Aucune différence significative n'a été trouvée entre les deux groupes, indiquant l'absence de biais de non-réponse. Ainsi, l'échantillon final de 1000 participants a été considéré comme valide pour les analyses ultérieures. Les répondants ont été invités à participer volontairement à l'enquête. Nous avons pu vérifier l'anonymat des réponses et atténuer le biais de désirabilité sociale causé par les techniques d'échantillonnage non probabiliste en demandant aux répondants de participer volontairement à l'enquête.

Biais de la méthode commune (CMB)

Les données ont également été vérifiées pour détecter le biais de la méthode commune (CMB). Le test à facteur unique de Harman a été effectué. La procédure consiste à « contraindre tous les éléments de l'échelle en un seul facteur sans rotation dans l'analyse factorielle exploratoire (AFE), en supposant que la présence de CMB est

indiquée par l'émergence soit d'un facteur unique, soit d'un facteur général expliquant la majorité de la covariance entre les mesures » (Harman, 1976 ; Podsakoff et al. 2003, p. 889). La valeur suggérée pour une solution à facteur unique doit être inférieure à 50 % de la variance expliquée (Harman, 1976). La solution de facteur sans rotation a montré qu'un seul composant avait une variance de 14 %, excluant la présence de CMB.

Normalité

Les données ont également été vérifiées pour la normalité. Le tableau 10 indique que les données sont normalement distribuées, car les valeurs d'asymétrie et d'aplatissement variaient de ± 1 à ± 6 , comme suggérées par Hair et al. (2010) et Bryne (2010), qui ont fait valoir que les données sont considérées comme normales si l'asymétrie varie entre -2 et +2 et le kurtosis varie entre -7 et +7. Comme toutes les valeurs des variables sont bien comprises dans la plage, nous pouvons supposer que les données sont normalement distribuées.

TABLEAU 10 : STATISTIQUES DESCRIPTIVES, ASYMÉTRIE ET APLATISSEMENT

Constructions	Moyenne	Écart-type	Asymétrie	Aplatissement
Facteurs situationnels perçus	4.48	.82	-1.469	-1.086
Attitude environnementale	4.31	.22	2.261	1.082

Comportement circulaire de consommation de plastique	5.58	.24	-3.802	5.546
--	------	-----	--------	-------

Modèle de mesure avec analyse factorielle confirmatoire (AFC)

Ensuite, pour garantir la qualité, la fiabilité et les critères de validité avant de procéder à l'évaluation du modèle structurel, une analyse factorielle confirmatoire (AFC) a été menée pour assurer un niveau satisfaisant d'ajustement entre les données observées. L'AFC a été menée avant, comme suggéré par des chercheurs précédents (Hancock et Mueller, 2001).

Le tableau 11 indique que tous les items des sous-construits variaient entre 0,671 et 0,913, ce qui est supérieur à la valeur seuil recommandée de 0,60 pour les items établis (Kline, 2005). En outre, la fiabilité et la validité des construits ont été résumées dans le tableau 11. Les fiabilités composites (CR) des construits se situaient entre 0,801 et 0,871, ce qui est supérieur à la valeur acceptable de 0,7 indiquant une bonne cohérence interne des facteurs. La validité convergente est en outre étayée par le fait que la variance extraite moyenne (AVE) de chaque construit est supérieure à 0,5. (Fornell & Larcker, 1981).

TABLEAU 11 : MODÈLE DE MESURE

	Items	β	S.E	C.R.	Écart moyen extrait	Fiabilité composite	Alpha de Cronbach
Facteurs situationnels perçus	Le recyclage des déchets d'emballages plastiques me coûte cher (R)	0,671					
	Le recyclage des déchets d'emballages plastiques prend beaucoup de temps (R)	0,900	0,057	24.005	0,698	0,872	0,871
	Le recyclage des déchets d'emballages plastiques requiert beaucoup d'efforts (R)	0,913	0,057	23.984			
Attitude environnementa le	Je me soucie de l'environnement	0,791					

	Je suis préoccupé par le réchauffement de la planète et le changement climatique	0,731	0,074	16.903	0,644	0,843	0,821
	J'envisage de contrôler mon comportement en ce qui concerne le recyclage des déchets plastiques	0,878	0,056	22.652			
Comportement de consommation de plastique circulaire	J'essaie d'éviter d'acheter des produits dans des emballages en plastique	0,774					
	J'évite les objets en plastique à usage unique (cuillères, fourchettes, pailles, etc.)	0,744	0,05	22.707	0,581	0,847	0,801

	J'achète des articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique	0,839	0,042	26.161	
	J'achète souvent des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (plutôt qu'à partir de nouveaux plastiques)	0,685	0,039	20.667	

Pour assurer la validité discriminante des items de l'échelle, les valeurs de la racine carrée de l'AVE doivent être supérieures aux corrélations interitems comme suggérées par Hair et al. (2010). Le tableau 13 indique que les racines carrées de l'AVE sont supérieures à toute corrélation entre les construits et indiquent donc une validité discriminante. Par conséquent, les facteurs extraits sont également fiables et valides et les résultats désignent la fiabilité et la validité adéquates du modèle de mesure, et le modèle est prêt pour les tests structurels.

Tableau 12 : Matrice de corrélation

	Facteurs situationnels perçus	Attitude environnementale	Comportement de consommation de plastique circulaire
Facteurs situationnels perçus	<i>0,835</i>		
Attitude environnementale	.287 **	<i>0,802</i>	
Comportement de consommation de plastique circulaire	.414 **	.646 **	<i>0,762</i>
** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral). Les éléments en italique gras indiquent la racine carrée de l'AVE.			

Modèle structurel avec modélisation par équation structurelle (SEM)

- *Hypothèses testées :*

H1 : *Les facteurs situationnels perçus exercent un impact positif sur l'attitude environnementale.*

H2 : *L'attitude environnementale est positivement liée au comportement de consommation circulaire de plastique.*

H3 : *Les facteurs situationnels perçus influencent positivement le comportement de consommation circulaire de plastique.*

Tableau 13 : Modèle structurel

Relations hypothétiques			β	S.E.	C.R.	p	Résultat
H1- Facteurs situationnels perçus	→	Attitude environnementale	0,381	0,029	9.318	***	Supportée
H2-Attitude environnementale	→	Comportement circulaire de consommation de plastique	0,678	0,057	11.818	***	Supportée
H3- Facteurs situationnels perçus	→	Comportement circulaire de consommation de plastique	0,170	0,039	4.704	***	Supportée
CMIN/DF=3,929, GFI=0,976, NFI=0,975, IFI=0,981, TLI=0,972, CFI=0,981, RMSEA=0,054							

Le tableau 13 indique les résultats du modèle structurel. Tous les indices d'ajustement ont indiqué un bon ajustement du modèle conformément à la recommandation de Byrne (2010). Les résultats ont indiqué l'impact positif significatif des facteurs situationnels perçus sur l'attitude environnementale ($\beta=0,381$, $p<0,000$) et le comportement de consommation circulaire du plastique ($\beta=0,170$, $p<0,000$), acceptant ainsi H1 et H3. Il est important de noter que les facteurs situationnels perçus ont indiqué un fort impact sur l'attitude environnementale par rapport au comportement de consommation circulaire de plastique. Pour aller plus loin, l'attitude environnementale a eu un impact significatif et fort sur le comportement plastique de consommation circulaire ($\beta=0,678$, $p<0,000$) fournissant ainsi un soutien à H2.

3. 2. Analyse de médiation pour le modèle agrégé

- *Hypothèse testée:*

H8 : L'attitude environnementale médialise la relation entre les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire de plastique.

Le tableau 14 reflète l'effet médiateur de l'attitude environnementale entre les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire de plastique. En prenant en compte le modèle structurel complet, nous avons examiné si le construit Facteurs perçus par la situation a un effet indirect via l'attitude environnementale sur

le comportement de consommation circulaire du construit. Nous avons examiné l'efficacité de l'effet direct standardisé, de l'effet indirect standardisé et de l'effet total standardisé en examinant le bêta standardisé (β) comme suggéré par Hair et al. (2010) au seuil de signification de 0,05. Une procédure de bootstrap avec 5000 échantillons bootstrap a été utilisée pour tester la signification des effets médiateurs indirects totaux et spécifiques (Hayes, 2017). L'effet indirect des facteurs perçus situationnels sur le comportement de consommation circulaire de plastique par le biais de l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,251$, $p = 0,001$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,201 tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,349. Comme cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro, l'effet indirect était significatif (Preacher, & Hayes, 2008). Fait intéressant, l'effet direct des facteurs perçus situationnels sur le comportement de consommation de plastique circulaire en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif, mais négatif ($\beta = -0,08$, $p = 0,015$), ce qui est en effet une contribution unique de l'étude. Cela indique le fort impact de l'attitude environnementale en tant que médiateur. Ainsi, nous pouvons conclure que les facteurs perçus situationnels sont indirectement liés au comportement de consommation circulaire de plastique par l'attitude environnementale qui représente l'impact le plus fort.

Tableau 14 : Effets de médiation

Biais d'amorçage corrigé Intervalle de confiance à 95 % N = 5 000					
Non.	Hypothèses	Effet direct β	Effet indirect β	p -valeur	Type de médiation
H8	Facteurs situationnels perçus → Attitude environnementale → Comportement circulaire de consommation de plastique	-0,080	0,251	0,015	Médiation partielle
CMIN/DF=3,912, GFI=0,974, NFI=0,964, IFI=0,982, TLI=0,954, CFI=0,986, RMSEA=0,054					

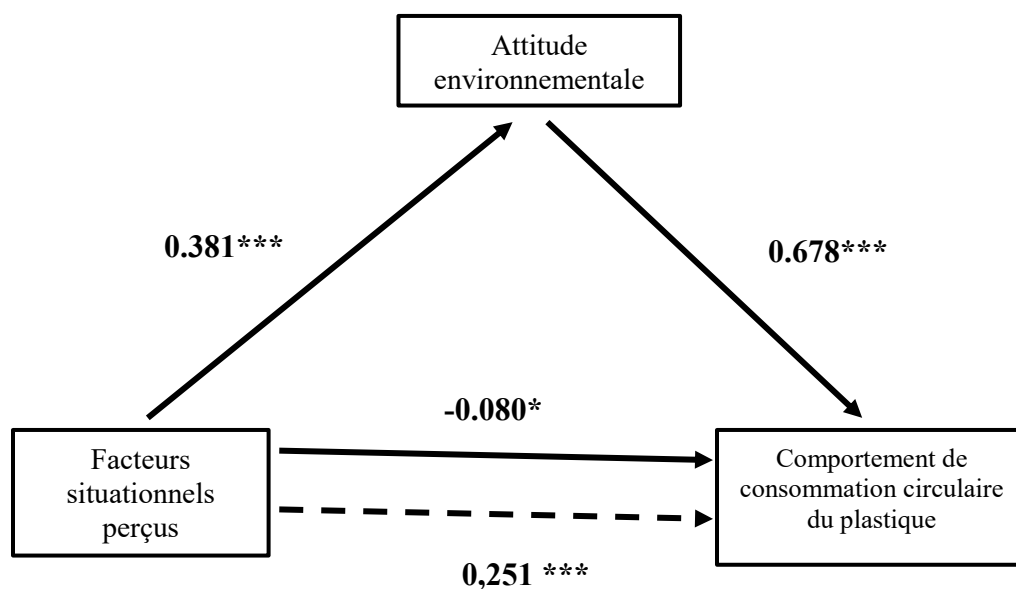


Figure 3. Modèle avec coefficients de chemin

Impact de l'attitude environnementale sur les comportements spécifiques de consommation de plastique circulaire

H2 : *L'attitude environnementale est positivement liée*

(a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),

(b) à la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),

(c) à l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),

(d) à l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),

(e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),

(f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).

Tableau 15 Hypothèses testées H2 :

Relations hypothétiques		β	SE	CR	p	Résultat
H2a	: → Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,435	0,055	12.644	***	Supportée
H2b	: → Réutilisation des déchets	0,282	0,065	8.17	***	Supportée

environnementale		d'emballages plastiques (Q4r2)					
H2c : Attitude environnementale	→	Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	0,456	0,058	13.247	***	Supportée
H2d : Attitude environnementale	→	Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,523	0,068	15.207	***	Supportée
Attitude environnementale	→	Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,464	0,059	13.469	***	Supportée
Attitude environnementale	→	Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) (Q4r9)	0,450	0,053	13.073	***	Supportée
CMIN/DF=4,349, GFI=0,988, NFI=0,985, IFI=0,989, TLI=0,966, CFI=0,989, RMSEA=0,058							

Test des hypothèses

Le tableau 15 indique les résultats du modèle structurel. Tous les indices d'ajustement ont indiqué un bon ajustement du modèle conformément à la recommandation de Byrne (2010). Les résultats reflètent l'impact positif significatif de l'attitude environnementale sur les prédicteurs du comportement de consommation de plastique circulaire. Parmi tous ceux-ci, Q4r6 (éviter les articles en plastique unique) ($\beta = 0,523$, $p < 0,000$) s'est avéré avoir le fort impact de l'attitude environnementale dans la réduction de l'utilisation de produits en plastique unique. Cela a été suivi par Q4r7 ($\beta=0,464$, $p<0,000$) et Q4r3 ($\beta=0,456$, $p<0,000$). Ces résultats ont confirmé que l'attitude environnementale incite les consommateurs à préférer les emballages en papier plutôt que d'acheter des produits dans des emballages en plastique évitant ainsi l'achat dans des emballages en plastique. En allant plus loin, ($\beta=0,450$, $p<0,000$), mais l'impact était significatif. Parmi tous ces paramètres, l'attitude environnementale dépeint un faible impact sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1) ($\beta=0,435$, $p<0,000$) et la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2) ($\beta=0,282$, $p<0,000$).

Impact de la commodité perçue du recyclage du plastique sur des comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

H4 : La commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique est positivement liée :

- (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),
- (b) à la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),
- (c) à l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),
- (d) à l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6), (e) à l'achat d'articles, dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),
- (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).

Tableau 16 : Test des hypothèses H4

Relations hypothétiques			β	S.E.	C.R.	p	Résultat
H4a: Commodité perçue	→	Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,489	0,025	17.695	***	Supportée
H4b: Commodité perçue	→	Réutilisation des déchets d'emballages	0,185	0,033	5,96	***	Supportée

		plastiques (Q4r2)					
H4c: Commodity perçue	→	Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	0,171	0,03	5.489	***	Supportée
H4d: Commodity perçue	→	Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,266	0,034	8.705	***	Supportée
H4e: Commodity perçue	→	Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,208	0,03	6.706	***	Supportée
H4f: Commodity perçue	→	Achat de produits fabriqués à	0,195	0,027	6.287	***	Supportée

		partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) (Q4r9)					
--	--	---	--	--	--	--	--

Les résultats de l'analyse du chemin entre la commodité perçue et le comportement de consommation de plastique circulaire sont reflétés dans le tableau 16. La commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique avait une association positive significative avec les antécédents du comportement de consommation de plastique circulaire, acceptant ainsi Q4r1, Q4r2, Q4r3, Q4r6, Q4r7 et Q4r9. En outre, il a été constaté que la commodité perçue était fortement liée au recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta = 0,489$, $p < 0,000$), suivi de l'évitement des articles en plastique ($\beta = 0,266$, $p < 0,000$) et de l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique. Cependant, la commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique avait une relation légèrement faible avec le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique ($\beta=0,171$, $p<0,000$) par rapport à la réutilisation des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,185$, $p<0,000$) et des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) ($\beta=0,195$, $p<0,000$).

Impact du faible coût perçu du recyclage du plastique sur des comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

H5 : Le faible coût perçu du recyclage des déchets d'emballages plastiques est positivement lié

- (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),
- (b) à la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),
- (c) à l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),
- (d) à l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),
- (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),
- (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).

Tableau 17 : Test des hypothèses H5

Relations hypothétiques			β	S.E.	C.R.	p	Résultat	
H5a	:	→	Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,322	0,026	10.743	***	Supportée
Faible coût perçu								
H5b	:	→	Réutilisation des déchets	-0,022	0,033	-0,699	0,485	Non supportée
Faible coût perçu								

		d'emballages plastiques (Q4r2)					
H5c : Faible coût perçu	→	Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	0,025	0,029	0,791	0,429	Non supportée
H5d : Faible coût perçu	→	Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,178	0,034	5.707	***	Supportée
H5e : Faible coût perçu	→	Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,067	0,03	2.122	0,074	Non supportée
H5f : Faible coût perçu	→	Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) (Q4r9)	0,058	0,027	1.832	0,087	Non supportée

Le tableau 17 se concentre sur l'impact du faible coût perçu du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur le comportement de consommation circulaire de plastique. Le faible coût perçu était positivement lié au recyclage des déchets

d'emballages en plastique ($\beta=0,322$, $p<0,000$) et à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,178$, $p<0,000$). Les hypothèses qui sont supportées sont : (H5a et H5d) et ceux qui ne sont pas supportées sont : (H5b, H5c, H5e, H5f).

Impact de la rapidité perçue du recyclage du plastique sur des comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

***H6** : La rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques est positivement liée*

- (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),
- (b) à la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),
- (c) à l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),
- (d) à l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),
- (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),
- (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).

Tableau 18 : Test des hypothèses H6

Relations hypothétiques			β	S.E.	C.R.	p	Résultat
H6a : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,351	0,026	11.842	***	Supportée
H6b : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	0,048	0,033	1.523	0,128	Non supportée
H6c : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	0,08	0,029	2.522	0,052	Non supportée
H6d : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,207	0,034	6.695	***	Supportée

H6e : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,101	0,029	3.197	0,001	Supportée
H6f : Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques	→	Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) (Q4r9)	0,06	0,027	1.903	0,057	Non supportée

Le tableau 18 tente de valider empiriquement l'impact de la rapidité perçue du recyclage des déchets sur les prédicteurs du comportement de consommation circulaire du plastique. Les résultats ont montré que la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique est positivement liée au recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,351$, $p<0,000$) et à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,207$, $p<0,000$). Cependant, la rapidité perçue du recyclage des déchets avait une

faible relation avec l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique ($\beta=0,101$, $p=0,001$). Toutes les variables restantes telles que la réutilisation des déchets d'emballages en plastique, le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique, l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques) sont apparues insignifiantes. Les hypothèses qui sont supportées sont : (H6a, H6d, H6e) et ceux qui ne sont pas supportées sont : (H6b, H6c, H6f).

Impact de la facilité perçue du recyclage du plastique sur des comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

H7 : La facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques est positivement liée

- (a) au recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),
- (b) à la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),
- (c) à l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),
- (d) à l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),
- (e) à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),
- (f) à l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).

Tableau 19 : Relations de chemin H7

Relations hypothétiques			β	S.E.	C.R.	p	Résultat	
H7a	:	→	Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,427	0,025	14.944	***	Supportée
Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages plastiques								
H7b	:	→	Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	0,055	0,033	1.737	0,082	Non supportée
Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages plastiques								
H7c	:	→	Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	0,096	0,03	3.056	0,002	Supportée
Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages plastiques								
H7d :		→	Éviter les articles en	0,223	0,034	7.24	***	Supportée
Perception de la facilité à								

recycler les déchets d'emballages en plastique		plastique unique (Q4r6)					
H7e : Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages plastiques	→	Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,110	0,03	3.482	***	Supportée
H7f : Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages en plastique	→	Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs de nouveaux plastiques) (Q4r9)	0,114	0,027	3.622	***	Supportée

Les résultats du tableau 19 indiquent que la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique a une forte relation avec le recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,427$, $p<0,000$), suivi par Éviter les articles en plastique unique ($\beta=0,223$, $p<0,000$). Viennent ensuite dans l'ordre d'importance l'achat d'articles

dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique et l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques), Étonnamment, la facilité perçue a indiqué un impact faible, mais significatif ($\beta = 0,096$, $p = 0,002$) sur l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique. Les hypothèses qui sont supportées sont : (H7a, H7c, H7d, H7e, H7f) et ceux qui ne sont pas supportées sont : (H7b).

Analyse de médiation pour le modèle fragmentaire

Effet médiateur de l'attitude environnementale entre la commodité perçue et les comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

- **H9** : *L'attitude environnementale médiatise la relation entre la commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et*
 - (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),*
 - (b) la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),*
 - (c) l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),*
 - (d) l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),*
 - (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),*
 - (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).*

Tableau 20 : Effets de médiation H9

Biais d'amorçage corrigé Intervalle de confiance à 95 % N = 5 000						
No.	Hypothèses	Effet	Effet	p	Limite inférieure / Limite supérieure	Type de médiation
		direct <i>β</i>	indirect <i>β</i>			
H9(a)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Recyclage des déchets d'emballage en plastique (Q4r1)	0,38	0,111	0,001	0,174/0,254	Partielle
H9(b)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	0,09	0,094	0,019	0,121/0,214	Partielle
H9(c)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	-0,01	0,182	0,729	0,161/0,234	Complète
H9(d)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,05	0,182	0,068	0,130/0,237	Complète

H9(e)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	0,027	0,183	0,392	0,137/0,228	Complète
H9(f)	Commodité perçue " Attitude environnementale " Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9)	0,020	0,174	0,535	0,132/0,225	Complète

Le tableau 20 reflète l'effet médiateur de l'attitude environnementale entre la commodité et (a) le recyclage des déchets d'emballages plastiques **(Q4r1)** , (b) la réutilisation des déchets d'emballages plastiques **(Q4r2)**, (c) éviter d'acheter des produits dans des emballages en plastique **(Q4r3)** , (d) éviter les articles en plastique unique **(Q4r6)** , (e) acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique **(Q4r7)** , et (f) acheter des produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques) **(Q4r9)** . En considérant le modèle structurel complet, nous avons examiné si la commodité avait un effet indirect sur le comportement de consommation circulaire de plastique. Nous avons examiné l'efficacité de l'effet direct standardisé, de l'effet indirect standardisé et de l'effet total

standardisé en examinant le bêta standardisé (β) comme Hair et al., (2010) l'ont suggéré à un niveau de signification de 0,05. Une procédure de Bootstrap avec 2000 échantillons Bootstrap a été utilisée pour tester la signification des effets médiateurs indirects totaux et spécifiques (Hayes, 2017). Les effets de médiation sont résumés comme suit :

L'effet indirect de la commodité sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,111$, $p=0,001$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,174, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,254. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes 2008). De plus, l'effet direct de la commodité du recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence de la variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif ($\beta=0,38$, $p=0,001$), indiquant une médiation partielle. Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=3,573, GFI=0,985, NFI=0,981, RFI=0,978, TLI=0,984, CFI=0,991, RMSEA=0,05).

L'effet indirect de la commodité sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,094$, $p=0,019$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,121 tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,214. Comme cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro, l'effet indirect était significatif (Preacher, & Hayes, 2008). De

plus, l'effet direct de la commodité sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif ($\beta = 0,09$, $p = 0,007$), indiquant une médiation partielle. Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=4,669, GFI=0,983, NFI=0,986, RFI=0,966, TLI=0,973, CFI=0,989, RMSEA=0,061).

L'effet indirect de la commodité sur le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,182$, $p=0,001$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,161, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,234. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique est devenue négative et non significative ($\beta=-0,01$ $p=0,729$). Par conséquent, le modèle était un bon modèle d'ajustement (CMIN/DF = 4,857, GFI = 0,904, NFI = 0,989, RFI = 0,968, TLI = 0,973, CFI = 0,974, RMSEA = 0,061).

L'effet indirect de la commodité perçue sur le fait d'éviter les articles en plastique unique (Q4r6) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,182$, $p = 0,025$). L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement des objets à plastique unique en présence du médiateur a été

réduite, indiquant un effet de médiation complet ($\beta = 0,05$, $p = 0,068$). Le modèle a indiqué un bon modèle d'ajustement (CMIN/DF = 2,526, GFI = 0,997, NFI = 0,995, RFI = 0,984, TLI = 0,987, CFI = 0,997, RMSEA = 0,039).

L'effet indirect de la commodité perçue sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (**Q4r7**) par l'attitude environnementale était significative ($\beta = 0,183$, $p = 0,023$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,137 tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,228. Comme cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro, l'effet indirect était significatif (Preacher, & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la commodité perçue sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique a été réduite et est devenue insignifiante indiquant un effet de médiation complet ($\beta = 0,027$, $p = 0,392$). Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=3,616, GFI=0,900, NFI=0,983, RFI=0,976, TLI=0,983, CFI=0,995, RMSEA=0,061).

L'effet indirect de la commodité perçue sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques) (**Q4r9**) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,174$, $p = 0,023$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,132, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,225. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation

directe entre la commodité perçue et l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) s'est réduite et est devenue non significative, indiquant un effet de médiation complet ($\beta = 0,020$, $p = 0,535$). Les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=4,922, GFI=0,984, NFI=0,99, RFI=0,967, TLI=0,974, CFI=0,982, RMSEA=0,063). Les hypothèses qui présentent une médiation partielle sont : (H9a, H9b) et ceux qui présentent une médiation complète sont : (H9c, H9d, H9e, H9f).

Effet médiateur de l'attitude environnementale entre le bon marché perçu et les comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

- *H10 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre le caractère peu coûteux perçu du recyclage des déchets d'emballages plastiques :*
 - *(a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),*
 - *(b) la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),*
 - *(c) l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),*
(d) l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),
 - *(e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),*
 - *(f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).*

Tableau 21 : Modèle après médiation H10

Biais d'amorçage corrigé Intervalle de confiance à 95 % N = 5 000						
No.	Hypothèses	Effet	Effet	p	Limite inférieure / Limite supérieure	Type de médiation
		direct β	indirect β			
H10(a)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,211	0,113	0,000	0,114/0,214	Partielle
H10(b)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	-115	0,093	0,001	0,161/0,234	Partielle
H10(c)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3)	-0,111	0,142	0,001	0,118/0,218	Partielle
H10(d)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,02	0,156	0,463	0,118/0,231	Complète

H10(e)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Acheter des articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	-0,086	0,14	0,006	0,117/0,219	Partielle
H10(f)	Coût perçu du recyclage des déchets plastiques → Attitude environnementale → Achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9)	-0,081	0,139	0,008	0,128/0,261	Partielle

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques (Q4r1) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,113$, $p=0,018$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,114, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,214. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). De plus, l'effet direct du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif ($\beta=0,211$, $p=0,001$), indiquant une médiation partielle. Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=3,471, GFI=0,995, NFI=0,982, RFI=0,976, TLI=0,983, CFI=0,993, RMSEA=0,05).

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,093$, $p=0,019$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,161, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,234. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). De plus, l'effet direct du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif ($\beta=-0,115$, $p=0,001$), indiquant une médiation partielle. Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=4,08, GFI=0,993, NFI=0,988, RFI=0,969, TLI=0,976, CFI=0,991, RMSEA=0,056).

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,142$, $p=0,026$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,118, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,218. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre le coût perçu du recyclage des déchets plastiques et le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique est devenue négative, mais est restée significative ($\beta=-0,111$ $p=0,001$).

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur l'évitement des articles en plastique unique (Q4r6) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,156$, $p = 0,029$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,119, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,231. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre le coût perçu du recyclage des déchets plastiques et le fait d'éviter les objets en plastique unique en présence du médiateur a été réduite et est devenue insignifiante, indiquant un effet de médiation complet ($\beta = 0,02$, $p = 0,463$).

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7) par

l'attitude environnementale était significative ($\beta = 0,153$, $p = 0,027$). L'intervalle de confiance de la borne inférieure était de 0,117 tandis que l'intervalle de confiance de la borne supérieure était de 0,219. Puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro, l'effet indirect était significatif (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre le coût perçu du recyclage des déchets plastiques lors de l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique a été réduite mais est restée significative, ($\beta=-0,086$, $p=0,006$). Tous les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF=3,812, GFI=0,967, NFI=0,995, RFI=0,974, TLI=0,980, CFI=0,996, RMSEA=0,053).

L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (**Q4r9**) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,139$, $p=0,025$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,128, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,261. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre le coût perçu du recyclage des déchets plastiques et l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. Nouveaux plastiques) s'est réduite et est devenue négative, mais significative, indiquant un effet de médiation partiel ($\beta=-0,080$, $p=0,008$). Les indices d'ajustement indiquaient un bon ajustement (CMIN/DF = 4,078, GFI = 0,995, NFI = 0,992, RFI = 0,972, TLI = 0,978, CFI = 0,994, RMSEA = 0,056).

Les hypothèses qui présentent une médiation partielle sont : (H10a, H10b, H10c, H10e, H10f) et ceux qui présentent une médiation complète sont : (H10d).

Effet médiateur de l'attitude environnementale entre la rapidité perçue et les comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

- *H11 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et*
 - (a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1),*
 - (b) la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),*
 - (c) l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),*
 - (d) l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),*
 - (e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),*
 - (f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).*

Les effets de médiation sont présentés dans le tableau 22 comme suit :

Tableau 22 : Modèle après médiation H11

Biais d'amorçage corrigé Intervalle de confiance à 95 % N = 5 000						
No.	Hypothèses	Effet	Effet	p	Limite inférieure / Limite supérieure	Type de médiation
		direct β	indirect β			
H11(a)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,215	0,105	0,001	0,121/0,263	Partielle
H11(b)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	-0,040	0,084	0,271	0,153/0,219	Complète
H11(c)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "Éviter	-0,06	0,139	0,049	0,117/0,187	Partielle

	l'achat de produits dans des emballages plastiques (Q4r3)					
H11(d)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,06	0,142	0,042	0,111/0,218	Partielle
H11(e)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale " Achat d'articles dans des emballages papier plutôt que dans des emballages plastiques (Q4r7)	-0,041	0,143	0,716	0,119/0,231	Complète
H11(f)	Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "Achat de produits fabriqués à partir de plastiques	0,079	0,139	0,009	0,115/0,285	Partielle

	recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9)					
--	---	--	--	--	--	--

L'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,105$, $p=0,02$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,121, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,263. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). De plus, l'effet direct de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est resté significatif ($\beta=0,215$, $p=0,001$), indiquant une médiation partielle.

L'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,084$, $p=0,017$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,153, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,219. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). De plus, l'effet direct de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est devenu négatif et insignifiant ($\beta = -0,040$, $p = 0,271$), indiquant une médiation complète. Les indices d'ajustement ont également indiqué que le modèle est un bon ajustement (CMIN/DF=4,562, GFI=0,993, NFI=0,986, RFI=0,965, TLI=0,972, CFI=0,989, RMSEA=0,060).

L'effet indirect de la Rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages plastiques (Q4r3) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,139$, $p=0,023$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,117, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,187. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique est devenue négative et significative ($\beta=-0,06$ $p=0,049$). Les résultats ont indiqué un bon ajustement du modèle (CMIN/DF=1,34, GFI=0,998, NFI=0,997, RFI=0,991, TLI=0,998, CFI=0,999, RMSEA=0,018).

L'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur l'évitement des articles en plastique unique (Q4r6) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,142$, $p = 0,022$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,111, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,218. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et l'évitement des objets en plastique unique en présence du médiateur a été réduite, mais est restée significative, indiquant un effet de médiation partiel ($\beta = 0,06$, $p = 0,042$).

L'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (**Q4r7**) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,143$, $p = 0,022$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,119, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,231. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique devient négative et devient insignifiante, indiquant un effet de médiation complet ($\beta=-0,041$, $p=0,716$).

L'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (**Q4r9**) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,139$, $p=0,022$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,115, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,285. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques a été réduite et s'est maintenue, indiquant un effet de médiation partiel ($\beta=0,079$, $p=0,009$). Les hypothèses qui présentent une médiation partielle sont : (H11a, H11c, H11d, H11f) et ceux qui présentent une médiation complète sont : (H11b, H11e).

Effet médiateur de l'attitude environnementale entre l'absence d'effort perçue et les comportements spécifiques de consommation circulaire de plastique

- *H12 : L'attitude environnementale médiatise la relation entre la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques :*
 - *(a) le recyclage des déchets d'emballages en plastique (Q4r1), (b) la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2),*
 - *(c) l'évitement d'achat de produits dans des emballages en plastique (Q4r3),*
 - *(d) l'évitement d'articles en plastique unique (Q4r6),*
 - *(e) l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7),*
 - *(f) l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (Q4r9).*

Tableau 23 : Modèle après médiation H12

Biais d'amorçage corrigé Intervalle de confiance à 95 % N = 5 000						
No.	Hypothèses	Effet direct	Effet indirect	p	Limite inférieure / Limite supérieure	Type de médiation
		β	β			
H12(a)	Facilité perçue de recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale " Recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1)	0,215	0,105	0,001	0,121/0,263	Partielle
H12(b)	Facilité perçue de recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale " Réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2)	-0,074	0,125	0,036	0,176/0,267	Partielle
H12(c)	Facilité perçue de recyclage des déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale "	-0,071	0,166	0,023	0,116/0,215	Partielle

	Éviter l'achat de produits dans des emballages plastiques (Q4r3)					
H12(d)	Facilité perçue de recyclage des déchets d'emballages en plastique " Attitude environnementale " Éviter les articles en plastique unique (Q4r6)	0,043	0,178	0,154	0,134/0,232	Complète
H12(e)	Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages plastiques " Attitude environnementale " Achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (Q4r7)	-0,06	0,170	0,050	0,129/0,218	Partielle
H12(f)	Perception de la facilité à recycler les déchets d'emballages	-0,05	0,163	0,118	0,113/0,182	Complète

	en plastique "					
	Attitude					
	environnementale "					
	Achat de produits					
	fabriqués à partir de					
	plastiques recyclés					
	(vs. de nouveaux					
	plastiques) (Q4r9)					

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques (Q4r1) via l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,116$, $p=0,021$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,168, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,244. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). En outre, l'effet direct de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) a été réduit, mais est resté significatif ($\beta = 0,312$, $p = 0,001$), indiquant une médiation partielle.

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques (Q4r2) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,125$, $p=0,022$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,126, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,287. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). De plus, l'effet direct de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques en présence d'une variable médiatrice (attitude environnementale) est devenu négatif, mais est resté significatif ($\beta=-0,074$, $p=0,036$), indiquant une médiation partielle. Les indices d'ajustement ont également indiqué que le modèle est un bon ajustement (CMIN/DF=1,125, GFI=0,998, NFI=0,988, RFI=0,992, TLI=0,973, CFI=0,994, RMSEA=0,011).

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le fait d'éviter l'achat de produits dans des emballages plastiques (Q4r3) grâce à l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,166$, $p=0,023$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,116, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,215. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la facilité perçue à recycler les déchets d'emballages plastiques et à éviter l'achat de produits dans des emballages plastiques est devenue négative et significative ($\beta=-0,071$ $p=0,023$). Les résultats ont indiqué un bon ajustement du modèle (CMIN/DF=1,175, GFI=0,988, NFI=0,997, RFI=0,995, TLI=0,965, CFI=0,971, RMSEA=0,021).

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur l'évitement des articles en plastique unique (Q4r6) grâce à l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,178$, $p = 0,025$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,134, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,232. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la facilité perçue de recycler les déchets d'emballages en plastique et d'éviter les articles en plastique uniques en présence du médiateur a été réduite ($\beta = 0,043$, $p = 0,154$), indiquant un effet de médiation complet.

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique (**Q4r7**) par l'attitude environnementale était significative ($\beta = 0,170$, $p = 0,001$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,129, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,218. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la facilité perçue à recycler les déchets d'emballages plastiques et l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique est devenue négative, mais est restée significative, indiquant un effet de médiation partiel ($\beta=-0,06$, $p=0,050$).

L'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (vs. de nouveaux plastiques) (**Q4r9**) par l'attitude environnementale était significatif ($\beta=0,163$, $p=0,023$). L'intervalle de confiance de la limite inférieure était de 0,113, tandis que l'intervalle de confiance de la limite supérieure était de 0,182. L'effet indirect était significatif puisque cet intervalle de confiance ne franchissait pas zéro (Preacher & Hayes, 2008). Cependant, la relation directe entre la facilité perçue de recyclage des déchets d'emballages en plastique a été réduite et est restée, indiquant un effet de médiation complet ($\beta=-0,05$, $p=0,118$). Les hypothèses qui présentent une médiation partielle sont : (H12a, H12b, H12c, H12e) et ceux qui présentent une médiation complète sont : (H12d, H12f)

5 CHAPITRE 5 DISCUSSION DES RÉSULTATS ET APPORTS DE L'ÉTUDE

Dans ce chapitre, nous examinerons en détail les résultats de nos différents tests, en analysant leurs implications et leurs limites. Tout d'abord, nous procéderons à une analyse des résultats obtenus. Ensuite, nous discuterons des implications pratiques et théoriques de notre étude, tout en abordant les limites de nos recherches.

L'objectif principal de notre étude était de vérifier les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale.

5.1 DISCUSSION DES RÉSULTATS

La discussion des résultats met en évidence plusieurs éléments clés de notre étude sur la consommation circulaire de plastique. Tout d'abord, nos résultats confirment **l'hypothèse H1**, montrant un impact positif significatif des facteurs situationnels perçus sur l'attitude environnementale ($\beta=0,381$, $p<0,000$). Cela indique que les facteurs contextuels perçus par les individus jouent un rôle important dans le développement d'une attitude environnementale positive.

Ce résultat rejoint les conclusions de plusieurs études empiriques portant sur le rôle des facteurs situationnels dans l'explication de l'attitude environnementale, notamment

la commodité perçue (Thøgersen, 1999), les coûts perçus (Kaiser et Lange, 2021), le temps perçue (Kaciak et Kushner, 2009 ; Linder et al., 2021).

En outre, nos résultats soutiennent **l'hypothèse H2**, mettant en évidence l'impact significatif et fort de l'attitude environnementale sur le comportement plastique de consommation circulaire ($\beta=0,678$, $p<0,000$). Cela confirme l'idée que les individus qui ont une attitude environnementale positive sont plus enclins à adopter des comportements de consommation circulaire de plastique.

Les études académiques sont en concordance avec nos résultats de recherche. En effet, (Singhal et al., 2019) indiquent que les personnes ayant des attitudes environnementales plus positives étaient plus susceptibles d'adopter des comportements recyclage, ainsi que (Kaiser et Lange, 2021) qui montrent que les personnes ayant une attitude positive envers l'environnement sont plus susceptibles de prendre des mesures de réduction des déchets, comme acheter des produits avec moins d'emballages en plastique et utiliser des sacs réutilisables.

De plus, **l'hypothèse H3** est également confirmée, révélant un impact positif significatif du comportement de consommation circulaire de plastique ($\beta=0,170$, $p<0,000$). Cela souligne l'importance de promouvoir des comportements de consommation circulaire pour réduire l'impact environnemental du plastique.

Ce constat, soutient l'étude de (Lee et al., 2023). Les facteurs situationnels tels que l'acceptabilité politique, l'accessibilité aux installations, les pénalités de prix et les pratiques environnementales peuvent favoriser ou inhiber les pratiques de recyclage et la consommation responsable.

En ce qui concerne **l'hypothèse H4**, nos résultats indiquent une association positive significative entre la commodité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique et les antécédents du comportement de consommation de plastique circulaire. Les individus perçoivent le recyclage comme pratique et facile, ce qui favorise leur participation active au recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,489$, $p<0,000$). De plus, la commodité perçue est également liée à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,266$, $p<0,000$) et à l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique ($\beta=0,208$, $p<0,000$). Nos résultats confirment les observations précédentes sur les effets positifs de la commodité perçue sur le comportement environnemental. Cette relation entre la commodité perçue du recyclage et les antécédents du comportement de consommation de plastique circulaire s'aligne avec les conclusions de l'étude menée par Ertz et al. (2016) qui mettent en évidence l'influence des facteurs situationnels sur les comportements pro-environnementaux. Lorsque la perception de commodité est élevée, les individus sont plus susceptibles de s'impliquer dans le recyclage des déchets d'emballages plastiques, ce qui reflète une approche pragmatique et facilitatrice du recyclage (Ertz et al., 2016). Cette observation a été confirmée dans notre étude, où les perceptions positives de commodité sont

associées à des comportements tels que l'évitement des plastiques à usage unique et la préférence pour les emballages en papier (Ertz et al., 2016, 2017, 2021).

En ce qui concerne **l'hypothèse H5**, nos résultats montrent que le faible coût perçu du recyclage des déchets d'emballages en plastique est positivement lié au recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,322$, $p<0,000$) et à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,178$, $p<0,000$). Nos découvertes alignent avec les conclusions de recherches antérieures qui ont souligné le rôle du faible coût perçu en encourageant des comportements pro-environnementaux. Cette relation positive entre le coût perçu du recyclage des déchets d'emballages en plastique et le recyclage lui-même est en accord avec l'étude menée par Thøgersen (2006) qui a mis en évidence comment les incitations économiques peuvent influencer les comportements environnementaux. Les individus sont davantage enclins à participer au recyclage lorsque le coût perçu est minime, ce qui renforce la probabilité de l'adoption de comportements écologiques (Thøgersen, 2006).

Pour **l'hypothèse H6**, nos résultats démontrent que la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique est positivement liée au recyclage des déchets d'emballages en plastique ($\beta=0,351$, $p<0,000$) et à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,207$, $p<0,000$). Cependant, la rapidité perçue présente une relation faible avec l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique.

Quant à **l'hypothèse H7**, nos résultats indiquent que la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages en plastique est fortement associée au recyclage des déchets

d'emballages en plastique ($\beta=0,427$, $p<0,000$) et à l'évitement des articles en plastique unique ($\beta=0,223$, $p<0,000$). De plus, l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique et l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés sont également influencés positivement par la facilité perçue ($\beta=0,110$, $p<0,000$; et $\beta=0,114$, $p<0,000$, respectivement). Toutefois, la facilité perçue a un impact faible, mais significatif sur l'évitement de l'achat de produits dans des emballages en plastique ($\beta=0,096$, $p=0,002$).

L'étude de Geiger et al, (2022), soutient nos résultats, car elle déduit que la perception de la facilité à utiliser un système de collecte est liée au recyclage, via la faisabilité perçue du processus. De plus, ils ont constaté que l'effet des valeurs environnementales dépend de la perception de faisabilité du recyclage. Lorsque le recyclage est perçu comme difficile, les valeurs environnementales influencent davantage le recyclage. Cependant, si le recyclage est perçu comme réalisable, les gens recyclent indépendamment de leurs valeurs. L'association positive de la perception de la facilité de recyclage est significative par rapport au recyclage des déchets d'emballages en plastique.

Par ailleurs, les résultats de **l'hypothèse H8**, indiquent que les facteurs situationnels perçus ont un effet indirect significatif sur le comportement de consommation circulaire de plastique, en passant par l'intermédiaire de l'attitude environnementale. L'analyse des données a révélé un coefficient de régression indirecte positif et significatif ($\beta = 0,251$, $p = 0,001$), indiquant que les facteurs perçus situationnels

influencent positivement l'attitude environnementale, qui à son tour a un impact positif sur le comportement de consommation circulaire de plastique. De plus, l'effet direct des facteurs perçus situationnels sur le comportement de consommation de plastique circulaire, en présence de l'attitude environnementale en tant que variable médiatrice, est resté significatif, mais négatif ($\beta = -0,08$, $p = 0,015$). Cela suggère que l'attitude environnementale joue un rôle essentiel en médiatisant la relation entre les facteurs perçus situationnels et le comportement de consommation circulaire de plastique. En d'autres termes, les facteurs perçus situationnels influencent indirectement le comportement de consommation circulaire de plastique en passant par l'attitude environnementale, qui est l'élément le plus influent dans cette relation.

Nos résultats sont cohérents avec la littérature existante, notamment celle de (Latif et al., 2012), qui montrent l'importance des facteurs situationnels perçus dans l'influence de la consommation circulaire de plastiques, en considérant l'attitude environnementale. Ces facteurs externes agissent comme des éléments déclencheurs, modulant le comportement individuel dans des contextes spécifiques. Ces facteurs comprennent les infrastructures de recyclage, les politiques environnementales, les normes sociales, les incitations économiques et les informations accessibles (Latif et al., 2012).

Pourtant, pour **l'hypothèse H9** selon laquelle la commodité perçue exerce un effet indirect significatif sur divers comportements de consommation liés aux déchets d'emballages plastiques, en passant par l'intermédiaire de l'attitude environnementale,

les résultats approfondis sont les suivants : a) L'analyse a révélé un effet indirect significatif de la commodité sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques via l'attitude environnementale ($\beta = 0,111$, $p = 0,001$), tout en maintenant un effet direct significatif de la commodité sur le recyclage ($\beta = 0,38$, $p = 0,001$), indiquant une médiation partielle. b) De même, l'effet indirect de la commodité sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,094$, $p = 0,019$), avec un effet direct significatif de la commodité ($\beta = 0,09$, $p = 0,007$), indiquant également une médiation partielle. c) L'effet indirect de la commodité sur l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,182$, $p = 0,001$), tandis que la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique est devenue non significative ($\beta = -0,01$, $p = 0,729$), indiquant un fort impact du médiateur. d) De plus, l'effet indirect de la commodité perçue sur l'évitement des articles en plastique unique par l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,182$, $p = 0,025$), avec une réduction de la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement des objets à plastique unique en présence du médiateur, devenant insignifiante ($\beta = 0,05$, $p = 0,068$), indiquant un effet de médiation complet. e) L'effet indirect de la commodité perçue sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique par l'attitude environnementale était également significatif ($\beta = 0,183$, $p = 0,023$), avec une réduction de la relation directe devenant insignifiante ($\beta = 0,027$, $p = 0,392$), indiquant un effet de médiation complet. f) Enfin, l'effet indirect de la commodité perçue sur l'achat de produits fabriqués à partir

de plastiques recyclés, par rapport aux nouveaux plastiques, via l'attitude environnementale était significatif ($\beta = 0,174$, $p = 0,023$), tandis que la relation directe devenait non significative ($\beta = 0,020$, $p = 0,535$), indiquant un effet de médiation complet. Ces résultats mettent en évidence le rôle important des attitudes environnementales en tant que médiateurs entre la commodité perçue et le comportement des consommateurs vis-à-vis des déchets d'emballages plastiques. Ils soulignent également l'importance de prendre en compte la commodité perçue afin de promouvoir des modes de consommation plus durables.

Cependant, les résultats de cette étude confirment **l'hypothèse H10**, mettant en évidence l'effet indirect significatif du coût perçu du recyclage des déchets plastiques sur divers comportements de consommation grâce à l'intermédiaire de l'attitude environnementale. a) L'analyse révèle un effet indirect significatif du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques ($\beta = 0,113$, $p = 0,018$), tout en maintenant un effet direct significatif du coût perçu sur le recyclage ($\beta = 0,211$, $p = 0,001$), indiquant une médiation partielle. b) De même, l'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques est significatif ($\beta = 0,093$, $p = 0,019$), avec un effet direct significatif du coût perçu sur la réutilisation ($\beta = -0,115$, $p = 0,001$), indiquant également une médiation partielle. c) L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique est significatif ($\beta = 0,142$, $p = 0,026$), tandis que la relation directe entre

le coût perçu et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique devient négative, mais significative ($\beta = -0,111$, $p = 0,001$), indiquant un fort impact du médiateur. d) De plus, l'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur l'évitement des articles en plastique unique est significatif ($\beta = 0,156$, $p = 0,029$), avec une réduction de la relation directe devenant insignifiante ($\beta = 0,02$, $p = 0,463$), indiquant un effet de médiation complet. e) L'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique est également significatif ($\beta = 0,153$, $p = 0,027$), avec une réduction de la relation directe, qui reste significative ($\beta = -0,086$, $p = 0,006$), indiquant une médiation partielle. f) Enfin, l'effet indirect du coût perçu du recyclage des déchets plastiques par l'attitude environnementale sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par rapport aux nouveaux plastiques) est significatif ($\beta = 0,139$, $p = 0,025$), avec une réduction de la relation directe devenant négative, mais significative ($\beta = -0,080$, $p = 0,008$), indiquant une médiation partielle.

En outre, les résultats de cette étude soutiennent **l'hypothèse H11**, démontrant l'effet significatif de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur les comportements de consommation, à travers l'intermédiaire de l'attitude environnementale. Les résultats approfondis : a) Les résultats indiquent un effet indirect significatif de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques via l'attitude environnementale ($\beta = 0,105$, $p = 0,02$). De plus, l'effet direct de la rapidité perçue sur

le recyclage reste significatif ($\beta = 0,215$, $p = 0,001$), révélant une médiation partielle.

b) De même, l'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques par l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,084$, $p = 0,017$). Dans ce cas, l'effet direct de la rapidité perçue sur la réutilisation devient négatif et insignifiant en présence de l'attitude environnementale ($\beta = -0,040$, $p = 0,271$), indiquant une médiation complète.

c) Les résultats révèlent également un effet indirect significatif de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'évitement d'acheter des produits dans des emballages plastiques grâce à l'attitude environnementale ($\beta = 0,139$, $p = 0,023$). De plus, la relation directe entre la commodité perçue et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique devient négative et significative ($\beta = -$

$0,06$, $p = 0,049$), soulignant ainsi l'importance du médiateur. d) Les résultats mettent en évidence un effet indirect significatif de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'évitement des articles en plastique unique par l'attitude environnementale ($\beta = 0,142$, $p = 0,022$). Bien que la relation directe entre la rapidité perçue et l'évitement des objets en plastique unique diminue, elle reste significative en présence du médiateur ($\beta = 0,06$, $p = 0,042$), indiquant une médiation partielle. e) De

plus, l'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique grâce à l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,143$, $p = 0,022$). Dans ce cas, la relation directe entre la rapidité perçue et l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique devient

négative et insignifiante ($\beta = -0,041$, $p = 0,716$), révélant une médiation complète. f) Enfin, l'effet indirect de la rapidité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par opposition aux nouveaux plastiques) via l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,139$, $p = 0,022$). La relation directe entre la rapidité perçue et l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés est réduite, mais maintenue, indiquant une médiation partielle ($\beta = 0,079$, $p = 0,009$).

Finalement, Les résultats de cette étude confirment **l'hypothèse H12**, démontrant l'effet significatif de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur les comportements de consommation, à travers l'intermédiaire de l'attitude environnementale. a) Les résultats révèlent un effet indirect significatif de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur le recyclage des déchets d'emballages plastiques via l'attitude environnementale ($\beta = 0,116$, $p = 0,021$). De plus, l'effet direct de la facilité perçue sur le recyclage reste significatif en présence de l'attitude environnementale ($\beta = 0,312$, $p = 0,001$), indiquant une médiation partielle. b) De même, l'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur la réutilisation des déchets d'emballages plastiques par l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,125$, $p = 0,022$). Dans ce cas, l'effet direct de la facilité perçue sur la réutilisation devient négatif, mais reste significatif en présence de l'attitude environnementale ($\beta = -0,074$, $p = 0,036$), indiquant une médiation partielle. c) Les résultats mettent également en évidence un effet indirect significatif de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'évitement

d'acheter des produits dans des emballages plastiques grâce à l'attitude environnementale ($\beta = 0,166$, $p = 0,023$). De plus, la relation directe entre la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et l'évitement d'acheter des produits dans des emballages en plastique devient négative et significative ($\beta = -0,071$, $p = 0,023$), soulignant ainsi l'importance du médiateur. d) Les résultats indiquent un effet indirect significatif de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'évitement des articles en plastique unique grâce à l'attitude environnementale ($\beta = 0,178$, $p = 0,025$). Cependant, la relation directe entre la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et l'évitement des articles en plastique unique devient insignifiante en présence de l'attitude environnementale ($\beta = 0,043$, $p = 0,154$), révélant un effet de médiation complet. e) De plus, l'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique grâce à l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,170$, $p = 0,001$). Dans ce cas, la relation directe entre la facilité perçue et l'achat d'articles dans des emballages en papier plutôt que dans des emballages en plastique devient négative, mais reste significative, indiquant une médiation partielle ($\beta = -0,06$, $p = 0,050$). f) Enfin, l'effet indirect de la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques sur l'achat de produits fabriqués à partir de plastiques recyclés (par opposition aux nouveaux plastiques) par l'attitude environnementale est significatif ($\beta = 0,163$, $p = 0,023$). La relation directe entre la facilité perçue du recyclage des déchets d'emballages plastiques et l'achat de

produits fabriqués à partir de plastiques recyclés est réduite, mais reste significative, indiquant une médiation complète ($\beta = -0,05$, $p = 0,118$).

En résumé, nos résultats fournissent des preuves solides de l'impact facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale.

5.2 IMPLICATIONS THÉORIQUES

Dans cette étude, nous avons contribué à la littérature en explorant les implications théoriques de l'interaction entre les facteurs situationnels perçus, l'attitude environnementale et le comportement de consommation circulaire du plastique durable.

Tout d'abord, nos résultats soutiennent l'idée que les facteurs situationnels perçus ont un impact significatif sur l'attitude environnementale des individus Ertz et al. (2016). Cette constatation est cohérente avec le constat qui souligne l'importance de l'environnement contextuel dans la formation des attitudes et des comportements (Barr, 2007 ; Schultz et al., 1995 ; Werder, 2006). En identifiant et en mesurant ces facteurs situationnels, nous contribuons à une meilleure compréhension de leur influence sur les attitudes environnementales.

De plus, nos résultats montrent que l'attitude environnementale joue un rôle médiateur dans la relation entre les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire du plastique durable. Cette découverte enrichit la littérature existante en démontrant comment les attitudes environnementales peuvent être un mécanisme clé à travers lequel les facteurs situationnels influencent les compor 148 de consommation. Cela met en évidence l'importance de considérer l'attitude environnementale comme un facteur central dans les modèles explicatifs du comportement de consommation circulaire.

De plus, notre recherche apporte une contribution significative en identifiant les facteurs spécifiques qui influencent le comportement de consommation circulaire de plastique durable. Nous soulignons l'importance de reconnaître la commodité, le coût, la rapidité et la facilité du recyclage des déchets d'emballages en plastique comme un facteur clé dans l'adoption d'un comportement de consommation circulaire. Une compréhension détaillée des déterminants du comportement des consommateurs aidera les interventions et les politiques à promouvoir une consommation circulaire durable des plastiques.

De plus, nos recherches soulignent l'importance de sensibiliser les individus à l'impact environnemental de leur comportement de consommation et de favoriser des attitudes positives envers l'environnement. Ces résultats confirment l'importance de l'éducation et de la sensibilisation dans la promotion de modes de consommation plus durables respectueuse de l'environnement (Young, 1990).

En effet, notre recherche met en évidence la nécessité de considérer les plastiques durables comme une alternative viable dans la consommation circulaire du plastique durable. L'accent mis sur le recyclage des déchets d'emballages en plastique encourage l'adoption de pratiques plus écologiques tout en reconnaissant le rôle important du recyclage dans la réduction de la pollution plastique.

149

Cette étude met en évidence les apports des implications théoriques importantes et des résultats qui vont enrichir la littérature qui semble moins traiter la relation tripartite entre l'attitude environnementale, les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire de plastique durable. Ces résultats fournissent des informations précieuses aux chercheurs et aux praticiens dans le domaine de la consommation durable et fournissent des orientations pour l'élaboration de politiques et d'interventions visant à promouvoir des comportements de consommation plus respectueux de l'environnement.

5.3 IMPLICATIONS MANAGÉRIALES

150

Dans le cadre de cette étude, nous avons contribué aux implications managériales en fournissant des informations précieuses pour les pratiques des entreprises en matière de comportement de consommation durable du plastique.

Premièrement, nos résultats mettent en évidence l'importance perçue des facteurs situationnels dans l'élaboration d'une consommation circulaire durable de plastique. Les professionnels peuvent tirer parti de ces informations en identifiant des aspects spécifiques de l'environnement qui peuvent influencer positivement les attitudes des consommateurs à l'égard de l'environnement. Par exemple, en améliorant la disponibilité et l'accessibilité des systèmes de recyclage des déchets d'emballages plastiques, les entreprises peuvent encourager une attitude positive envers l'environnement et promouvoir le comportement de consommation circulaire du plastique. De plus, les professionnels peuvent intégrer ces aspects dans leurs stratégies et processus pour encourager la participation active des consommateurs à des pratiques de consommation plus durables. Par exemple, en proposant des solutions d'emballage plus pratiques ou des options de recyclage transparentes, les entreprises peuvent encourager les consommateurs à adopter des modes de consommation circulaires.

De plus, nos recherches mettent en évidence le potentiel des plastiques durables en tant qu'alternative viable à la consommation circulaire. Les entreprises peuvent profiter de cette opportunité en développant des produits fabriqués à partir de plastique durable, en utilisant des matériaux recyclés et en encourageant la réutilisation des déchets d'emballages en plastique. Cela nécessite une coopération entre les entreprises, les fournisseurs et les organisations de recyclage pour créer une chaîne d'approvisionnement circulaire plus efficace et durable.

5.4 LIMITES DE L'ÉTUDE ET AVENUES DE RECHERCHES FUTURES

L'étude sur les effets des facteurs situationnels perçus sur le comportement de consommation circulaire du plastique durable par le rôle médiateur de l'attitude environnementale, basée sur une méthode de recherche quantitative, présente également certaines limites qui doivent être prises en compte. Ces limites soulignent la nécessité de poursuivre les recherches dans ce domaine et d'explorer de nouvelles avenues de recherche futures.

Dans un premier temps, utilisant une approche quantitative, cette étude a recueilli des données principalement à partir de questionnaires et d'enquêtes autoadministrées. Bien que cela nous permette de collecter des données auprès d'un grand nombre de participants et de quantifier les relations entre les variables, il est important de noter que les réponses peuvent être sujettes à des biais de perception et d'autoreprésentation. Les participants peuvent avoir du mal à évaluer avec précision leurs comportements et

attitudes passés, ce qui peut introduire de la subjectivité dans leurs réponses. Par conséquent, il est avantageux d'inclure des méthodes de collecte de données complémentaires telles que des entretiens qualitatifs et des observations pour une compréhension plus approfondie et plus nuancée du comportement de consommation circulaire.

De plus, cette étude a été menée auprès d'un échantillon spécifique de participants dans des circonstances spécifiques. Les résultats peuvent donc être influencés par certains facteurs conjoncturels et démographiques, limitant leur transférabilité à d'autres populations et milieux. Il serait intéressant de reproduire cette étude dans différents contextes culturels, géographiques et socio-économiques et d'inclure un échantillon plus diversifié afin d'obtenir des conclusions plus robustes et généralisables.

Une autre limite à prendre en compte est la possibilité d'effets de causalité inversés ou de relations bidirectionnelles entre les variables étudiées. Bien que cette étude ait identifié un rôle médiateur de l'attitude environnementale, il est important de considérer que les comportements de consommation circulaire peuvent également influencer les attitudes. Par conséquent, des recherches futures pourraient explorer des modèles causaux alternatifs, tels que des modèles longitudinaux, pour mieux comprendre la dynamique des relations entre les facteurs situationnels perçus, l'attitude environnementale et le comportement de consommation circulaire du plastique.

L'étude de l'influence modératrice des facteurs situationnels sur la relation entre les attitudes et les comportements circulaires de plastique pourrait être une nouvelle piste

de recherche très intéressante. À l'avenir, des études plus sophistiquées pourraient utiliser des techniques analytiques avancées pour mieux comprendre comment ces facteurs situationnels atténuent l'impact des attitudes sur le comportement. Cette étude peut servir de base à des interventions ciblées visant à promouvoir un comportement durable dans des contextes spécifiques, contribuant ainsi à des choix environnementaux plus efficaces.

Enfin, cette étude a porté principalement sur le plastique durable dans le contexte de la consommation circulaire. Cependant, il existe d'autres aspects de la durabilité et d'autres matériaux qui peuvent également être pertinents dans le domaine de la consommation circulaire. Il serait intéressant d'étendre cette recherche pour examiner l'impact des facteurs situationnels perçus sur d'autres comportements de consommation durable, tels que la réduction des déchets, l'utilisation de matériaux recyclés ou la préférence pour les produits durables.

CONCLUSION

En résumé, cette étude sur l'impact des facteurs situationnels perçus ¹⁵⁴ sur le comportement de consommation circulaire du plastique à travers le rôle médiateur des attitudes envers l'environnement nous a permis de mettre en évidence plusieurs constats importants. Les facteurs situationnels perçus tels que la commodité perçue, le coût perçu, le temps perçu et l'effort perçu associés au recyclage durable du plastique peuvent influencer positivement les attitudes environnementales des individus.

De plus, les attitudes environnementales sont positivement liées à un comportement de consommation circulaire du plastique. Cela suggère que les personnes ayant une attitude positive envers l'environnement sont plus susceptibles d'avoir des comportements de consommation qui favorisent la durabilité du plastique et l'économie circulaire.

De plus, les résultats ont montré que les facteurs situationnels perçus influencent positivement le comportement de consommation circulaire de plastique durable. Les individus considèrent des facteurs tels que la commodité, le coût, le temps et les efforts liés au recyclage comme des déterminants importants de leurs décisions de consommation, et ont tendance à choisir des produits en plastique durables et à recycler les matériaux de manière appropriée.

En outre, il a été constaté que l'attitude environnementale joue un rôle médiateur dans la relation entre les facteurs situationnels perçus et le comportement de consommation circulaire du plastique durable.

Cela suggère que l'attitude environnementale est un mécanisme clé par lequel les facteurs situationnels perçus influencent le comportement des individus.

Cette recherche a des implications importantes pour les praticiens et les décideurs. Les résultats soulignent l'importance de prendre en compte les facteurs contextuels perçus lors de l'élaboration de stratégies de sensibilisation aux plastiques durables et de promotion de la consommation circulaire. Les entreprises et les décideurs politiques peuvent utiliser ces informations pour prendre des mesures afin de promouvoir le recyclage durable du plastique, de réduire les coûts associés et d'améliorer la commodité du processus de recyclage.

Cependant, il convient de noter que cette étude présente certaines limites. Les résultats sont déterminés à l'aide d'une approche quantitative et sont basés sur des données autodéclarées qui peuvent biaiser les perceptions et l'autoreprésentation. Pour renforcer la validité des résultats, il est logique d'inclure des approches de recherche supplémentaires telles que des études qualitatives et des observations de terrain. Notre étude est basée sur une approche expérimentale pour élucider les relations causales entre les variables analysées. En appliquant cette méthode, nous avons pu manipuler les facteurs impliqués et observer leurs effets avec précision, renforçant ainsi la validité de nos résultats.

Enfin, des pistes de recherche futures peuvent être envisagées pour approfondir notre compréhension de ce sujet. Par exemple, il serait intéressant d'explorer davantage les facteurs individuels, tels que les valeurs personnelles et les croyances, qui pourraient également influencer le comportement de consommation circulaire du plastique. De plus, l'étude pourrait être étendue à d'autres matériaux et produits durables, pour examiner comment les facteurs situationnels perçus peuvent influencer les choix de consommation dans un contexte plus large de durabilité.

En résumé, cette étude contribue à la littérature sur la consommation circulaire de plastique durable en soulignant l'importance des facteurs situationnels perçus et des attitudes envers l'environnement. Les résultats fournissent des informations précieuses aux praticiens et aux décideurs politiques qui cherchent à encourager une consommation plus durable. Cependant, de futures études sont nécessaires pour approfondir ces résultats et étendre la portée de l'étude à d'autres variables et contextes.

6 BIBLIOGRAPHIE OU LISTE DE RÉFÉRENCES

- Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global environmental change*, 23(6), 1773-1785.
- Arcury, T. (1990). Environmental attitude and environmental knowledge. *Human organization*, 49(4), 300-304.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1988). Theory of reasoned action-Theory of planned behavior. University of South Florida, 2007, 67-98.
- Barr S. (2007). Factors influencing environmental attitudes and behaviors: a UK case study of household waste management. *Environment & Behavior*, 39 435–473.
- Bennett, E. M., & Alexandridis, P. (2021). Informing the Public and Educating Students on Plastic Recycling. *Recycling*, 6(4), 69.
- Boldero, J. (1995). The prediction of household recycling of newspapers: The role of attitudes, intentions, and situational factors 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(5), 440-462.
- Catlin, J. R., Leonhardt, J. M., Wang, Y., & Manuel, R. J. (2021). Landfill or recycle? Pro-environmental receptacle labeling increases recycling contamination. *Journal of consumer psychology*, 31(4), 765-772.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2010). The moderating effect of perceived lack of facilities on consumers' recycling intentions. *Environment and Behavior*, 42(6), 824-844.
- Cleveland, M., Robertson, J. L., & Volk, V. (2020). Helping or hindering: Environmental locus of control, subjective enablers and constraints, and pro-environmental behaviors. *Journal of cleaner production*, 249, 119394.
- Dahab, D. J., Gentry, J. W., & Su, W. (1995). New ways to reach non-recyclers: An extension of the model of reasoned action to recycling behaviors. *ACR North American Advances*.

- De Young, R. (1985). Encouraging environmentally appropriate behavior: The role of intrinsic motivation.
- Deloitte. (2019a). Economic Study of the Canadian Plastic Industry, Markets, and Waste. Ottawa (ON): Government of Canada; Environment and Climate Change Canada.
- Deloitte. (2019b). Circular Economy Opportunities in Canada. Toronto (ON): Deloitte.
- Lewin, K. (1951). Field theory in social science: selected theoretical papers (Edited by Dorwin Cartwright.)
- Lewin, K. (1939). Field theory and experiment in social psychology: Concepts and methods. *American journal of sociology*, 44(6), 868-896.
- Dudovskiy, J. (2016). Positivism Research Philosophy. Repéré à <https://research-methodology.net/research-philosophy/positivism/>
- Elgaaied, L. (2012). Exploring the role of anticipated guilt on pro-environmental behavior—a suggested typology of residents in France based on their recycling patterns. *Journal of Consumer Marketing*.
- Ertz, M. (2021). *Marketing responsible*. Montréal: Éditions JFD.
- Ertz, M., Karakas, F., & Sarigöllü, E. (2016). Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors. *Journal of Business Research*, 69(10), 3971-3980.
- Ertz, M., Favier, R., Robinot, É., & Sun, S. (2021). To waste or not to waste? Empirical study of waste minimization behavior. *Waste Management*, 131, 443-452.
- Ertz, M., François, J., & Durif, F. (2017). How consumers react to environmental information: an experimental study. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(3), 162-178.
- Ertz, M., Huang, R., Jo, M. S., Karakas, F., & Sarigöllü, E. (2017). From single-use to multi-use: Study of consumers' behavior toward consumption of reusable containers. *Journal of Environmental Management*, 193, 334-344.
- Ertz, M., Leblanc-Proulx, S., Sarigöllü, E., & Morin, V. (2019a). Made to break? A taxonomy of business models on product lifetime extension. *Journal of Cleaner Production*, 234, 867-880.

- Ertz, M., Leblanc-Proulx, S., Sarigöllü, E., & Morin, V. (2019b). Advancing quantitative rigor in the circular economy literature: New methodology for product lifetime extension business models. *Resources, conservation and recycling*, 150, 104437.
- Ertz, M., Tandon, U., Yao Quenum, G. G., Salem, M., & Sun, S. (2022). Consumers' coping strategies when they feel negative emotions in the face of forced deconsumption during the Covid-19 pandemic lockdowns. *Frontiers in Psychology*, 7410.
- Ertz, M., Addar, W., Ouerghemmi, C., & Takaffoli, M. (2023). Overview of factors influencing consumer engagement with plastic recycling. *WIREs: Energy and Environment*, e493.
- Escario, J. J., Rodriguez-Sanchez, C., & Casaló, L. V. (2020). The influence of environmental attitudes and perceived effectiveness on recycling, reducing, and reusing packaging materials in Spain. *Waste Management*, 113, 251-260.
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 2). Stanford university press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Geiger, J. L., van der Werff, E., Ünal, A. B., & Steg, L. (2022). Context matters: The role of perceived ease and feasibility vis-à-vis biospheric values in recycling behaviour. *Resources, Conservation & Recycling Advances*, 16, 200122.
- Gifford, R., & Sussman, R. (2012). Environmental attitudes. *The Oxford handbook of environmental and conservation psychology*, 65-80.
- Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner production*, 114, 11-32.
- Goldenhar, L. M., & Connell, C. M. (1993). Understanding and predicting recycling behavior: An application of the theory of reasoned action. *Journal of environmental systems*, 22, 91-91.

- Grant, D. B., Wong, C. Y., & Trautrim, A. (2017). Sustainable logistics and supply chain management: principles and practices for sustainable operations and management. Kogan Page Publishers.
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling. *Environment and behavior*, 27(5), 699-718.
- Hair JR, J. (2010). *Multivariate data analysis*.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. Anderson, R.E. 2010. *Multivariate data analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Hancock, G. R., & Mueller, R. O. (2001). Factor analysis and latent structure : Confirmatory factor analysis. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 5239-5244.
- Harman, H. H. (1976). *Modern factor analysis*. University of Chicago Press.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.
- Hazen, B. T., Mollenkopf, D. A., & Wang, Y. (2017). Remanufacturing for the circular economy: An examination of consumer switching behavior. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 451-464.
- Hunka, A. D., Linder, M., & Habibi, S. (2021). Determinants of consumer demand for circular economy products. A case for reuse and remanufacturing for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 535-550.
- Joensuu, T., Edelman, H., & Saari, A. (2020). Circular economy practices in the built environment. *Journal of cleaner production*, 276, 124215.
- Kaciak, E., & Kushner, J. (2009). Determinants Of Residents Recycling Behaviour. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 8(8).
- Kline, T. J. (2005). *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*. Sage publications.
- Latif, S. A., Omar, M. S., Bidin, Y. H., & Awang, Z. (2012). Environmental problems and quality of life: situational factor as a predictor of recycling behaviour. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 35, 682-688.

- Lazarus, R. S. (1991). Cognition and motivation in emotion. *American psychologist*, 46(4), 352.
- Lee, S. H., Chang, H. J. J., & Zhao, L. (2023). The importance of personal norms and situational expectancies to sustainable behaviors: The norm activation and situational expectancy-value theories. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103371.
- Linder, N., Rosenthal, S., Sörqvist, P., & Barthel, S. (2021). Internal and external factors' influence on recycling: Insights from a laboratory experiment with observed behavior. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Lu, J. X., Shen, P., Zheng, H., Zhan, B., Ali, H. A., He, P., & Poon, C. S. (2020). Synergetic recycling of waste glass and recycled aggregates in cement mortars: Physical, durability and microstructure performance. *Cement and Concrete Composites*, 113, 103632.
- Ma, Y., Koondhar, M. A., Liu, S., Wang, H., & Kong, R. (2020). Perceived value influencing the household waste sorting behaviors in rural China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6093.
- MacArthur, E. (2013). Towards the circular economy. *Journal of Industrial Ecology*, 2(1), 23-44.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B., & Oskamp, S. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of social psychology*, 137(2), 189-204.
- Mishra, J. L., Hopkinson, P. G., & Tidridge, G. (2018). Value creation from circular economy-led closed loop supply chains: a case study of fast-moving consumer goods. *Production Planning & Control*, 29(6), 509-521.
- Mwanza, B. G., & Mbohwa, C. (2017). Drivers to sustainable plastic solid waste recycling: a review. *Procedia Manufacturing*, 8, 649-656.
- Negash, Y. T., Sarmiento, L. S. C., Tseng, M. L., Lim, M. K., & Ali, M. H. (2021). Engagement factors for household waste sorting in Ecuador: Improving perceived convenience and environmental attitudes enhances waste sorting capacity. *Resources, Conservation and Recycling*, 175, 105893.
- Núñez-Cacho, P., Leyva-Díaz, J. C., Sánchez-Molina, J., & Van der Gun, R. (2020). Plastics and sustainable purchase decisions in a circular economy: The case of Dutch food industry. *PloS one*, 15(9), e0239949.

- Nyamwange, M. (1996). Public perception of strategies for increasing participation in recycling programs. *The Journal of Environmental Education*, 27(4), 19-22.
- Onel, N., & Mukherjee, A. (2017). Why do consumers recycle? A holistic perspective encompassing moral considerations, affective responses, and self-interest motives. *Psychology & Marketing*, 34(10), 956-971.
- Oztekin, C., Teksöz, G., Pamuk, S., Sahin, E., & Kilic, D. S. (2017). Gender perspective on the factors predicting recycling behavior: Implications from the theory of planned behavior. *Waste management*, 62, 290-302.
- Papaoikonomou, K., Latinopoulos, D., Emmanouil, C., & Kungolos, A. (2020). A survey on factors influencing recycling behavior for waste of electrical and electronic equipment in the municipality of Volos, Greece. *Environmental Processes*, 7, 321-339.
- Park, J., & Ha, S. (2014). Understanding consumer recycling behavior: Combining the theory of planned behavior and the norm activation model. *Family and consumer sciences research journal*, 42(3), 278-291.
- Patwa, N., Sivarajah, U., Seetharaman, A., Sarkar, S., Maiti, K., & Hingorani, K. (2021). Towards a circular economy: An emerging economies context. *Journal of Business Research*, 122, 725-735.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). Le rôle des désirs et des émotions anticipées dans les comportements orientés vers un but : Élargir et approfondir la théorie du comportement planifié. *Journal britannique de psychologie sociale*, 40, 79e98
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Potting, J., Hekkert, M. P., Worrell, E., & Hanemaaijer, A. (2017). Circular economy: measuring innovation in the product chain. *Planbureau voor de Leefomgeving*, (2544).
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior research methods*, 40(3), 879-891.

- Rickert, J., Cerdas, F., & Herrmann, C. (2020). Exploring the environmental performance of emerging (chemical) recycling technologies for post-consumer plastic waste. *Procedia CIRP*, 90, 426-431.
- Schultz, P. W., Oskamp, S., & Mainieri, T. (1995). Who recycles and when? A review of personal and situational factors. *Journal of environmental psychology*, 15(2), 105-121.
- Sorkun, M. F. (2018). How do social norms influence recycling behavior in a collectivistic society? A case study from Turkey. *Waste Management*, 80, 359-370.
- Steg, L., Bolderdijk, J. W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals. *Journal of Environmental psychology*, 38, 104-115.
- Stern, P. C., Dietz, T., & Guagnano, G. A. (1998). A brief inventory of values. *Educational and psychological measurement*, 58(6), 984-1001.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human ecology review*, 81-97.
- Structural equation modeling with Mplus: Basic concepts, applications, and programming. Routledge, New York, <https://doi.org/10.4324/9780203807644>
- Swanson, D. J., & Creed, A. S. (2014). Sharpening the focus of force field analysis. *Journal of change management*, 14(1), 28-47.
- Thøgersen, J. (1996). Recycling and morality: A critical review of the literature. *Environment and behavior*, 28(4), 536-558.
- Thøgersen, J. (1999). Spillover processes in the development of a sustainable consumption pattern. *Journal of economic psychology*, 20(1), 53-81.
- Thøgersen, J. (2005). How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles?. *Journal of consumer policy*, 28(2), 143-177.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2003). Spillover of environment-friendly consumer behaviour. *Journal of environmental psychology*, 23(3), 225-236.

- Valle, P. O. D., Rebelo, E., Reis, E., & Menezes, J. (2005). Combining behavioral theories to predict recycling involvement. *Environment and Behavior*, 37(3), 364-396.
- Verplanken, B., et Orbell, S. (2003). Réflexions sur le comportement passé : un indice d'autoévaluation de la force de l'habitude 1. *J. Appl. Soc. Psychol.* 33, 1313-1330. doi: 10.1111/j. 1559-1816.2003.tb01951.x
- Vining, J., & Ebreo, A. (1992). Predicting recycling behavior from global and specific environmental attitudes and changes in recycling opportunities 1. *Journal of applied social psychology*, 22(20), 1580-1607.
- Werder, O. (2006). Influences on the recycling behavior of young adults: avenues for social marketing campaigns. *The environmental communication yearbook*, 3(1), 77-96.
- Werner, CM et Makela, E. (1998). Motivations et comportements favorables au recyclage. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 373-386.
- Williams, I. D., & Kelly, J. (2003). Green waste collection and the public's recycling behaviour in the Borough of Wyre, England. *Resources, conservation and recycling*, 38(2), 139-159.
- Xie, J. (2022). *The Effect of Ownership on Consumers' Disposal Decisions: Research on Food Wastage and Recycling Behaviors* (Doctoral dissertation, Virginia Tech). Byrne, B. M. (2013).

7 ANNEXES

7.1 ANNEXE 1 : CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Ce mémoire a fait l'objet d'une certification éthique. Le numéro du certificat est 2022-1083.

7.2 ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

[Les éléments entre crochets ne seront pas montrés aux répondants]

[Sociodémographie]

Qa. Quel est votre genre ?

- Homme Femme Je préfère ne pas répondre

Qb. Quel âge avez-vous ?

- 18 - 25 ans
 26 - 35 ans
 36 - 45 ans
 46 - 50 ans
 51 ans et plus

Qc. Quel est votre niveau d'études ?

- Primaire
 Secondaire
 Collégial
 Diplôme de baccalauréat ou moins (1^{er} cycle)
 Diplôme de maîtrise ou équivalent (2^e cycle)
 PhD, Doctorat ou équivalent (3^e cycle)
 Autre à préciser : _____

Qd. Quel est votre statut professionnel ? (*Sélectionnez tout ce qui vous concerne*)

- Employé à plein temps
 Employé à temps partiel
 Étudiant
 Indépendant, profession libérale
 Entreprise/propriétaire d'entreprise
 Au foyer
 Actuellement sans emploi
 À la retraite
 Autre à préciser : _____

Qe. Quel est votre revenu annuel du ménage ?

- Moins de 20 000 \$
 20 000 \$ - 49 999 \$
 50 000 \$ - 79 999 \$
 80 000 \$ - 129 999 \$
 130 000 \$ et plus

Qf. Dans quel type de milieu habitez-vous ?

- Rural Urbain

Qg. Dans quelle province habitez-vous ? (si vous habitez dans plus d'une province, veuillez sélectionner la province de votre résidence principale)

- Alberta
 Colombie-Britannique
 Manitoba
 Nouveau-Brunswick
 Terre-Neuve-et-Labrador
 Nouvelle-Écosse
 Ontario
 Île-du-Prince-Édouard
 Québec
 Saskatchewan
 Territoires du Nord-Ouest
 Nunavut
 Yukon

Qh. Vous vivez dans :

- Une maison Un appartement Autre à préciser : _____

Qi. Concernant votre logement, êtes-vous ?

- Propriétaire. Locataire

Qj. À quelle fréquence recyclez-vous vos déchets plastiques ? (Par « recyclage », nous entendons : trier activement les déchets, les nettoyer si nécessaire et les éliminer dans la poubelle ou l'installation de recyclage appropriée. Action individuelle, indépendante des pratiques locales de collecte des déchets)

- Jamais
 Quelques fois par an
 Quelques fois par mois
 Quelques fois par semaine
 Tous les jours

Qk. L'espace de stockage temporaire à votre domicile est :

- De moins de 5 m² (cinq mètres carrés) / 54 pi² (cinquante-quatre pieds carrés) (un peu plus grand qu'un très grand lit)
 Entre 6 et 10 m² / 65 et 108 pi² (deux tables de ping-pong placées ensemble)
 Entre 11 et 15 m² / 118 et 161 pi² (la moitié de la taille d'une chambre d'hôtel)
 Entre 16 et 20 m² / 172 et 215 pi² (taille d'un garage pour une voiture)
 De plus de 20 m² / 215 pi²

Q1. La consommation responsable est une consommation respectueuse de l'environnement, bénéfique pour l'économie (notamment l'économie locale), bonne pour la santé, mais aussi positive pour la société. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec l'énoncé suivant : Je suis un consommateur responsable.

- 1 Totalement en désaccord
- 2 Pas d'accord
- 3 Plutôt en désaccord
- 4 Ni en accord ni en désaccord
- 5 Plutôt d'accord
- 6 D'accord
- 7 Tout à fait d'accord

[Facteurs micro-environnementaux (tels que perçus par les individus)]

[Facteurs situationnels (perçus)]

Q1. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1 Totalement en désaccord	2 Pas d'accord	3 Plutôt en désaccord	4 Ni en accord ni en désaccord	5 Plutôt d'accord	6 D'accord	7 Entière ment d'accord
A. Recycler les déchets d'emballages plastiques est pratique pour moi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques me coûte cher.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques me prend beaucoup de temps.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Le recyclage des déchets d'emballages plastiques représente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

beaucoup de travail pour moi.							
E. Je suis prêt à faire des sacrifices financiers et économiques personnels pour atteindre des objectifs environnementaux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1 Totalem ent en désaccord	2 Pas d'accord	3 Plutôt en désaccord	4 Ni en accord ni en désaccord	5 Plutôt d'accord	6 D'accord	7 Entière ment d'accord
A. De manière générale, j'ai le sentiment que mon comportement de consommation nécessite l'utilisation d'une quantité importante d'emballages plastiques.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. J'ai le sentiment que la fourniture d'alternatives durables aux emballages en plastique est insuffisante pour couvrir mes besoins de consommation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. La collecte est une étape décisive dans le processus de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p>recyclage des déchets d'emballages plastiques, où les consommateurs trient leurs déchets d'emballages plastiques chez eux et les déposent dans les poubelles ou dans les conteneurs de tri. À cet égard, j'ai du mal à savoir quel article en plastique est recyclable ou non.</p>							
<p>D. Notre système de collecte des déchets plastiques n'est pas efficace, car je pense que le plastique collecté n'est pas correctement recyclé pour être utilisé comme matière première dans la production de nouveaux produits.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>E. Je fais confiance au système de recyclage pour que le plastique collecté soit correctement recyclé pour être utilisé comme matière première dans la production de nouveaux produits.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q3. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1 Totalem ent en désaccord	2 Pas d'accord	3 Plutôt en désaccord	4 Ni en accord ni en désaccord	5 Plutôt d'accord	6 D'accord	7 Entièrement d'accord
A. L'exigence selon laquelle les contenants doivent être nettoyés avant d'être placés dans les bacs de recyclage ne me convient pas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Je pourrais jeter un contenant recyclable à la poubelle (et non au bac de recyclage) si je trouve son nettoyage difficile.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Je suis prêt à utiliser des sacs réutilisables pour acheter des fruits et légumes plutôt que d'utiliser les sacs en plastique en rouleaux disponibles dans les magasins.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Je suis prêt à participer à des programmes qui offrent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

mes essentiels du quotidien dans des emballages réutilisables ; les colis vides sont récupérés à domicile par le prestataire.							
E. Je suis prêt à participer à des programmes qui offrent mes essentiels du quotidien dans des emballages réutilisables ; les colis vides doivent être retournés en magasin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. J'ai confiance en ma connaissance de ce qui peut et ne peut pas être recyclé dans le système actuel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Facteur conatif]

Q4. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1 Totalem ent en désaccord	2 Pas d'accord	3 Plutôt en désaccord	4 Ni en accord ni en désaccord	5 Plutôt d'accord	6 D'accord	7 Entièrement d'accord
A. Je recycle presque tous mes déchets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

d'emballages plastiques.							
B. Je réutilise presque tous mes déchets d'emballages plastiques.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. J'essaie d'éviter l'achat de produits dans des emballages en plastique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. J'achète des produits et services respectueux de l'environnement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Je suis actuellement inscrit à des programmes de contenants réutilisables (services de remplissage et de retour à domicile ou en magasin).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. J'évite les objets en plastique à usage unique (cuillères, fourchettes, pailles en plastique, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. J'achète des articles dans des emballages en papier plutôt qu'en plastique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. Je loue des biens et des services au lieu de les acheter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. J'achète souvent des produits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

fabriqués à partir de plastiques recyclés (plutôt que d'être fabriqués à partir de nouveaux plastiques).							
J. J'achète souvent des vêtements d'occasion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K. J'achète souvent des appareils électroniques d'occasion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L. J'achète souvent des aliments issus de l'agriculture biologique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M. J'évite d'acheter auprès d'entreprises qui nuisent à l'environnement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N. Je suis un citoyen environnemental actif (par exemple, je soutiens la protection de la nature et la biodiversité)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O. Je jette une partie de mes déchets d'emballages plastiques à la poubelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q5. Pour réduire les déchets plastiques. J'aimerais voir les changements suivants pour améliorer la circularité des déchets d'emballages en plastique. Plusieurs réponses sont possibles :

- Système de consignation pour certains contenants en plastique
- Des points de dépôt (par exemple dans les grands magasins) pour les emballages en plastique souple, qui ne sont pas régulièrement collectés via le système de recyclage
- Conteneurs réutilisables pour la livraison de nourriture
- Magasins sans emballage
- Un système de paiement graduel pour les déchets (le paiement graduel de la mise au rebut est une politique qui facture les gens pour la quantité de déchets qu'ils jettent)
- Autre à préciser : _____
- Aucun

Q6. Je recycle actuellement mon plastique par :

- La collecte séparée pour les habitations (porte à porte)
- Le dépôt à un emplacement central dans un appartement
- Le dépôt dans un centre de recyclage de la ville
- Autre à préciser : _____
- Aucun

Q7. Lorsque je collecte le plastique, j'utilise : (Si plusieurs pratiques, veuillez choisir la pratique la plus courante)

- La collecte séparée du plastique (non mélangé avec des articles non plastiques)
- La collecte avec des matériaux d'emballage tels que des canettes métalliques ou des récipients en verre
- La collecte mélangée à tous les matériaux de recyclage tels que le métal, le verre, le papier, le carton, etc.
- Autre à préciser : _____
- Aucun

Q8. Veuillez cocher les produits en plastique les plus courants que vous jetez à la poubelle : (sélectionnez jusqu'à trois options)

- Sacs en plastique
- Films plastiques
- Conteneurs à emporter
- Emballages/boîtes en plastique pour les biens achetés (par exemple, myrtilles, piles, jouets)
- Contenants en plastique (p. ex. bouteilles, bocaux)
- Autre à préciser : _____

Q9. Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1 Totalem ent en désaccord	2 Pas d'accord	3 Plutôt en désaccord	4 Ni en accord ni en désaccord	5 Plutôt d'accord	6 D'accord	7 Entièrement d'accord
A. Je lave tous les plastiques avant de les mettre dans le bac de recyclage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Je garde mes déchets dans des piles séparées de verre, plastique, papier, métal pour le recyclage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. J'apporte des objets (comme des journaux, des bouteilles en plastique et en verre) aux points de collecte de recyclage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Je recycle les déchets d'emballages plastiques à la maison, au travail et sur mes lieux de vacances.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Je jette les piles usagées dans un conteneur de collecte approprié au lieu d'une poubelle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. J'apporte des couverts réutilisables lorsque je	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

mange dans des restaurants de restauration rapide ou des aires de restauration.							
G. J'opte pour des contenants en plastique bio (ils peuvent être plus chers et avoir des caractéristiques légèrement différentes des contenants en plastique traditionnels).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. Je participe à des programmes de livraison de nourriture avec des contenants réutilisables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. J'achète des articles (par exemple, des pâtes) qui sont enveloppés ou emballés dans des matériaux non plastiques plutôt que dans du plastique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J. J'achète des légumes et des fruits en vrac plutôt que des produits préemballés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K. Je participe à des systèmes de consigne pour des contenants en plastique spécifiques (par exemple, des cruches à lait)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

plutôt que de les recycler via le programme de recyclage existant (par exemple, le système de recyclage des boîtes bleues)							
L. J'achète du lait dans des contenants en verre comme options réutilisables plutôt que du plastique et des cartons comme options recyclables ; les bouteilles en verre doivent être retournées au magasin pour recevoir la consigne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M. Je participe au recyclage à flux multiples (par exemple : séparer les canettes et les plastiques du papier) plutôt qu'au recyclage mixte à flux unique, s'il est proposé via la collecte sélective.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N. Je participe à des programmes de collecte pour des types spécifiques de plastiques (par exemple, les emballages souples) qui ne sont pas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

couramment collectés via le système de recyclage.							
O. En ce qui concerne ces produits en plastique, j'envisage de réduire l'utilisation d'emballages en plastique à usage unique et de les remplacer par des options réutilisables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P. J'achète dans des magasins sans emballage, ce qui nécessite d'apporter des contenants réutilisables au magasin et de les remplir avec des articles vendus en vrac.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Facteur affectif]

Veillez indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants :

	1	2	3	4	5	6	7
	Totalement en désaccord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt d'accord	D'accord	Entièrement d'accord
A. Je me soucie de l'environnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Je suis préoccupé par le réchauffement climatique et le changement climatique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. J'envisage de contrôler mon comportement vis-à-vis du recyclage des	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

déchets plastiques.							
D. La confiance que j'accorde aux autres pour respecter le recyclage du plastique peut influencer mes habitudes de recyclage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nous vous remercions pour votre participation !