

**VALÉRIE GUILLARD**

Univ. Paris-Dauphine, PSL Research Univ.,  
CNRS, UMR (7088), DRM (ERMES) F-75016 Paris



# Comprendre le gaspillage perçu des objets

L'importance de leurs utilités passée et future pour leur possesseur et pour autrui

*Le sujet de cet article est le gaspillage des objets. Il permet de comprendre ce à quoi renvoie l'usage du terme « gaspillage » pour des objets par leur possesseur. Cet article<sup>1</sup> apporte en creux des éléments que les organisations pourraient mobiliser pour mieux sensibiliser les individus contre le gaspillage des objets. À partir de vingt-et-un entretiens et des observations à domicile, les résultats de cet article montrent que les individus se réfèrent aux utilités passée et future pour eux et pour autrui pour qualifier une situation de gaspillage pour des objets. Les implications sociétales et managériales sont alors discutées.*

DOI: [10.3166/rfg.2019.00337](https://doi.org/10.3166/rfg.2019.00337) © 2019 Lavoisier

1. Cette recherche s'inscrit dans le cadre d'un contrat de recherche de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) ; "Mobilisation de la notion de gaspillage" ou GASPI-IR, projet Consci-Gaspi, No. 1577C0017 (mai 2015).

« **P**articipez au *Défi 2018* : ne rien acheter de neuf. » (Zéro Waste<sup>2</sup>); la Semaine européenne de la réduction des déchets (SERD) ; « Territoires zéro déchet, zéro gaspillage » ou encore les campagnes de l'ADEME « Stop gaspillage ». De nombreuses organisations privées et publiques mettent en place des actions de sensibilisation pour que le « grand public » prenne conscience du gaspillage des objets matériels. L'enjeu est notamment écologique, il s'agit de réduire le volume des déchets en invitant les individus à adopter des pratiques de réemploi/recyclage qui s'inscrivent dans l'économie circulaire et, plus globalement, de stopper l'influence négative de la surconsommation sur l'environnement, sur le climat. De nombreux pays se sont engagés à répondre aux dix-sept objectifs de développement durable (ODD)<sup>3</sup>. La France a notamment voté en 2015, la loi sur la Transition énergétique dont un volet consiste à lutter contre les gaspillages. Le gaspillage est alors un thème au cœur des préoccupations des organisations dont le rôle est de rendre la société davantage durable.

La réduction du gaspillage des ressources peut également être une des préoccupations des entreprises. Certaines l'inscrivent dans leur démarche de responsabilité sociale ce qui permet de créer du lien social (Martinet et Reynaud, 2015). D'autres en font une manière de produire plus efficacement : pour le *lean* management, le gaspillage est « tout sauf la quantité minimum requise de

machines, de matériaux, de pièces et de temps de travail, absolument essentielle à la création de produit ou service » (Taiichi, 1988). Plusieurs pratiques sont concernées comme la surproduction, le sur-stockage, la sous-utilisation des compétences que l'on retrouve chez les consommateurs. En effet, le gaspillage est également une problématique marketing dans le sens où il renvoie à un ensemble de pratiques à l'égard d'un produit le long du processus de consommation, de son achat à sa dépossession. Le gaspillage implique donc l'individu notamment lorsqu'il est en situation de consommation, autrement dit le consommateur. En somme, le gaspillage est un sujet discuté en sciences de gestion car présentant des enjeux pour de nombreuses disciplines dont le marketing, la gestion de production, la logistique. C'est toutefois la façon dont le consommateur perçoit le gaspillage qui nous intéresse dans cet article.

Selon une définition du dictionnaire<sup>4</sup>, gaspiller consiste à « user de quelque chose de façon désordonnée, en faire une consommation incomplète ou inutile ». Sur un plan théorique, des travaux portent sur les représentations sociales du gaspillage (Delacroix *et al.*, 2017), ainsi que sur le gaspillage que certains consommateurs *anticipent* les conduisant à louer des objets plutôt qu'à les acheter (Arkes, 1996 ; Bolton et Alba, 2012). Ce thème a également été mobilisé pour comprendre les pratiques d'accumulation et de circulation des objets devenus inutiles comme le don, la vente, l'abandon des objets

2. Zero Waste France est une association de protection de l'environnement qui milite pour la réduction et une gestion plus durable des déchets (<https://www.zerowaste-france.org/fr/zero-waste-France>)

3. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/aide-au-developpement/l-agenda-international-du-developpement/article/l-agenda-2030-et-les-objectifs-de-developpement-durable-odd>

4. *Trésor de la langue française informatisé* (dictionnaire CNRS).

(notamment Lastovicka et Fernandez, 2005 ; Denegri-Knott et Molesworth, 2009 ; Guillard et Pinson, 2012 ; Roux et Guillard, 2016<sup>5</sup>). Ces travaux laissent toutefois apparaître des angles morts pour comprendre la notion de gaspillage, limites qui s'expliquent par les approches et méthodologies adoptées. Dans leur grande majorité, les chercheurs, animés par une approche motivationnelle, ont conduit des entretiens semi-directifs auprès des individus pour comprendre ce qu'ils font de leurs possessions et/ou pourquoi ils le font. En se focalisant sur les *pratiques*, les auteurs ont appréhendé le gaspillage comme « une boîte noire » adoptant la posture étiologique d'Arkes (1996) quant à sa définition : perte d'utilité des objets (encadré). La même posture a été adoptée pour comprendre, *via* des expérimentations, dans quelle mesure le gaspillage peut être anticipé en amont de l'achat (Bolton et Alba, 2012). En somme, en adoptant une posture étiologique, les recherches ne permettent pas de comprendre le *sens* donné par les possesseurs d'objets au gaspillage. Des travaux sont toutefois partis de la définition que les individus en donnent sans pour autant l'incarner à travers des objets (Delacroix *et al.*, 2017 ; Delacroix et Guillard, 2018 ; Guillard et Delacroix, 2018). Dans cet article, nous proposons d'adopter une posture *émique* pour comprendre à quoi renvoie l'usage du terme gaspillage pour des objets à partir d'observations à domicile puis d'entretiens. Le questionnement est parti des objets permettant de saisir leur contexte et de faire émerger la (non) perception de leur perte d'utilité. Les résultats de cette recherche

enrichiront la littérature sur le gaspillage (Arkes, 1996 ; Bolton et Alba, 2012 ; Beldjerd *et al.*, 2018), sur l'accumulation des objets (Guillard et Pinson, 2012), sur les pratiques de dépossession en approfondissant leur compréhension sous l'angle de leur gaspillage perçu. Sur un plan managérial, cette recherche offrira des pistes de réflexion pour la mise en place de dispositifs matériels et informationnels afin que les organisations puissent éveiller la conscience du gaspillage des objets chez les individus.

L'article présente tout d'abord une revue de la littérature sur le gaspillage des objets. Puis, après avoir exposé la méthodologie, les résultats permettent de comprendre que, lorsqu'ils évoquent le terme « gaspillage » pour des objets matériels, les consommateurs se réfèrent aux utilités passée et future pour eux et pour autrui et ce, tout au long du processus de consommation. Les implications de cette recherche pour les organisations sont discutées.

## I – REVUE DE LA LITTÉRATURE

La littérature définit le gaspillage des objets comme leur perte d'utilité (Arkes, 1996). Cette perte peut être ou non perçue lors des différentes étapes de la consommation (Beldjerd *et al.*, 2018).

### 1. Le gaspillage en phase d'acquisition

L'acquisition d'un objet peut se faire en recevant un cadeau et/ou *via* un achat.

Les cadeaux peuvent être sources de gaspillage. Les individus en font car les cadeaux ont pour fonction d'assurer une reconnaissance publique d'appartenir à une

5. Les références sur la circulation des objets ne sont pas exhaustives et limitées afin de respecter les instructions de la revue.

---

## ADOPTER UNE APPROCHE ÉMIQUE OU ÉTIQUE POUR ÉTUDIER LE SENS D'UN « OBJET »

---

Le chercheur peut adopter deux types d'approche pour étudier un « objet » qu'il soit historique, scientifique, ethnologique, une personne, une chose matérielle, etc. : émique ou étique. L'approche *émique* s'intéresse à la façon dont les individus pensent, catégorisent le réel, le perçoivent, donnent du sens, imaginent ou encore expliquent ce qu'ils vivent. Elle reflète le système de pensée propre à l'autre. L'approche *étique* utilise au contraire les catégories, explications et interprétations du chercheur, indépendamment des significations portées par les acteurs. Elle reflète des observations externes concernant du réel accessible aux sens.

Source : synthèse d'articles dont [Moussaoui \(2012\)](#), [Morey et Luthans \(1984\)](#).

---

classe, à un statut voire être au service de la mise en place de hiérarchies sociales ([Mauss, 1925](#)). C'est notamment le cas du potlatch, comportement culturel souvent exprimé sous forme de cérémonie dans les sociétés traditionnelles. Il repose sur un système de dons/contre-dons dans le cadre d'échanges non marchands et renvoie à une dépense pure, placée sous le signe de la rivalité, le besoin de dépasser les autres dons. Le potlatch fournit la preuve sociale que l'individu qui a accumulé des biens est capable de les distribuer. C'est en cela qu'il est riche. Certains individus achètent des objets – et les gaspillent – dans un but ostentatoire, « par la distance à l'utilité » ([Veblen, 1899](#)). La « classe de loisir » a le privilège de disposer abondamment d'un temps improductif et de pouvoir « gaspiller » son argent à loisir. Elle le fait notamment par la consommation d'objets singuliers – qui forgent le luxe contemporain – ne correspondant à aucune utilité directe, mais plutôt à une utilité secondaire ou indirecte que Veblen qualifie d'« utilité sociale ». [Baudrillard \(1970\)](#) nomme cette société basée sur la consommation de

« signes », société de gaspillage consumériste, de consommation : « Dans cette perspective se profile une définition de la *consommation* comme *consumation*, c'est-à-dire comme gaspillage productif – perspective inverse de celle de l'*économique*, fondée sur la nécessité, l'accumulation et le calcul où au contraire le superflu précède le nécessaire, où la dépense précède en valeur (sinon dans le temps) l'accumulation et l'appropriation » (p. 77). Ce que Baudrillard nomme « civilisation de la poubelle » concerne les dépenses publicitaires, l'accélération du jetable, l'obsolescence programmée. Ce gaspillage est, contrairement à celui des sociétés traditionnelles, non producteur de sources de valeurs symboliques collectives.

Le contexte de crise économique, sociale et écologique mais aussi l'éducation qu'ils ont reçue ou le vécu d'expériences de vie comme une guerre par exemple conduisent certains consommateurs à réfléchir sur leur consommation, étant/devenant opposés au gaspillage. [Bolton et Alba \(2012\)](#) montrent ainsi que les consommateurs peuvent préférer louer des objets dont ils anticipent la

faible utilité plutôt que les acheter (dans le cas d'un appareil à raclette par exemple). L'aversion au gaspillage peut conduire les individus à adopter des pratiques sous-optimales pour eux, par exemple acheter trois cuillères pour trois personnes alors que le lot de quatre coûte moins cher (Brough et Isaac, 2010). Les individus sont toutefois inégaux quant à leur capacité d'anticipation : certains agissent, achètent par exemple, pensant avoir l'utilité des objets dans le futur alors que dans les faits, ils n'en ont pas besoin. Ils manifestent ainsi un biais de projection de l'utilité future (Loewenstein *et al.*, 2003). La manifestation de ce biais peut conduire les consommateurs à acheter des biens au-delà de leurs besoins, se laissant aller, lors de l'achat, au plaisir des gratifications immédiates sans penser au véritable besoin que l'objet devrait combler. L'aversion au gaspillage peut néanmoins conduire les individus à adopter des pratiques alternatives en achetant des objets d'occasion et non des objets neufs (Guiot et Roux, 2010) voire en glanant des objets gratuits abandonnés sur le trottoir pour ne pas les gaspiller et/ou ne pas gaspiller les ressources qui les constituent (Roux et Guillard, 2016). La « peur » de gaspiller peut amener les consommateurs à ne pas remplacer trop souvent leurs produits et à les valoriser « jusqu'au bout » (Kręziak *et al.*, 2016).

## 2. Le gaspillage en phase de (non) usage et d'accumulation

En phase d'usage, certains consommateurs, encore très minoritaires, adoptent une posture d'anti-consommation (Chatzidakis et Lee,

2013) et/ou un mode de vie sobre (Bourg et Roch, 2012) : ils décident de se priver de certains objets. Les moins extrêmes mais sensibles à l'écologie acquièrent des biens matériels mais les partagent lorsqu'ils n'en ont pas l'usage. Ils les prêtent voire les louent animés par la volonté de réduire leur consommation tout en profitant de la transaction pour tisser des liens sociaux conviviaux avec leur alter ego, leurs voisins par exemple (Jenkins *et al.*, 2014). La perte d'utilité des objets peut toutefois être involontaire lorsqu'ils tombent en panne : l'usage étant programmé pour un certain temps par leur concepteur, ils deviennent obsolètes et ne fonctionnent plus (Kreziak *et al.*, 2016). Certains consommateurs cherchent à les réparer pour ne pas gaspiller tout ce que l'objet représente : du temps, des ressources, de l'argent, de l'énergie, du travail, etc. Enfin, des consommateurs, souvent opposés au gaspillage, peuvent manifester une tendance à garder des objets dont ils n'ont plus l'utilité (Guillard et Pinson, 2012).

## 3. Le gaspillage en phase de dépossession

Les consommateurs peuvent choisir de se déposséder des objets en cherchant plus ou moins à « ne pas gaspiller » selon le sens qu'ils donnent à leurs pratiques.

Tout d'abord, le gaspillage peut être un « passage obligé » chez certains héritiers qui dilapident leur héritage souhaitant s'affranchir de la lignée familiale ou d'un passé douloureux (Gotman, 1995). Plus communément, les consommateurs ont recours à différentes pratiques souvent collaboratives (« entre soi ») pour que les

objets aient une seconde vie et de l'utilité pour « quelqu'un » (Decrop, 2017). « Ne pas gaspiller » est une injonction sociétale qui motive certains comportements de dépossession et de circulation des objets comme le don, la vente, le troc voire leur abandon sur le trottoir lors des encombrants (Nelson *et al.*, 2007 ; Denegri-Knott et Molesworth, 2009 ; Roux et Guillard, 2016). Pour s'assurer de la bonne destination des objets et de leur bon usage, certains individus cherchent à rencontrer leur futur bénéficiaire et le choisissent scrupuleusement selon ce que ce dernier pense en faire (Lastovicka et Fernandez, 2005).

#### 4. Synthèse des travaux et question de recherche

Les travaux se sont intéressés au gaspillage des objets en se focalisant la plupart du temps sur *une étape* du processus de consommation et sur *une pratique*, que ce soit l'acquisition (Bolton et Alba, 2012), l'accumulation (Guillard et Pinson, 2012), la dépossession (Nelson *et al.*, 2007 ; Denegri-Knott et Molesworth, 2009). Or, la perte d'utilité peut se nicher tout au long du processus de consommation ce qui nécessite une approche plus longue de la relation à l'objet, intégrant la durée de cette relation. De plus, exceptés les travaux sur les représentations sociales (Delacroix *et al.*, 2017 ; Delacroix et Guillard, 2018), les travaux ont eu une approche étique du gaspillage, en partant d'une définition de la littérature (Arkes, 1996). Qu'en est-il du gaspillage et de sa perception du point de vue des individus ? L'objectif de cette recherche est de comprendre à quoi renvoie l'usage du terme gaspillage pour des objets à partir de la relation des individus aux

objets possédés. Pour ce faire, une approche émique est adoptée en se focalisant sur les objets – et non sur des pratiques ou représentations – afin d'en saisir la trajectoire et le sens en termes de perte d'utilité pour leurs possesseurs. Des observations distanciées à domicile avec le recours à la photographie, informelle et non guidée par des hypothèses (Moussaoui, 2012) ont été faites suivies d'entretiens (encadré « Méthodologie »).

## II – RÉSULTATS

La perception du gaspillage dépend de l'utilité que les individus ont eu des objets mais aussi de l'utilité qu'ils, ou autrui, pourraient en avoir dans le futur.

### 1. Quand le gaspillage renvoie aux utilités passée et future des objets pour soi...

#### *Ne pas, ne plus avoir l'utilité des objets et perception du gaspillage*

Les consommateurs peuvent ou non évoquer le terme « gaspillage » pour des objets dont ils *n'ont pas* eu l'utilité. Plusieurs situations peuvent être concernées.

Il peut tout d'abord s'agir d'objets qui ont été donnés, transmis par la famille, des amis ou encore des souvenirs, des objets avec lesquels les individus ont vécu, qui incarnent leur identité. Ces objets n'ont souvent pas d'utilité « instrumentale », ils ne servent pas à la réalisation d'une tâche précise (faire quelque chose). Ils ont plutôt une fonction symbolique, identitaire voire sociale, permettant d'attester d'un centre d'intérêt passé, d'un goût pour certaines choses, du savoir-faire d'un aïeul ou personnel. Ces objets à fort lien symbolique peuvent être « en attente » d'être transmis

---

MÉTHODOLOGIE

---

Vingt-et-un entretiens ont été conduits dans 18 domiciles, 3 couples ayant été interrogés séparément (tableau 1). Les répondants ont été sélectionnés *via* la technique de la boule de neige en veillant à respecter des critères variés retenus dans d'autres études qualitatives sur le gaspillage (Evans, 2011).

L'entretien débutait par la visite de 4 lieux du domicile dans lesquels l'usage des objets est varié : la cave, le grenier, la cuisine et le cellier / débarras. L'objectif étant de comprendre la perception du gaspillage, nous avons posé d'emblée une question : « dans ce lieu, avez-vous des objets dont vous vous servez peu, pas ou plus ? Pouvez-vous nous les montrer et nous en parler ? » Suite à cette première question, les répondants ouvraient les portes des placards et/ou des cartons, montraient les objets qui correspondaient aux critères et en parlaient (acquisition, usage, temps de possession, raisons de sa présence en dépit d'une non utilisation, etc.). Lors des visites, certains répondants évoquaient spontanément le terme « gaspillage » pour caractériser les situations dont ils nous parlaient. Dans le cas contraire, nous demandions en fin d'entretien s'ils avaient parfois l'impression de gaspiller des objets. Une discussion s'engageait alors sur ce qu'ils considéraient comme du gaspillage (quels objets ? dans quelles circonstances/situations ?, etc.). Les entretiens ont duré en moyenne 1h30 (de 40 minutes à 2h30). Ils ont été retranscrits pour les besoins de l'analyse.

Pour analyser les données, nous avons constitué une « liste de départ » de codes provenant de la littérature sur le gaspillage des objets, sur les pratiques à l'égard des objets lors des différentes étapes de la consommation (acquisition-usage-dépossession). Ces catégories ont été revisitées au fur et à mesure des entretiens (Bardin, 1977). Quatre thèmes structurants ont été retrouvés dans une multitude de situations dans lesquelles se trouvaient les objets : les utilités passée et future des objets, l'utilité pour les répondants et pour autrui. Le codage a permis de faire émerger des sous-thèmes *via* des caractéristiques plus précises des situations qui conduisent les individus à dire – ou non – des objets qu'ils les gaspillent : le lieu où se trouvent ces objets, le type d'objets, leur quantité, la fréquence à laquelle ils ont été utilisés, etc.

---

aux futures générations, comme l'explique Laurence face à une armoire pleine d'objets, ou au contraire ne pas avoir de sens et être considérés comme du gaspillage comme l'explique Christine :

« Je garde des choses sentimentales. J'ai l'argenterie des grands-mères et des assiettes qui ne m'ont jamais servi. Je vais les donner à mes filles avec leurs carnets de notes, des choses qui sont à elles. C'est ça, le

vrai héritage. C'est ici, ce n'est pas du gaspillage de les avoir là, c'est leur histoire. ».

« On garde tout un tas de vieilleries de nos parents (silence). Quelque part, oui, c'est un peu du gâchis, personne ne s'en sert et ça partira à la poubelle un jour (...) ça n'intéressera personne. »

Parmi les objets à fort lien symbolique, certains individus évoquent les cadeaux

**Tableau 1 – Profils des répondants interrogés**

Prénom	Age	Situation familiale	Type d'habitation	Profession	Région	Nbr d'années d'habitation	Espace de stockage			Espace de vie		
							Greiner	Cave	Céler	Cuisine	Salle à manger	Chambre/ espace perso
Victoire	23	Colocation	Appart : 90 m <sup>2</sup> , espace personnel : de 20 m <sup>2</sup>	Étudiante en apprentissage	Paris	1				X		X
Paule	24	Célibataire	Appart, 18 m <sup>2</sup>	Étudiante	Paris	5		X			X	X
Céline	27	Mariée, sans enfant	Appart, 50 m <sup>2</sup>	Chef de produit	St Germain en Laye*	3					X	X
Gérald	27	Marié, sans enfant	Appart, 50 m <sup>2</sup>	Commercial (banque)	St Germain en Laye*	3					X	X
Estelle	28	En couple	Appart, 30 m <sup>2</sup>	Agent adm	Osny*	3					X	X
Martina	29	Mariée, sans enfant	Appart, 30 m <sup>2</sup>	Doctorante	Paris	8		X			X	
Laure	29	Mariée, sans enfant	Appart, 30 m <sup>2</sup>	Documentaliste	Pontoise*	7					X	X
Valentine	38	En couple	Maison, 125 m <sup>2</sup>	Enseignante	Pontoise*	6		X		X	X	X
Anna	40	Mariée, 2 enfants	Appart, 130 m <sup>2</sup>	Responsable comm	Auvers sur Oise *	7	X				X	X
Justine	49	Divorcée, 3 enfants (14, 18, 22)	Maison, 100 m <sup>2</sup>	Clerc de notaire	Pontoise*	5		X			X	



Tableau 1 – (suite)

Prénom	Age	Situation familiale	Type d'habitation	Profession	Région	Nbr d'années d'habitation	Espace de stockage			Espace de vie			
							Grener	Cave	Célier	Cuisine	Salle à manger	Chambre/ espace perso	SdB
Evelyne	52	Mariée, 2 enfants	Appart, 130 m <sup>2</sup>	Enseignante	Paris	12		X			X	X	X
Marie	54	Mariée, 3 enfants	Maison, 100 m <sup>2</sup>	Juriste	Pontoise*	15		X	X		X	X	
Laurence	58	Mariée, 2 enfants	Maison, 125 m <sup>2</sup>	Femme au foyer	Pontoise*	33		X			X	X	X
Anne	60	Veuve, 2 enfants	Maison, 125 m <sup>2</sup>	Directrice d'associations de réinsertion	Pontoise*	5				X	X	X	
Gérard	60	Marié, 3 enfants (18, 23, 26)	Maison, 100 m <sup>2</sup>	Retraité	Pontoise*	15		X		X	X	X	
Bertille	64	Mariée, 2 enfants	Maison, 110 m <sup>2</sup>	Retraitée	Aubervilliers*	42	X	X	X	X	X	X	
Michel	65	Marié, 2 enfants	Maison, 110 m <sup>2</sup>	Retraité	Aubervilliers*	42	X	X	X	X	X	X	
Christine	70	Mariée, 2 enfants	Maison, 110 m <sup>2</sup>	Retraitée	Bourg en Bresse**	43	X	X			X	X	X
Chantal	70	Célibataire	Maison, 80 m <sup>2</sup>	Retraitée	Auvers-sur-Oise*	30					X	X	
Janine	74	Veuve, 2 enfants	Maison, 125 m <sup>2</sup>	Retraitée	Pontoise*	34	X	X	X	X	X	X	X
Monique	74	Mariée, 3 enfants	Maison, 120 m <sup>2</sup>	Retraitée	Saint Cloud*	46	X	X	X	X	X	X	X

\* Banlieue parisienne, \*\* Province

reçus lors de fêtes carillonnées ou autres évènements. Un cadeau « parfait » incarne le receveur, ses centres d'intérêts (Carrier, 1990). L'offreur montre alors qu'il connaît bien le receveur, ses goûts, ce qui lui ferait plaisir. Or, tous les cadeaux ne sont pas parfaits. Lorsqu'ils n'ont pas de sens pour les receveurs, ces derniers peuvent parler de gaspillage même s'ils les gardent, n'osent pas s'en débarrasser pour ne pas vexer l'offreur : « Voici un distributeur de serviettes offert par mes parents avec écrit dessus : « Paris ». Quel gaspillage ! Je me suis dit : « c'est mal me connaître ». Je n'en ai aucune utilité. D'autres pourraient peut-être le vouloir mais je le garde lorsque mes parents viennent, quel gâchis ! » (Laure). Pour la majorité des répondants, le gaspillage caractérise la perte d'utilité des objets qu'ils ont *achetés*, dont ils n'ont pas eu l'utilité. C'est notamment le cas lorsque, séduits par un objet, ils se laissent aller à leur désir sans évaluer le besoin qu'ils en ont vraiment. Ces objets sont parfois peu utilisés, n'ayant uniquement eu pour fonction de nourrir la gratification immédiate inhérente à l'avoir, à l'acquisition. Le sentiment de gaspiller des objets vient plus ou moins longtemps après l'achat, lorsque les individus se rendent compte de leur inutilité. Monique, qui a une forte aversion pour le gaspillage achète parfois de façon impulsive et le regrette. Elle l'évoque en montrant une paire de chaussures « abandonnées » dans un placard : « Pour les chaussures, oui, c'est du gaspillage mais ça ne m'empêche pas d'en acheter. Après coup tu as le sentiment d'avoir gaspillé. On est tellement sollicité pour acheter des objets. C'est un peu embêtant. On en a conscience après mais pas quand on achète. »

La fréquence à laquelle les consommateurs achètent des objets qu'ils n'utilisent finalement pas entre également en compte dans l'appréciation du gaspillage. Christine a déjà acheté des choses inutiles. Elle montre notamment une jupe que finalement elle « (je la) trouve trop courte ». Selon elle, cette situation est trop peu fréquente pour la qualifier de gaspillage :

« Pour moi, je trouve que je ne gaspille pas. Je n'achète pas beaucoup, pas constamment... oui, il m'est arrivé de me dire : “tu n'aurais pas dû acheter ça”. Ça n'arrive pas souvent. »

Acheter des objets qui ont une utilité peut néanmoins être un apprentissage. Leurs expériences d'achat, leurs erreurs, la prise en compte d'avis extérieurs conduisent les consommateurs à avoir une meilleure connaissance d'eux, des produits, des marques et, dans le temps, à faire moins d'achats inutiles comme l'explique Céline à propos de crèmes de soin dans un placard de sa salle de bain :

« J'ai acheté des produits qui ont peu servi. Ces crèmes par exemple. Maintenant non, je me connais mieux. J'ai trois ou quatre trucs que j'achète et que je rachète après. Depuis deux ans, j'utilise la même crème hydratante. Là j'en ai trouvé une qui me va bien et je n'en gaspille plus. »

Enfin, les individus peuvent *ne plus* avoir l'utilité des objets qu'ils ont achetés. Les raisons sont nombreuses : ils ne sont plus concernés par l'activité qui nécessitait l'usage des objets ou encore ils se sont lassés de cette activité ; ils ont déménagé, changé de lieu de vie ce qui les a conduits à revoir leurs équipements ; les objets peuvent être de mauvaise qualité ou encore ne plus fonctionner pour cause d'obsolescence programmée (Kreziak *et al.*, 2016). Les

individus peuvent ne pas être allés « au bout » de leur usage sans pour autant considérer cette situation comme du gaspillage. Ils ont l'impression de s'en être assez servis et/ou en ont retiré du plaisir comme l'expliquent Marina, Paule ou encore Anne pour des objets différents :

« J'aime le maquillage joliment présenté. Ça sent bon Chanel, c'est irrésistible. Même si j'achète et je n'ai pas fini le dernier, pour moi non, ce n'est pas du gaspillage. Si j'engage des sentiments, non. Heureusement, on a dépassé le stade du nécessaire. Il nous reste le plaisir à combler. Pourquoi pas se donner du plaisir ? C'est humain, ce n'est pas du gaspillage. » (Marina).

« J'ai une réserve de téléphones qui ne servent à rien...je les ai déjà utilisés donc ce n'est pas du gaspillage. Le gaspillage c'est le fait d'acheter un truc dont je ne me sers pas après... » (Paule).

« La méridienne, ce n'est pas du gaspillage même si je ne m'en sers plus. Elle a été achetée pour le salon. C'est une histoire de vie. Je ne m'en sers plus car j'ai déménagé et elle ne va pas avec le style de cette maison. Je l'ai achetée il y a 15 ans, c'est amorti. Elle a eu sa place, sa vie. » (Anne).

La perception du gaspillage peut toutefois émerger face à la quantité d'objets accumulés qui n'ont plus d'utilité. Marina l'explique ainsi que Anne :

« Au bout d'un moment, c'est le volume. C'est l'accumulation qui me fait prendre conscience que je gaspille. Je vois que je n'utilise pas une crème parce que j'en ai plein d'autres, là c'est du gaspillage. » (Marina).

« non c'est tellement peu (les bibelots inutiles) que ce n'est pas gaspillage. Par contre, j'ai du gaspillage dans les fringues. J'en ai plein que je n'ai jamais ou très peu portées. » (Anne).

L'appréciation du gaspillage des objets ne se limite pas à l'utilité passée. Elle peut également être liée à l'utilité que les individus pensent en avoir « dans le futur ».

### *Projeter l'utilité des objets dans le futur et perception du gaspillage*

À un instant T, les individus peuvent constater qu'ils n'utilisent pas ou plus des objets mais envisagent de les utiliser plus tard. Les consommateurs peuvent en effet avoir tendance à garder des objets alors qu'ils n'en ont plus l'utilité (Guillard et Pinson, 2012). Certains pensent que « ça peut toujours servir », anticipant un regain d'intérêt pour une activité sans identifier précisément laquelle. Ceci les conduit souvent à ne pas évoquer le gaspillage pour des objets non utilisés :

« Ce barbecue. Il n'a jamais servi. Mais je le garde...peut-être que mes enfants se réveilleront un jour et l'utiliseront mais par principe je ne fais pas. Ils me l'ont demandé, je l'ai acheté, ils font (...) Ce n'est pas gaspillé, j'espère bien qu'ils vont s'en servir. » (Justine).

« Avoir ce matériel de couture n'est pas du gaspillage parce que dans ma tête je me dis que je vais peut-être refaire de la couture... j'ai tous mes vieux tissus, anciens rideaux. » (Janine).

D'autres répondants savent précisément l'utilité qu'ils pourront avoir des objets. Laurence par exemple n'a pas l'impression de gaspiller des objets puisque, étant bricoleuse, elle sait que tout ce qu'elle garde sera réemployé :

« Ici (cabane de jardin avec des outils de bricolage, certains cassés) je n'ai pas de gaspillage. Tout a une chance de servir un jour. Je fais des choses à partir d'autres. Ça

rend heureux d'être comme ça car tu n'as pas de besoin. Et vraiment ce qui ne sert pas, je donne. Ça peut servir à d'autres. ».

Comme l'explique Laurence à la fin de son témoignage, la perception du gaspillage est liée à l'utilité personnelle passée et/ou projetée des objets dans le futur mais aussi à celle qu'autrui pourrait en avoir (« ça peut servir à d'autres »). Dans un contexte de crise écologique et sociale, les consommateurs sont fortement incités à donner une seconde vie aux objets afin de limiter l'achat de produits neufs.

## **2. Quand le gaspillage renvoie à l'utilité des objets pour autrui**

Les pratiques de circulation des objets comme le don, la vente, le troc, l'échange sont médiatisées comme s'inscrivant dans l'« anti-gaspillage ». Elles peuvent toutefois ne pas complètement ôter l'impression de « ne pas gaspiller » des objets chez certains individus. Ces derniers parlent alors de semi-gaspillage quand d'autres perçoivent du gaspillage selon la connaissance du devenir des objets. Enfin, des individus sont conscients qu'ils gaspillent des objets lorsqu'aucune solution existe exceptée celle de les jeter.

### ***Faire circuler des objets : de l'absence de gaspillage perçu au « semi-gaspillage »***

Pour la majorité des répondants, les pratiques de circulation des objets lèvent la perception du gaspillage, offrant une seconde vie aux objets, comme l'explique Victoire :

« en soi, si je ne m'en sers pas, je les donne à quelqu'un, ça ne va pas être vraiment gaspillé »

Même s'ils vendent, donnent, troquent, échangent des objets, certains individus sont toutefois critiques à l'égard de ces pratiques. Ils critiquent notamment le fait d'acheter des objets, ne pas ou ne plus les utiliser, les remettre en circulation pour, la plupart du temps, en acheter d'autres voire consommer, les pratiques collaboratives pouvant inciter à la surconsommation (Decrop, 2017) comme l'explique Valentine :

« Je suis très compulsive sur l'achat de vêtements. Sur le coup j'ai l'impression qu'ils me plaisent et finalement je les mets une fois et je ne les remets plus. Je les donne donc pour moi c'est du semi-gaspillage. Ils ne sont pas perdus mais le mieux aurait été que je n'encourage pas la production de vêtements. Ne pas gaspiller, c'est ne rien acheter. J'essaie d'évoluer sur ce point. »

Les consommateurs ont toutefois différentes options pour offrir une seconde vie aux objets dont ils n'ont plus l'utilité (Guillard et Roux, 2015). Il semblerait que la perception du gaspillage varie selon les modalités de circulation des objets.

### ***Quand la perception du gaspillage dépend des modalités de circulation des objets***

Certains individus préfèrent donner des objets à des personnes proches qu'ils peuvent identifier, choisir, rencontrer. Ceci leur permet de garder un contrôle sur les objets donnés, de revoir les objets, de « vérifier » qu'ils ne sont pas gaspillés comme l'explique Michel, passionné par les objets très présents dans toutes les pièces de son domicile :

« Je ne veux pas donner ce que je n'utilise pas à n'importe qui. Donner ne me dérange

pas si je sais où l'objet va partir. Sinon, j'ai peur que ce soit gâché. »

La proximité à autrui n'est pas nécessairement liée à l'appartenance familiale. Le partage d'une même passion, d'un même centre d'intérêt pour une activité qui nécessite une certaine culture matérielle peut créer une proximité « plus forte » que le lien familial (Lastovicka et Fernandez, 2005). C'est la raison pour laquelle les individus peuvent chercher à rencontrer le futur bénéficiaire des objets dans des brocantes ou autres lieux d'échange d'objets :

« Donner ces disques à mon neveu (silence) j'ai peur que ce soit du gaspillage. J'aimerais que ça lui fasse plaisir. Non, d'ailleurs, je ne pourrais pas. Tu vois, non, en définitive, c'est toute une partie de ma vie ces disques et j'aurais peur qu'il n'en fasse rien, qu'il les gaspille. Je préfère les garder et trouver quelqu'un qui est passionné par cette époque. » (Marie).

La connaissance du devenir des objets semble être une préoccupation de certains répondants. L'absence de cette connaissance peut les conduire à évoquer la notion de gaspillage. Les entretiens montrent en effet que la perception de la perte d'utilité dépend de la représentation que les individus se font de l'utilité future des objets pour autrui. Les individus se représentent cette utilité différemment selon les pratiques de don, vente, abandon des objets. Ainsi, plus les objets sont destinés à une pratique qui se rapproche, dans l'esprit des consommateurs, de « jeter » (détruire), plus la perception du gaspillage sera forte. Evelyne explique dans quelle mesure la dépossession d'avec les objets peut être associée à du gaspillage :

« Si je les donne à ma fille (des vêtements), ce n'est pas du gâché. Quand je les donne à

ma dame de ménage, je vais les revoir porter, je vois la petite avec les vêtements de ma fille. Donc c'est intermédiaire, pas du gâché. Dans les bacs pour les appareils électroménagers ou pour les fringues, les bacs des associations caritatives, je ne sais pas ce que ça devient. Donc là c'est du gâché. Je ne sais pas s'ils en font des chiffons, des pièces détachées. »

Il arrive enfin que les objets n'intéressent personne, leur possesseur ne trouvant aucune solution pour prolonger leur utilité.

### *Ne pas trouver de solution pour les objets : gaspillage perçu élevé*

Le gaspillage peut être évoqué pour des objets dont les individus ne savent pas quoi faire, qu'ils en aient eu ou non l'utilité dans le passé. Les objets concernés sont notamment ceux devenus obsolètes et perçus comme tel, ayant perdu toute utilité dans notre société (Kréziak et al., 2016). Entrent dans cette catégorie les cassettes audio et vidéo, les magnétoscopes, les vieilles télévisions, les consoles de jeux, etc. souvent accumulés dans des lieux de stockage. Dans cette situation, les répondants ne se sentent pas responsables du gaspillage, ayant en général eu l'utilité des objets. Ils se sentent « victimes » du système, de la société de consommation, conscients des problèmes environnementaux que cette obsolescence génère. Il s'agit donc plutôt d'un gaspillage subi. Laure qui se dit sensible à l'environnement mais aussi à la technologie l'exprime au cours de l'entretien :

« On t'oblige à changer les choses, le fait que ton téléphone ralentit comme par hasard au bout de trois ans, que ton imprimante ne fonctionne plus. Les industries nous

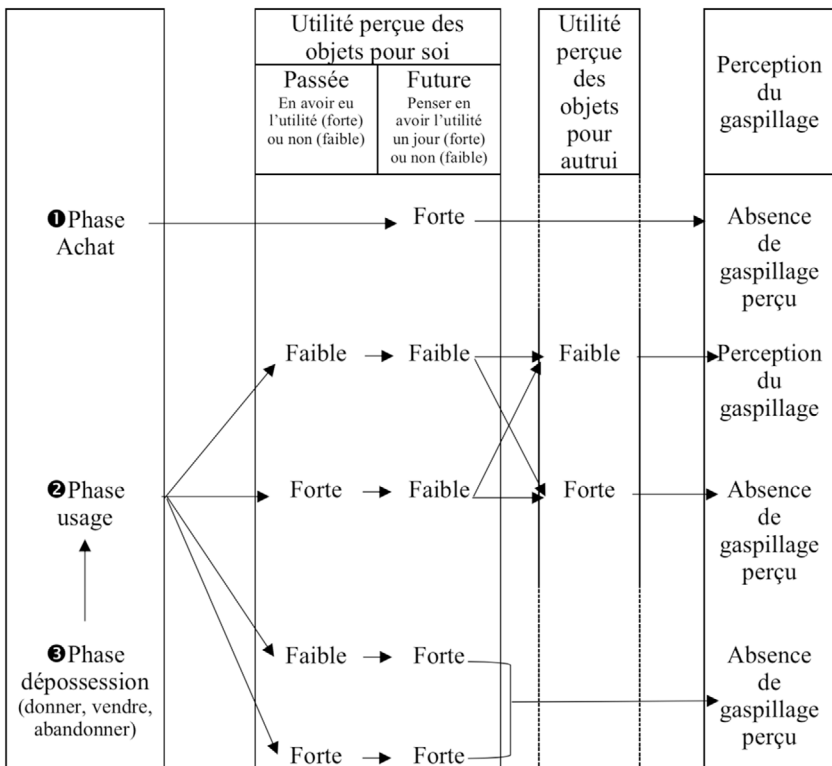
obligent à changer. J’estime que c’est du gaspillage de matières, d’énergie, par rapport à l’écologie mais on ne peut rien y faire. »

**3. Synthèse : quand le gaspillage renvoie à la combinaison des utilités passée et future, pour soi et pour autrui**

Le gaspillage perçu est le résultat d’une combinaison, d’un « cumul » des utilités passée et future (projetée) pour soi et pour autrui. Ce cumul se fait ainsi tout au long du

processus de consommation : acquisition, usage, dépossession, cette dernière phase questionnant au final l’usage qui en a été et en sera fait. Quelle utilité les individus perçoivent-ils avoir eu des objets et quelle utilité perçoivent-ils qu’ils, ou autrui, en auront ? Le gaspillage s’apprécie souvent *a posteriori*, à la fin du processus de consommation, lorsqu’ils questionnent leur présence. La [figure 1](#) présente une synthèse des résultats. La perception du gaspillage ou son absence présente des implications théoriques et sociétales discutées ci-après.

**Figure 1 – Perception du gaspillage des objets selon leur utilité personnelle (passée et future) et pour autrui**



## DISCUSSION, IMPLICATIONS SOCIÉTALES, LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE

L'objectif de cet article était de comprendre à quoi renvoie l'usage du terme gaspillage pour des objets. Une première contribution de cet article est d'enrichir la compréhension du gaspillage des objets. En effet, la notion de gaspillage a été essentiellement mobilisée dans les travaux pour en comprendre les représentations sociales (Delacroix *et al.*, 2017 ; Delacroix et Guillard, 2018 ; Guillard et Delacroix, 2018) ; les *pratiques* alternatives à l'achat de produits neufs (Bolton et Alba, 2012) et celles consistant à accumuler ou à remettre en circulation des objets inutilisés (Nelson *et al.*, 2007 ; Albinsson *et al.*, 2010 ; Guillard et Pinson, 2012). Dans ces travaux, certains auteurs ont eu une approche étique du gaspillage en expliquant de façon expérimentale les pratiques des consommateurs pour l'éviter (Bolton et Alba, 2012 ; Arkes, 1996), indépendamment des significations portées par les individus. Adopter une posture *émique* du gaspillage *via* des observations distancées à domicile et des entretiens permet de comprendre que la perception du gaspillage renvoie à la combinaison des utilités passée et future des objets, pour eux et pour autrui, utilités cumulées tout au long du processus de consommation. Le gaspillage n'est donc pas statique comme permet de le capter une approche étique mais sa perception est issue d'une dynamique, d'un processus, l'utilité évoluant selon les étapes de la consommation. Une seconde contribution porte sur la connaissance des pratiques de circulation des objets (Nelson *et al.*, 2007 ; Albinsson *et al.*, 2010 ; Roux et Guillard, 2016). Les

auteurs montrent que les individus donnent, vendent, abandonnent des objets pour « ne pas gaspiller ». Nous montrons que la remise en circulation des objets peut être associée à du « semi-gaspillage » chez certains individus ou encore elle dépend de la représentation que les individus se font de leur utilité pour autrui. Plus les individus se représentent que la pratique choisie pour s'en déposséder se rapproche de « jeter », plus ils perçoivent le gaspillage des objets, ces derniers n'auront plus, selon eux, d'utilité future.

Les résultats de cette recherche ont des implications pour les organisations publiques et privées. Mis en perspective de la problématique des mines urbaines (Ongondo *et al.*, 2015), nos résultats devraient ouvrir des pistes de réflexion pour les organisations concernées. Les mines urbaines sont une réserve de métaux précieux contenus dans les objets tels que les téléphones portables, les appareils électroménagers non utilisés, souvent accumulés par leurs possesseurs. Demander aux consommateurs de « jeter » leurs objets dans les bacs de récupération afin d'en extraire les matières premières peut les conduire à penser qu'ils sont gaspillés alors que, au contraire, le geste de les déposer dans des endroits adéquats évite de puiser des ressources naturelles pour en produire d'autres. Ainsi, les organisations auraient sans doute intérêt à être davantage pédagogiques et à expliquer que la perte d'utilité (et de valeur) des objets se trouve – notamment – dans leur accumulation. Dans une même logique pédagogique, les organisations dont l'activité dépend des objets, comme les associations caritatives, les recycleries, auraient intérêt à communiquer sur l'usage futur des objets afin que les individus

n'assimilent pas les pratiques qu'ils connaissent peu à « jeter » et donc à du gaspillage.

Cet article a des limites qui sont autant de voies de recherche futures. L'étude s'est focalisée sur les objets à domicile. Il serait intéressant d'étudier les pratiques à l'égard des objets et des ressources (papiers, énergie, etc.) sur les lieux de travail, lutter contre le gaspillage s'inscrivant dans la responsabilité sociale des entreprises

(Martinet et Reynaud, 2015). De plus, notre échantillon comporte un nombre élevé de répondants retraités (30 %). Les seniors possèdent en général « une vie » d'objets. Il serait intéressant d'enrichir l'étude de ce sujet en variant davantage l'échantillon en termes d'âge mais aussi de capital économique et/ou culturel des individus, variables qui devraient influencer la perception du gaspillage. Ce thème ouvre encore des voies de recherche prometteuses.

### BIBLIOGRAPHIE

- Albinsson P.A., Wolf M. et Kopf D.A. (2010). "Anti-consumption in East Germany: consumer resistance to hyperconsumption", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 9, n° 6, p. 412-425.
- Arkes H.R. (1996). "The psychology of waste", *Journal of Behavioral Decision Making*, vol. 9, n° 3, p. 213-224.
- Bardin L. (1977). *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, Paris, vol. 69.
- Baudrillard J. (1970). *La société de consommation*, Gallimard, Paris.
- Beldjerd S., Delacroix E., Guillard V., Johnson G. et Roux D. (2018). "Prévenir le gaspillage des objets par sa prise de conscience", ADEME, [www.ademe.fr/mediatheque](http://www.ademe.fr/mediatheque).
- Bolton L.E. et Alba J.W. (2012). "When less is more: Consumer aversion to unused utility", *Journal of Consumer Psychology*, vol. 22, n° 3, p. 369-383.
- Bourg D. et Roch P. (2012). *Sobriété volontaire, en quête de nouveaux modes de vie*, Labor et Fidès.
- Brough A. et Isaac M. (2010). "When products are valued more but sold for less: The impact of waste aversion on disposal behavior", *Advances in Consumer Research*, p. 37-42.
- Carrier J. (1990). "Gifts in a world of commodities: the ideology of the perfect gift in American society", *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, 29, p. 19-37.
- Chatzidakis A. et Lee M. (2013). "Anti-consumption as the study of reasons against", *Journal of Macromarketing*, vol. 33, n° 3, p. 190-203.
- Decrop A. (2017). *La consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage*, De Boeck Supérieur.
- Delacroix E., Guillard V., Johnson G.D. et Roux D. (2017). « Au-delà du gaspillage alimentaire : une analyse des représentations du gaspillage non alimentaire », *Congrès de l'Association française de marketing*.



- Delacroix E. et Guillard V. (2018). « Qu'est-ce que gaspiller un objet pour les consommateurs ? Triangulation des méthodes pour définir et conceptualiser le gaspillage des objets », *4<sup>e</sup> Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*.
- Denegri-Knott J. et Molesworth M. (2009). "I'll sell this and I'll buy them that": eBay and the management of possessions as stock", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 8, n° 6, p. 305-315.
- Evans D. (2011) "Blaming the consumer-once again: The social and material contexts of everyday food waste practices in some English households", *Critical Public Health*, vol. 21, n° 4, p. 429-440.
- Gotman A. (1995). *Dilapidation et prodigalité*, Armand Colin, Paris.
- Guillard V. et Pinson C. (2012). « Comprendre et identifier les consommateurs qui ont tendance à "tout" garder », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 27, n° 3, p. 57-78.
- Guillard V. et Roux D. (2015). « Dons anonymes et rencontres urbaines », *Esprit*, vol. 7, p. 40-53.
- Guillard V. et Delacroix E. (2018). « Dans quelle mesure un consommateur perçoit-il qu'il gaspille des objets ? Une approche situationnelle », *34<sup>e</sup> Colloque international de l'Association française du marketing*, Strasbourg.
- Guiot D. et Roux D. (2010). "A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers", *Journal of Retailing*, vol. 86, n° 4, p. 355-371.
- Jenkins R., Molesworth M. et Scullion R. (2014). "The messy social lives of objects: Interpersonal borrowing and the ambiguity of possession and ownership", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 13, n° 2, p. 131-139.
- Kréziak D., Prim-Allaz I., Robinot E. et Durif F. (2016). « Obsolescence perçue, décision de renouveler et destinée des produits : le cas du téléphone portable », *Décisions Marketing*, vol. 81, janvier-mars, p. 41-59.
- Lastovicka J.L. et Fernandez K.V. (2005). "Three paths to disposition: The movement of meaningful possessions to strangers", *Journal of Consumer Research*, vol. 31, n° 4, p. 813-823.
- Loewenstein G., O'Donoghue T. et Rabin M. (2003). "Projection bias in predicting future utility", *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 118, n° 4, p. 1209-1248.
- Martinet A.C. et Reynaud E. (2015). "Shareholders, stakeholders et stratégie", *Revue française de gestion*, vol. 41, n° 253, p. 297-317.
- Mauss M. (1925). *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Morey N.C. et Luthans F. (1984). "An emic perspective and ethnoscience methods for organizational research", *Academy of Management Review*, vol. 9, n° 1, p. 27-36.
- Moussaoui A. (2012). « Observer en anthropologie : immersion et distance », *Contraste*, n° 1, p. 29-46.

- Nelson M.R, Rademacher M.A. et Paek H.J. (2007). “Downshifting consumer = upshifting citizen? An examination of a local freecycle community”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, n° 1, p. 141-156.
- Ongondo F.O., Williams I.D. et Whitlock G. (2015). “Distinct urban mines: Exploiting secondary resources in unique anthropogenic spaces”, *Waste Management*, vol. 45, p. 4-9.
- Roux D. et Guillard V. (2016). “Circulation of objects between strangers in public space: An analysis of forms of sociality among disposers and gleaners”, *Recherche et applications en marketing*, vol. 31, n° 4, p. 28-46.
- Taiichi O. (1988). *Workplace Management*, Productivity Press, Cambridge.
- Veblen T. (1899). *Théorie de la classe de loisir*, Gallimard, Paris.