



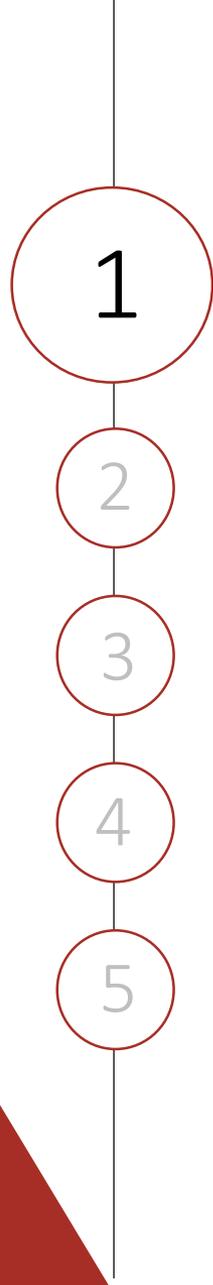
Consultation de consommateurs

Questionnaire sur l'étiquetage des
modes d'élevage

Rapport complet

SOMMAIRE

- 1 Contexte et objectifs
- 2 Méthodologie
- 3 Participation
- 4 Résultats
- 5 Conclusion

- 
- 1 Contexte et objectifs
 - 2 Méthodologie
 - 3 Participation
 - 4 Résultats
 - 5 Conclusion

Contexte et objectifs



Dans le cadre de sa mission d'organisation de débats citoyens (Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, 2014), **le CNA expérimente des outils de consultation.**



En lien avec la feuille de route liée aux États Généraux de l'Alimentation, le CNA a été saisi à l'automne 2018 par ses 4 ministères de rattachement afin d'élaborer un cahier des charges pour une **expérimentation de l'étiquetage des modes d'élevage.**



S'agissant d'un sujet en lien avec l'information du consommateur, il a été jugé pertinent d'organiser une consultation de consommateurs dans le but **d'enrichir les réflexions du groupe de concertation dédié.**

Contexte et objectifs



Membre du CNA, l'**Institut National de la Consommation** a accepté de mettre ses outils et ses compétences au service de cette expérimentation.



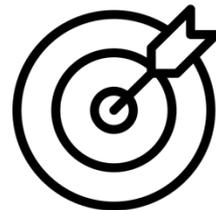
Il était attendu que l'échantillon soit redressé afin d'obtenir des résultats représentatifs de la société française.



Il a été retenu de diffuser par voie numérique un questionnaire de 35 questions auprès d'un échantillon de consommateurs.

Contexte et objectifs

Le questionnaire avait pour objectif d'apporter des éléments de réponse à deux questions



①

Quel est le degré d'appropriation du marquage sur les œufs (0,1,2,3) par les participants ?

②

Quelles sont les attentes des participants en matière d'étiquetage des modes d'élevage ?

1

Contexte et objectifs

2

Méthodologie

3

Participation

4

Résultats

5

Conclusion

Méthodologie - Questionnaire



- Questionnaire **auto-administré en ligne** programmé sur le logiciel Sphinx iQ2, **compatible sur PC, Smartphone et Tablette.**

Consultation sur les produits alimentaires

Seriez-vous intéressé(e) par la mise en place d'un système d'étiquetage sur la viande, selon la même logique que celui des œufs ?

C'est à dire : sur la base d'un code numérique intégrant, selon les filières, des critères tels que l'accès au plein air des animaux, leur alimentation, la nature de la litière etc.

Une seule réponse possible

Oui, très intéressé

Oui, plutôt intéressé

Non, plutôt pas intéressé

Non, pas du tout intéressé

Sans opinion

INC INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

CNA Conseil National de l'Alimentation

Powered by Sphinx

Consultation sur les produits alimentaires

Parmi les labels officiels suivants, lesquels connaissez-vous ?

Plusieurs réponses possibles, cliquez sur les images pour répondre

Agriculture biologique

Appellation Origine Contrôlée / Appellation Origine Protégée

Label rouge

Indication Géographique Protégée

Spécialité traditionnelle garantie

Je n'en connais aucun

INC INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

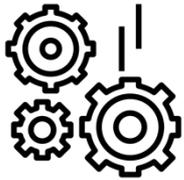
CNA Conseil National de l'Alimentation

Powered by Sphinx



- Durée moyenne réelle du questionnaire de **18 minutes.**
- Réponses récoltées du 29 novembre 2018 au 01 janvier 2019.

Méthodologie – Traitements statistiques



- Un **redressement** a été effectué pour **s'assurer** de la **représentativité** des réponses. La méthode de pondération utilisée est le calage sur marges.

- Données redressées sur les critères de :
 - **sexe, âge, région, taille d'agglomération** et de **catégorie socioprofessionnelle** de l'individu selon le recensement INSEE de 2014 ;
 - taux de **lecteurs du magazine 60 millions de consommateurs** d'après une étude Ipsos interne à l'INC de 2017.

Méthodologie – détail calage sur marge

Le redressement permet de réduire la parole des profils surreprésentés et d'augmenter celle des profils sous-représentés.

La méthode de pondération pour le redressement des données que nous avons utilisée est appelée « calage sur marges ».

À partir des données de l'échantillon interrogé, un logiciel calcule les pondérations (le poids) de chaque répondant et les rapproche d'un échantillon de données représentatives de la population française.

Les données de redressement que nous avons utilisées (les marges) sont celles du recensement 2014 de l'INSEE sur les critères suivants : le sexe, l'âge, la région, la taille d'agglomération et la catégorie socioprofessionnelle de l'individu.

À ces données, a été ajoutée la variable relative aux lecteurs du magazine 60 millions de consommateurs pour supprimer le biais du recrutement, puisque il a été en parti effectué par les réseaux du magazine.

Méthodologie – Limitation des biais

Toute méthode de recueil d'information comporte des biais. Nous avons cherché à les atténuer au maximum.

- ✓ **Questions les plus neutres possibles**, portant sur de l'intérêt et des informations personnelles simples à répondre pour un déclaratif au plus proche de la réalité.
- ✓ Questionnaire en ligne compatible **sur tous types de supports numériques** et **partage du questionnaire** par divers moyens : e-mail dédié, newsletter, post sur les réseaux sociaux... et divers organisations : 60 millions de consommateurs, INC, associations de consommateurs du CNA, CTCRC*, etc.
- ✓ **Redressement réalisé pour assurer la représentativité de l'échantillon** et corriger le biais de recrutement des lecteurs de 60 millions de consommateurs.

Méthodologie

Lecture des résultats



- Les résultats doivent être lu en tenant compte des marges d'erreur : 0,3 à 1,6 points pour un échantillon de 3732 répondants.

1

Contexte et objectifs

2

Méthodologie

3

Participation

4

Résultats

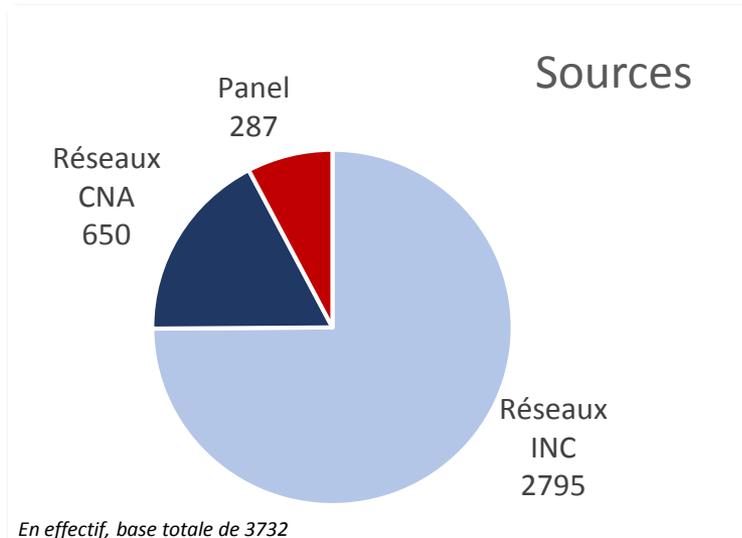
5

Analyse

Participation

Questionnaire diffusé sur les réseaux du CNA retenus et les différents réseaux de l'INC (dont 60 millions de consommateurs et les CTCR*), notamment via des newsletter et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn).

Un complément d'interviews a été ajouté via un panel externe.



3732 répondants notamment issus des réseaux de l'INC.

Un échantillon robuste, 3,7 fois plus important que les sondages représentatifs habituels.

Participation

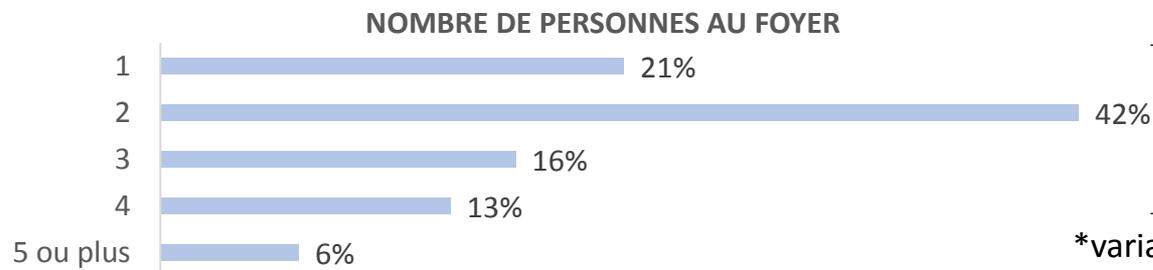
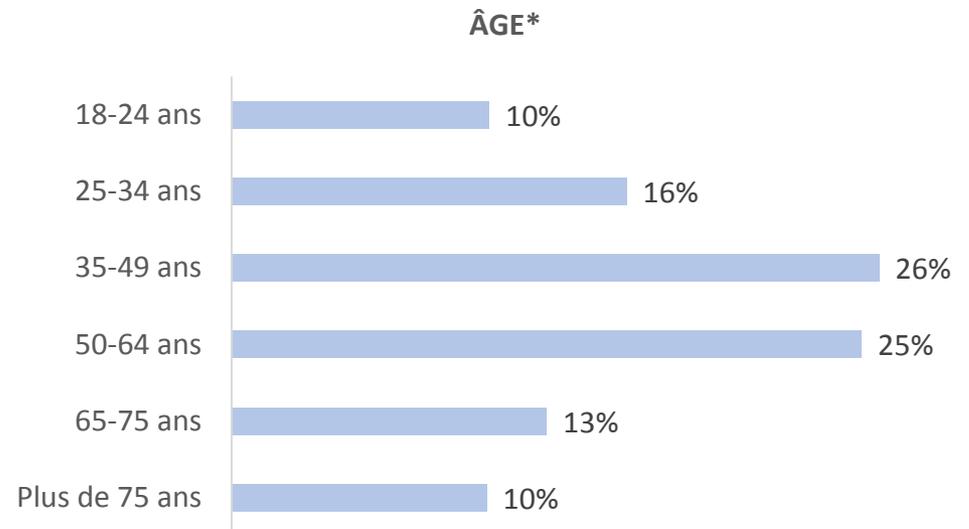
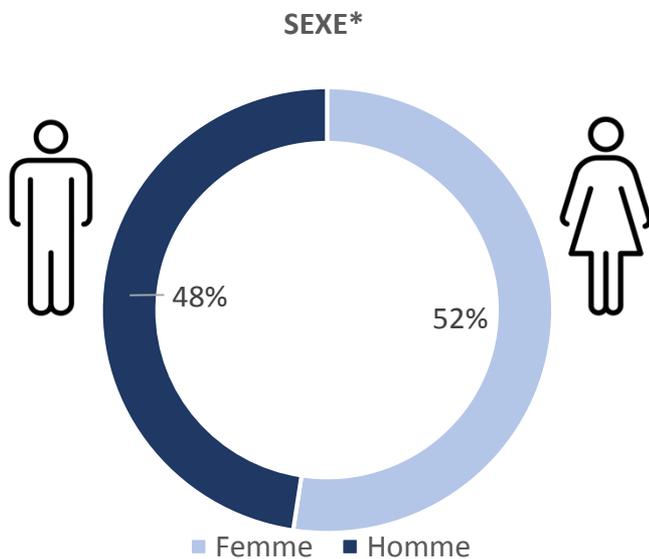
La grande majorité de l'échantillon ne fait pas partie d'organisation en lien avec le sujet de l'étude.

Q30. Êtes-vous, à titre professionnel ou personnel, membre actif, d'une ou plusieurs des organisations suivantes :



Participation

Un profil représentatif de la population française en termes de sexe et d'âge.



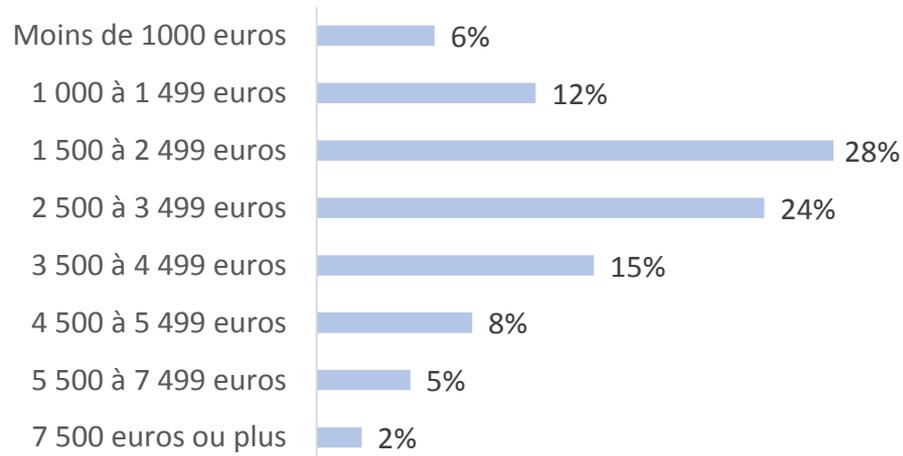
Moyenne de 2,43

*variables redressées Insee 2014

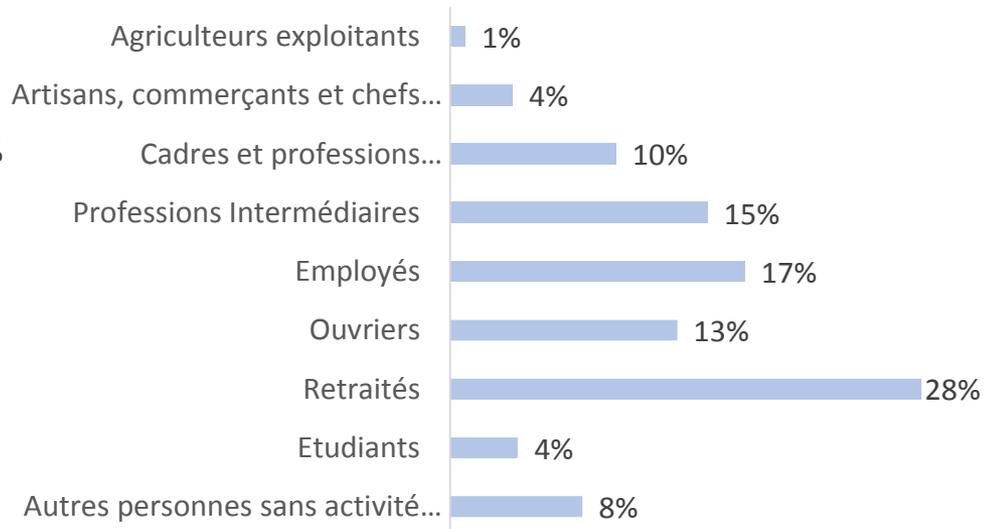
Participation

Un profil représentatif de la population française en termes de profession.

REVENUS NETS PAR MOIS



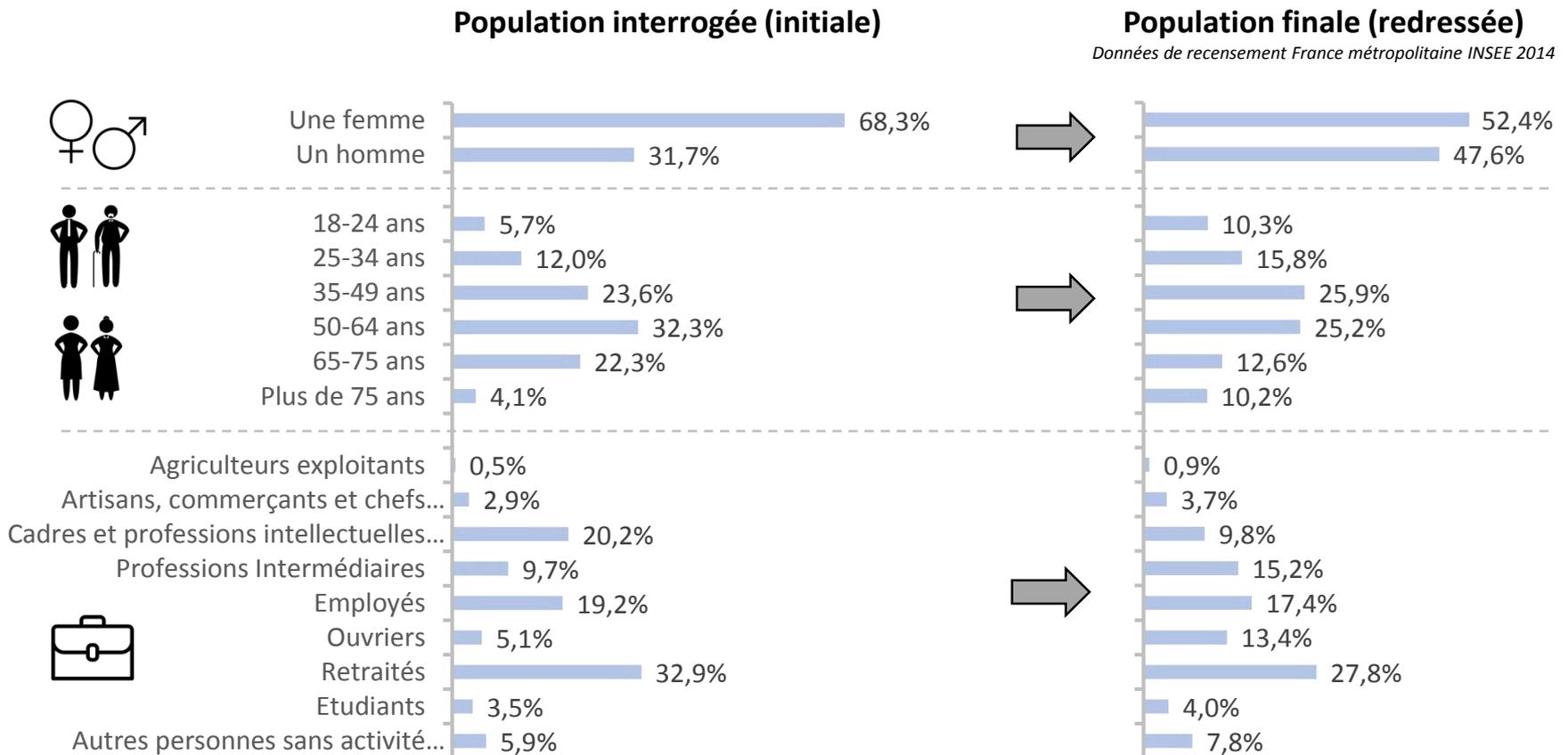
CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DU RÉPONDANT*



*variables redressées Insee 2014

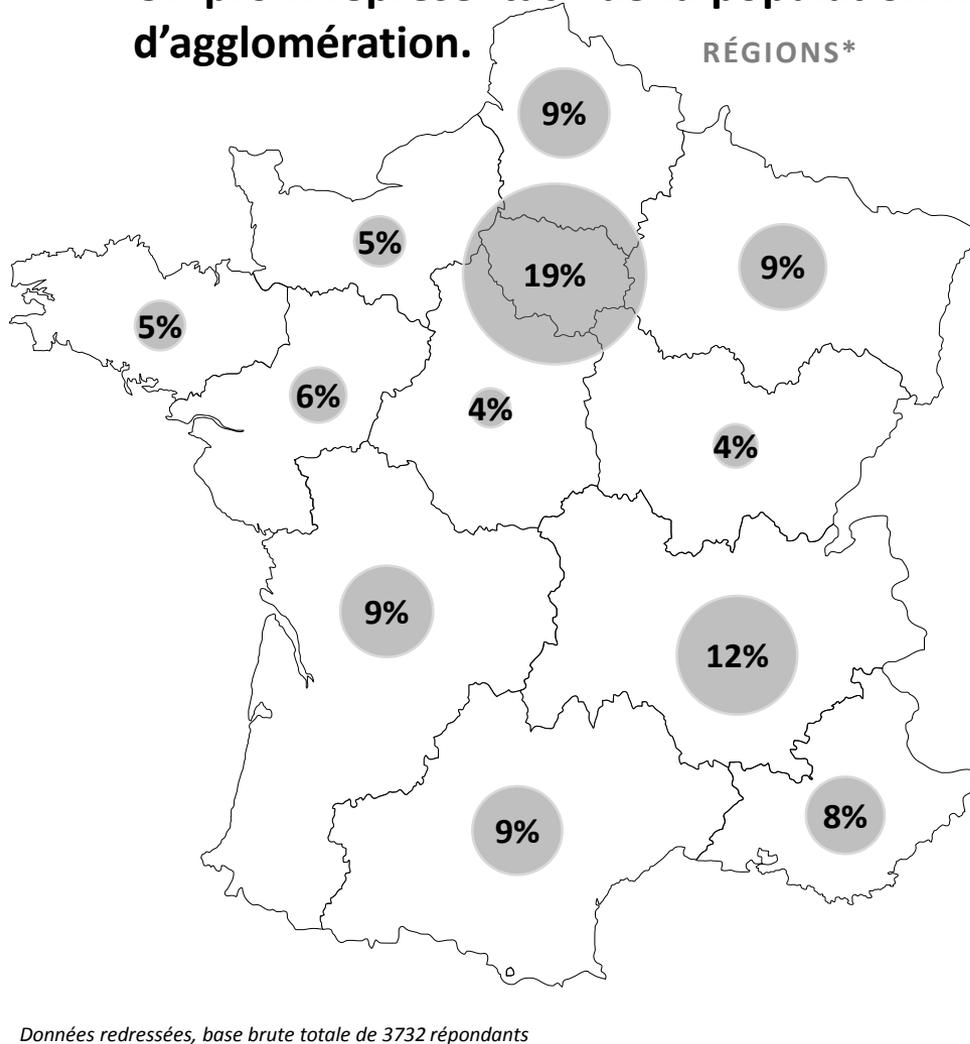
Participation

Pour obtenir un échantillon représentatif, les critères suivants ont été redressés (1/2) :

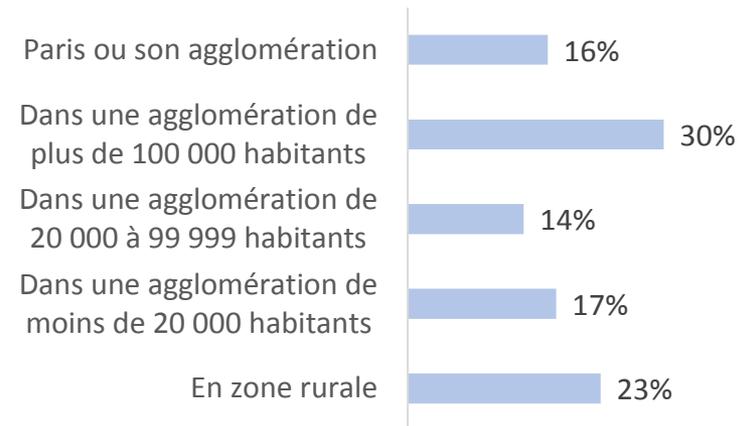


Participation

Un profil représentatif de la population française en termes de région et taille d'agglomération.



TAILLE D'AGGLOMÉRATION*



*variables redressées Insee 2014

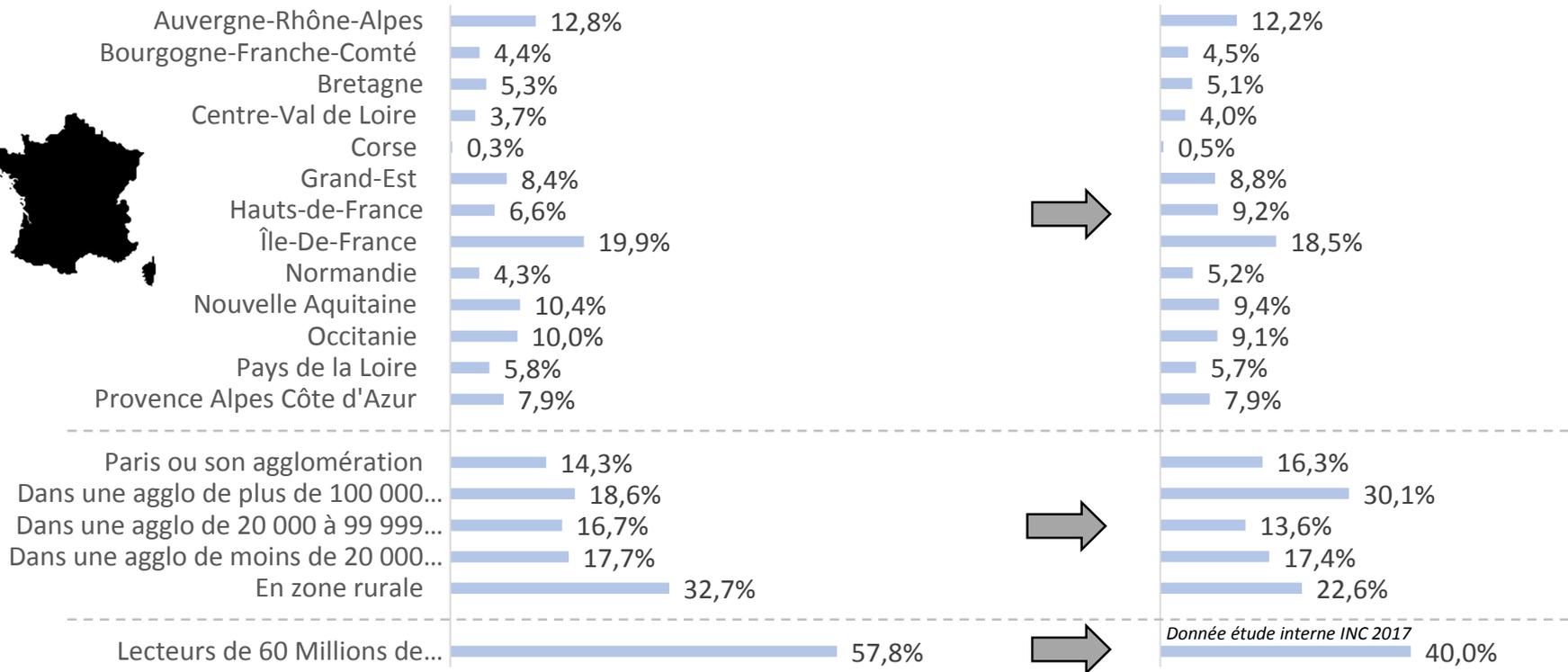
Participation

Pour obtenir un échantillon représentatif, les critères suivants ont été redressés (2/2) :

Population interrogée (initiale)

Population finale (redressée)

Données de recensement France métropolitaine INSEE 2014



1

Contexte et objectifs

2

Méthodologie

3

Participation

4

Résultats

5

Conclusion



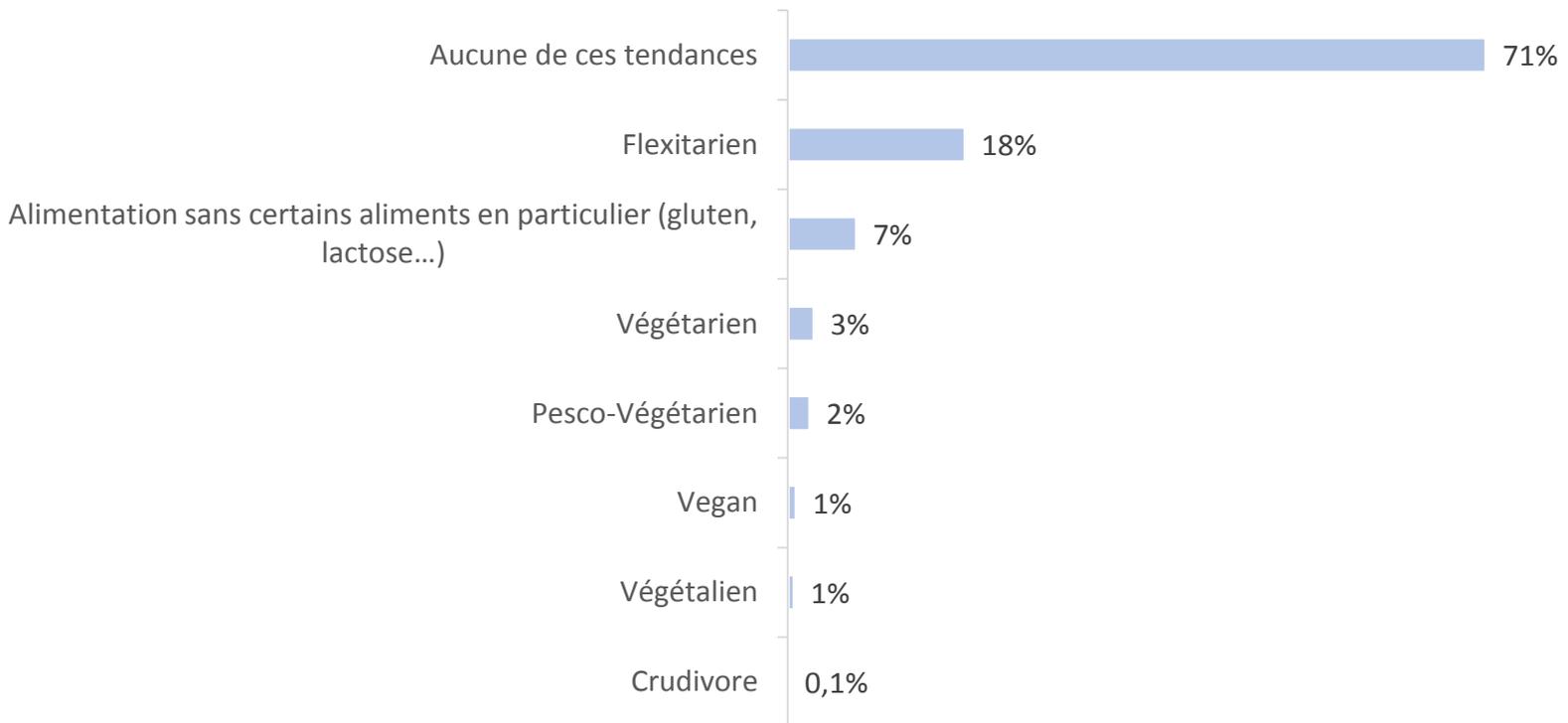
Habitudes et perceptions des participants en lien avec l'alimentation

Résultats (1/4)

Résultats (1/4) – Habitudes et perceptions en lien avec l'alimentation

TENDANCES ALIMENTAIRES – Un tiers des participants ont un régime alimentaire. La répartition de ces tendances alimentaires est confirmée par d'autres études sur le sujet.

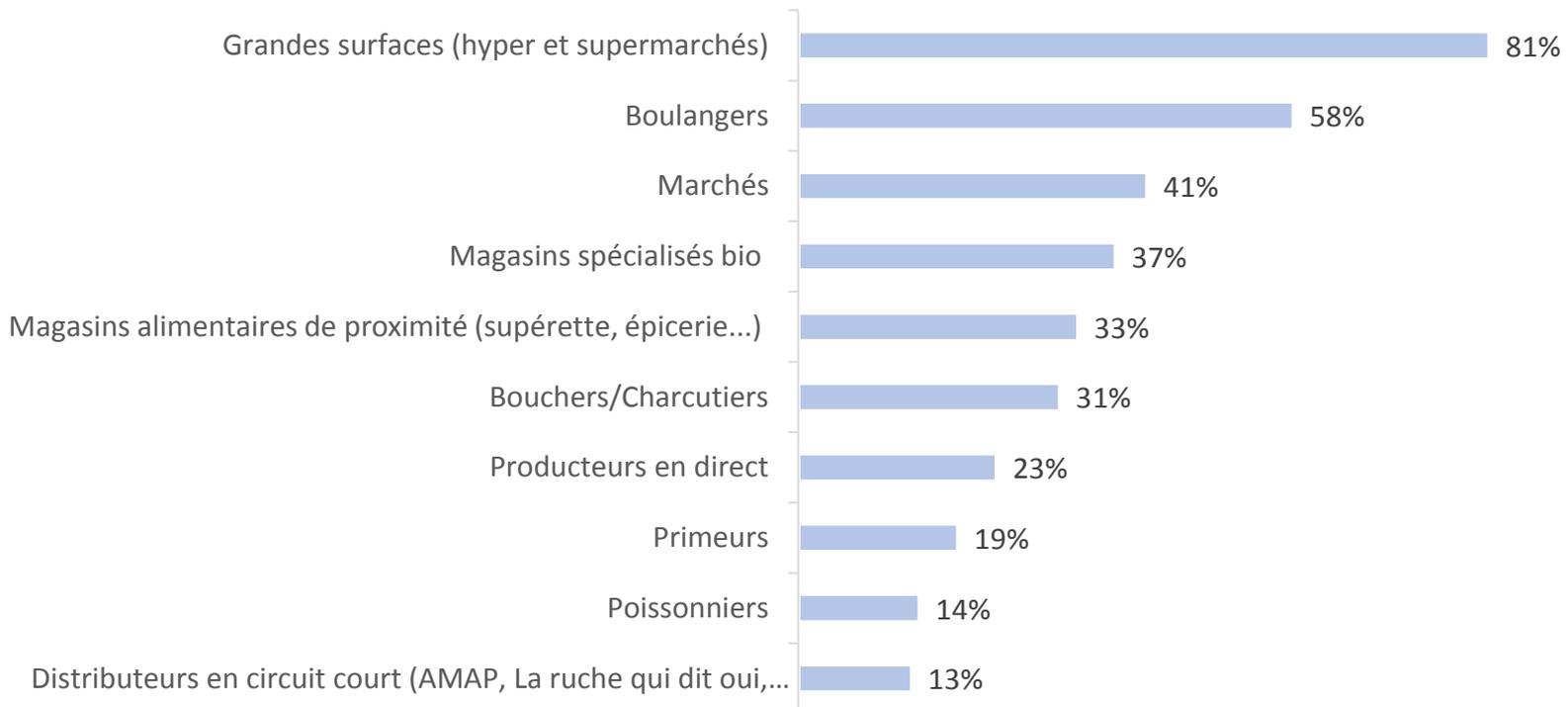
Q.7 Suivez-vous l'une des des tendances alimentaires suivantes ?



Résultats (1/4) – Habitudes et perceptions en lien avec l'alimentation

TENDANCES ALIMENTAIRES - Une prédominance des grandes surfaces dans les achats des participants.

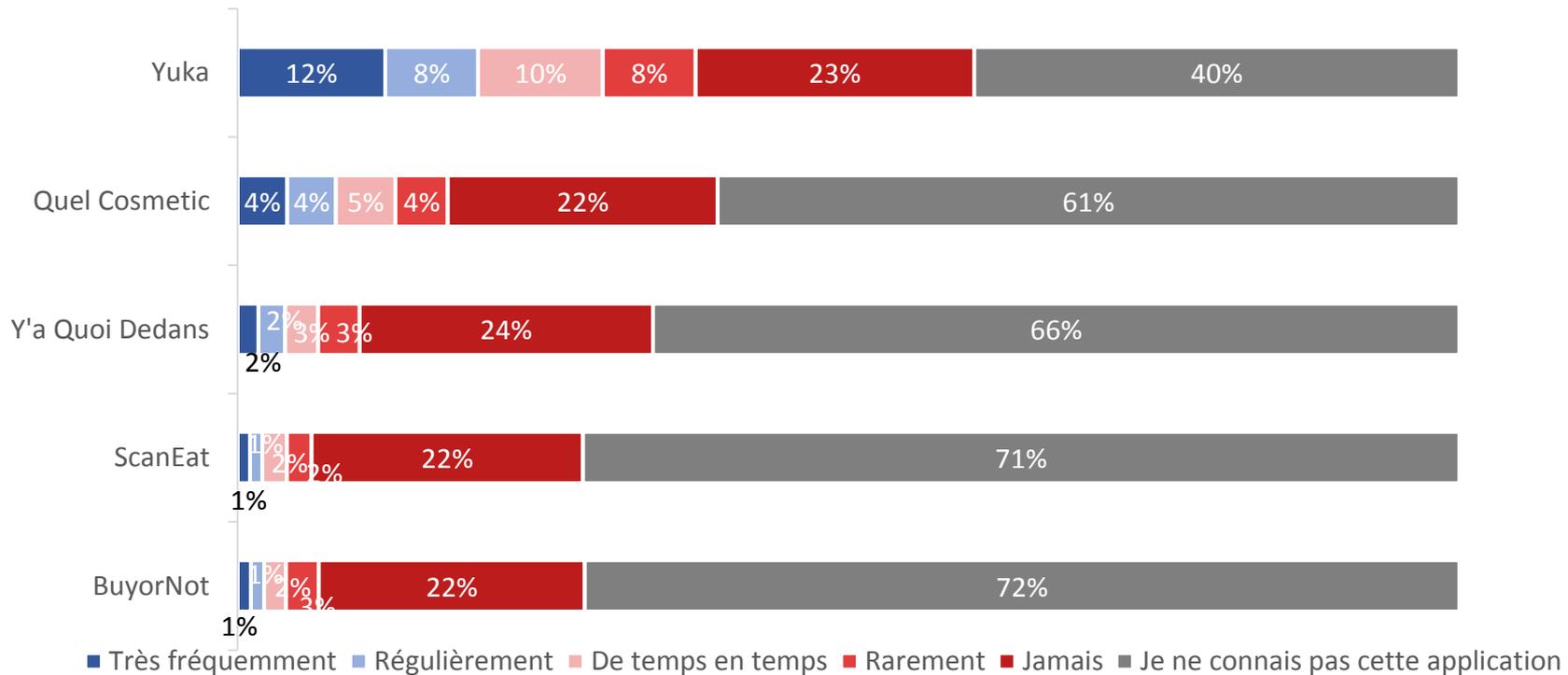
Q.8 Dans quels commerces avez-vous l'habitude de faire vos achats alimentaires ?



Résultats (1/4) – Habitudes et perceptions en lien avec l'alimentation

TENDANCES ALIMENTAIRES – Les applications d'information sur les produits sont globalement peu connues et peu utilisées des participants, à l'exception de Yuka.

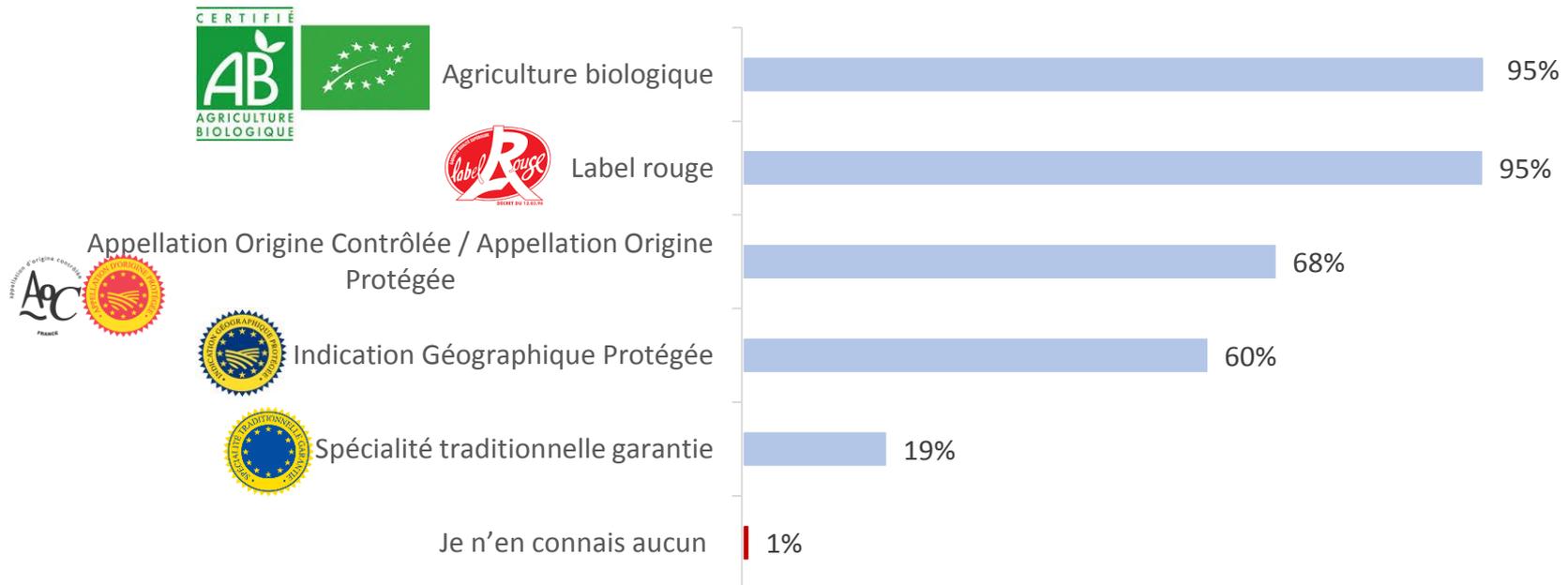
Q.29 : À quelle fréquence utilisez-vous les applications d'informations sur les produits suivantes ?



Résultats (1/4) – Habitudes et perceptions en lien avec l'alimentation

LABELS – Agriculture biologique et Label Rouge : les labels les plus connus.

Q.14 Parmi les labels officiels suivants, lesquels connaissez-vous ?



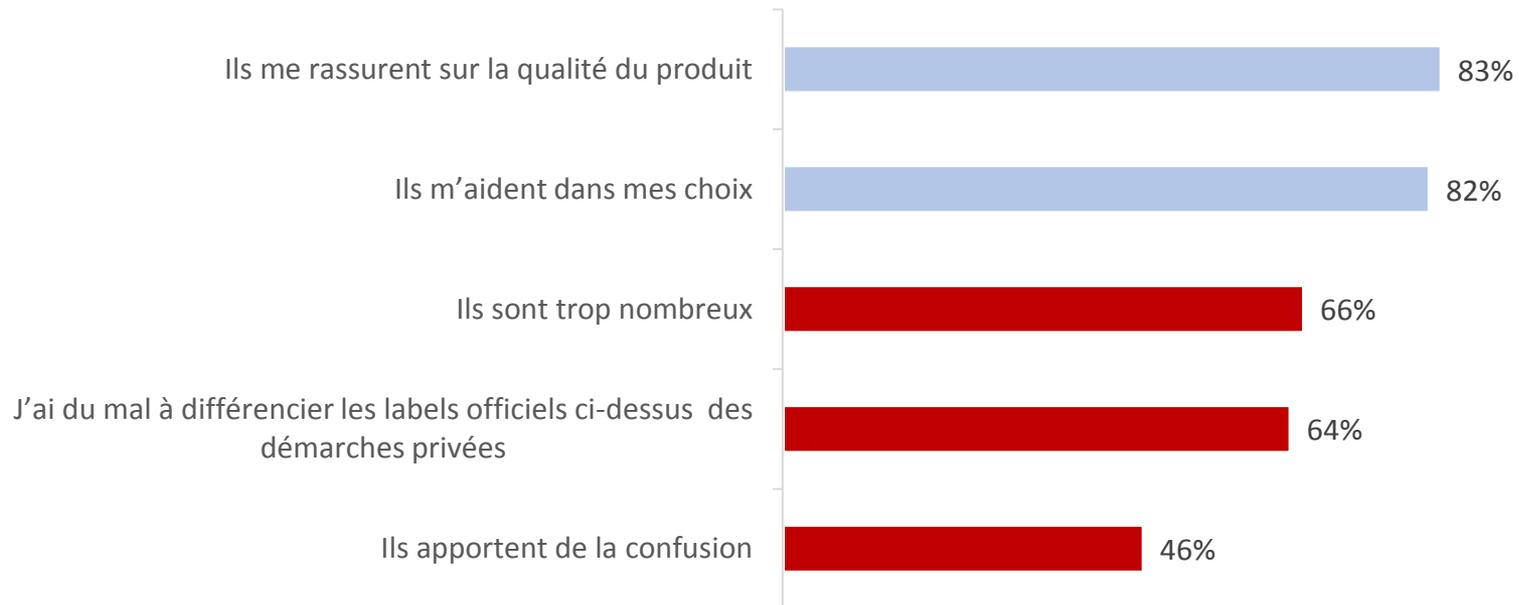
➔ **Faible notoriété du label « Spécialité traditionnelle garantie ».**

Résultats (1/4) – Habitudes et perceptions en lien avec l'alimentation

LABELS - Des labels considérés comme utiles mais trop nombreux.

Q.15 Concernant les labels officiels (BIO, Label Rouge, IGP, AOP AOC, STG) apposés sur les produits, quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes ?

(pourcentage de participants se disant « d'accord » avec l'affirmation)





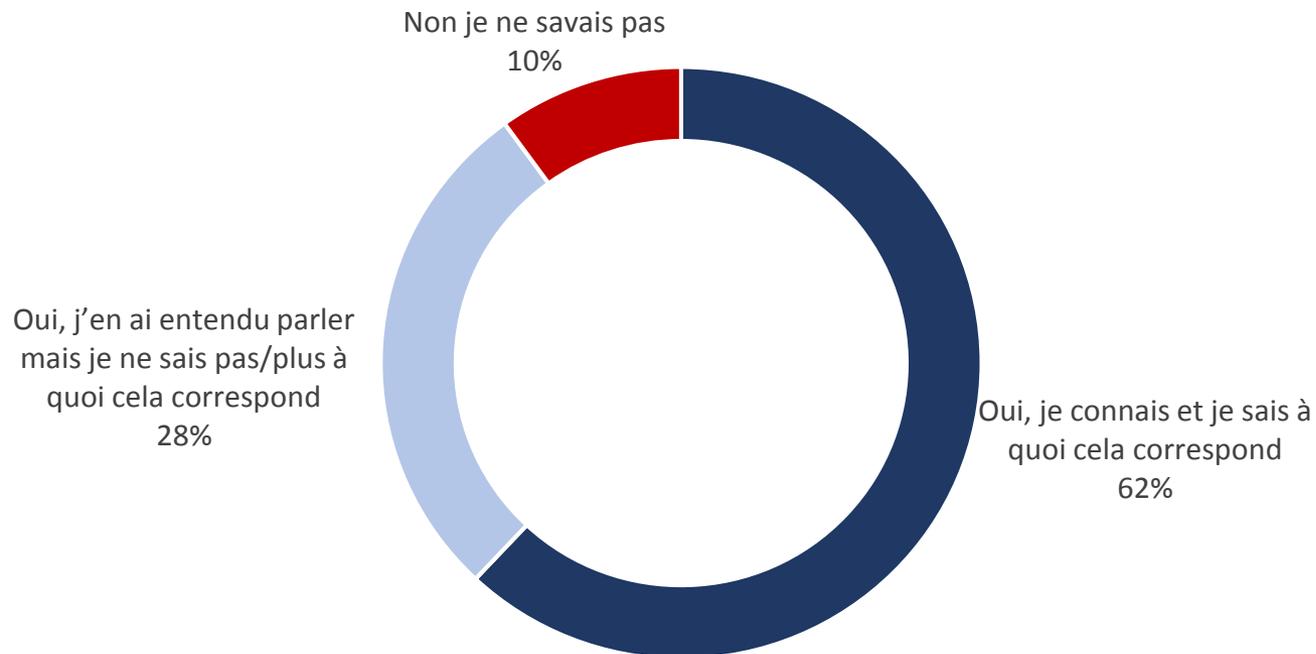
Appropriation du marquage des œufs

Résultats (2/4)

Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

La grande majorité des participants sait qu'un marquage des œufs existe.

Q.16 : Les œufs commercialisés en France sont marqués sur la coquille par un code allant de 0 à 3. En avez-vous entendu parler ?

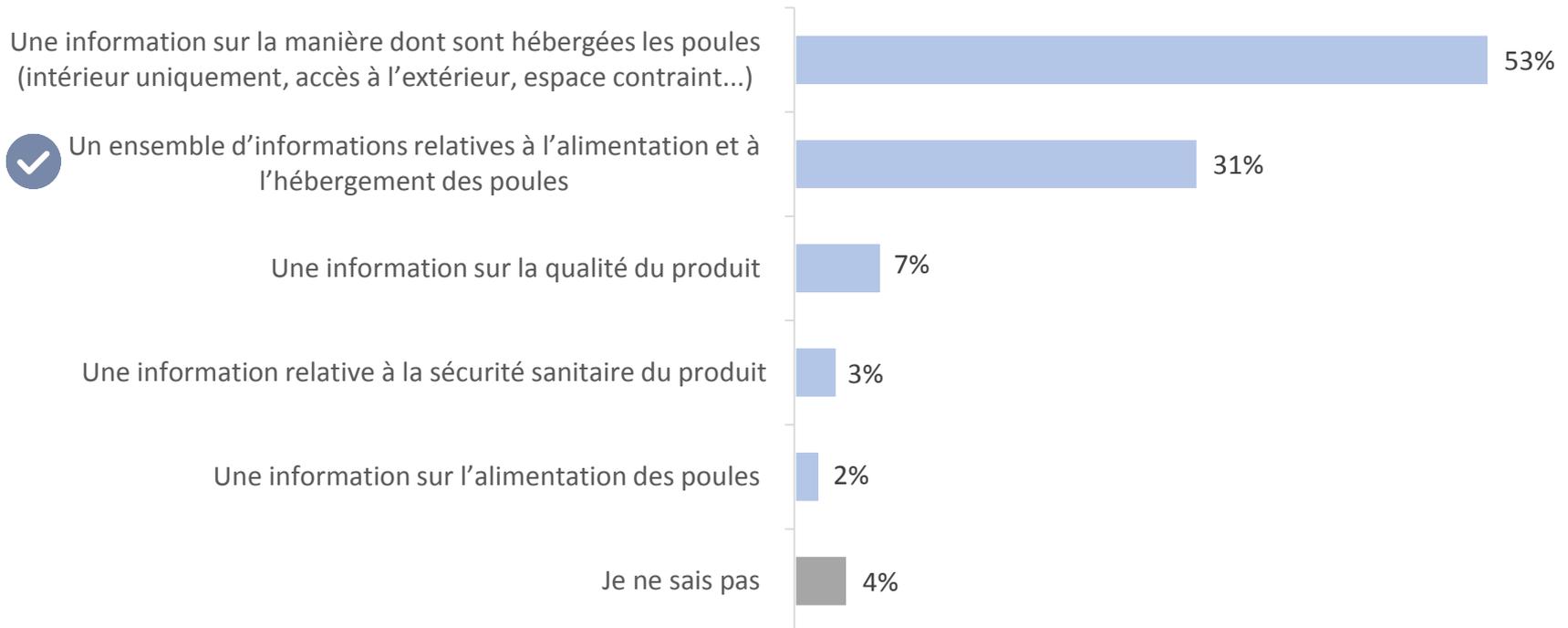


Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

Ce code est majoritairement associé à une information sur le mode d'hébergement des poules.

Q.17 : D'après vous, à quoi correspond ce code sur les œufs ?

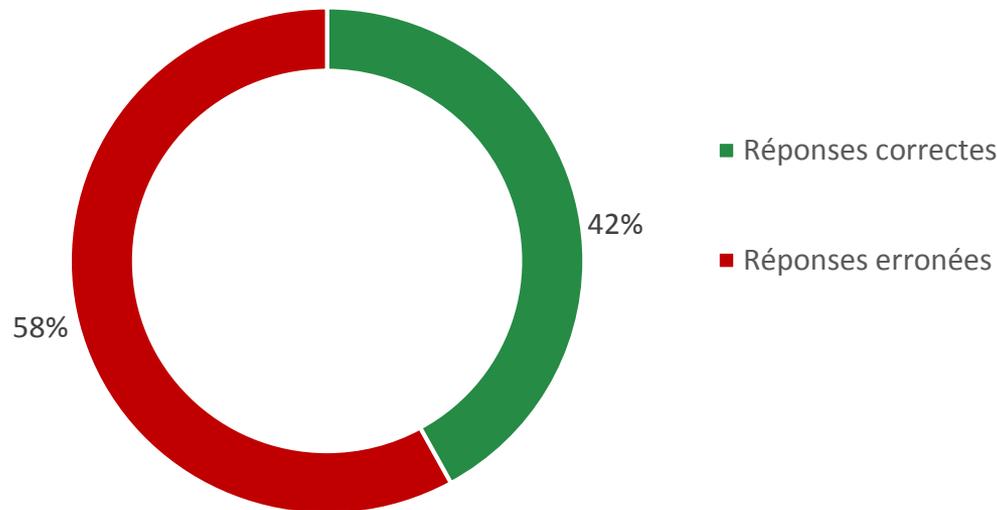
Base connaît ou a entendu parlé du système



Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

Moins de la moitié des participants connaît la signification des codes 0, 1, 2, 3.

Q.18 : Selon vous, quel est le code correspondant à chacun des modes d'élevage suivants : bio, plein air, en bâtiment au sol, en cage ?



18% des erreurs renvoient à une inversion de la signification des codes 0, 1, 2, 3 (3 = bio / 0 = en cage).

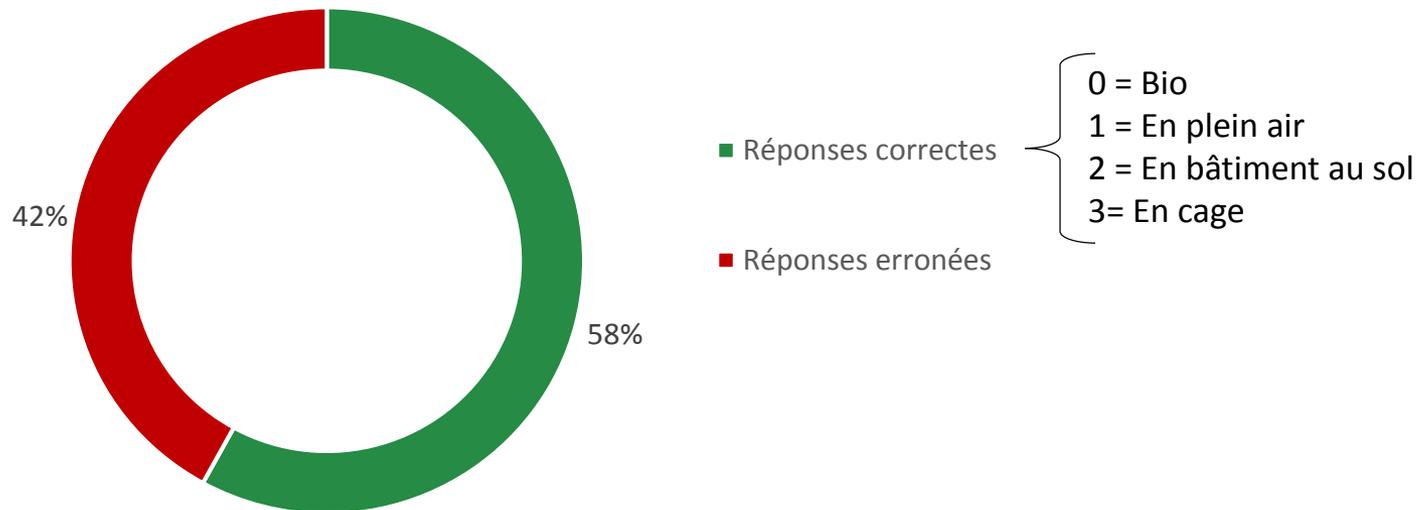
Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

42% des participants qui déclarent connaître la signification des codes se trompent dans leurs réponses.

Q.18 : Selon vous, quel est le code correspondant à chacun des modes d'élevage suivants : bio, plein air, en bâtiment au sol, en cage ?

Base déclare connaître la signification des codes

(Q16 = Oui, je connais et je sais à quoi cela correspond)



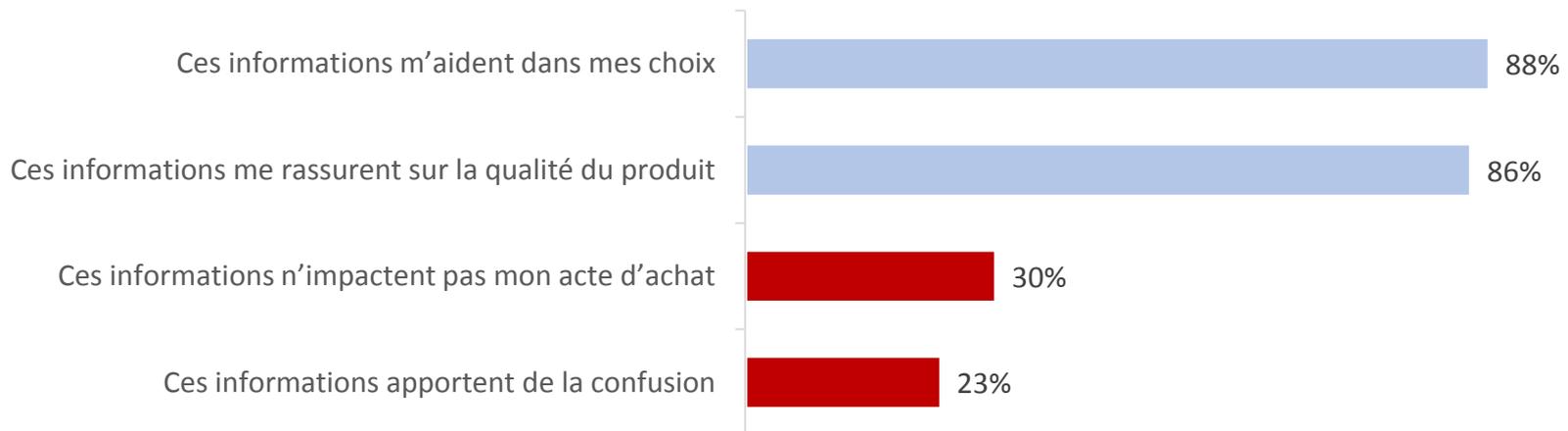
5% des erreurs renvoie à une inversion de la signification des codes 0, 1, 2, 3 (3 = bio / 0 = en cage).

Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

Lors de leurs achats d'œufs, la majorité des participants fait usage des informations relatives aux modes d'élevage des poules.

Q.21 : Concernant les informations sur le mode d'élevage des poules (bio, plein air...) apposées sur les boîtes d'œufs en magasin, quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes ?

(en pourcentage de participants se disant « d'accord » avec l'affirmation)

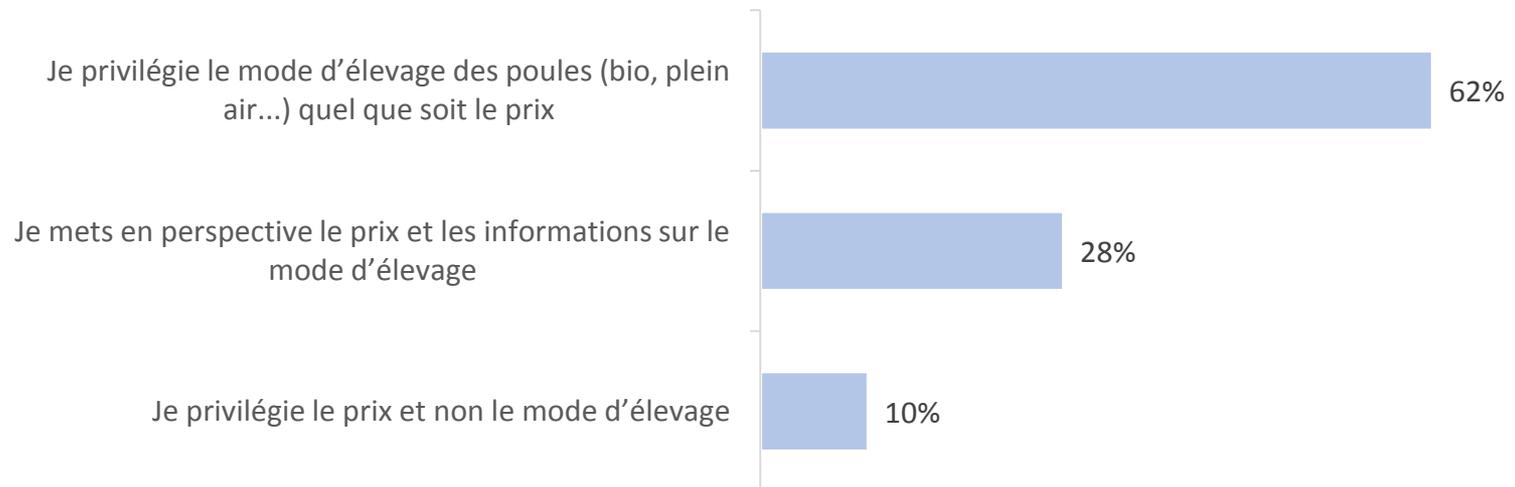


➔ **Cette information semble faciliter la décision lors de l'acte d'achat.**

Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

La majorité des participants dit privilégier le mode d'élevage des poules au prix dans leurs achats d'œufs.

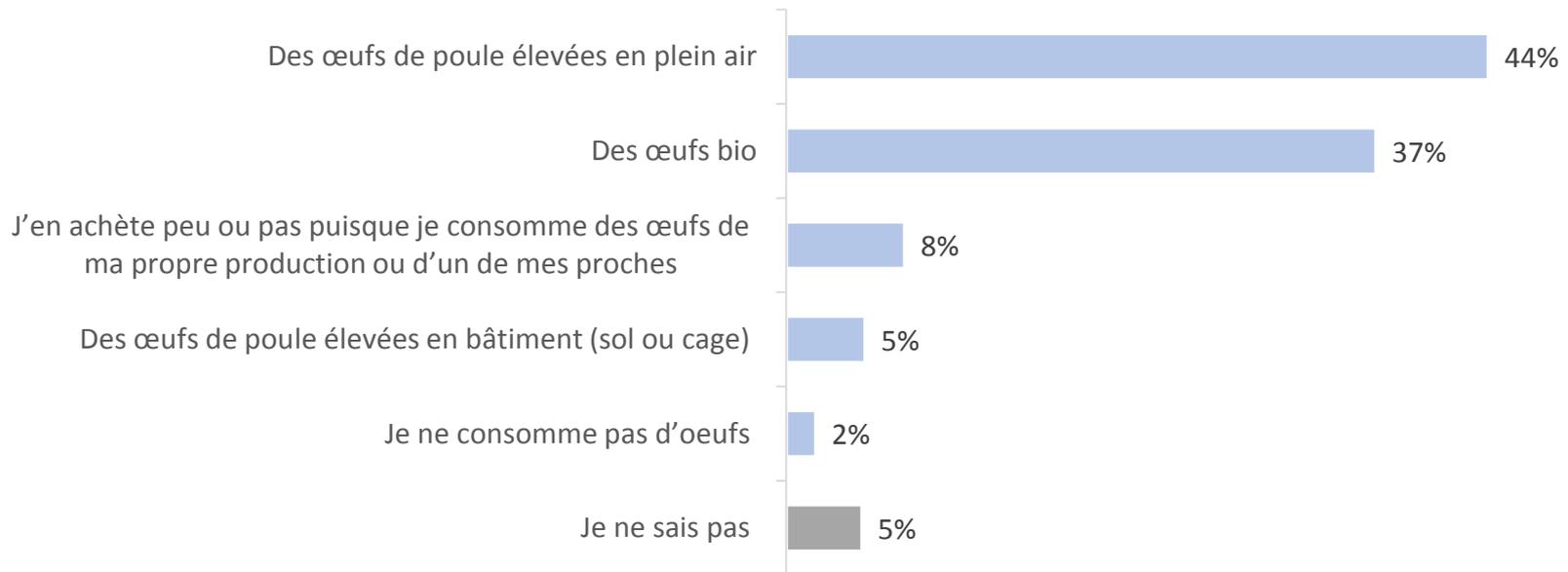
Q.20 : Lorsque vous achetez des œufs, quelle phrase vous correspond le plus dans le choix du produit ?



Résultats (2/4) – Appropriation du marquage des œufs

La majorité des participants dit avoir l'habitude d'acheter des œufs de poules élevées en plein air.

Q.20 : Vous concernant, quel type d'œuf avec-vous le plus l'habitude d'acheter ?





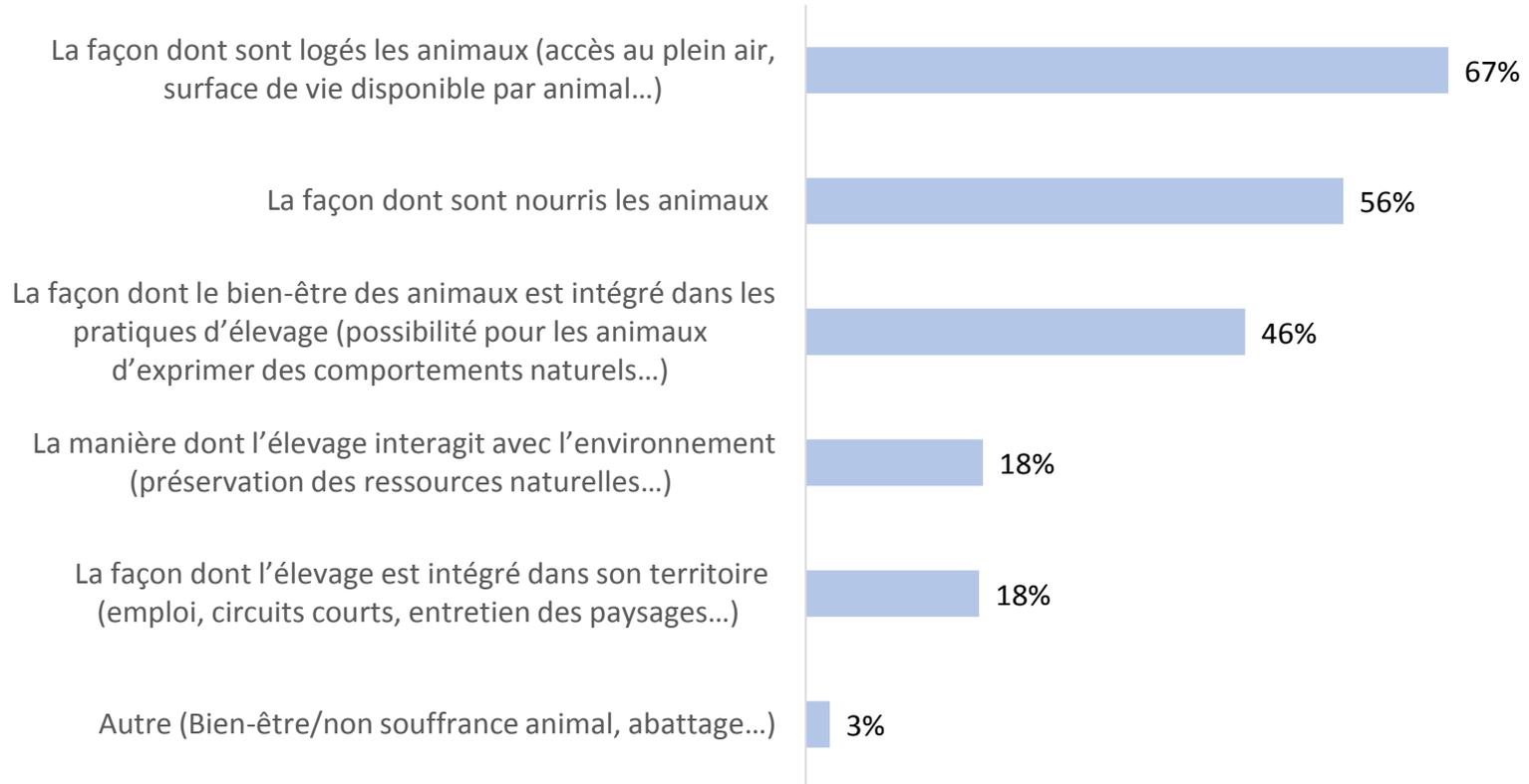
Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

Résultats (3/4)

Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

Le terme « mode d'élevage » évoque en priorité chez les participants les notions d'hébergement, d'alimentation des animaux et de bien-être animal.

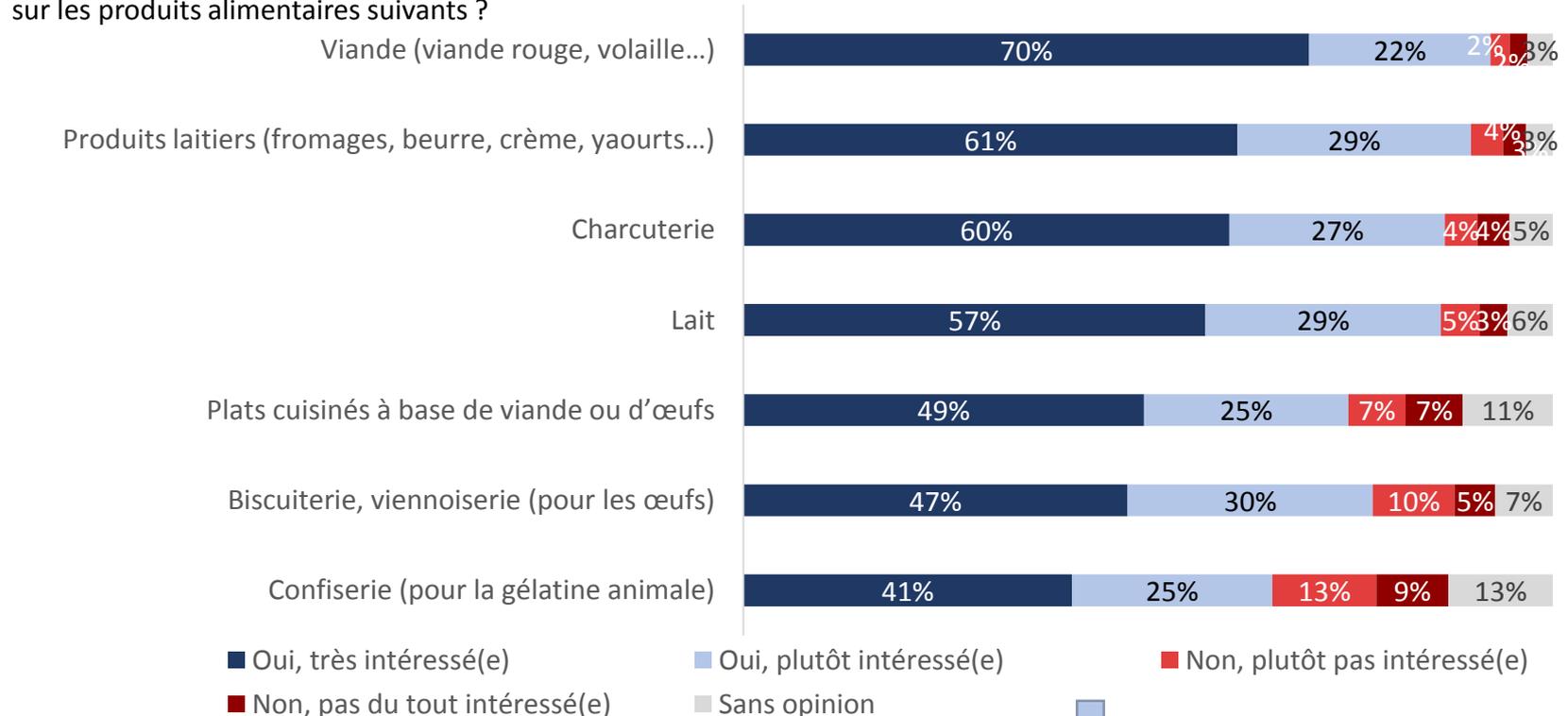
Q.9 : Qu'évoque pour vous le terme « mode d'élevage » ? (*plusieurs réponses possibles*)



Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

Les participants se disent globalement intéressés par la mise en place d'un étiquetage des modes d'élevage. L'intérêt est particulièrement marqué pour la viande et les produits laitiers.

Q.10 : Seriez-vous intéressé(e) par un affichage d'informations relatives aux modes d'élevage (alimentation, accès au plein air...) sur les produits alimentaires suivants ?



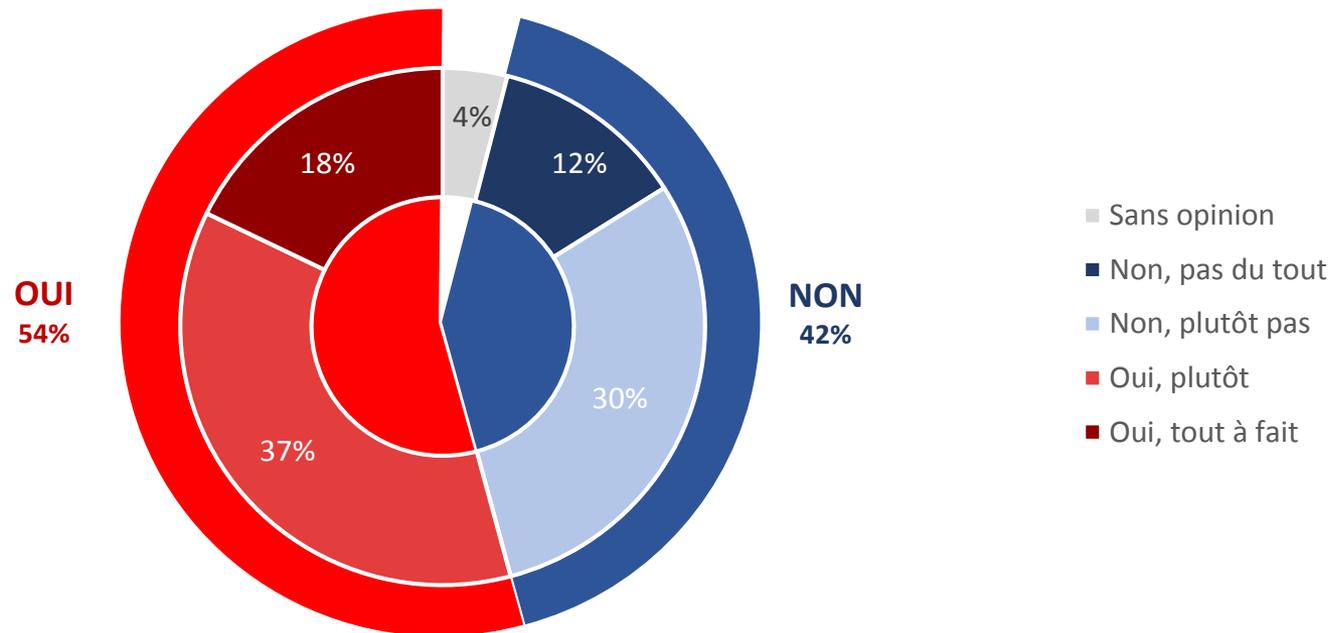
54% Très ou plutôt intéressé pour tous les produits

38

Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

La majorité des participants se disent prêts à payer plus cher leurs produits alimentaires pour pouvoir bénéficier d'un système d'information relatif aux modes d'élevages.

Q.11 ter : Seriez-vous prêt à payer plus cher vos produits alimentaires pour pouvoir bénéficier de ce système d'information relatif aux modes d'élevage sur les emballages ou étiquettes des produits alimentaires ?

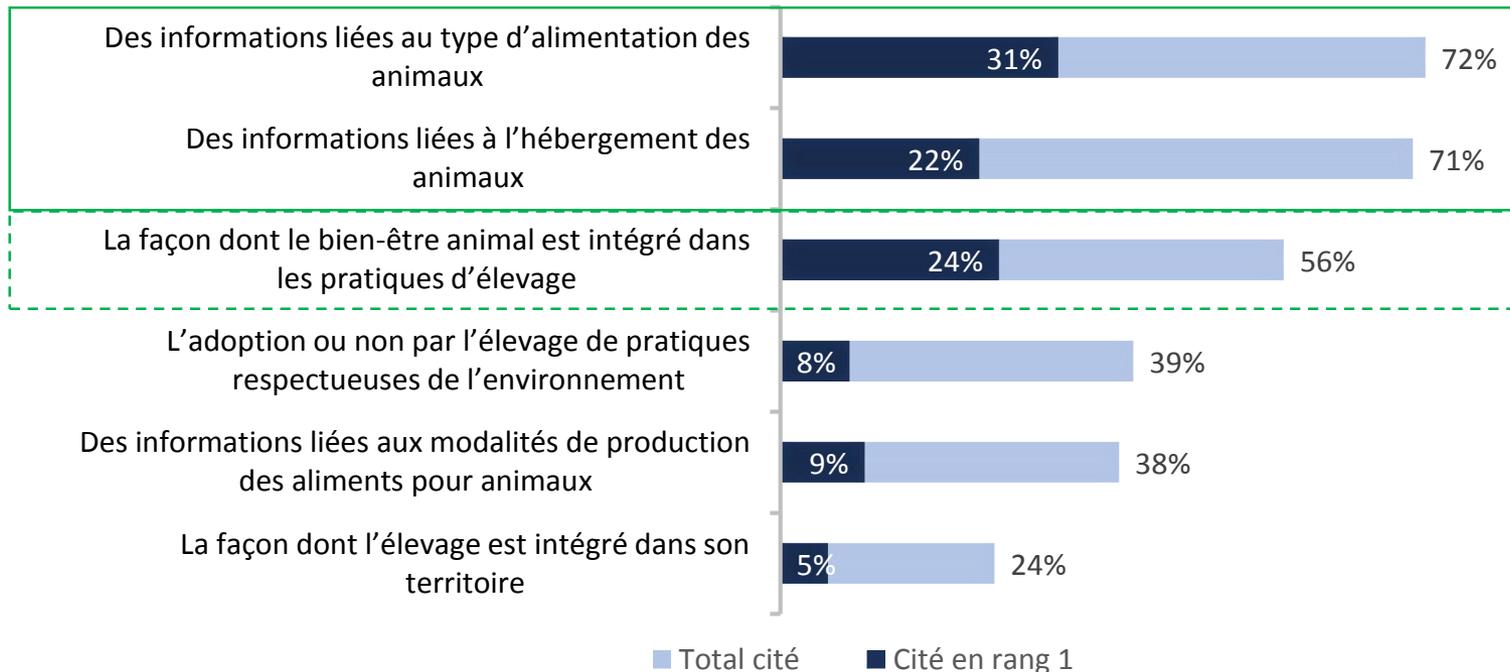


Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

L'alimentation, l'hébergement et le bien-être animal comme critères privilégiés pour un système d'étiquetage des modes d'élevage.

Q.11 Par ordre d'importance, quelles sont les trois informations parmi les suivantes que vous souhaiteriez inclure dans un système d'étiquetage du mode d'élevage des animaux ?

Base intéressés par l'affichage



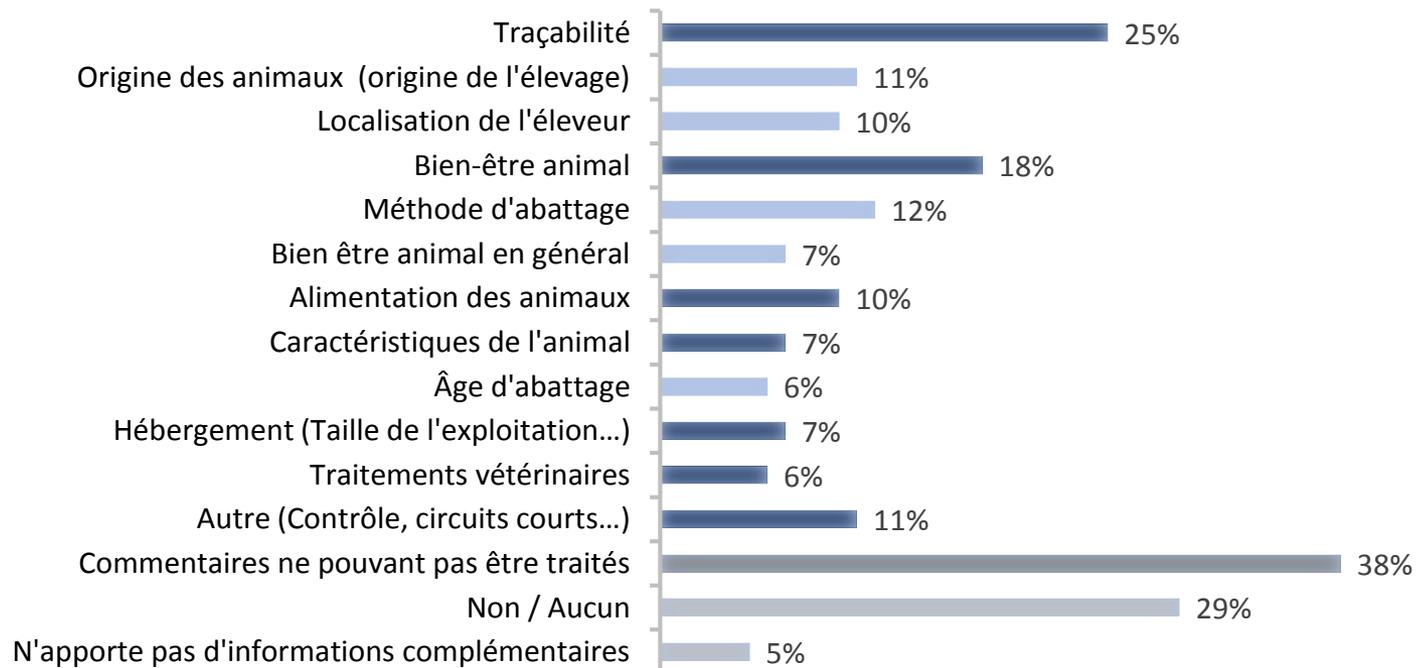
Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

L'origine des animaux, la localisation de l'éleveur et la méthode d'abattage sont les propositions supplémentaires les plus citées pour une intégration dans le système d'étiquetage.

Q.11 bis Souhaiteriez-vous inclure d'autres informations dans un système d'étiquetage du mode d'élevage des animaux ?

35% Ont précisé vouloir inclure d'autres informations :
Base intéressés par l'affichage

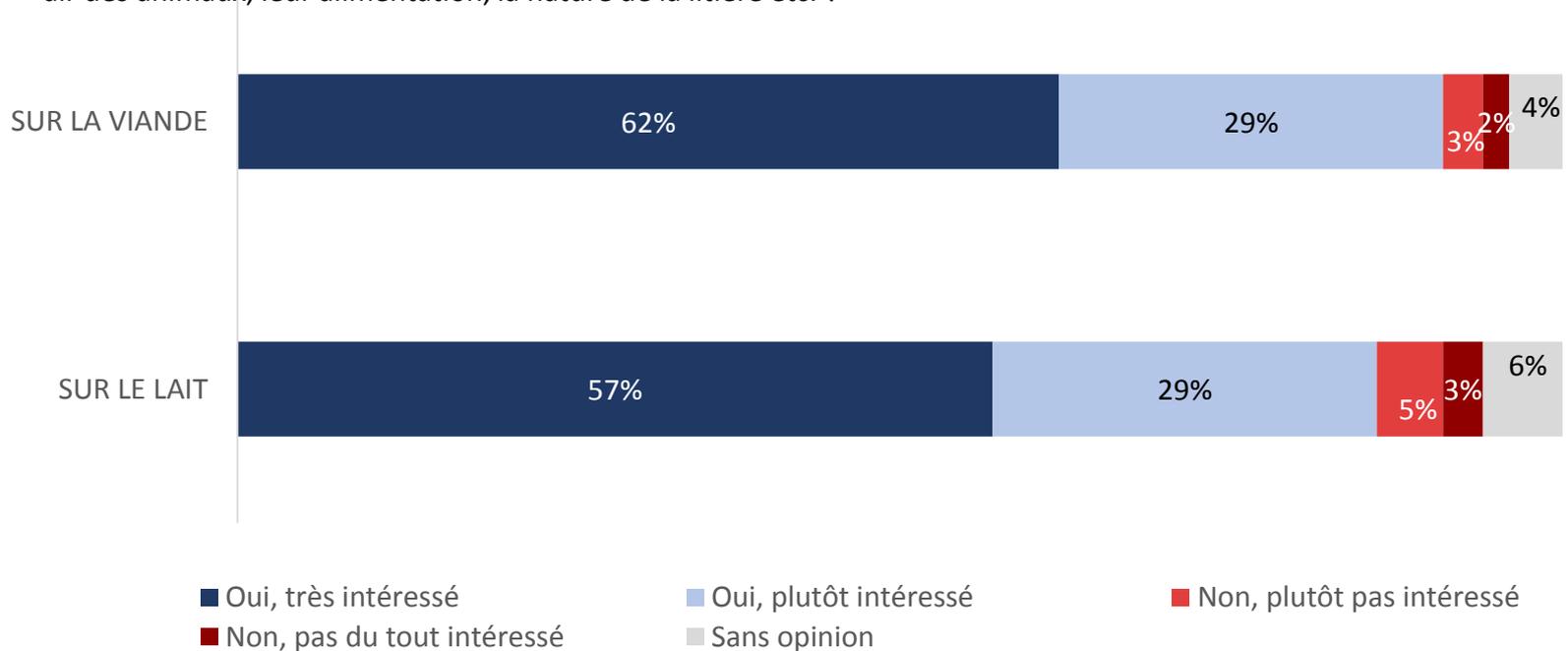
Base ont précisé vouloir inclure d'autres information



Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

La majorité des participants se disent intéressés par la mise en place d'un système d'étiquetage sur la viande et le lait selon la même logique que celui des œufs.

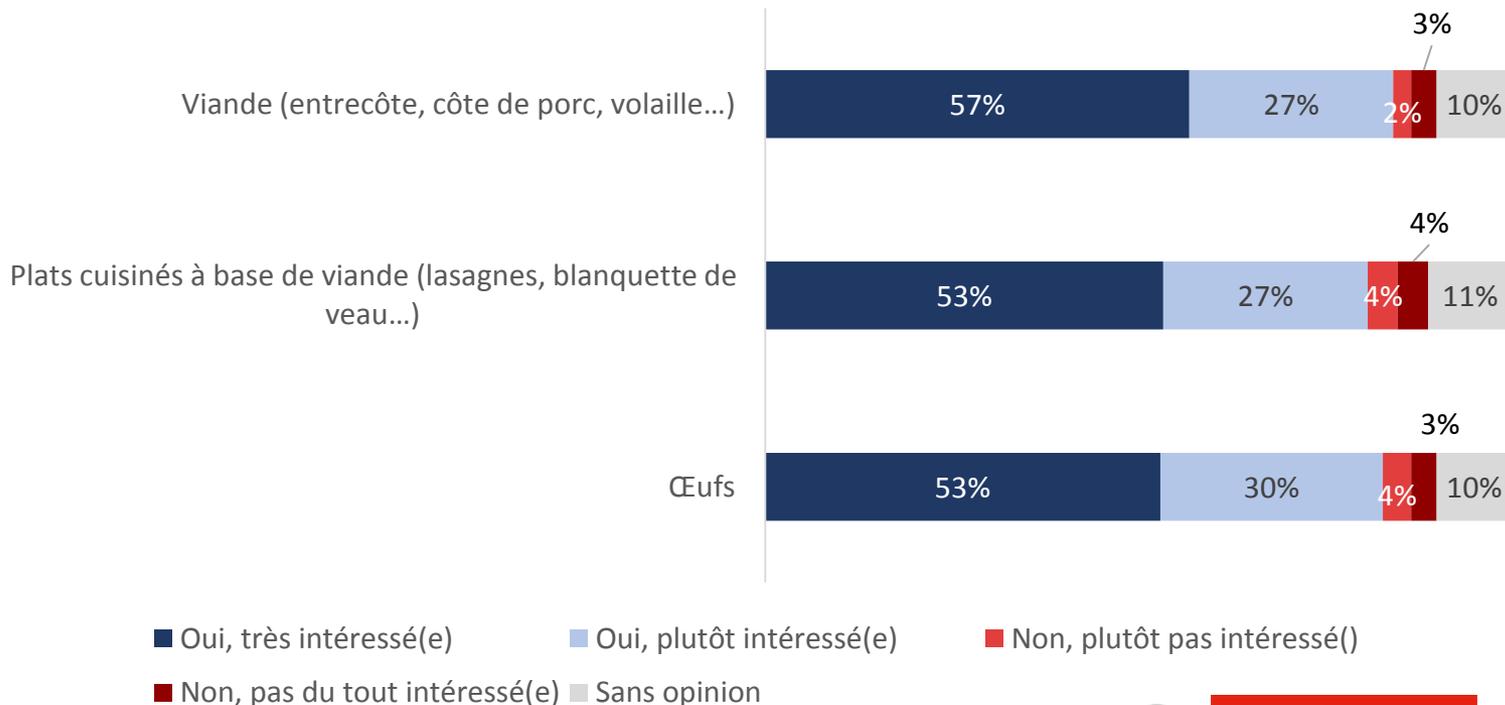
Q.23/Q.24 Seriez-vous intéressé(e) par la mise en place d'un système d'étiquetage sur la viande/le lait, selon la même logique que celui des œufs c'est à dire : sur la base d'un code numérique intégrant, selon les filières, des critères tels que l'accès au plein air des animaux, leur alimentation, la nature de la litière etc. ?



Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

La majorité des participants se disent intéressés par un affichage d'informations relatives au mode d'élevage de la viande, des plats cuisinés à base de viande et des œufs en restauration collective.

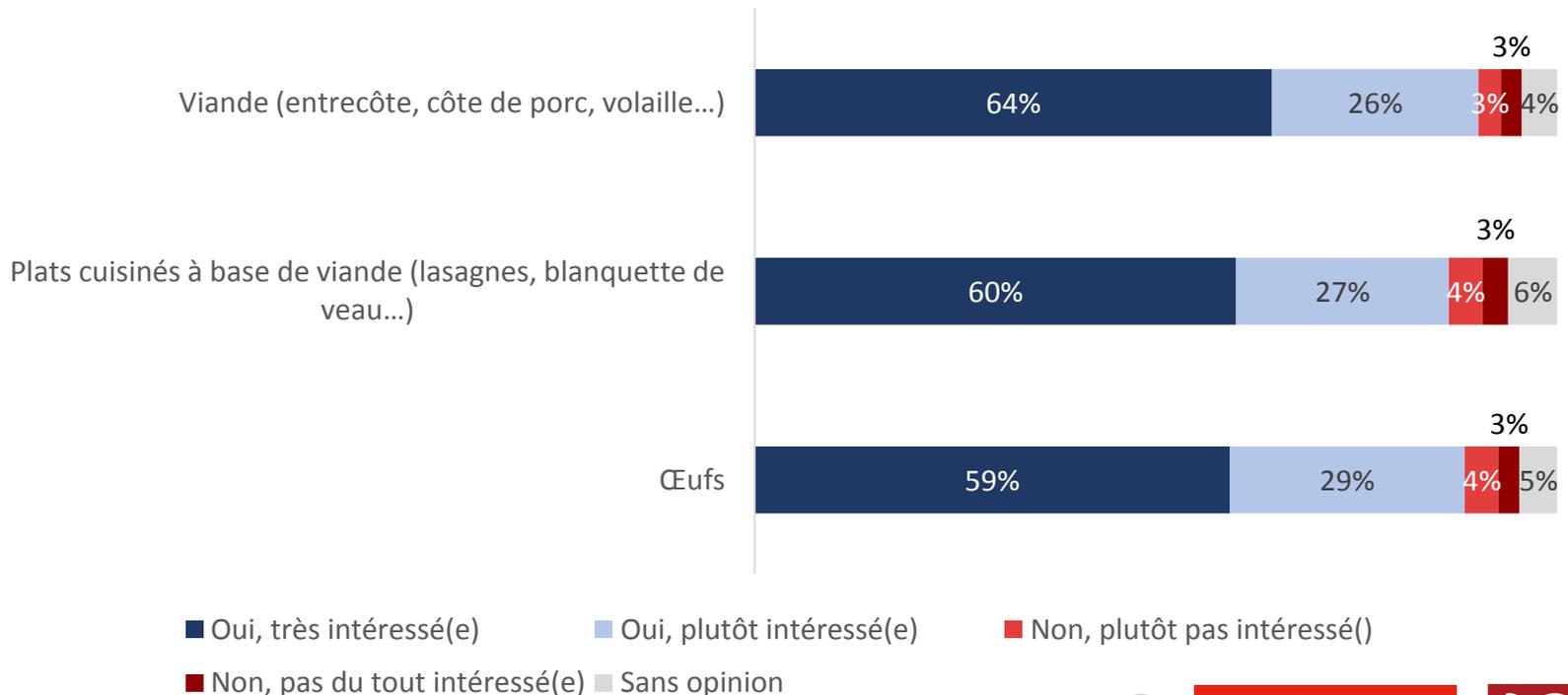
Q.12 : En restauration collective, seriez-vous intéressé(e) par un affichage d'informations relatives au mode d'élevage des produits suivants ?



Résultats (3/4) – Attentes en matière d'étiquetage des modes d'élevage

La majorité des participants se disent intéressés par un affichage d'informations relatives au mode d'élevage de la viande, des plats cuisinés à base de viande et des œufs en restauration commerciale.

Q.13 : En restauration commerciale, seriez-vous intéressé(e) par un affichage d'informations relatives au mode d'élevage des produits suivants ?





Résultats et profils des participants

Résultats (4/4)

Résultats – Profil des intéressés

Les personnes intéressés par l'affichage d'information relatives aux modes d'élevage pour tous les produits cités sont davantage* :

- **Les 18-34 ans** (28%) et **les 50-64 ans** (26%)
- **Des femmes** (56%)
- **Des employés** (19%)
- **Les flexitariens** (21%), mais aussi **les végétariens** (3,5%)
- **Ceux qui consomment dans les circuits courts** (15%) ou **les magasins spécialisés bio** (42%)
- **Ceux qui disent connaître les labels officiels** (bio : 97%, Label rouge : 96%, IGP : 61%, STG : 21%) et le **code pour les œufs** (67%). Ils sont notamment plus nombreux à avoir donné des **réponses correctes sur les codes des œufs** (46%)
- **Les personnes qui achètent des œufs bios** (41%) et qui **privilégient le mode d'élevage des poules quel que soit le prix** (66%)
- **Les lecteurs de magazines consommateurs** (60 M : 46%, Que choisir : 40%)
- **Ceux qui utilisent des applications d'aide aux achats au moins de temps en temps** (Yuka : 33%, QuelCosmetic : 16%)
- **Les membres d'une association de défense animale** (7%)
- **Les foyers gagnants entre 2 500€ de 5 500€ nets par mois** (48%)

*par rapport au reste de l'échantillon

Données redressées, base brute intéressés par un affichage relatives aux modes d'élevage pour tous les produit de 2077 répondants

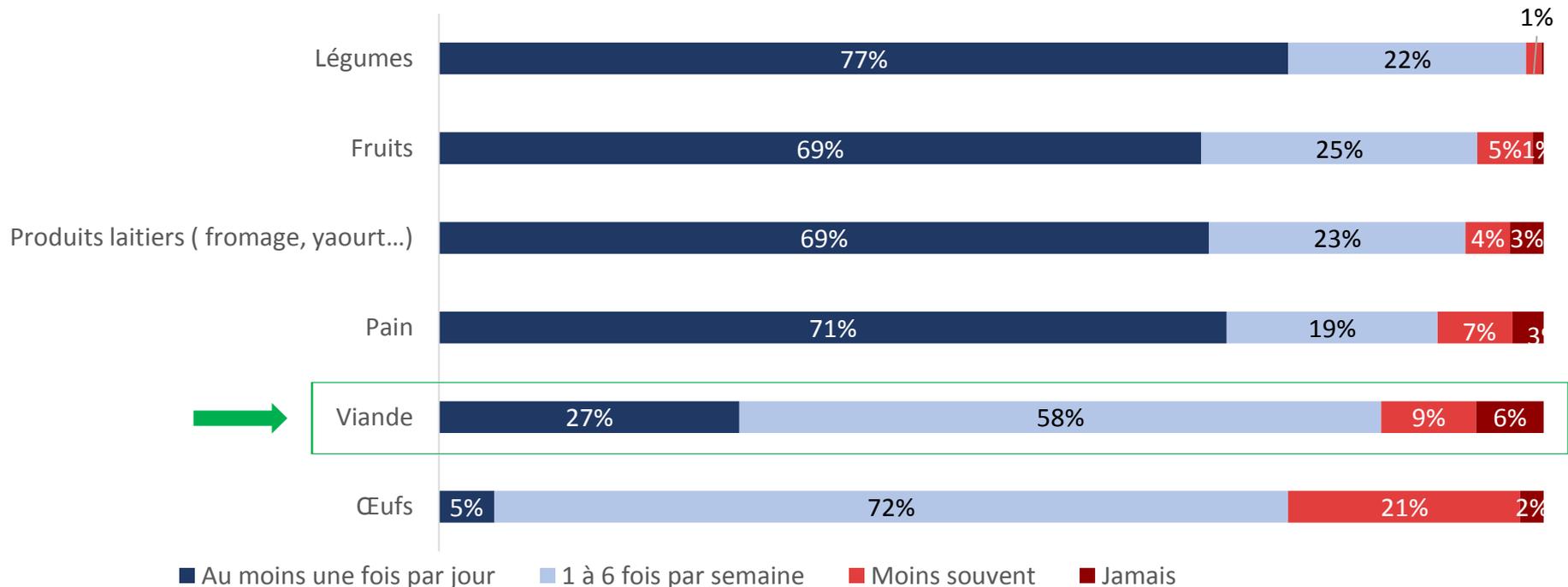


Résultats complémentaires

Résultats complémentaires

CONSOMMATION DE VIANDE - 6% des participants à cette étude centrée sur l'étiquetage des modes d'élevage déclarent ne jamais consommer de viande.

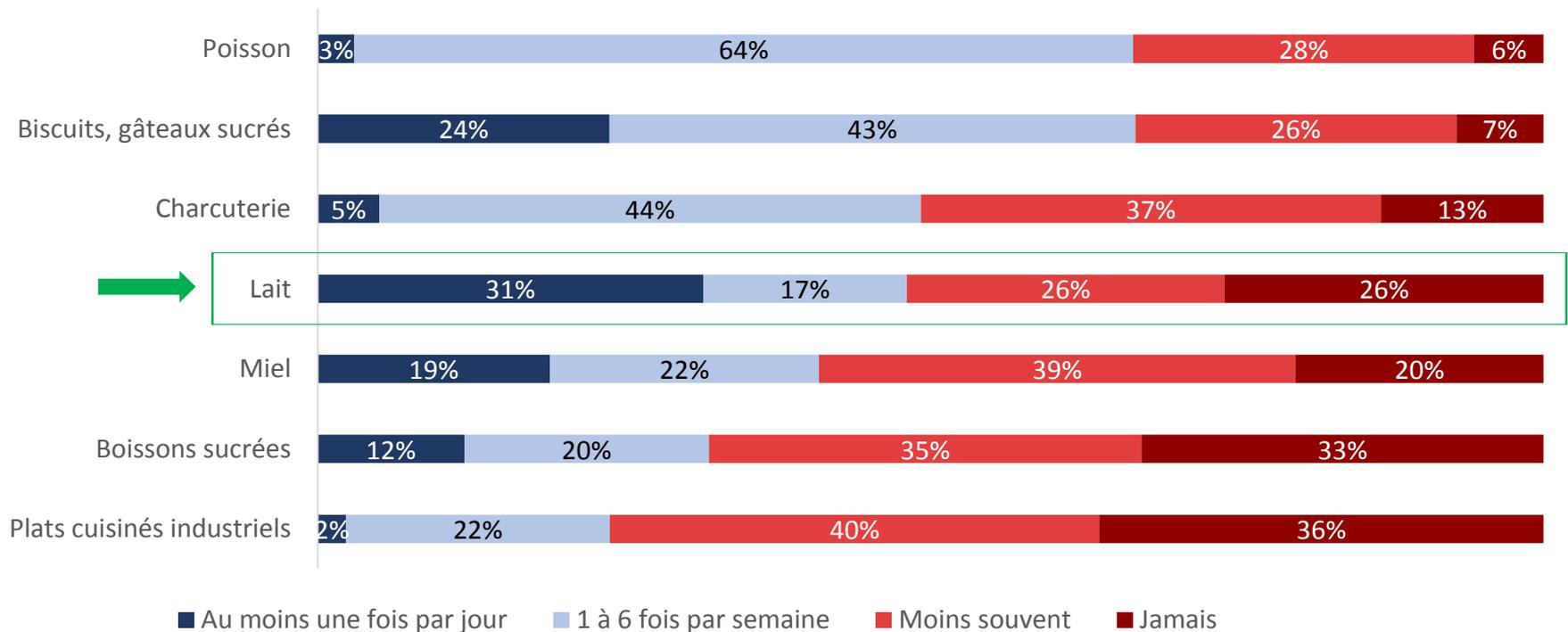
Q.6 : À quelle fréquence consommez-vous les aliments suivants ?



Résultats complémentaires

CONSOMMATION DE LAIT - Une part non négligeable de participants ont une faible consommation de lait, qui était le produit ciblé par la Q.24.

Q.6 : À quelle fréquence consommez-vous les aliments suivants ?

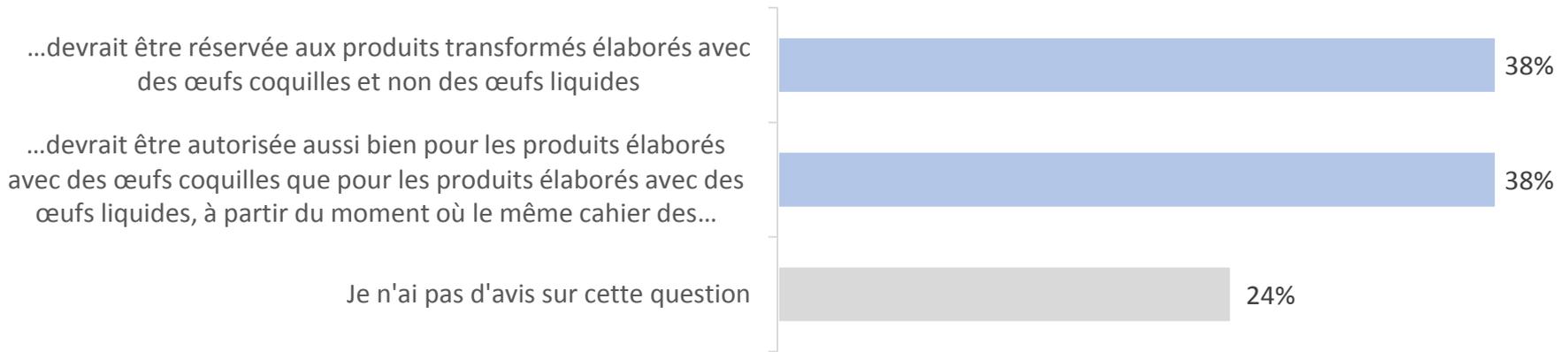


Résultats complémentaires

ŒUFS LIQUIDES - Il n'y a pas de tendance claire qui se dégage sur la question de l'exclusivité des allégations mélioratives relatives aux modes l'élevages des poules pour les œufs coquilles.

Q.22 : Certains produits transformés à base d'œufs (pâtes, mayonnaise, biscuits...) sont élaborés avec des œufs liquides, c'est à dire des œufs qui ont été cassés puis conditionnés (en bouteille par exemple) selon des règles d'hygiène précises de façon à rendre leur utilisation plus ergonomique.

Selon vous, l'allégation "aux œufs de poules élevées en plein air" parfois affichée sur ces produits...:

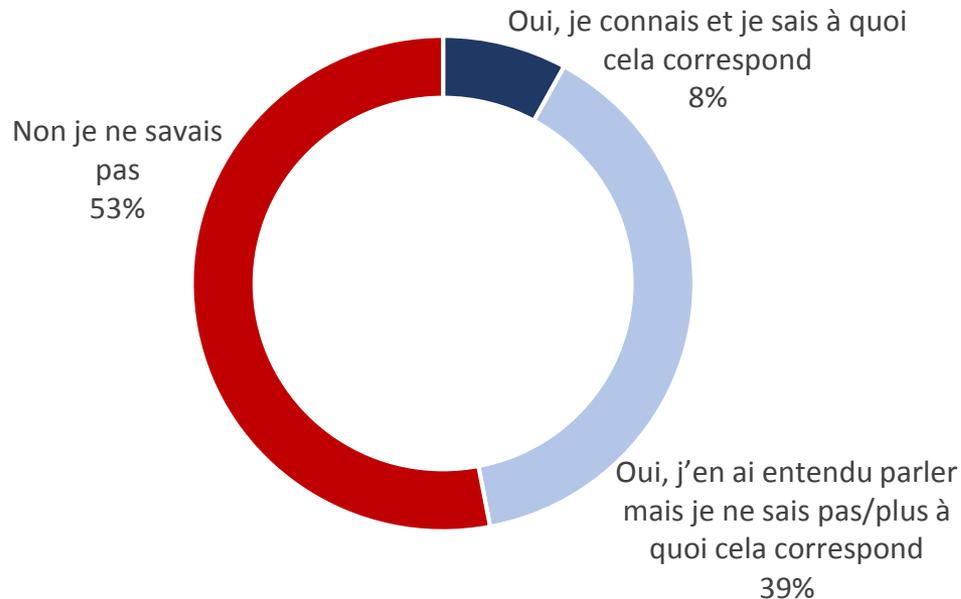


Résultats complémentaires

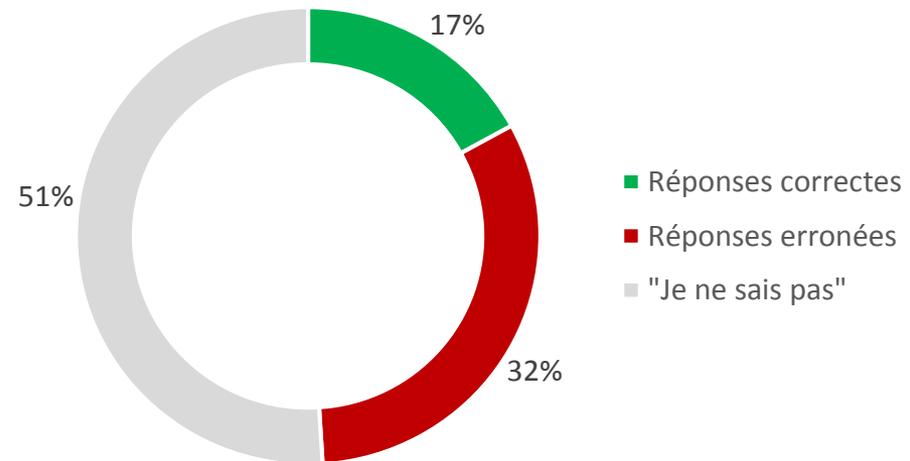
CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE - Les participants connaissent peu le système de certification environnementale.

Q.25 En 2012, un système de certification environnementale a été mis en place afin de reconnaître les exploitations agricoles engagées dans des démarches respectueuses de l'environnement.

En avez-vous entendu parler ?



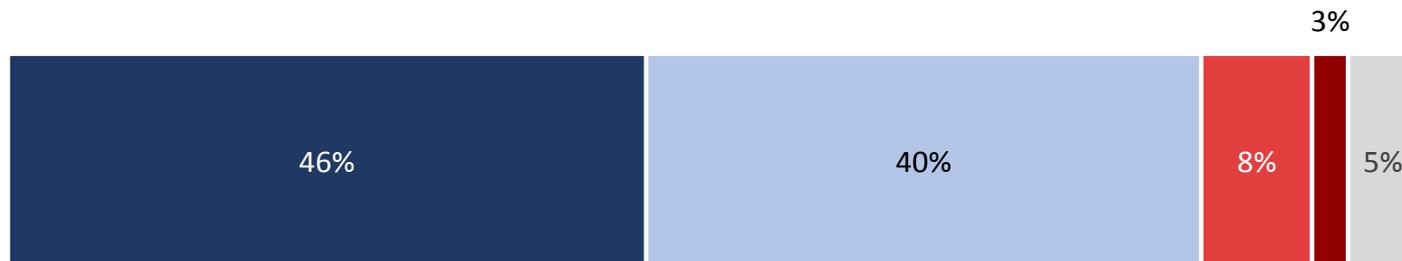
Concernant la Q.26 relative à la signification des différents niveaux de certification environnementale :



Résultats complémentaires

AFFICHAGE DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL – La majorité des participants se dit intéressée par la mise en place d'un affichage de l'impact environnemental sur les produits alimentaires.

Q.27 Concernant les produits alimentaires que vous achetez, seriez-vous intéressé(e) par l'affichage (sur leur emballage ou étiquette) d'une information relative à leur impact environnemental ?

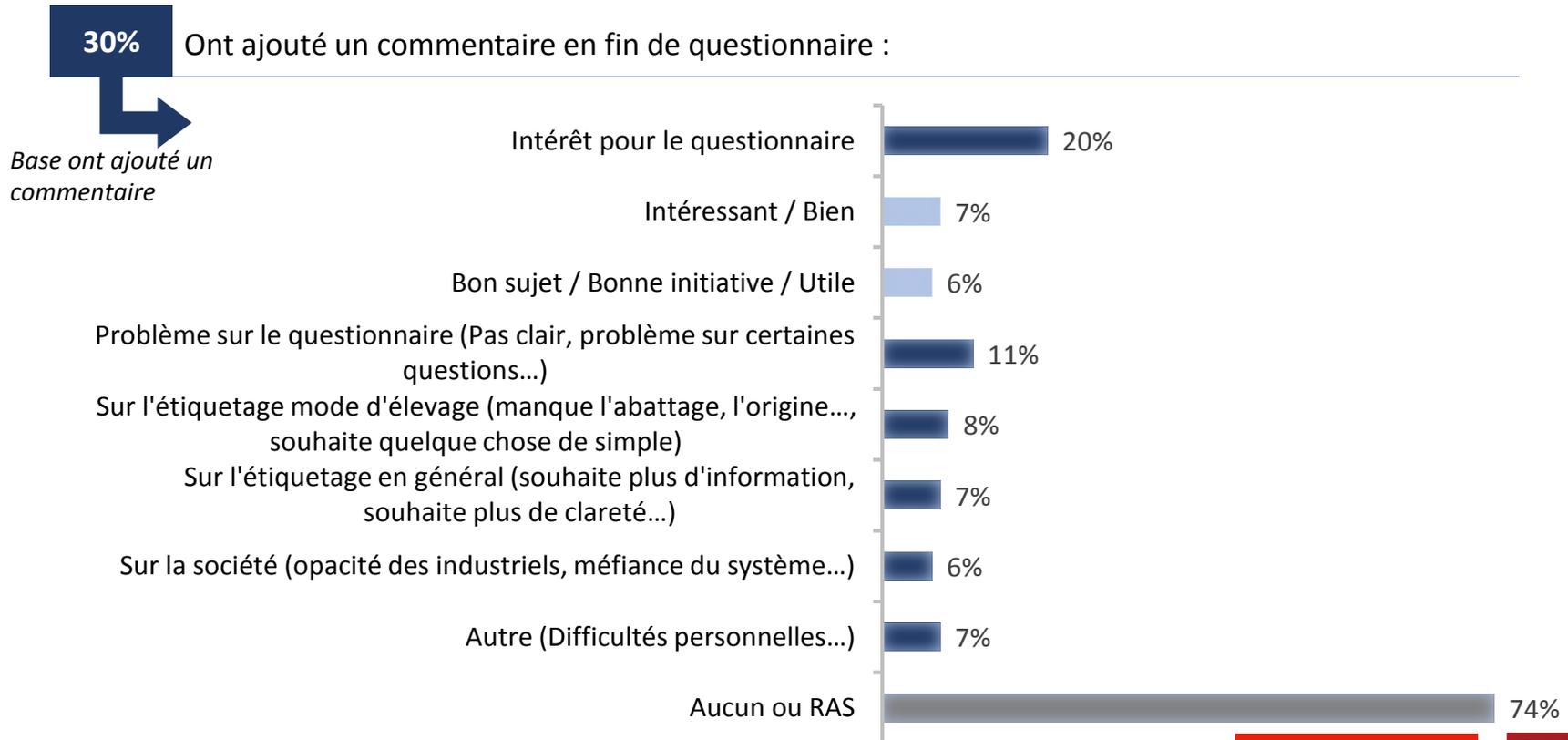


- Oui, très intéressé
- Oui, plutôt intéressé
- Non, plutôt pas intéressé
- Non, pas du tout intéressé
- Sans opinion

Résultats complémentaires

La plupart des répondants n'ont pas laissé de commentaire à la fin du questionnaire. Ceux l'ayant fait ont notamment montré leur intérêt pour le questionnaire.

Q.34 Avez-vous des commentaires à faire sur le questionnaire ou les éléments abordés ?



Résultats complémentaires

Quelques verbatims en fin de questionnaire (non exhaustifs) :

Q.34 Avez-vous des commentaires à faire sur le questionnaire ou les éléments abordés ?

« En espérant une meilleure visibilité des produits consommés et un changement du bien être animal. »

« Merci je croyais connaître la signification des Chiffres pour les œufs et en fait non... »

« Pourquoi pas faire quelque chose comme le nutriscore : très coloré et facile à comprendre »

«« [...] j'aurai préféré des indications avec logos visuels (par exemple, un petit paysage pour indiquer "plein air" ou un logo du même type que le logo label rouge mais avec des couleurs différentes pour indiquer les informations. [...]»»

« Si il y a instauration de codes sur d'autres produits que les œufs, instaurer la même codification ou alors un système simple »

« Les conditions d'abattage sont aussi importantes que les conditions d'élevage. »

«J'aurais apprécié trouver plus de questions sur l'aspect local et circuit court dans la consommation.»

« Merci pour le questionnaire et vos démarches pour faire améliorer l'information des consommateurs! »

1

Contexte et objectifs

2

Méthodologie

3

Participation

4

Résultats

5

Conclusion

Conclusion

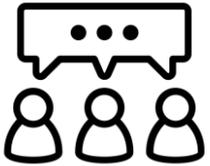


L'étude montre qu'il existe chez les participants **des attentes fortes en matière d'informations** présentes sur les denrées alimentaires. Ce constat va dans le sens des conclusions de l'atelier 1 des États Généraux de l'Alimentation.



Si les informations sont attendues, l'exemple de l'étiquetage des œufs montre une **mauvaise maîtrise de l'interprétation de ces informations** avec plus de 50% de répondants fournissant des réponses erronées.

Conclusion



Le souhait de pouvoir bénéficier d'informations relatives aux modes d'élevage porte particulièrement sur **la viande et les produits laitiers**.



Les participants ne restreignent pas la notion de modes d'élevage au bien-être animal : **l'alimentation** et **l'hébergement** sont également des critères privilégiés.

Conclusion



L'étude révèle donc un paradoxe : les répondants expriment à la fois des attentes vers plus d'informations, des difficultés à les interpréter et des attentes vers moins de labels et logos, perçus comme trop nombreux.

LES DÉFIS AU REGARD DE CES RÉSULTATS



Concevoir un système d'étiquetage des modes d'élevage que les consommateurs puissent facilement s'approprier (éviter le code numérique seul)...



...dans un contexte global d'étiquetage qui est déjà perçu comme peu lisible et saturé d'informations.

Merci pour votre attention.