

Les consommateurs européens se préoccupent diversement du bien-être des animaux



Nous nous intéressons attentivement à ce que les consommateurs peuvent faire pour améliorer le bien-être des animaux de ferme. Il est essentiel d'analyser la relation entre les améliorations du bien-être des animaux d'élevage et le comportement des consommateurs en Europe. Cette étude récente montre que cette relation varie de façon notable dans toute l'Europe.

Dans toute l'Europe, une grande majorité des consommateurs disent considérer que le bien-être des animaux de ferme est important. Le chiffre varie, de 69 % des personnes interrogées aux Pays-Bas, 73 % au Royaume-Uni, 75 % en France, allant jusqu'à 83 % en Hongrie et en Suède. La Norvège et l'Italie se placent en tête du classement, avec 84 % et 87 % respectivement. Les consommateurs restent cependant inquiets des conditions d'élevage des animaux, en particulier pour les volailles et les porcs. Les conditions d'élevage des vaches laitières suscitent beaucoup moins d'inquiétude. Les consommateurs s'interrogent sur les conditions de vie des animaux à la ferme, ainsi qu'aux conditions de transport et d'abattage.

L'opinion publique varie de façon considérable au sein des sept pays observés. Les personnes interrogées en Italie et en France sont très inquiètes des conditions dans leur propre pays, ce qui affecte souvent les achats alimentaires et la confiance qu'elles accordent aux acteurs de ce secteur, qui est assez faible. Les Hongrois se préoccupent également du bien-être des animaux et ils sont également plus pessimistes sur la tendance actuelle, mais cela semble avoir moins d'impact sur leurs achats. Ce sont les Néerlandais qui font preuve du niveau d'intérêt général le plus bas, mais ils restent nombreux à s'en préoccuper.

Lorsqu'ils font leurs achats d'oeufs et de boeuf, ils pensent aux conditions de vie des animaux. Ils font fortement confiance aux acteurs du secteur. Les Britanniques font état des mêmes tendances, avec un niveau de confiance nettement moindre envers les autorités, les intervenants et les organisations de ce marché. Enfin, les Suédois et les Norvégiens s'engagent sur ce thème. Ils font confiance et ne sont pas inquiets. En Norvège en particulier, le bien-être des animaux est rarement rapproché du rôle de consommateur.

Lorsque la question porte sur les changements intervenus lors des 10 dernières années, un véritable optimisme est visible dans la plupart des pays. Une majorité de consommateurs pense que les conditions de vie des animaux de ferme se sont améliorées, tandis que moins d'un sur cinq pense que la situation s'est dégradée.

Cet optimisme peut faire partie des nombreuses raisons pour lesquelles les préoccupations en matière de bien-être animal semblent avoir un impact limité sur les habitudes personnelles de consommation. Il est possible que la plupart des consommateurs ne perçoit pas la nécessité d'agir. Pourtant, un nombre conséquent d'entre eux réfléchit à ces problèmes lors de leurs achats d'oeufs, de boeuf ou de lait. Ces pro-

Ces recherches ont été réalisées dans le cadre du premier sous-projet de Welfare Quality®.

Ce sous-projet consiste à étudier les attitudes sociétales et les pratiques chez les consommateurs, les agriculteurs et les détaillants, celles-ci ayant un impact sur le bien-être animal. Il évalue dans quelle mesure il serait possible de mettre en pratique de nouvelles stratégies de bien-être. Le chef du sous-projet est Unni Kjaernes, Unni.Kjaernes@sifo.no

portions sont généralement beaucoup plus élevées que les parts de marché des articles identifiés comme respectueux du bien-être des animaux. Cette différence signale que le consommateur se sert d'une définition de bien-être des animaux à usage alimentaire plus large que l'étiquetage des produits ne l'indique. Pour comprendre ce point, il faut également tenir compte des produits qui sont proposés sur les marchés dans toute l'Europe et de leur étiquetage. Des études ultérieures de Welfare Quality® porteront sur ces sujets.

Les résultats du sondage sont présentés de façon plus détaillée dans le rapport de Welfare Quality® publié par l'université de Cardiff: Attitudes of Consumers, Retailers and Producers to Animal Welfare. L'étude a porté sur 10500 consommateurs. Les constatations sont basées sur des échantillons représentatifs en France, en Hongrie, en Italie, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Norvège et en Suède. L'étude a été menée par Unni Kjaernes, de l'Institut national pour la recherche sur la consommation à Oslo, et par sept autres instituts et universités de recherche en Europe : le centre de recherche alimentaire d'Ashtown en Irlande, l'université de Cardiff au Royaume-Uni, l'université de Stockholm en Suède, l'université de Pise en Italie,

l'université de Reading au Royaume-Uni, l'université de Toulouse le Mirail en France, l'université et centre de recherche de Wageningen aux Pays-Bas.

Des études antérieures avaient indiqué que le bien-être des animaux pouvait constituer un sujet d'inquiétude considérable pour les consommateurs lorsqu'ils font leurs achats alimentaires. Les sondages de population qui font partie du projet Welfare Quality® étudient plus en détail la portée de l'engagement social sur des questions de bien-être des animaux d'élevage et la traduction de cet engagement au niveau des habitudes quotidiennes de consommation dans toute l'Europe.

Pour en savoir plus, contactez :
Unni Kjaernes, unni.kjaernes@sifo.no

Cette fiche d'informations est disponible en plusieurs langues sur le site Web de Welfare Quality® à l'adresse www.welfarequality.net. D'autres documents faciles à télécharger sont aussi disponibles sur le site, sur des thèmes comme "Principes et critères à respecter pour assurer le bien-être animal", "Prévention du stress social chez les bovins aux mangeoires" et "Prévention des boiteries chez les poulets de chair".



Coordinateur du projet

Prof. Dr Harry J. Blokhuis, Pays-Bas
harry.blokhuis@hnh.sl.u.se

Project Office Welfare Quality®

Animal Sciences Group of Wageningen UR
Postbox 65, 8200 AB Lelystad
Pays-Bas
Phone: +31 320 293503
Fax: +31 320 238050
e-mail info@welfarequality.net

www.welfarequality.net

Welfare Quality® est un projet européen de recherche centré sur l'intégration du bien-être des animaux dans les filières alimentaires de qualité. Le projet a pour objectifs de concilier les attentes sociétales et les besoins des marchés, de développer des systèmes fiables d'appréciation du bien-être des animaux en ferme et d'information sur les produits, et de mettre au point des solutions permettant de résoudre des problèmes spécifiques de bien-être. Quarante-quatre instituts ou universités, issus de 13 pays européens et 4 pays d'Amérique Latine, participent à ce projet intégré. Welfare Quality® est co-financé par la Commission Européenne, au sein de son 6ième programme cadre, contrat No. FOOD-CT-2004-506508.

Ce texte représente le point de vue des auteurs et pas nécessairement une position de la commission qui ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourra être faite de l'information.