

## LA TRAÇABILITE ET LES CONSOMMATEURS DE VIANDE BOVINE FRAICHE

G. GIRAUD, C. AMBLARD - UR Typicité Des Produits Alimentaires - ENITA De Clermont-Ferrand

La France a géré l'après ESB avec la traçabilité des viandes bovines comme norme. L'ensemble de la filière a dû faire face très vite à des problèmes de mise au point, d'application et maintenant d'amortissement économique du coût supplémentaire occasionné. La valorisation de l'effort auprès de la distribution et plus particulièrement des consommateurs est restée en suspens. Le principe d'incorporation conduit au rejet massif de tout argumentaire technologique sur l'alimentation. Il y a donc une probabilité très forte de dissonance cognitive entre le besoin de réassurance du consommateur et la façon dont la filière y répond par la traçabilité, terme technique s'il en est.

De nombreuses questions se posent pour qui cherche à qualifier la perception de la traçabilité par le consommateur de viande. Quelles sont les garanties de la traçabilité que perçoit le consommateur ? Origine ? Race ? Hygiène ? Marque ? Quels sont les mots-clés que le consommateur est prêt à entendre sur la traçabilité des viandes ? Que perçoit le consommateur de viande bovine : une viande tracée ou une viande racée ? La notion de circuit identifié est-elle plus évocatrice que celle de traçabilité auprès du consommateur final ?

Une mesure de la signification de la traçabilité des viandes pour le consommateur a pu être réalisée à l'occasion d'un programme de recherche<sup>1</sup> sur la perception par le consommateur des races à viande du Massif Central. Le matériau ci-après analysé a été recueilli à l'aide de groupes de discussion puis d'une enquête de sortie de caisse menée auprès de 383 consommateurs en mai et juin 2001 dans le département du Puy de Dôme. Les résultats présentés ici relèvent uniquement des questions relatives à la perception de la traçabilité.

### METHODES & RESULTATS

Les deux groupes de discussion ont servi à construire le questionnaire de l'enquête quantitative grâce à l'analyse du *verbatim* des 23 participants. Deux des dix questions concernaient la traçabilité :

«*D'après vous, à quoi sert la traçabilité de la viande ?*» pour une mesure de perception spontanée, puis  
«*Soyons plus précis, à quoi sert la traçabilité de la viande, vous avez le choix d'une réponse parmi les suivantes:*

- Elle permet de retrouver rapidement un lot défectueux et dangereux à la consommation.
- Elle permet une meilleure transparence des conditions d'élevage et d'abattage des animaux.
- Elle permet de restaurer la confiance des consommateurs sans trop d'information sur l'étiquette.
- Je ne sais pas» pour une mesure de perception assistée.

Ces définitions permettent de distinguer trois états de perception de la traçabilité. La première définition proposée aux consommateurs interrogés est technophile, elle est plus proche de l'acceptation professionnelle et technique de la traçabilité. La seconde définition proposée est zoocentrique, elle est plus proche des développements médiatiques et de la sensibilité exacerbée de notre société aux conditions de vie animales. La troisième est anthropocentrique, elle est plus orientée vers les attentes des consommateurs.

### La traçabilité selon le verbatim des groupes de discussion entre consommateurs

Durant les groupes de discussion, le terme traçabilité est évoqué de façon floue par les consommateurs. C'est un terme qui n'est pas compris de la même façon par tous. Certains, très rares, peuvent le définir, la plupart en sont incapables. Le consommateur associe la traçabilité à l'origine de l'animal. Il y a une certaine méfiance vis à vis de la traçabilité de la viande, mais les répondants déclarent regarder beaucoup plus les étiquettes qu'auparavant.

La traçabilité est spontanément associée à l'étiquetage. Celui-ci devrait contenir "*l'origine, la date d'emballage, la mention de race (laitière ou viande), la race, le prix au kilo*". D'autres éléments sont parfois évoqués : "*le type de production (intensive/artisanale, nourriture animale...), le nom de l'éleveur, un numéro de téléphone consommateur*". Le consommateur semble souhaiter un étiquetage plus clair et moins chargé.

### Perception de la traçabilité de la viande bovine selon les consommateurs enquêtés

#### a) Perception spontanée de la traçabilité

Dans l'ensemble le vocabulaire employé spontanément par les répondants pour évoquer la traçabilité est très général voire assez pauvre, quoique diversifié. Personne, parmi les personnes interrogées, n'a pu définir précisément la traçabilité au cours de l'enquête. La traçabilité répond à un "*besoin d'information, savoir ce qu'on achète*" pour 45.7% des répondants. Pour 11.2% la traçabilité "*c'est bien, c'est important, c'est utile*". Pour 10.7% la traçabilité "*c'est sain, c'est une garantie de goût*", c'est un élément de confiance "*mon boucher, les normes*". Enfin 10.2% des répondants déclarent "*faire attention et regarde[nt] l'étiquette au moment de l'achat*". En revanche, 28.7% des répondants déclarent spontanément ne pas savoir à quoi sert la traçabilité. Le mot traçabilité ne fait pas encore partie du vocabulaire courant, même s'il paraît largement utilisé. Le terme est "*flou,*

<sup>1</sup> soutenu par la DGAL dans le cadre du Programme Spécifique Massif Central

douteux, [il] manque de rigueur” pour 15.1% des répondants. Il est parfois associé aux mots “ fraude, ré-étiquetage ” par 7.8% des personnes interrogées. Près d’un sur 10 (9.9%) déclare que la traçabilité “ne sert à rien” ou il (elle) “n’y fait pas attention”. Seuls 4.2% des répondants déclarent spontanément que la traçabilité permet de “remonter à l’origine du problème” ou de “repérer les lots contaminés”, 2.9% indiquent qu’elle renseigne sur la “race”. Enfin 4 répondants (1%) associent la traçabilité à un “prix plus cher”.

#### b) Perception de la traçabilité en mode assisté

La réponse principale des 383 consommateurs interrogés (48.6%) a été : la traçabilité permet une meilleure transparence sur les conditions d’élevage et d’abattage des animaux. Pour un quart des consommateurs (24.6%) la traçabilité sert à retrouver rapidement un lot défectueux et dangereux à la consommation. Pour 19.1% des consommateurs, la traçabilité permet de restaurer la confiance des consommateurs sans trop d’information sur l’étiquette. 1.5% des répondants ne savent pas, même en mode assisté, à quoi sert la traçabilité.

## DISCUSSION

Ce sont les consommateurs qui définissent la traçabilité comme une source d’information sur les conditions d’élevage et d’abattage des animaux ou comme un moyen de retrouver un lot défectueux et dangereux qui recherchent de l’information sur ce qu’ils achètent. Inversement les individus qui définissent la traçabilité comme un élément de confiance des consommateurs avec peu d’information sur l’étiquette déclarent spontanément rechercher peu d’information. Les réponses du type Ne Sait Pas concernant la définition de la traçabilité en mode spontané semblent plus fréquentes chez les répondants qui, en mode assisté, choisissent la définition la plus floue de la traçabilité ou ne choisissent toujours pas (NSP).

Les femmes semblent s’intéresser plus que les hommes aux aliments que mangent les bovins. Est-ce le reflet d’une inquiétude singulière des femmes vis à vis de la viande ou l’influence de leur implication dans les fonctions nourricières ? Peut être la simple combinaison des deux éléments.

La perception de la traçabilité comme moyen d’information sur ce que l’on achète semble différente selon le type de magasin où le répondant a été interrogé. Les clients de boucheries spécialisées semblent plus attentifs à la recherche d’information sur la viande de bœuf. Les clients d’hypermarchés semblent moins attentifs et les clients de boucheries traditionnelles semblent quant à eux plus portés à une relation de confiance avec le boucher.

Le type de point de vente fréquenté paraît être un critère discriminant en ce qui concerne l’attention apportée à la traçabilité comme critère d’achat. Les clients d’hypermarchés (65.4% des répondants) semblent porter très peu d’attention à la traçabilité. En revanche les clients de boucheries spécialisées (32.1%), impliqués dans l’achat de viande, sont attentifs à la traçabilité et sont le mieux capables de définir cette dernière. Enfin les clients de boucheries traditionnelles (2.5%) semblent substituer la confiance envers “ le boucher” à la notion abstraite de traçabilité.

Le taux d’acceptation du questionnaire en boucherie spécialisée est également plus important (environ 50% de répondants parmi les clients contactés contre environ 30% en hypermarché. Les clients de boucheries traditionnelle ou spécialisée sont en moyenne plus attentifs à la traçabilité que les acheteurs en grande surface : ils sont 21.7% à répondre que la traçabilité est un élément de choix important au moment de l’achat, contre seulement 4.3% en hypermarché. L’implication envers la viande semble plus forte chez les clients des boucheries traditionnelle ou spécialisée.

## CONCLUSION

De prime abord la traçabilité est une notion difficile à définir ou même à décrire par les consommateurs. Le vocabulaire spontané employé, lorsqu’il existe, est très général. Il est intéressant d’observer que les termes évoqués évoluent du technique au général (voire à la non réponse) lorsque l’on descend l’échelle des qualifications et des revenus (maîtrise du vocabulaire ?). Plus le revenu mensuel est élevé, plus le besoin d’information est important. Plus le revenu mensuel est élevé, plus le consommateur se soucie des différents éléments d’information sur les conditions d’élevage et sur l’origine de la viande. Il paraît également plus informé sur la traçabilité et sur son utilité. Mais le plus surprenant semble être que la perception de la traçabilité paraît liée au type de magasin fréquenté pour acheter la viande bovine. Trois comportements apparaissent : le client d’hypermarché peu attentif à la traçabilité ; le client de boucherie spécialisée impliqué dans l’achat de viande et attentif à la traçabilité ; enfin le client de boucherie traditionnelle, plus attentif à “son” boucher qu’à une traçabilité abstraite.

L’étude apporte des éléments nouveaux sur la perception de la traçabilité, notion qui s’est *in fine* imposée à tous, éleveurs, négociants, transformateurs, distributeurs, administrations, et même consommateurs, voire Commission Européenne. Or la perception de la traçabilité par le grand public ne semblait pas avoir été étudiée jusque-là.

ANNEXES

Tableau 1 Perception de la traçabilité (assisté) X Traçabilité, recherche d'information (spontané)

			Recherche d'information		Total
			Oui	Non	
Définition de la traçabilité (assisté)	Lot défectueux et dangereux	Effectif %	46 56.8%	35 43.2%	81 100%
	Conditions d'élevage et d'abattage	Effectif %	105 65.6%	55 34.4%	160 100%
	Confiance des consommateurs	Effectif %	21 33.3%	42 66.7%	63 100%
	Ne sais pas	Effectif %	3 12.0%	22 88.0%	25 100%
Total		Effectif %	175 53.2%	154 46.8%	329 100%

Khi-deux = 37.371/ 3 ddl/ 0 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

Tableau 2 Définition de la traçabilité (assisté) X Traçabilité, ne sais pas (spontané)

			Ne sais pas (spontané)		Total
			Oui	Non	
Définition de la traçabilité (assisté)	Lot défectueux et dangereux	Effectif %	10 12.3%	71 87.7%	81 100%
	Conditions d'élevage et d'abattage	Effectif %	17 10.6%	143 89.4%	160 100%
	Confiance des consommateurs	Effectif %	14 22.2%	49 77.8%	63 100%
	Ne sais pas	Effectif %	15 60.0%	10 40.0%	25 100%
Total		Effectif %	56 17.0%	273 83.0%	329 100%

Khi-deux = 39.790/ 3 ddl/ 1 effectif théorique inférieur à 5, seuil significatif à 99%.

Tableau 3 Sexe du répondant X Traçabilité, alimentation animale (mode spontané)

			Alimentation animale		Total
			Oui	Non	
Sexe du répondant	masculin	Effectif %	4 3.2%	121 96.8%	125 100%
	féminin	Effectif %	31 12.0%	227 88.0%	258 100%
Total		Effectif %	35 9.1%	348 90.9%	383 100%

Khi-deux = 7.881/ 1 ddl/ 0 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

Tableau 4 Traçabilité, recherche d'information (spontané) X Type de magasin

		Type de magasin			Total
		Hypermarché	Boucherie spécialisée	Boucherie traditionnelle	
Recherche d'information	Oui	99 56.6%	71 40.6%	5 2.9%	175 100%
	Non	155 74.5%	50 24.1%	3 1.4%	208 100%
Total		254 66.4%	121 31.6%	8 2.1%	383 100%

Khi-deux = 16.399/ 5 ddl/ 2 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

**Tableau 5** Type de magasin X Je suis attentif à la traçabilité (spontané)

			Je suis attentif la traçabilité (spontané)		Total
			Oui	Non	
Type de magasin	Hypermarché	Effectif %	11 4.3%	243 95.7%	254 100%
	Boucherie spécialisée	Effectif %	27 22.3%	94 77.7%	121 100%
	Boucherie traditionnelle	Effectif %	1 12.5%	7 87.5%	8 100%
Total		Effectif %	39 10.2%	344 89.8%	383 100%

Khi-deux = 32.915/ 5 ddl/ 2 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

**Tableau 6** Revenu mensuel du ménage X La traçabilité permet de distinguer le type d'élevage (réponses spontanées)

			Type d'élevage (intensif ou traditionnel)		Total
			Oui	Non	
Revenu mensuel du ménage	R < 915 €	Effectif %	0	43 100.0%	43 100%
	915 € ≤ R < 1829 €	Effectif %	8 6.5%	116 93.5%	124 100%
	1829 € ≤ R < 2744 €	Effectif %	9 7.7%	108 92.3%	117 100%
	2744 € ≤ R	Effectif %	13 17.6%	61 82.4%	74 100%
	NSP	Effectif %	1 4.0%	24 96.0%	25 100%
	Total	Effectif %	31 8.1%	352 91.9%	383 100%

Khi-deux = 13.753/ 4 ddl/ 2 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

**Tableau 7** Revenu mensuel du ménage X Définition de la traçabilité (spontané) : NSP

			Ne sais pas à quoi sert la traçabilité		Total
			Oui	Non	
Revenu mensuel du ménage	R < 915 €	Effectif %	25 58.1%	18 41.9%	43 100%
	915 € ≤ R < 1829 €	Effectif %	39 31.5%	85 68.5%	124 100%
	1829 € ≤ R < 2744 €	Effectif %	29 24.8%	88 75.2%	117 100%
	2744 € ≤ R	Effectif %	9 12.2%	65 87.8%	74 100%
	NSP	Effectif %	8 32.0%	17 68.0%	25 100%
	Total	Effectif %	110 28.7%	273 71.3%	383 100%

Khi-deux = 29.557/ 4 ddl/ 0 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.

**Tableau 8** Revenu mensuel du ménage X Traçabilité, recherche d'information, (mode spontané)

			Traçabilité = Recherche d'information		Total
			Oui	Non	
Revenu mensuel du ménage	R < 915 €	Effectif %	10 23.3%	33 76.7%	43 100%
	915 € ≤ R < 1829 €	Effectif %	51 41.1%	73 58.9%	124 100%
	1829 € ≤ R < 2744 €	Effectif %	59 50.4%	58 49.6%	117 100%
	2744 € ≤ R	Effectif %	46 62.2%	28 37.8%	74 100%
	NSP	Effectif %	9 36.0%	16 64.0%	25 100%
	Total	Effectif %	175 45.7%	208 54.3%	383 100%

Khi-deux = 19.857/ 4 ddl/ 0 effectifs théoriques inférieurs à 5, seuil significatif à 99%.