

Enquête auprès des Associations de Consommateurs

Jean-Pierre LOISEL
INC
23 juin 2010



Méthodologie et échantillon

Questionnaire élaboré à partir de la consultation des CC

Questionnaire envoyé à 2700 abonnés d'INC Hebdo (Associations de consommateurs nationales et locales, professionnels de la consommation...). Questions à réponse unique (sauf quand signalé).

71 réponses après deux mois :

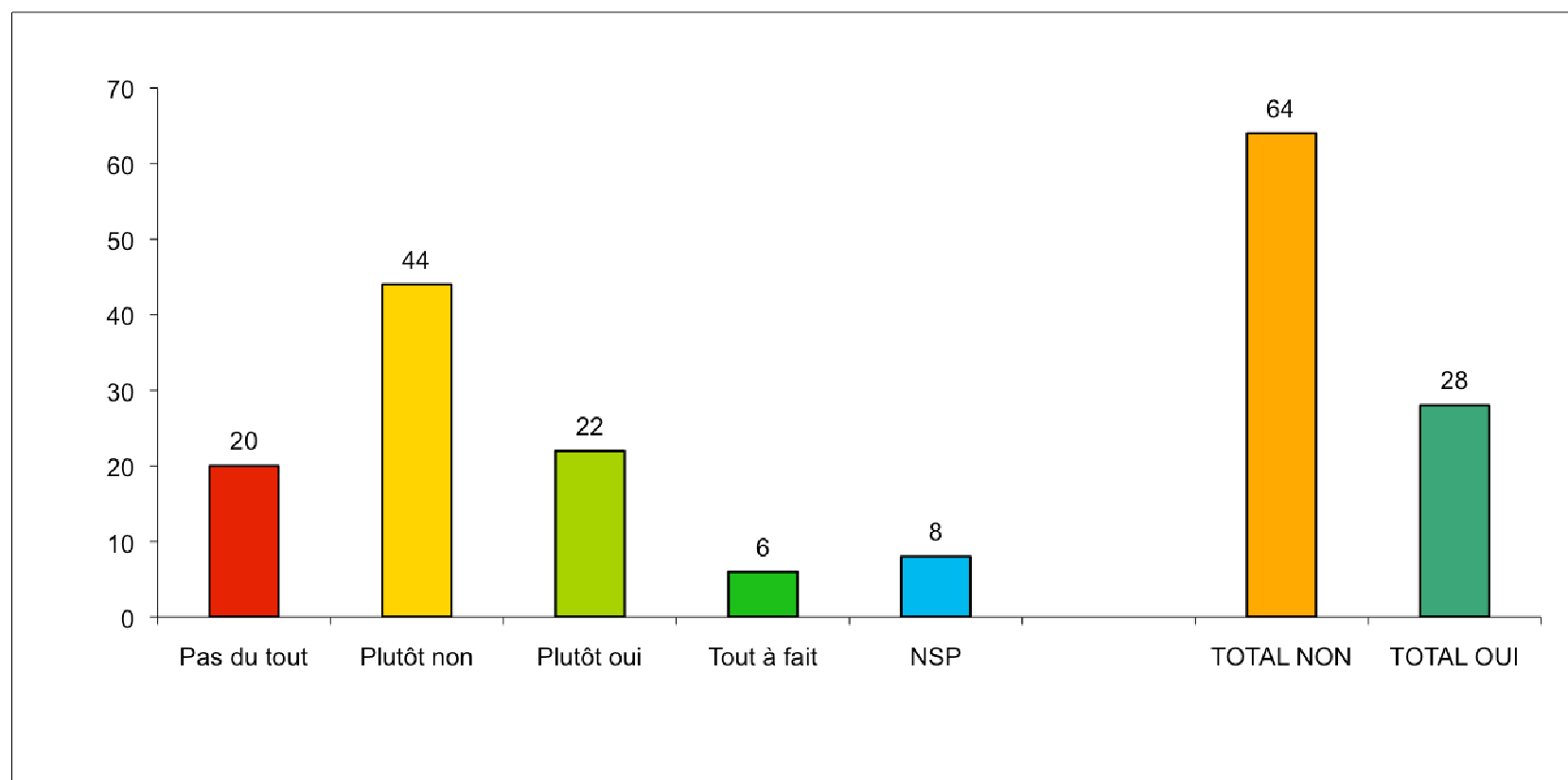
* **13 associations agréées** (sur 18 existantes), dans leurs représentations locales : ADEIC, Association des familles Catholiques, AFOC, ASSECO CFDT, CGL, CLCV, CNAFAL, CSF, Familles de France, INDECOSA CGT, UNAF, UFC, UFCS.

* **32 départements**

Implication des pouvoirs publics

Au niveau de la recherche, les moyens et compétences scientifiques mis en œuvre par les pouvoirs publics vous paraissent-ils globalement satisfaisants?

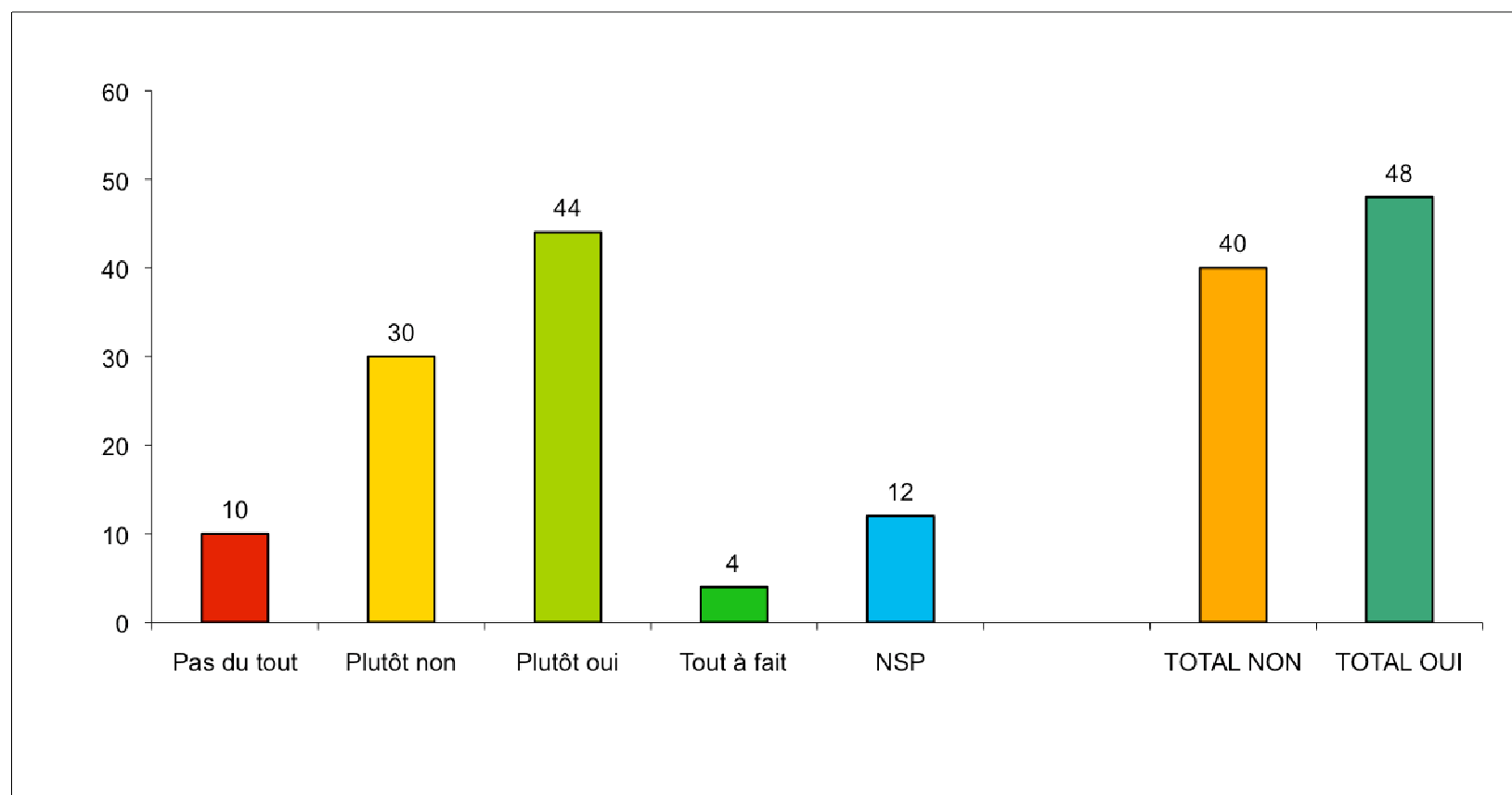
En matière d'anticipation des crises sanitaires



Implication des pouvoirs publics

Au niveau de la recherche, les moyens et compétences scientifiques mis en œuvre par les pouvoirs publics vous paraissent-ils globalement satisfaisants?

En matière de traitement des crises sanitaires



Implication des pouvoirs publics

Dans leur majorité, les répondants se montrent largement sceptiques sur les moyens affectés à la recherche. Compte tenu de leur expérience (il y a des crises, plus ou moins régulièrement), ils estiment en particulier que la recherche ne parvient pas à anticiper (et donc éviter) les crises.

On notera que même sur le traitement, les répondants restent partagés.

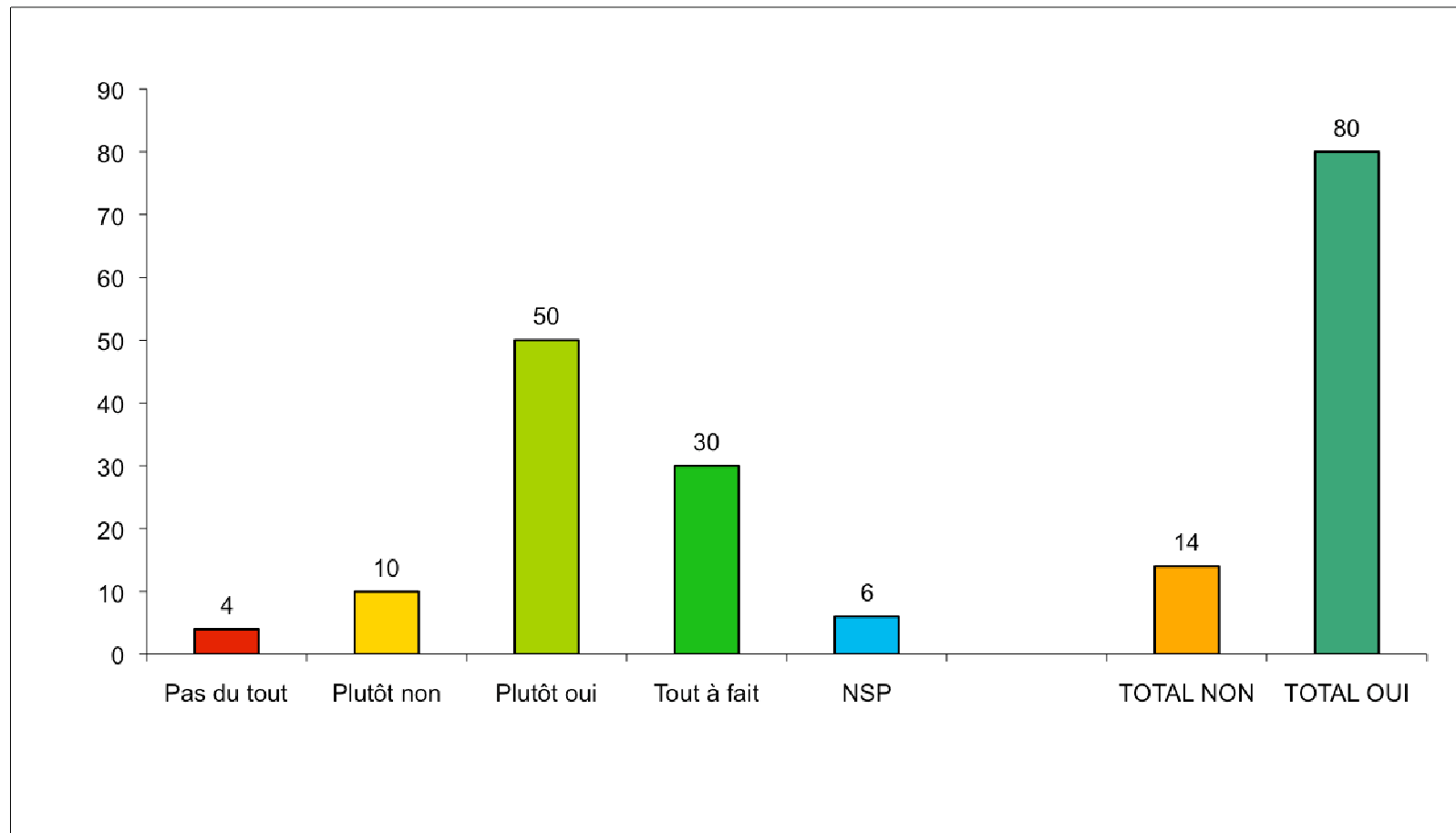
Derrière ces réponses :

+ l'idée que jusqu'à présent on n'a pas constaté de gestion de crise sans bavure,

+ la demande que les pouvoirs publics s'investissent et investissent davantage dans la recherche.

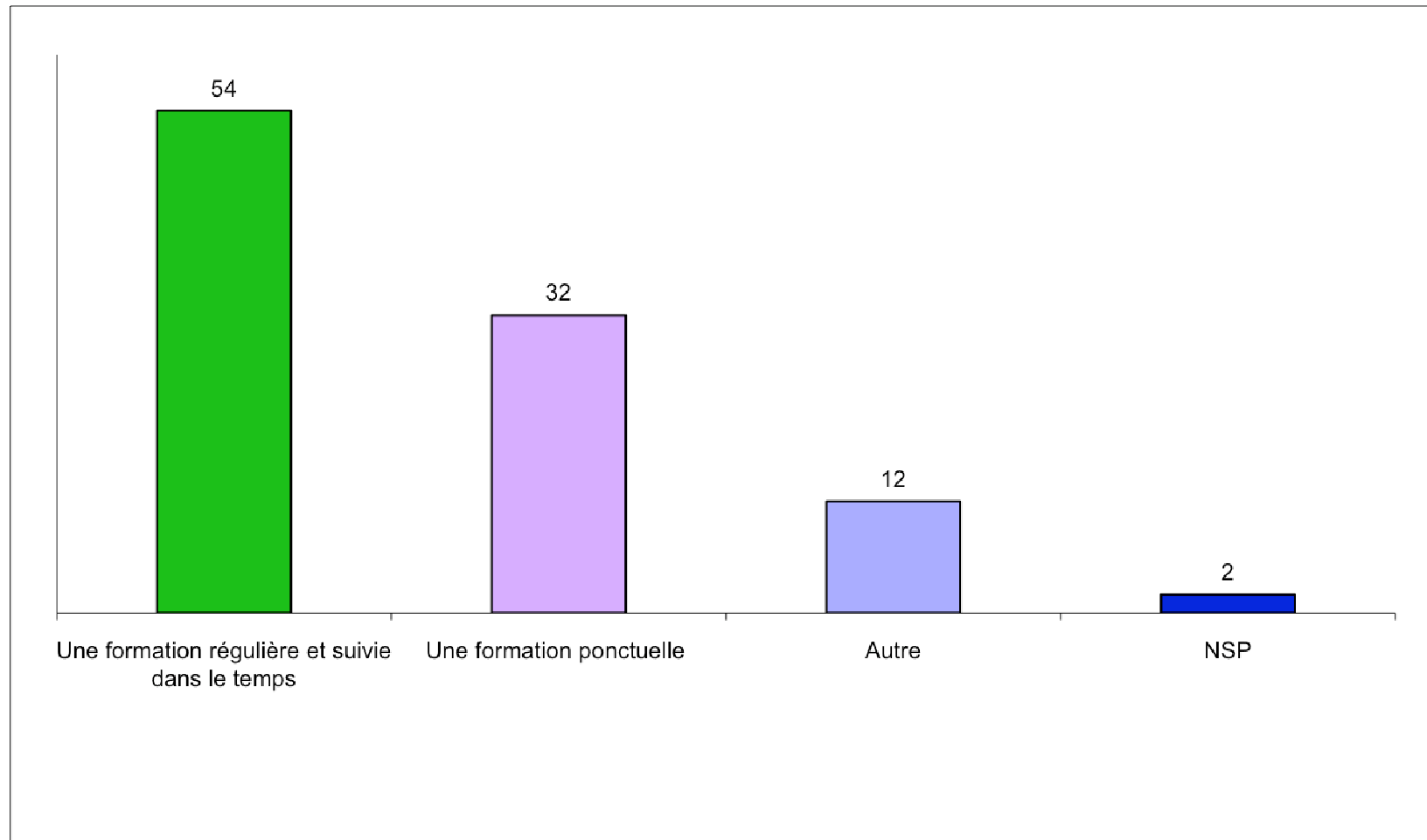
Formation des Associations

Il serait souhaitable que les Associations de Consommateurs soient formées par des scientifiques sur les connaissances et les compétences scientifiques mobilisables



Formation des Associations

Quel type de formation scientifique vous paraît nécessaire pour les associations de consommateur?



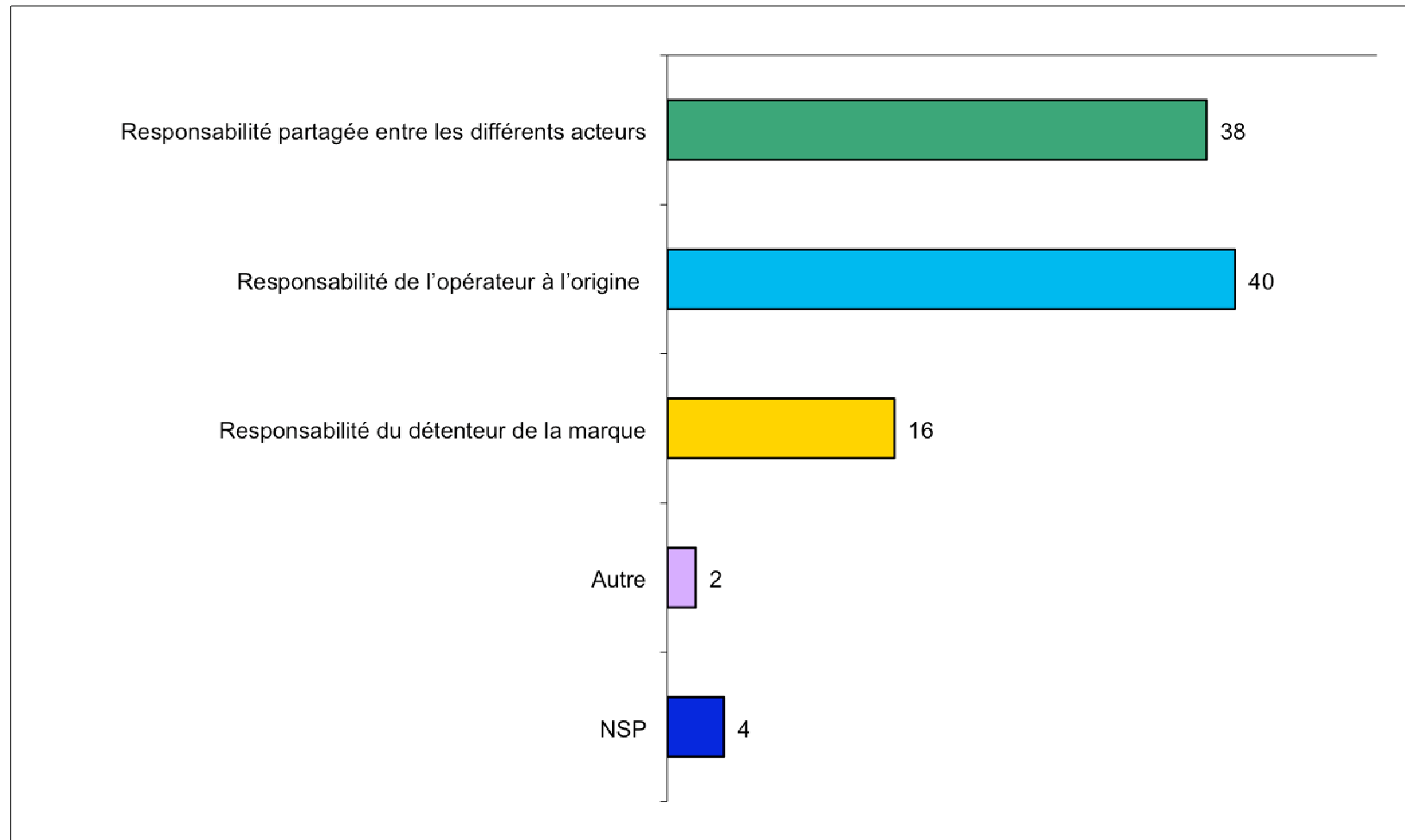
Formation des Associations

Une grande majorité de répondants sont favorables à une formation des associations, même si des questions ou des limites sont mises en avant (manque de temps, former juste quelques responsables, nécessité d'une pédagogie simple...) .

Les associations sont plus partagées sur ses modalités : si une majorité souhaite plutôt une formation « continue », un tiers plaident pour un travail plus ponctuel (sans doute à cause de l'implication moindre que cela représente. Il serait alors plutôt envisagé en période de crise).

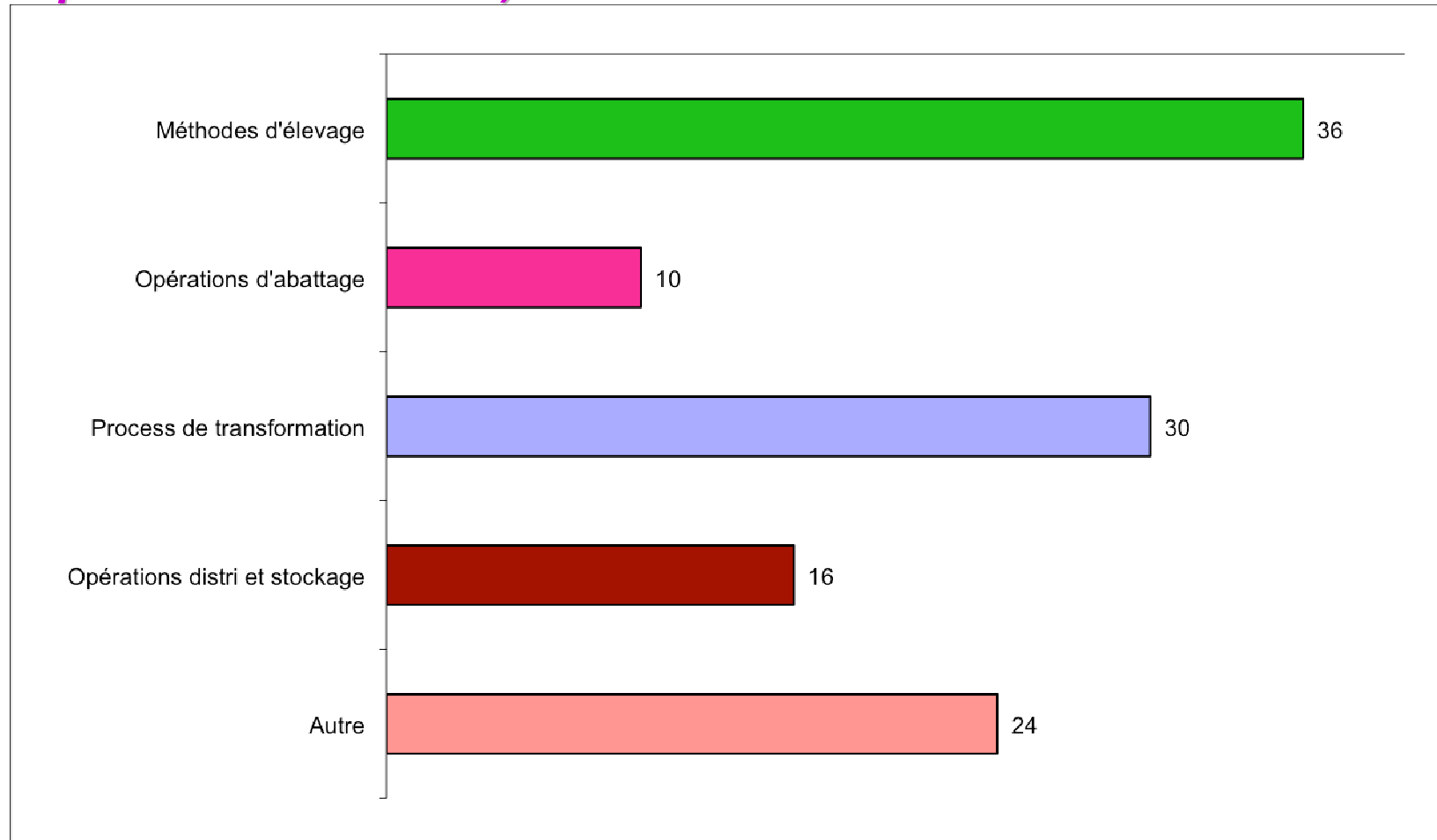
Responsabilité des crises

Parmi les acteurs de la filière, selon vous qui est le principal responsable en cas de contamination des viandes



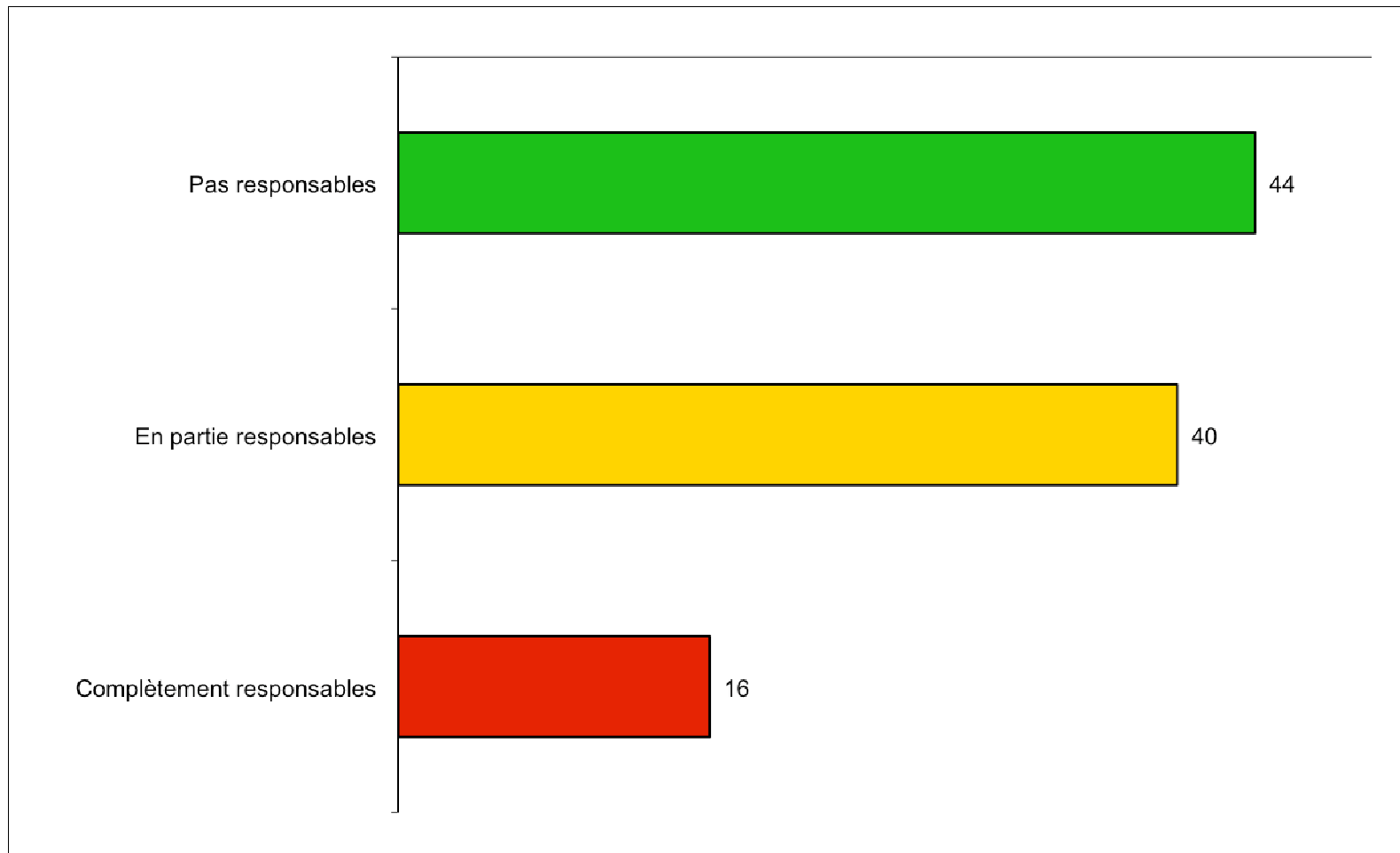
Responsabilité des crises

***Selon vous, la cause de la contamination provient avant tout...
(Réponses MULTIPLES)***



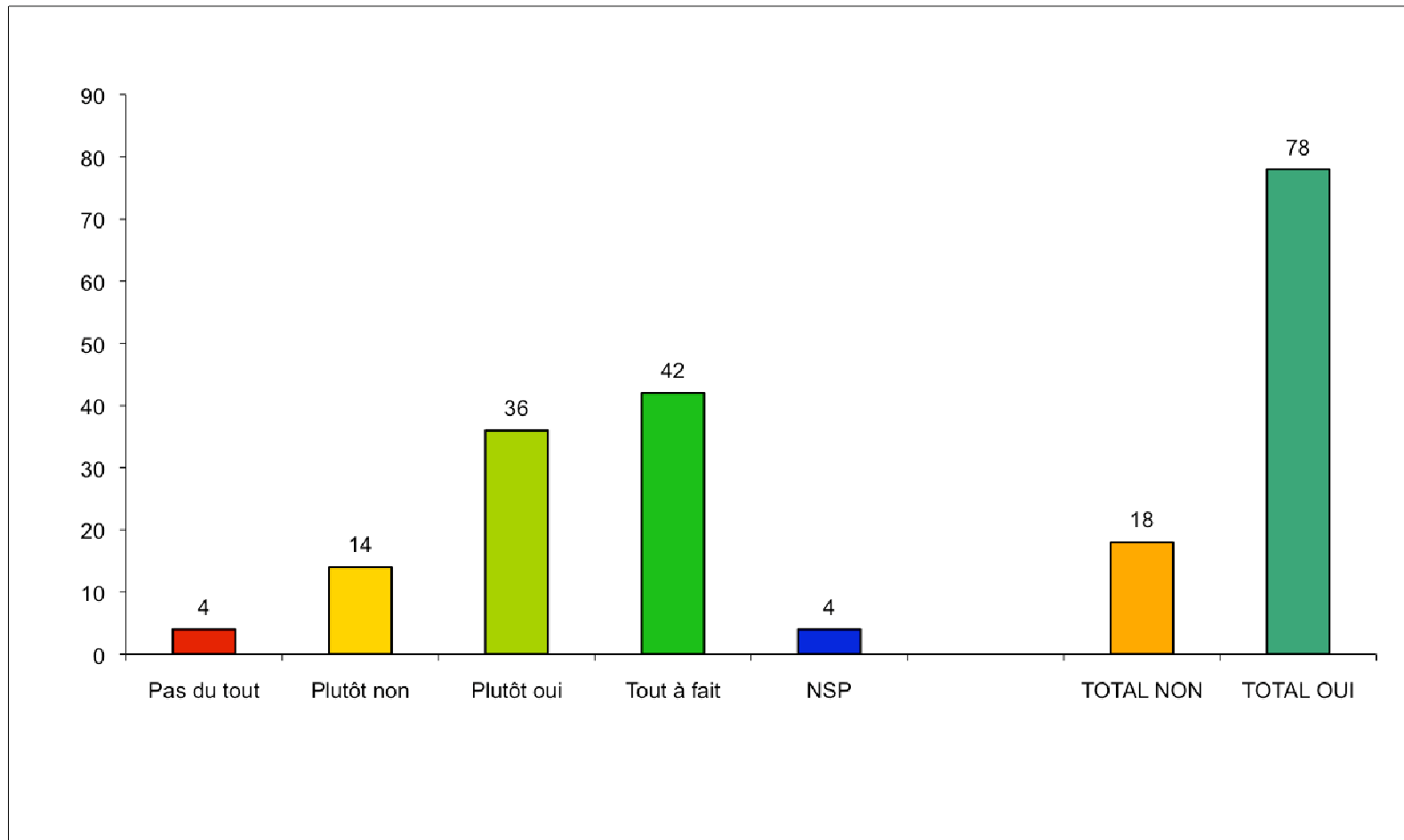
Responsabilité des consommateurs

Selon vous quelle est la part de responsabilité des consommateurs dans les cas de contamination des viandes ?



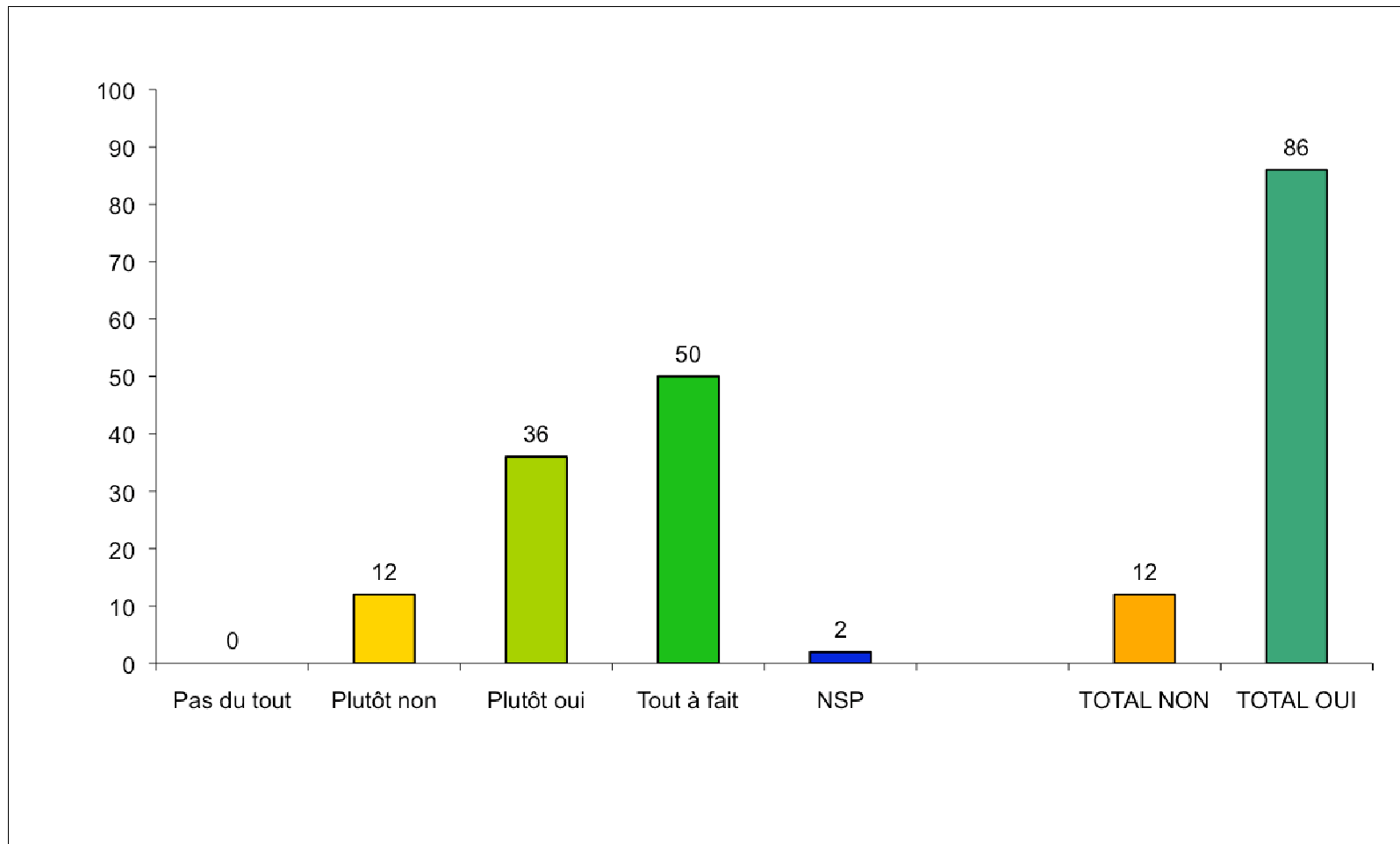
Responsabilité des consommateurs

L'attrait des consommateurs pour les prix bas peut générer dans les entreprises des pratiques peu recommandables sur le plan sanitaire



Responsabilité des consommateurs

Les consommateurs sont demandeurs d'informations plus précises sur la manière de se prémunir des risques de contamination (conservation, cuisson).



Responsabilité des consommateurs

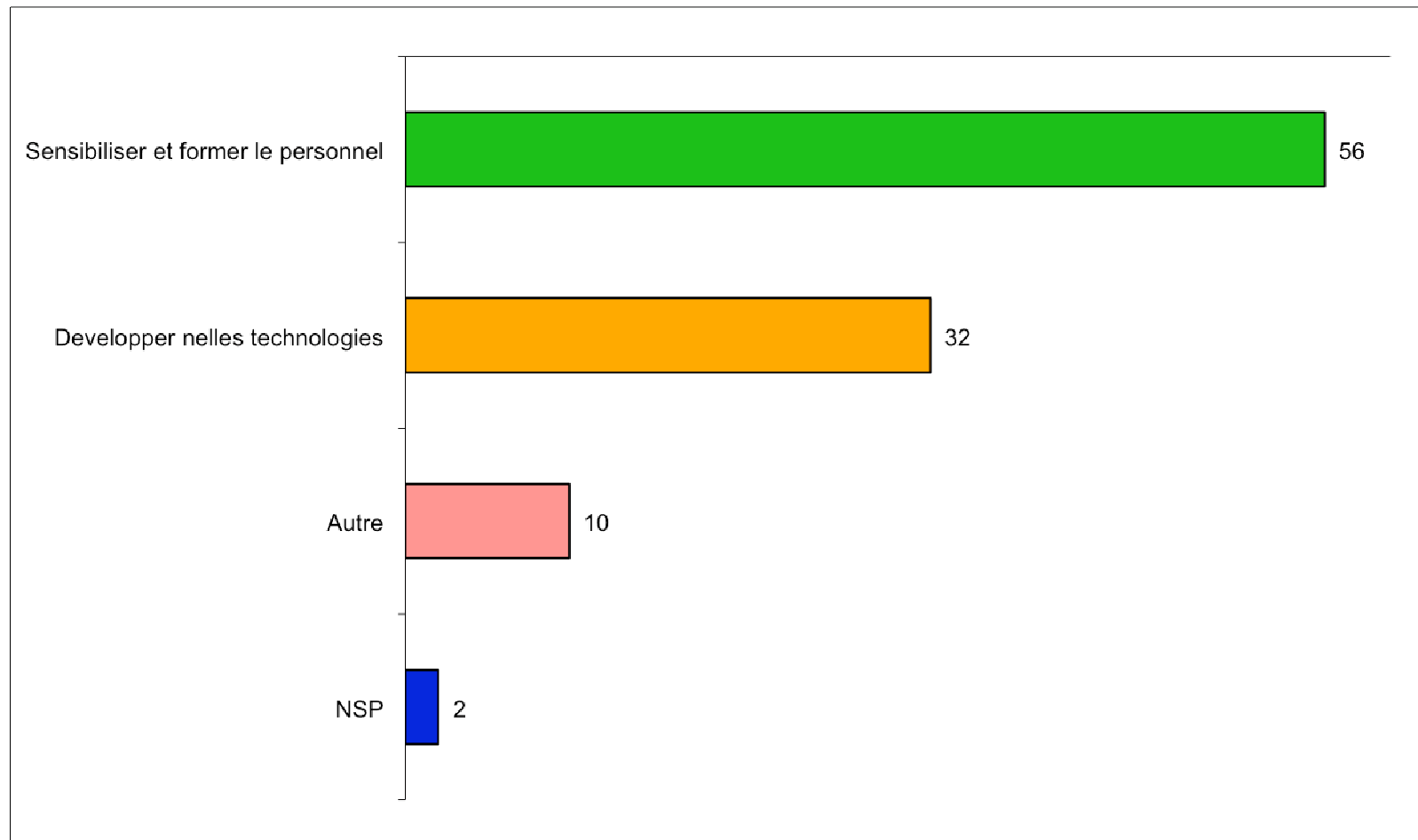
Les consommateurs ne souhaitent pas particulièrement stigmatiser une professions dans les cas de contamination. Si 4 sur 10 montrent du doigt l'opérateur à l'origine de la contamination, presque autant estiment les responsabilités partagées : c'est l'ensemble du système de production et de distribution qui, en fait, est mis en cause.

Si ils ne s'estiment pas responsables des contaminations, les consommateurs sont cependant prêts à reconnaître une responsabilité dans la course aux prix bas, et donc à la baisse des coûts de production qui peut entraîner des dérives.

Enfin, ils semblent prêts à assumer leurs responsabilités de consommateurs, en indiquant bien être demandeurs d'informations qui peuvent éviter, par de meilleurs comportements de consommation, les effets néfastes des contaminations.

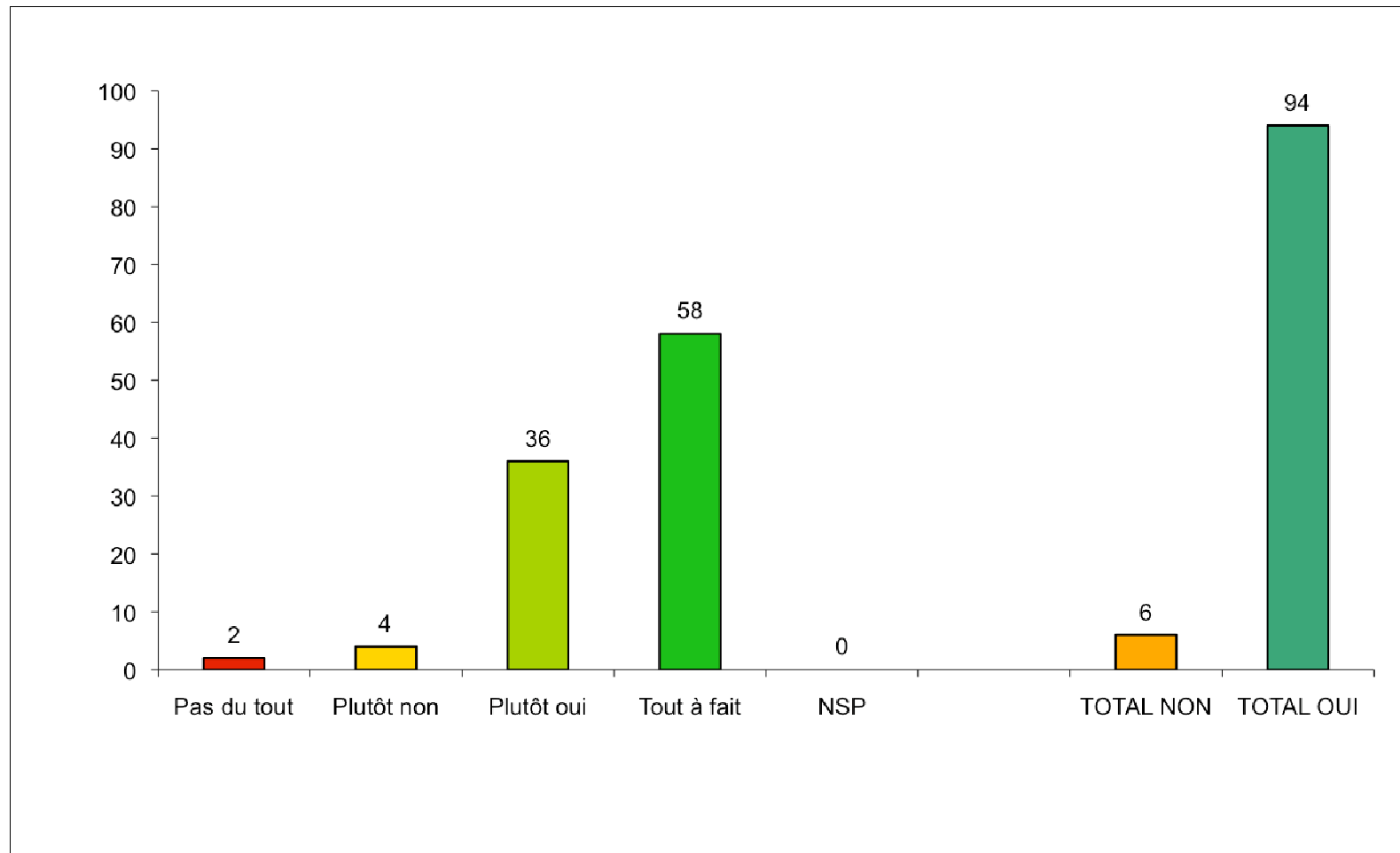
Prévention

Afin d'améliorer les mesures de prévention de la contamination dans l'ensemble des entreprises de la filière viande, selon vous, il faudrait avant tout...



Contrôles

Un renforcement des contrôles obligatoires permettrait d'améliorer le système actuel de maîtrise de la contamination en entreprise



Prévention et Contrôles

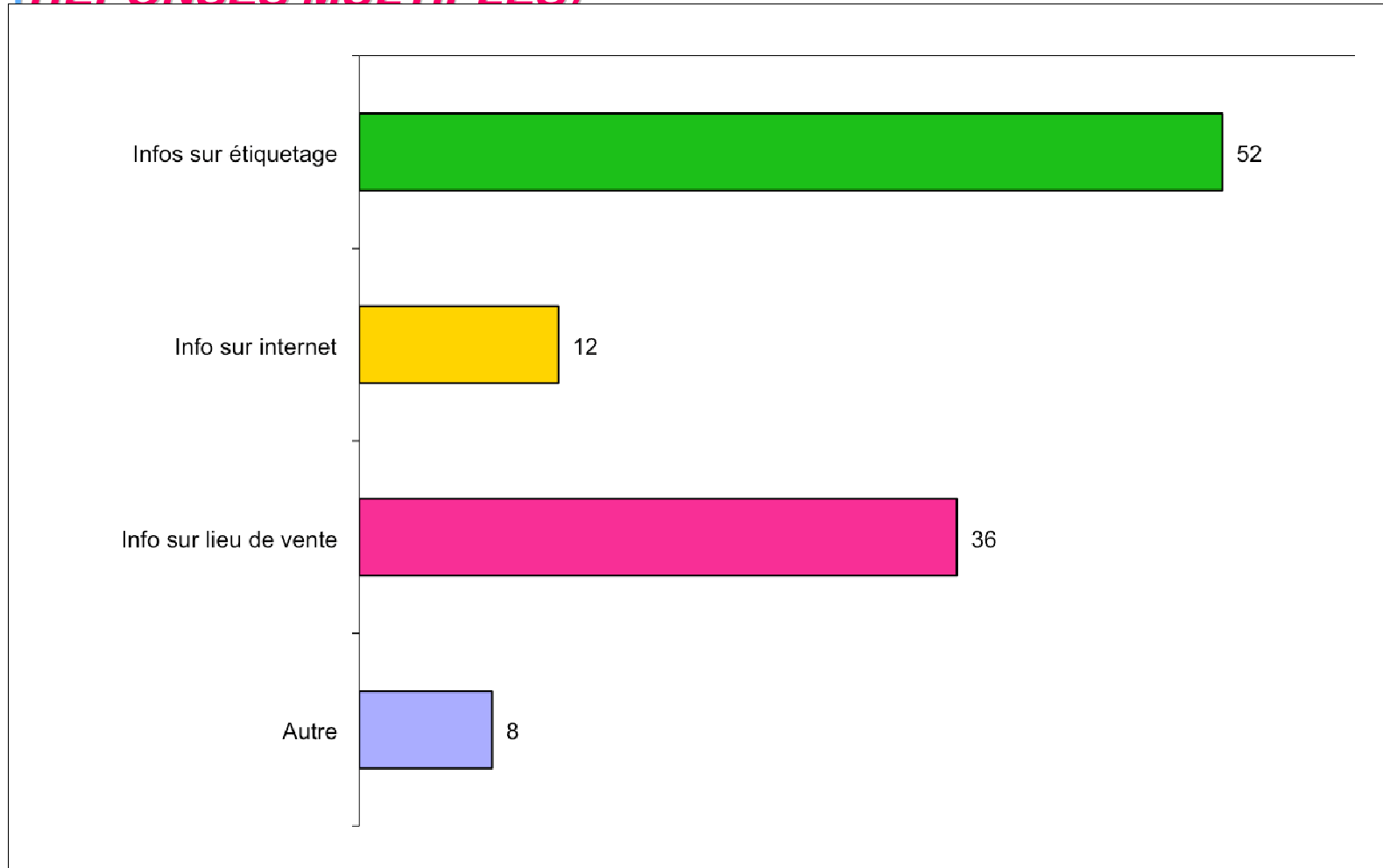
Une majorité de consommateurs ne croit pas que les contaminations puissent être éradiquées par des avancées technologiques.

C'est, à les entendre, un problème humain, qui peut être (et doit être) résolu par le double effet d'une meilleure formation (compétences, informations....) des personnels travaillant en production, élaboration, distribution, et de contrôles renforcés (qui doivent être effectués par la puissance publique).

Information des consommateurs

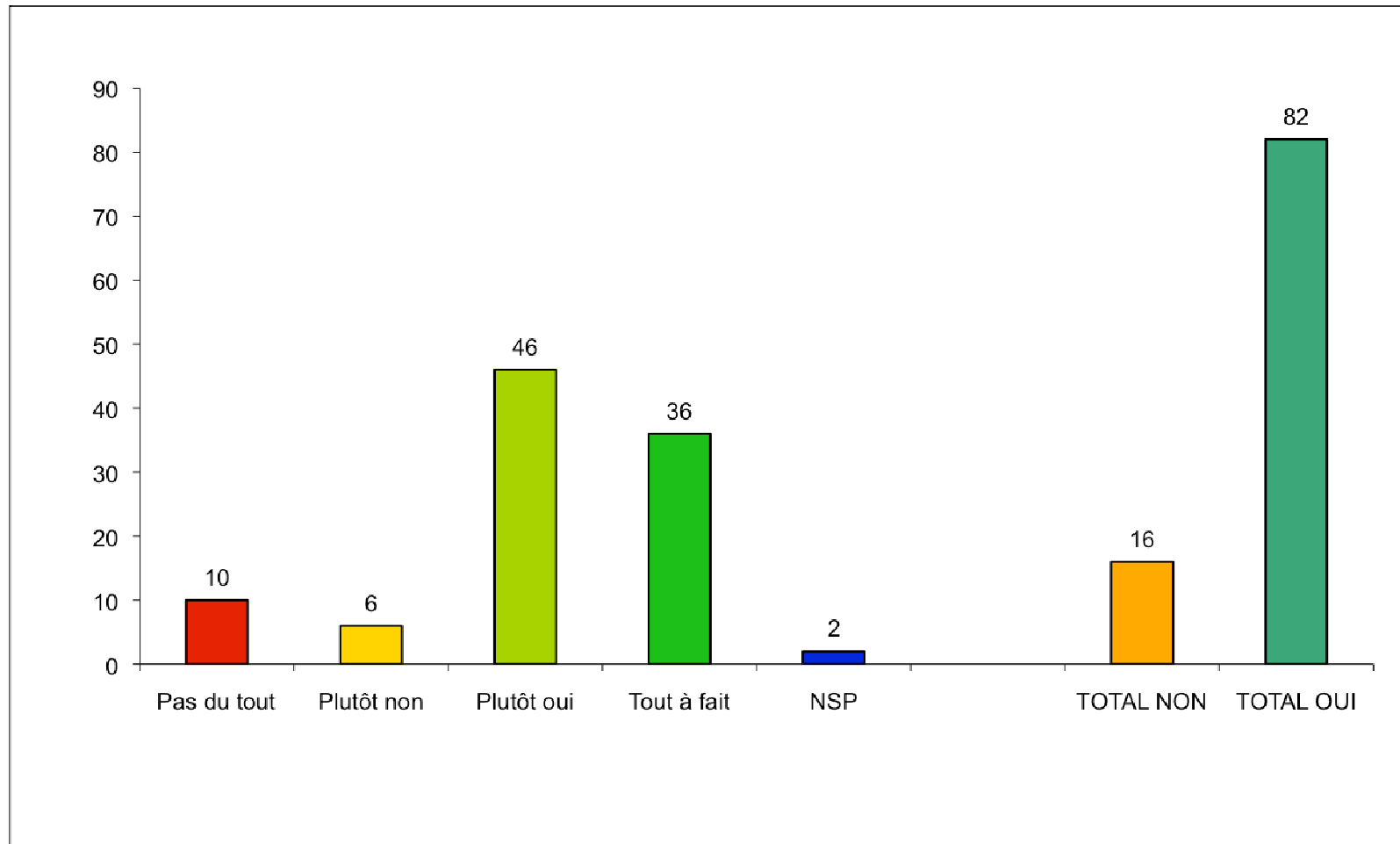
Pour améliorer l'information du consommateur sur les risques de contamination, il serait avant tout nécessaire :

(REPONSES MULTIPLES)



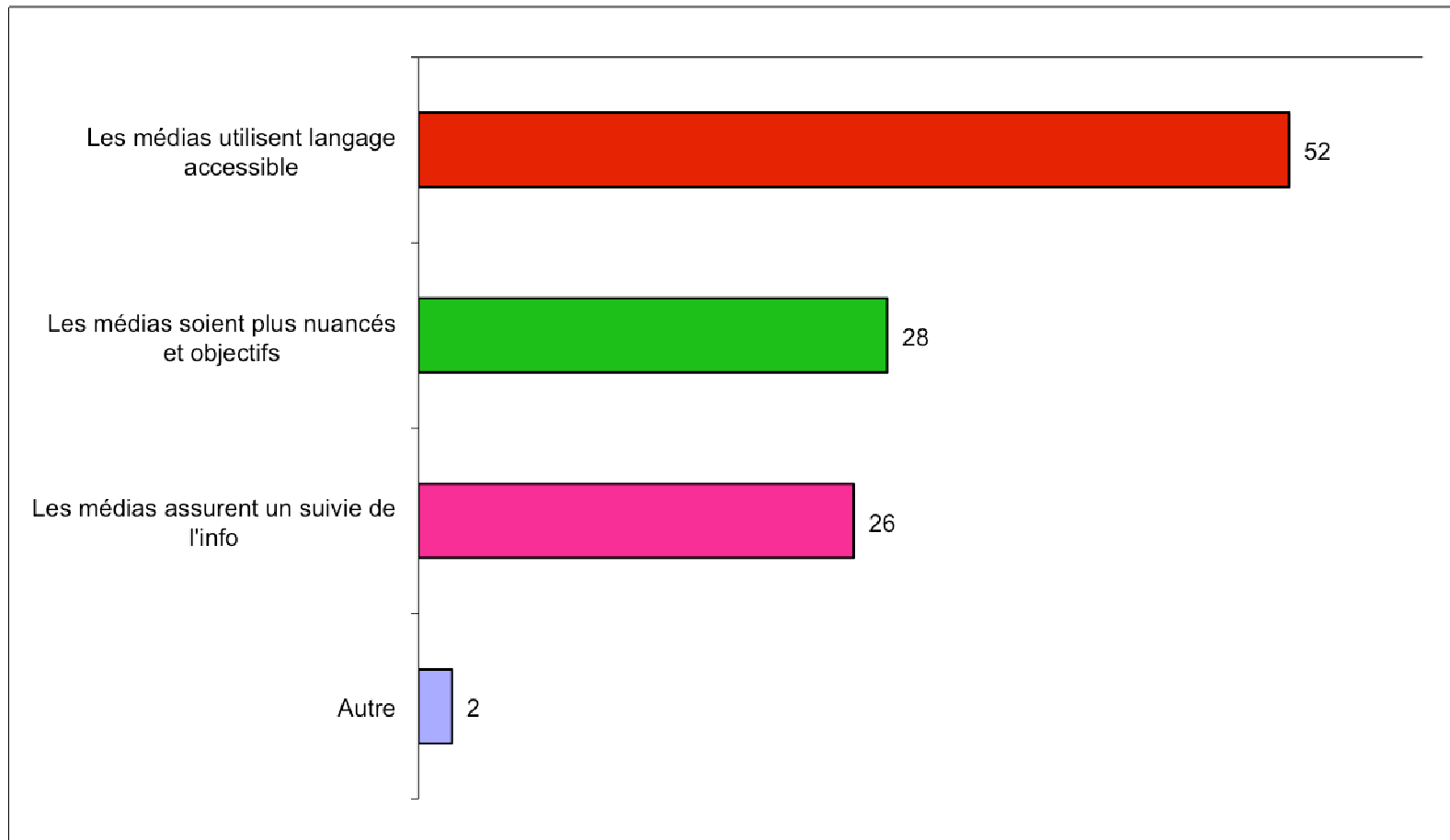
Information des consommateurs

A l'annonce d'une crise les médias tombent dans le discours alarmiste.



Information des consommateurs

Pour améliorer le traitement de l'information sur les contaminations dans les médias, il serait avant tout nécessaire que... (REPONSES MULTIPLES)



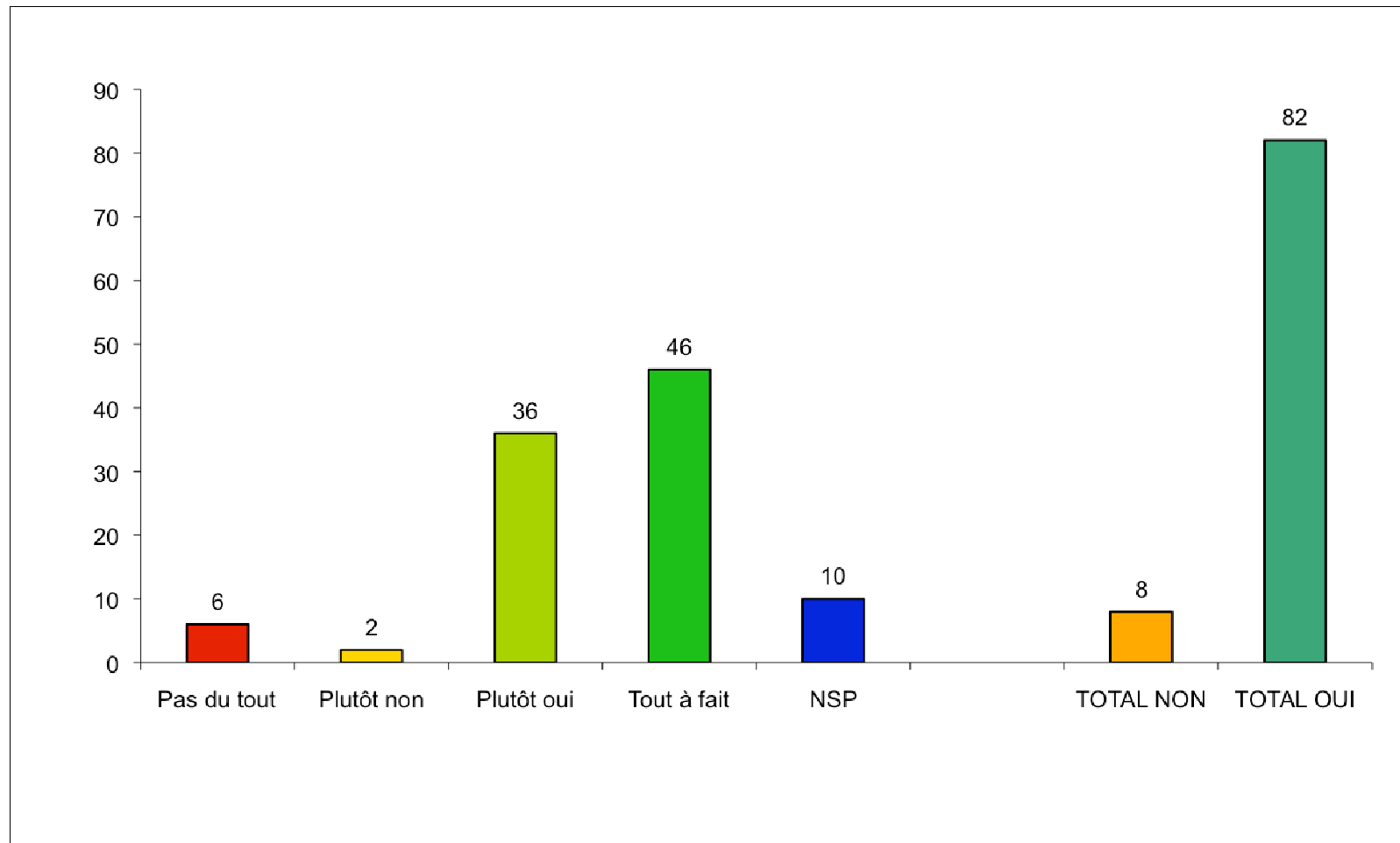
Information des consommateurs

Globalement, comme à chaque fois qu'on les interroge, les consommateurs, et ici les associations les représentant, sont en demande d'informations. L'étiquetage, de par la proximité de l'acte d'achat, paraît une fois encore le medium le plus pertinent pour délivrer des éléments d'information. On peut ensuite discuter de la forme et du contenu de cet étiquetage.

Par ailleurs, rien de surprenant à la méfiance affichée devant les médias classiques, jugés particulièrement alarmistes en cas de crise, et jouant plutôt un effet caisse de résonance qu'un effet d'information plus sereine. Et c'est finalement sur cet angle que les attentes sont les plus fortes, la majorité des répondants souhaitant que les médias « rendent compte du degré de risque en utilisant un langage accessible à tous »...

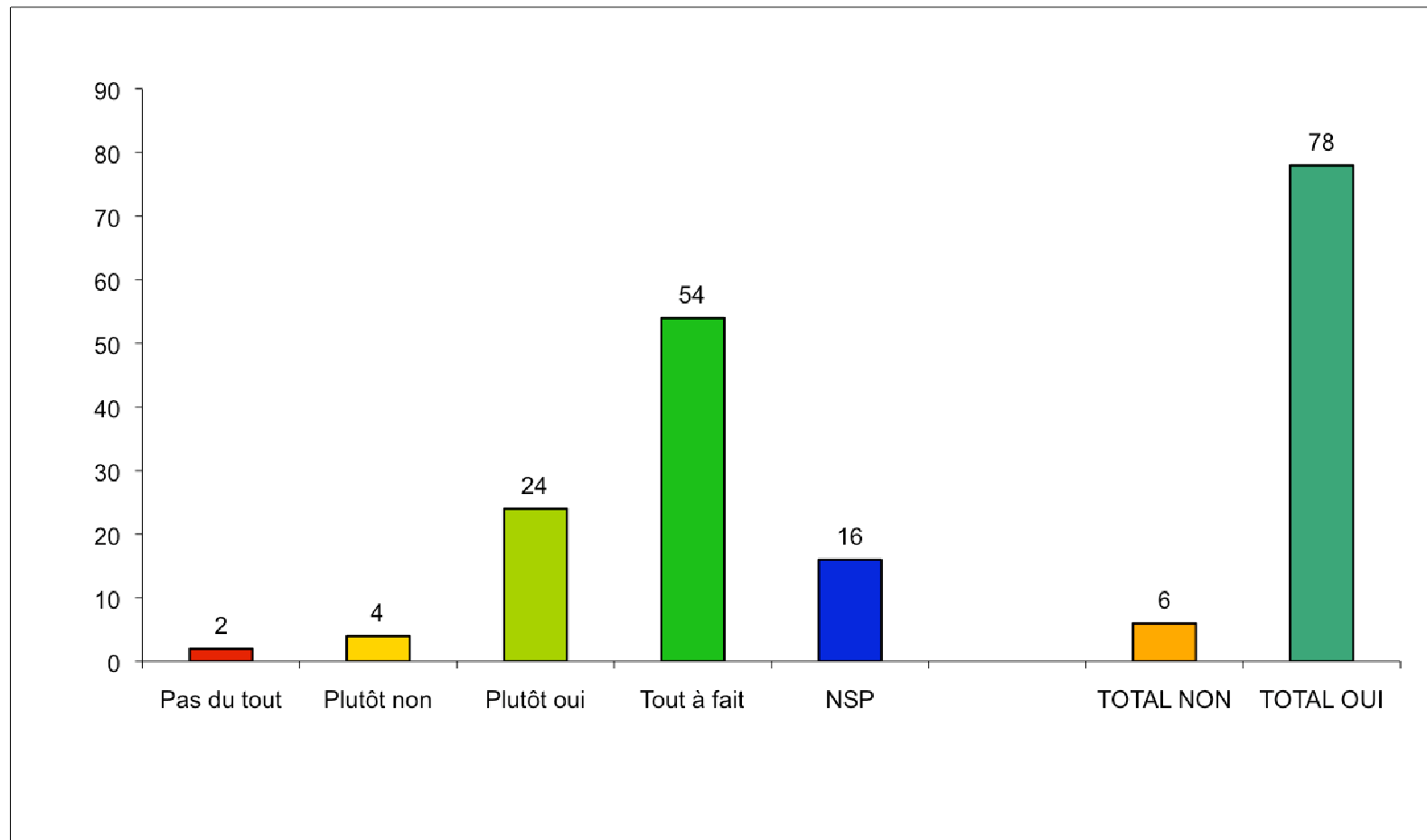
Confiance entre gd public et professionnels

Les professionnels devraient s'engager dans une charte pour le respect des bonnes pratiques en matière de contamination tout au long de la filière.



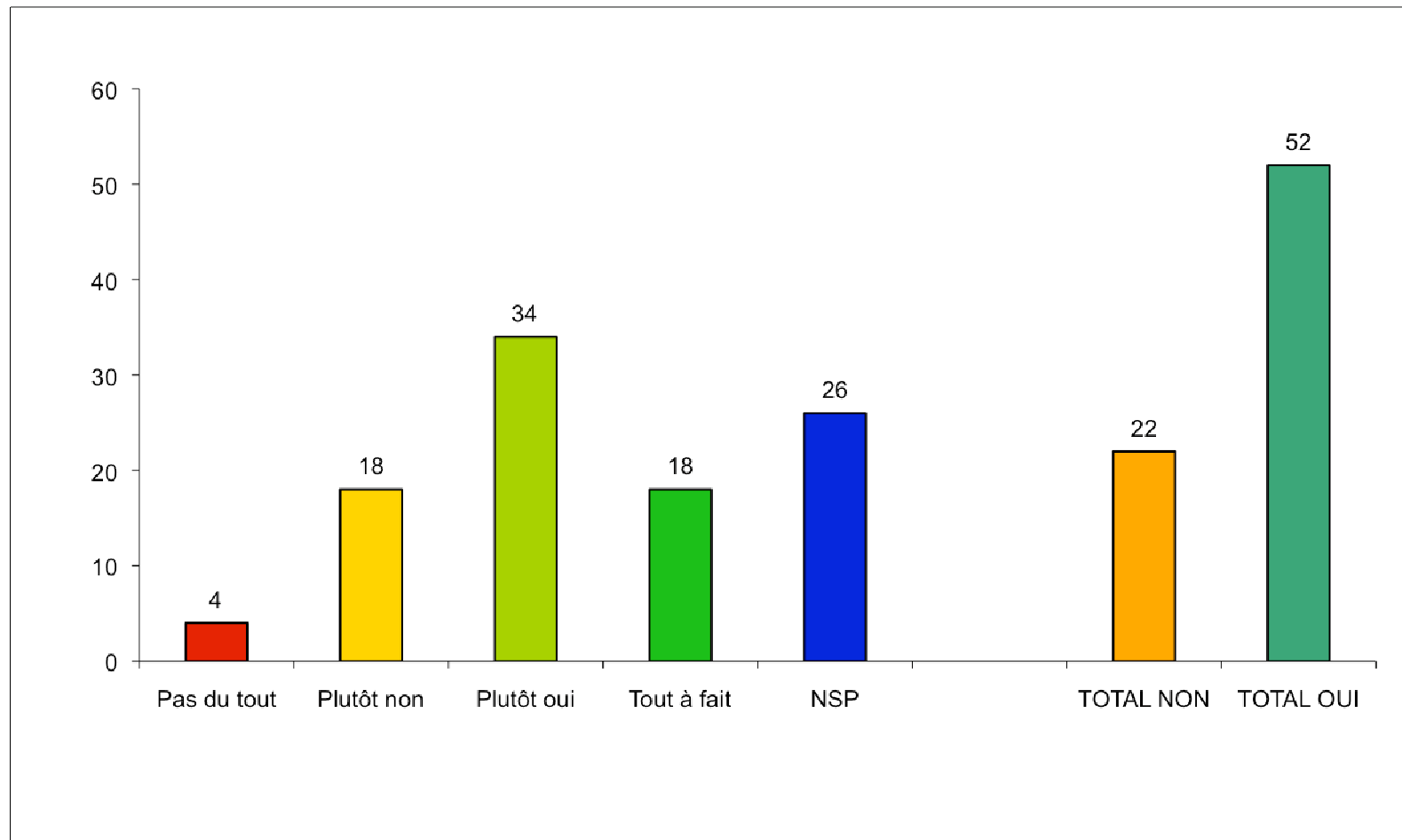
Confiance entre gd public et professionnels

Les professionnels devraient mettre en place une traçabilité sur de nouveaux critères conçus pour les consommateurs (localisation, type d'agriculture...) et mis à leur disposition.



Confiance entre gd public et professionnels

Les professionnels devraient mettre en place un site internet pour permettre aux consommateurs de poser leurs questions et aux professionnels d'y répondre.



Confiance entre gd public et professionnels

Dans leur ensemble, et très majoritairement, les consommateurs sont évidemment favorables à ce que les professionnels améliorent leur transparence et leurs engagements. Toutefois, même si l'idée d'une charte de bonne conduite est plutôt bien reçue, elle l'est sans illusion, les consommateurs estimant nécessaire par ailleurs l'intervention publique (engagements, contrôles...)

La soif de traçabilité apparue à l'issue de la crise de l'ESB n'est pas étanchée, puisque l'on souhaite la mise en place de nouveaux critères permettant de mieux connaître le produit carné. Il s'agit ici de rassurer, les consommateurs étant par ailleurs dans leur grande majorité assez paresseux lorsqu'il s'agit de rechercher des informations.

Enfin, l'idée que les producteurs communiquent via un site internet est positivement accueillie, au même titre que toute extension des sources d'information, mais sans un grand enthousiasme, freiné par le fait que tous ne sont pas équipés d'internet.