LES CONSOMMATEURS ATTENDENT QUALITÉ ET SÉCURITÉ

► **Les consommateurs sont-ils obnubilés par le confort des animaux** quand ils font leurs courses ? Pour Pascale Hebel, du Crédoc (1), pas tant que ça. « Même s'il progresse depuis 2013, ce thème n'arrive qu'en 7^e position parmi les préoccupations. Les plus concernés sont surtout des cadres urbains de plus de 45 ans. Des « leaders d'opinion », concentrés en région parisienne. Ce sont les plus inquiets vis-à-vis de leur alimentation, et ceux qui dépensent le plus d'argent sur ce poste. **Quant aux**

vegans, ils pèsent moins de 1 %. » Les populations précaires sont les grandes oubliées des stratégies liées au bien-être animal. « Le discours pousse à une amélioration, pour répondre à un souhait de consommateurs à fort pouvoir d'achat. Or il existe aussi une population défavorisée qui ne recherche pas des œufs plein air, mais des produits standards moins chers », souligne Pascale Hebel.

► **Les priorités à l'achat des Français** sont le goût, puis les garanties d'hygiène et de sécurité,

suivies du « made in France ». Le prix ne vient qu'après. Pour Véronique Pardo, anthropologue à l'observatoire du Cniel des habitudes alimentaires, « des interrogations se posent aussi quant à l'aval de la filière : que se passe-t-il après la ferme ? » La question environnementale n'apparaît pas en tête de liste. « Sur ces sujets techniques, les consommateurs laissent la main aux associations compétentes. »

(1) Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.