

Colloque « L'étiquetage au service d'une alimentation durable : le point de vue des consommateurs »

13 mars 2017

Le 27 février, l'Inra et l'Association nationale de défense des consommateurs et usagers CLCV ont présenté les résultats de leur étude conjointe intitulée *L'étiquetage au service d'une alimentation durable : le point de vue des consommateurs*. Démarche participative mise en place par les deux structures, ce projet de recherche a « exploré le rôle que l'étiquetage joue aujourd'hui ou qu'il pourrait jouer à l'avenir dans les changements de comportements de consommation », en lien avec les enjeux de durabilité de l'alimentation. Alors que les publications disponibles sur ce sujet reposent fréquemment sur des données déclaratives, l'étude a cherché à « confronter les déclarations des consommateurs avec leurs comportements d'usage de l'information ».

Mobilisant chercheurs et bénévoles, plusieurs méthodes (expériences en ligne, enquête en face-à-face avec entretiens directifs et volet qualitatif, groupes de discussion) ont été mises en œuvre. Au total, l'étude a porté sur environ 2 000 personnes, des femmes à 68,6 %, vivant en milieu urbain, plutôt âgées et avec un niveau de vie inférieur à la moyenne française.

Parmi les résultats, ressortent notamment les points suivants :

- un usage limité des informations lors de l'achat : seul un quart de ces informations est consulté, le prix et l'origine sont des repères majeurs, et les niveaux d'étude et de revenu influencent l'usage qui en est fait ;
- pour la quasi-totalité des personnes, un souhait de plus d'informations, en priorité de clarification (ex : usage de produits chimiques, OGM, qualité nutritionnelle) et sur l'origine des ingrédients ; l'emballage est le support privilégié ;
- une méfiance généralisée vis-à-vis des acteurs ;
- une demande d'un étiquetage plus simple et pratique (avec séparation entre éléments obligatoires et relevant du marketing), et d'informations exhaustives sur tous les aspects de la durabilité (nutrition, origine, mode de production et procédé de fabrication, environnement, RSE).

On pourra retenir notamment que la proximité géographique peut être utilisée par les consommateurs comme indicateur synthétique de la qualité et de la durabilité d'un produit, avec une préférence pour la proximité. Par ailleurs, l'exigence d'information peut être « déléguée », à savoir utile non pour soi mais pour d'autres.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : [Inra](#)