



EFFETS DE TRAITEMENTS D'INFORMATION SUR LA PERCEPTION DES ŒUFS BRUNS PAR LES CONSOMMATEURS

Et si vos préférences pour les œufs bruns reposaient sur une simple perception plutôt que sur la réalité ?

Problématique

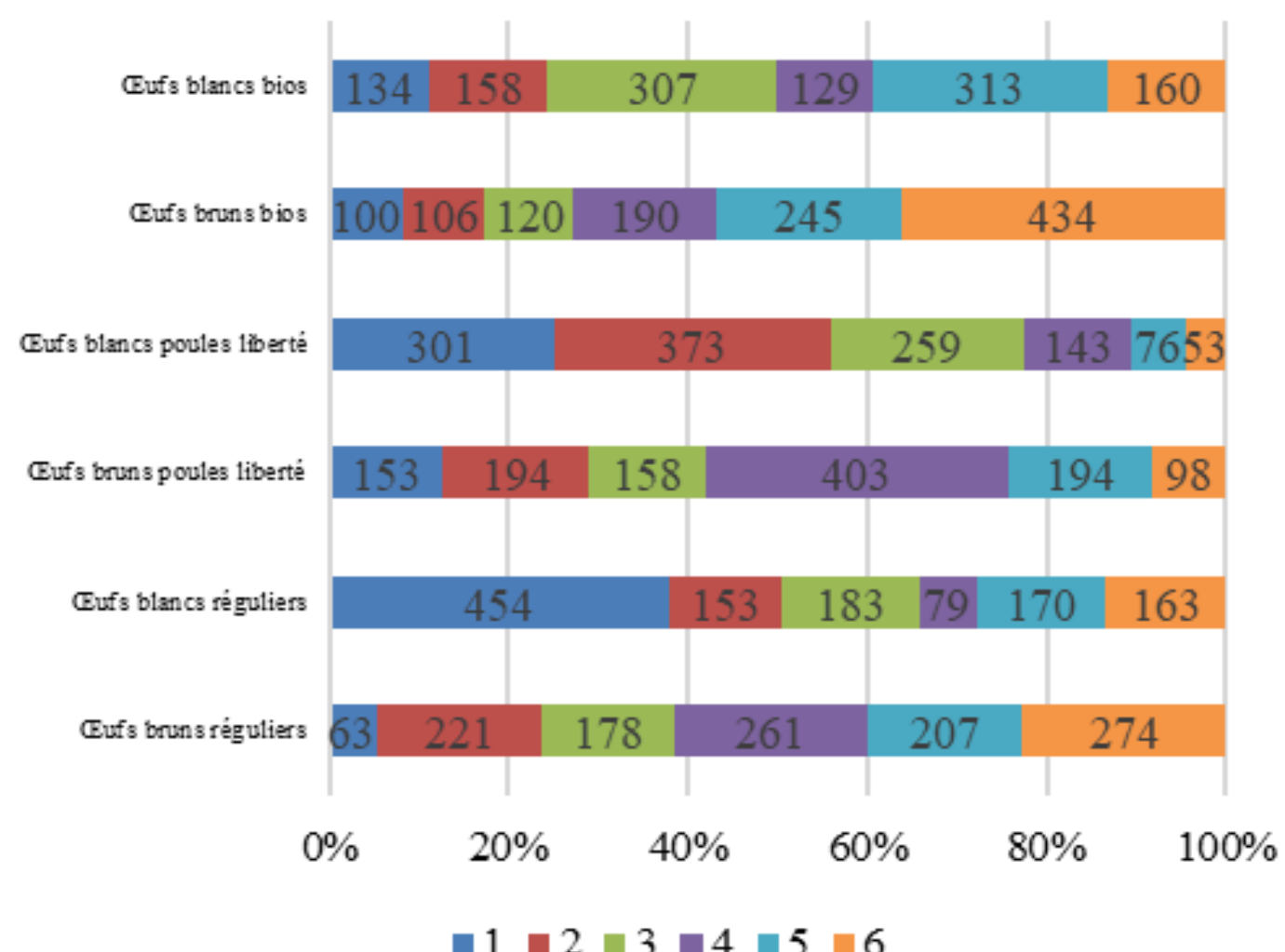
Au Québec, les œufs à coquille brune bénéficient d'une perception favorable : ils sont souvent jugés plus sains, plus naturels, plus nutritifs et plus respectueux de l'environnement et du bien-être animal. Pourtant, aucune preuve scientifique ne confirme cette supériorité par rapport aux œufs blancs. Ce décalage entre perceptions et réalités influence les choix des consommateurs ainsi que les stratégies de production du secteur avicole. Il semble que cette perception favorable est liée à un problème d'information incomplète.

Objectif

Étudier l'effet des traitements de l'information sur la perception des consommateurs à l'égard des œufs bruns

Données importantes

Préférences des répondants après traitement



Financement : Producteurs d'œufs du Canada

Méthodologie

- Prétest au Québec : 140 participants
- Questionnaire expérimental
- Enquête formelle en ligne : Leger
- Échantillon : 1205 répondant.e.s
- Critères : achats, 18 ans et plus

Principaux résultats

- Après traitement : les participants ont révisé systématiquement et significativement toutes les perceptions
- Œuf bio blanc mieux classé par rapport à l'œuf bio brun après traitement
- Traitement diminue significativement la probabilité d'attribuer une meilleure perception aux œufs bruns vis-à-vis des œufs blancs
- La conséquence perçue augmente l'effet du traitement

Conclusion

- Information suffit pour changer la perception favorable des œufs bruns vis-à-vis des œufs blancs
- Œuf bio blanc semble avoir un avenir au Québec, à condition que le consommateur soit informé

Bibliographie

- Dunne, C., & Sietou, C. (2020). UK consumers' willingness to pay for laying hen welfare. *British Food Journal*, 122(9), 2867-2880. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2019-0914>
- Johnston, N. P., Jefferies, L. K., Rodriguez, B., & Johnston, D. E. (2011). Acceptance of brown-shelled eggs in a white-shelled egg market. *Poultry Science*, 90(5), 1074-1079. <https://doi.org/10.3382/ps.2010-00914>
- Rondoni, A., Asioli, D., & Millan, E. (2020). Consumer behaviour, perceptions, and preferences towards eggs: A review of the literature and discussion of industry implications. *Trends in Food Science & Technology*, 106, 391-401. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.10.038>