

ETUDE DE L'ACCEPTABILITÉ DE L'IMMUNOCASTRATION DES PORCS

UNE ENQUÊTE AUTOADMINISTRÉE EN LIGNE, RÉALISÉE AUPRÈS DE CONSOMMATEURS FRANÇAIS ENTRE JUIN ET NOVEMBRE 2022

Introduction : Depuis le 1er janvier 2022, début de l'interdiction de la castration à vif des porcelets en France, le recours à la immunocastration fait figure d'exception chez les professionnels. L'incertitude quant à la réaction des consommateurs en étant une des raisons, une enquête a été lancée auprès de ces derniers pour l'appréhender.

Enquête réalisée par Morgane Leroux (LIT OUESTEREL), Anne Hémonic (IFIP) et Céline Tallet (INRAE)

PROFIL DES CONSOMMATEURS ENQUÊTÉS

297 consommateurs

69 % sont des femmes et 31% des hommes

26 % ont entre 18-24 ans, 30 % entre 25-34 ans, 33 % entre 35-59 ans et 11 % de plus de 60 ans

90 % déclarent manger fréquemment de la viande porcine (56 % de façon hebdomadaire et 34 % mensuelle)

Instinctivement, aidé par l'étymologie du mot, les consommateurs enquêtés comprennent que l'immunocastration consiste en une injection faisant réagir le système immunitaire, de façon à rendre l'animal stérile. Mais ils s'avèrent plus partagés quant à la nature du produit injecté pour y parvenir, et aux conséquences de ce dernier.

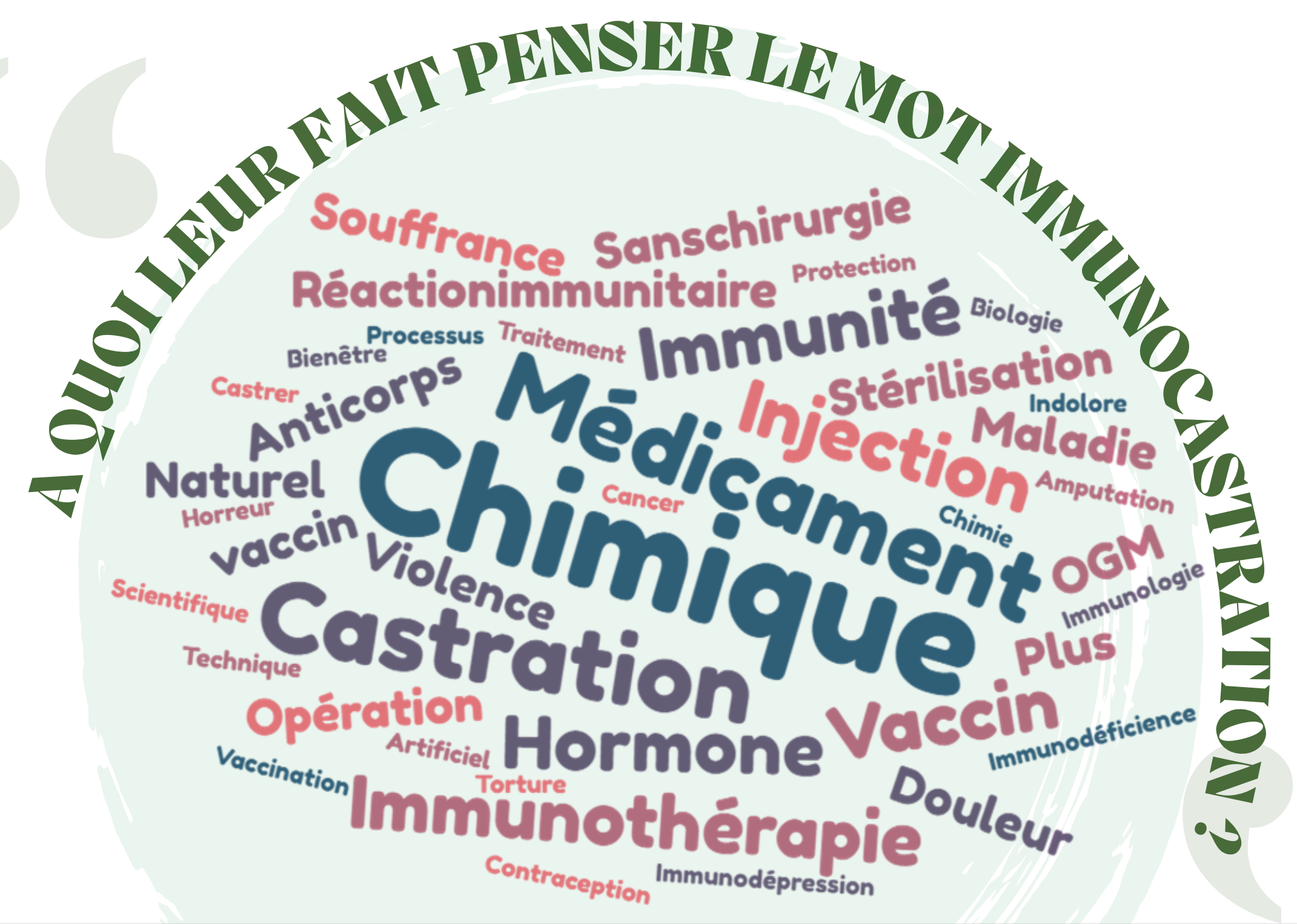
LEURS CONNAISSANCES DE L'IMMUNOCASTRATION

55 %

des enquêtés n'avaient pas connaissance de la pratique de castration en élevage porcin

95 %

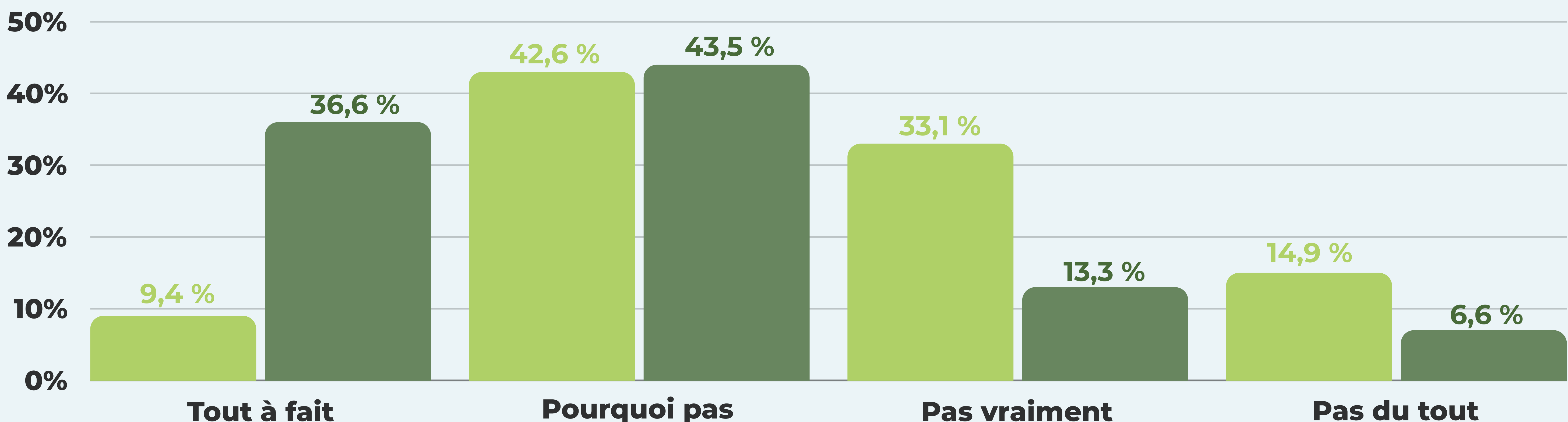
n'ont même jamais entendu parler de la castration par immunocastration



LEUR ACCEPTABILITÉ À CONSOMMER DE LA VIANDE DE PORCS IMMUNOCASTRÉS

■ Avant apport de connaissances sur l'immunocastration

■ Après apport de connaissances



Peu de consommateurs enquêtés se déclarent alors prêts à consommer de la viande de porcs immunocastrés. Mais cette proportion augmente après un apport de connaissances sur l'immunocastration.

L'ACHAT DE VIANDES DE PORCS IMMUNOCASTRÉS

77 %

Des consommateurs souhaitent être informés lors de leurs achats de la méthode de castration

8 consommateurs sur 10 souhaitent avoir cette information, non pas pour modifier leur acte d'achat, mais pour avoir connaissance de ce qu'ils mangent

84 %

Des consommateurs proposent que cette information passe par un étiquetage du produit

Conclusion : Les résultats de cette enquête laissent supposer une bonne acceptabilité des consommateurs français de la viande de porcs immunocastrés, dès lors qu'ils ont compris en quoi cette méthode consistait. En déterminant comment le faire efficacement, certaines réticences de la filière porcine pour développer cette pratique pourraient donc être levées.