8èmes

Journées Techniques Ovines

les 6 et 7 novembre 2018 - 87150 Cussac

Recueil des communications

Les JTO 2018 sont organisées par l'Institut de l'Elevage,
les Chambres d'Agriculture, Coop de France, Interbev Ovins,
la Fédération Nationale Ovine, Races de France, la Bergerie nationale de
Rambouillet, le CIIRPO et l'Association Régionale Ovine Nouvelle-Aquitaine,
dans le cadre de l'action Inn'Ovin.

Association Régionale Ovine
Nouvelle Aquitaine

La viande d'agneaux sur le grill des consommateurs - Casdar ECOLAGNO

Isabelle Legrand, Institut de l'Elevage, CRA-NA, Boulevard des Arcades, 87060 Limoges Cedex 2, isabelle.legrand@idele.fr
Laurence Sagot et Denis Gautier, Institut de l'Elevage/CIIRPO, Ferme expérimentale ovine du Mourier, 87800 Saint-Priest-Ligoure, laurence.sagot@idele.fr – denis.gautier@idele.fr
Jérôme Normand, Institut de l'Elevage, Agrapole, 23 rue Jean Baldassini, 69364 Lyon Cedex 7, jerome.normand@idele.fr

Les résultats présentés sont issus du programme CasDAR « ECOLAGNO - Production de viande d'agneau selon des pratiques agro écologiques : performances technico-économiques et perception par les consommateurs ».

1. Objectifs et partenaires du projet ECOLAGNO

Le projet ECOLAGNO entend répondre aux attentes sociétales regroupées sous le terme d'agro écologie en testant des pratiques d'engraissement d'agneaux innovantes porteuses d'avantages agro écologiques, pour une conduite à l'herbe ou en bergerie. L'impact de ces pratiques a été évalué sous différents angles : aspects agronomique, zootechnique et économique, charge de travail, qualités sensorielles et nutritionnelles des viandes, acceptabilité par les distributeurs et les consommateurs des viandes d'agneau ainsi produites. Les résultats présentés portent exclusivement sur ce dernier point sans être pour autant exhaustifs : le projet n'étant pas encore terminé, d'autres données sont en cours d'acquisition.

ECOLAGNO est un projet collaboratif animé par l'Institut de l'Elevage, associant l'INRA de Theix-VetAgro Sup, le CIIRPO (Centre Interrégional d'Information et de Recherche en Production Ovine), la Ferme expérimentale de l'EPLFPA de Digne-Carmejane, ainsi que 4 partenaires professionnels de régions productrices d'importance : le GIE Ovin du Centre Ouest, le GIE Ovins du Limousin, l'Agneau Fermier des Pays d'Oc et l'association César gérant la démarche « Agneau de Sisteron ».

Dix essais de production d'agneaux ont permis de tester différentes pratiques agro écologiques, tant sur agneaux d'herbe que de bergerie. Un accent particulier a été mis sur la réduction des ressources nécessaires à la production et l'utilisation de moins de ressources limitantes comme les céréales, au profit de ressources non directement utilisables par l'Homme comme l'herbe. De fait, ces points figurent parmi les objectifs majeurs de l'agro écologie, tels que transcrits en 2013 pour les productions animales par l'équipe INRA de Dumont.

Certains agneaux de 6 des essais ont donné lieu à des approches consommateurs, soit un total de 279 agneaux et 582 consommateurs impliqués.

2. Approches consommateurs réalisées

2.1 Objectifs visés

Ces approches ont pour but l'étude de :

- l'acceptabilité de la viande d'agneau agro écologique par les consommateurs en France,
- l'éventuelle plus-value liée à l'agro écologie escomptable pour la filière,
- l'impact de l'apposition d'une étiquette informant sur l'origine/la nature du produit sur les avis et perceptions des consommateurs.

Les résultats présentés proviennent de 2 des tests réalisés, l'un à Paris mi-2017, l'autre à Nantes mi-2018, comptant chacun 96 consommateurs, soit près de 200 consommateurs au total.

2.2 Avis des consommateurs sur différents types d'agneaux

Ces tests ont permis de recueillir les avis des consommateurs sur 4 types d'agneaux :

- des agneaux dits agro écologiques, issus de modes de production plus agro écologiques testés dans le projet,
- des agneaux en démarche officielle de valorisation des produits : sous Signe officiel d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), comme le Label Rouge, l'Indication Géographique Protégée (IGP) ou sous certification de conformité de produit (CCP), ces agneaux étant qualifiés de SIQO par la suite, par souci de simplification,
- des agneaux français standards,
- des agneaux d'importation.

Les 3 lots d'agneaux non qualifiés d'agro écologiques sont utilisés au titre de témoins, couvrant la gamme des agneaux classiquement proposés aux consommateurs en France.

1. Avis des consommateurs sur différentes affirmations

Les tests concernés comportaient 2 étapes. Le consommateur devait tout d'abord donner son avis sur les affirmations suivantes, pour chacune des 4 catégories d'agneau, en référence à de la viande d'agneau tout venant :

- cette viande est *plus chère*,
- cette viande est *meilleure d'un point de vue gustatif*,
- cette viande est *meilleure pour la santé au plan nutritionnel*,
- cette viande est *plus sûre d'un point de vue sanitaire*,
- cette viande est *meilleure pour l'environnement*,
- cette viande est *produite de façon plus traditionnelle*,
- cette viande utilise *moins de traitements médicamenteux sur les animaux*,
- cette viande est *plus respectueuse du bien-être animal*,
- les élevages produisant cette viande sont *plus proches du lieu de distribution (produit local)*,
- la production de cette viande est *mieux contrôlée*.

Le consommateur pouvait être « Tout à fait d'accord », « Plutôt d'accord », « Plutôt pas d'accord », « Pas du tout d'accord » avec ces affirmations. A défaut, il devait cocher la case « ne sait pas ».

2. Consentements à payer des consommateurs

La question du prix que le consommateur serait prêt à payer pour les différentes catégories d'agneau était ensuite abordée. Le prix maximal que le consommateur dit pouvoir payer pour un produit est appelé consentement à payer (CAP). Les CAP ont été obtenus dans le cadre d'un travail d'économie expérimentale dont le but était de dépasser le simple déclaratif afin de recueillir des données les plus proches possible de la réalité. En effet, il est bien connu qu'hors situation d'achat, les consommateurs tendent à surestimer les prix qu'ils sont réellement prêts à payer pour les produits. Une simulation d'achat/vente de viande d'agneau a donc été organisée lors des tests, en s'inspirant de la méthodologie dite BDM (Becker, DeGroot, Marschak, 1964), approche incitative avec des conséquences économiques réelles pour les consommateurs mis artificiellement en situation d'achat.

2.3 Impact de l'étiquetage sur la perception de différents types d'agneaux

Les 2 tests comportaient aussi des évaluations sensorielles de viandes d'agneau en cru, les viandes étant présentées en barquettes filmées comme en linéaire de vente, ou en cuit pour une dégustation. Trois types d'agneaux étaient concernés : agneaux agro écologiques, agneaux français standards et agneaux d'importation.

Que ce soit en cru ou en cuit, les viandes étaient évaluées en monadique séquentiel (les produits sont présentés un par un successivement), tout d'abord à l'aveugle puis avec une étiquette informative sur la

viande. A l'aveugle chaque viande était repérée par un simple code à 3 chiffres, alors que l'étiquetage comportait outre un code à 3 chiffres (différent du précédent), une étiquette avec les informations suivantes :

- le poids, le logo « Viande d'agneau français » et la mention « Viande d'agneau élevé selon des pratiques agro écologiques » pour l'agneau agro écologique,
- le poids et la mention « Origine France » ainsi que le logo « Viande d'agneau français » pour l'agneau français standard,
- le poids et la mention « Origine UE » pour l'agneau d'import.

Les viandes évaluées visuellement étaient des côtes premières. Pour les aspects gustatifs, des côtes filet étaient grillées jusqu'à être rosées à cœur, dont seule la noix de long dorsal était dégustée.

Les critères évalués en cru étaient : l'aspect global, l'aspect habituel pour de la viande d'agneau, le niveau de qualité en 4 classes et l'envie d'acheter le produit.

Les viandes cuites étaient évaluées sur : l'aspect global, l'odeur, l'intensité de l'odeur, la satisfaction globale, la tendreté, le goût, l'intensité du goût, le niveau de qualité en 4 classes et l'envie de re-consommer le produit.

Toutes les échelles utilisées étaient des échelles hédoniques, traduisant le plaisir éprouvé par le consommateur lors de l'évaluation sensorielle.

3. Résultats relatifs aux affirmations

3.1 Premier test, à Paris, en juin 2017

Les résultats montrent que l'agneau agro écologique a un positionnement qualitatif dans la tête des 96 consommateurs interrogés (figure 1) :

- il est aussi bien placé que l'agneau sous SIQO pour l'aspect gustatif, la production traditionnelle, la proximité de la zone de production (aspect local) et le côté contrôlé du produit ;
- son positionnement semble même meilleur que celui du SIQO pour les qualités nutritionnelles de la viande, la sécurité sanitaire, le respect de l'environnement, le moindre recours aux médicaments et le respect du bien-être animal ;
- il est considéré comme un peu plus cher que le SIQO.

L'agneau standard est moins bien positionné que les deux précédents, sauf pour la sécurité sanitaire et le côté contrôlé, ce qui est étrange considérant notamment les contrôles auxquels sont soumis les SIQO que n'ont pas à supporter les autres agneaux.

Sans étonnement, l'agneau d'import apparaît le moins bien placé.

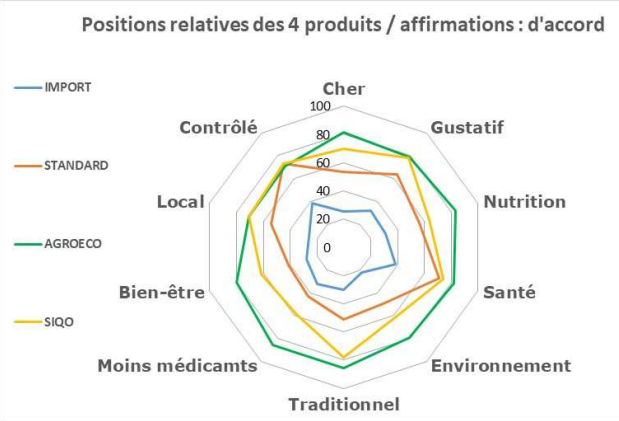
Le positionnement de l'agneau agro écologique sur le bien-être animal amène un commentaire. Il semble montrer l'existence d'une certaine confusion dans la tête des consommateurs entre les deux notions : agro écologie et bien-être animal. Ce dernier ne figure pourtant pas parmi les objectifs majeurs de l'agro écologie, contrairement au respect de l'environnement et à la moindre utilisation de médicaments.

3.2 Second test, à Nantes, en mai 2018

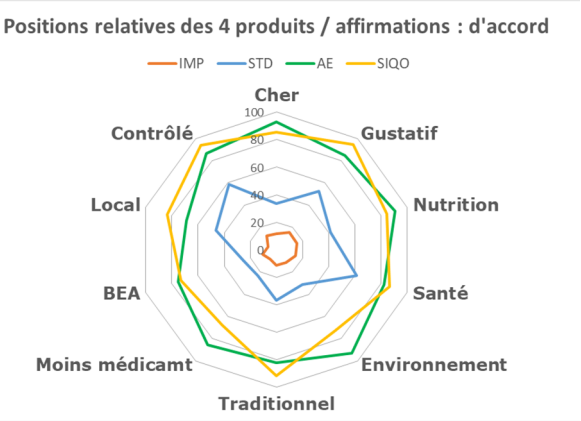
Les résultats de ce deuxième test (figure 2) sont très proches des précédents, avec cependant un moindre écart entre agneaux agro écologiques et agneaux sous SIQO, ainsi qu'un décrochement plus important pour l'agneau standard et encore plus net de l'agneau d'import.

Figures 1 & 2 : Résultats des deux tests sur les affirmations
(% de consommateurs interrogés d'accord ou plutôt d'accord avec les affirmations proposées)

Test 1 – Juin 2017



Test 2 – Mai 2018



3.3 Conclusion des 2 tests sur les affirmations

En définitive, ces résultats montrent que pour certains consommateurs la notion d'agro écologie semble très porteuse, au moins autant que celle de SIQO. Cependant, il semble que le consommateur s'attende à un prix relativement élevé pour ce type d'agneau.

4. Résultats des consentements à payer

La séance d'économie expérimentale permet de calculer le prix moyen que les consommateurs se disent prêts à payer pour chacune des 4 catégories de viande d'agneau étudiées : sous SIQO (en jaune), issue de pratiques agro écologiques (en vert), standard (en bleu) et d'importation (rouge).

Ces résultats peuvent être exprimés sous différentes formes : en €/kg ou en comparaison au prix de l'agneau standard, lequel est considéré comme la référence ou encore le 100 %. La seconde technique permet de s'affranchir des niveaux de prix observés dans l'absolu, donc des valeurs en €, qui peuvent varier entre régions et dans le temps. Il est ainsi possible de comparer de façon plus pertinente les résultats obtenus dans différentes villes comme c'est ici le cas (Paris et Nantes) ou à des époques différentes (ici, presque un an d'intervalle). On ne s'intéresse alors qu'aux écarts de prix relatifs entre les 3 catégories d'agneaux que sont les SIQO, les agro écologiques et les imports, par rapport aux agneaux standards français.

4.1 Premier test, à Paris, en juin 2017

Avec cette présentation, on voit que dans le 1er test (figure 3), le seul écart significatif porte sur les agneaux d'importation : les consommateurs se disent prêts à les payer moins cher que les autres, en l'occurrence 78 % du prix payé pour l'agneau standard de référence. Le prix moyen envisagé pour les agneaux agro écologiques est de 8 % supérieur à celui de l'agneau standard et de 10 % pour le SIQO, mais ces écarts avec le standard ne sont pas significatifs au plan statistique.

4.2 Second test, à Nantes, en mai 2018

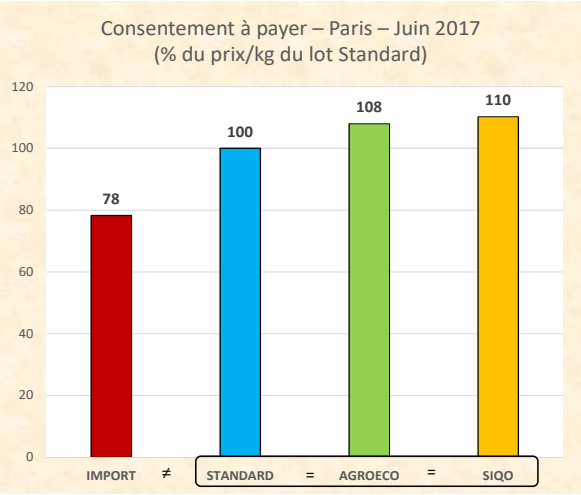
Les résultats du 2nd test sont assez proches (figure 4) : une fois encore, les consommateurs se disent prêts à payer moins cher l'agneau d'import que les autres, même si l'écart avec le standard est moins important ici que dans le test précédent : 90 % du prix payé pour l'agneau standard dans le 2nd test contre 78 % dans le 1er.

Dans le 2nd test, comme dans le 1er, les prix annoncés pour les agneaux agro écologiques et sous SIQO sont très proches.

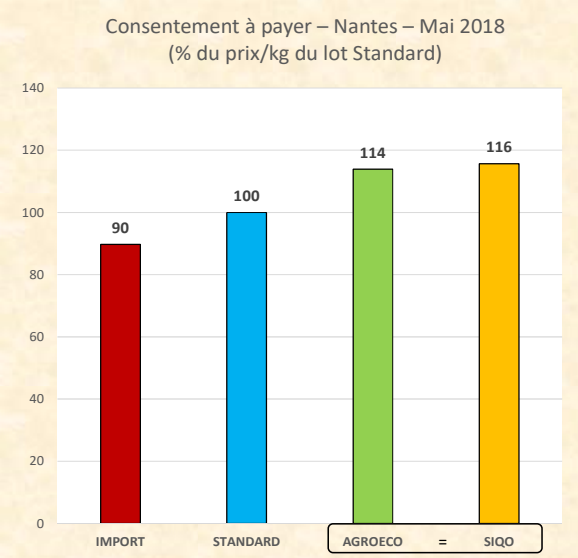
Une différence notable existe cependant entre les 2 tests : l'écart de prix entre agro écologique et SIQO d'une part, et standard d'autre part, est significatif dans le 2nd test contrairement au 1er. Les consommateurs impliqués dans le 2nd test se disent prêts à payer environ 15% plus cher les agneaux agro écologiques ou SIQO que des agneaux standards.

Figures 3 & 4 : Résultats des deux tests sur les consentements à paye
(les prix des lots entourés ne sont pas significativement différents au seuil α = 5%)

Test 1 – Juin 2017



Test 2 – Mai 2018



4.3 Conclusion sur les CAP

Ces tests montrent que les consommateurs envisagent de payer 10 à 20 % moins cher les agneaux d'import que les agneaux français standards et 0 à 15 % plus cher que les standards les agneaux présentés comme agro écologiques ou sous SIQO. Ce résultat est plutôt encourageant pour la production agro écologique, même si la plus-value ne semble pas aller de soi, l'écart avec le lot témoin n'étant pas toujours statistiquement significatif.

L'observation des prix collectés lors des deux tests montre que ces prix ne semblent pas avoir été surestimés par rapport à la réalité des prix de marché aux lieux et dates concernés. De fait, ces derniers avaient fait l'objet d'une collecte auprès de points de vente de différentes natures et sont apparus en moyenne plutôt supérieurs aux prix indiqués par les consommateurs. La technique dérivée du BDM utilisée pour limiter les surestimations a donc sans doute porté ses fruits, malgré le côté un peu artificiel du jeu d'achat/vente de viande d'agneau proposé.

5. Impact de l'étiquetage des viandes sur les perceptions sensorielles

Concernant les tests sensoriels, l'information apportée au travers de l'étiquetage des viandes d'agneau semble avoir eu un effet notable sur le positionnement relatif et absolu des certains types d'agneau, pour certains des critères évalués.

Les tests statistiques montrent que chaque fois que l'étiquetage a eu un effet significatif sur le positionnement des agneaux agro écologiques, cet effet était positif (cases vertes, tableaux 1 & 2). A l'inverse, tous les effets significatifs pour les agneaux d'import étaient négatifs (cases rouges). Par contre,

l'étiquetage n'a pas eu d'effet significatif sur les performances des agneaux standards qui ont, en cela, bien joué leur rôle de témoin.

Le constat d'un étiquetage ayant plutôt profité au lot agro écologique et nuit aux agneaux d'import était relativement attendu, mais pas forcément de cette ampleur.

Tableaux 1 & 2 : synthèse des effets de l'étiquetage

ESSAI 1	Critère évalué	IMPORT	STANDARD	AGROECO
CRU	Aspect global			
	Niveau qualité			
CUIT	Odeur			
	Satisfaction globale			
	Tendreté			
	Goût			
	Niveau qualité			

ESSAI 2	Critère évalué	IMPORT	STANDARD	AGROECO
CRU	Aspect global			
	Niveau qualité			
CUIT	Odeur			
	Satisfaction globale			
	Tendreté			
	Goût			
	Niveau qualité			

Effet de l'étiquette **positif** sur l'appréciation du critère

Effet de l'étiquette **négatif**

Pas de différence significative

Conclusion

Ces premières observations montrent que le concept de viande agro écologique est bien reçu par les consommateurs, avec des valeurs éthiques et morales sur lesquelles axer la communication. Les consentements à payer sont encourageants, indiquant que la notion d'agro écologie pourrait générer une certaine valeur ajoutée. Les actuels SIQO auraient donc tout intérêt à communiquer demain sur les valeurs de l'agro écologie pour défendre leur place sur le marché. En effet, les agneaux sous SIQO et ceux issus de pratiques agro écologiques ont un positionnement proche dans la tête des consommateurs. De plus, certaines des pratiques agro écologiques sont déjà mises en place en élevages.

Ces conclusions restent néanmoins à valider et affiner par les essais ultérieurs. Il convient effectivement de garder en tête l'importance de la variabilité animale pour les qualités sensorielles. Par ailleurs, un consommateur ne fait pas l'autre : les moyennes cachent une importante variabilité de comportements, goûts et avis, qu'il faut tenter exploiter par le biais de la segmentation de marché. Enfin, les consommateurs évoluent au fil du temps et les indications ici recueillies devraient être réactualisées régulièrement pour rester pertinentes.

Alliés aux autres données attendues dans le cadre du projet ECOLAGNO, les résultats rapportés ici devraient permettre d'aborder, à l'issue du programme, la valorisation économique de certaines pratiques d'élevage agro écologiques escomptable pour la filière.

Cette étude a été réalisée avec la contribution financière du Compte d'Affectation Spéciale « Développement Agricole et Rural » du Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt, projet CASDAR IP 5560 – ECOLAGNO.