

7 Français sur 10 prêts à payer plus cher leur poulet s'il est garanti plein air

Une enquête d'opinion⁽¹⁾ révèle que les Français sont particulièrement sensibles aux modes d'élevage des poulets qu'ils consomment. Cette sensibilité se traduit notamment par une volonté de voir le bien-être animal respecté même si cela entraîne un surcoût du produit final. L'enquête a été menée par l'Ifop pour CIWF, l'ONG de référence pour le bien-être des animaux d'élevage. Pour Amélie Legrand, Chargée des Affaires Agroalimentaires à CIWF France « *Nous allons bientôt confronter ces résultats très encourageants lors du SIA où nous ouvrons le dialogue avec le public et les industriels ; c'est pour nous un rendez-vous de toute première importance* ».

7 Français sur 10 prêts à payer plus cher leur poulet s'il est garanti plein air

70% des Français sont prêts à payer leur poulet plus cher s'ils sont certains que le poulet a été élevé en plein air. 50% sont prêts à ajouter jusqu'à 2 euros supplémentaires, et même jusqu'à 5 euros pour 19% d'entre eux. Un argument qui devrait assurer un bel avenir au bien-être des animaux d'élevage ! Pour rappel en 2010, lors d'un sondage Ifop pour CIWF⁽²⁾, 75% des Français étaient prêts à payer plus cher leurs œufs s'ils avaient la garantie qu'ils ne proviennent pas de poules élevées en cage.

59% des Français considèrent le mode d'élevage du poulet comme déterminant lors de l'acte d'achat

Pour 6 Français sur 10 le mode d'élevage d'un poulet est un critère qui va déterminer leur achat. En France, plus de 75% des poulets de chair sont élevés de manière intensive, en bâtiments fermés et surpeuplés. Les poulets de plein air, reconnaissables notamment à leur mention Label Rouge, Agriculture Biologique, AOC ou « poulet fermier », vivent plus longtemps (81 jours minimum contre 40 jours en moyenne pour un poulet standard) et dans de meilleures conditions (accès à un parcours extérieur où ils peuvent mener une vie plus naturelle, les souches de poulet utilisées sont généralement à croissance plus lente ce qui réduit considérablement la fréquence des problèmes de santé, des élevages à densité moins élevée, etc...). CIWF sera présent sur le Salon de l'Agriculture afin d'informer les consommateurs sur les différents modes d'élevage des poulets en France.

Le respect du bien-être animal : 2^{ème} motivation lors de l'achat d'un poulet.

Pour 40% des acheteurs, le respect du bien-être animal est un critère essentiel lors de l'achat d'un poulet après les qualités gustatives (59%). Les femmes et les jeunes (moins de 35 ans) sont même davantage attachés à ce critère puisqu'ils sont respectivement 44% et 49% (contre 36% pour les plus de 35 ans et 35 % pour les hommes) à l'avoir sélectionné.

Près de 40% des Français savent « lire un œuf » !

D'après le sondage plus d'1 Français sur 3 sait déterminer le mode d'élevage de la poule pondeuse en lisant le code inscrit sur chaque œuf. Il semble donc que le message porté par CIWF commence à porter ses fruits. Et comme 60% de la population française a encore du mal à décoder un œuf, CIWF sera présent une fois de plus au Salon de l'Agriculture afin d'apprendre aux visiteurs à lire un œuf !

CIWF France : Pavillon 1 – Allée U – Stand n°22

CIWF en bref

Créée en 1967 par un éleveur britannique en réaction à l'intensification de l'élevage, CIWF est aujourd'hui reconnue comme l'ONG internationale de référence dédiée au bien-être des animaux d'élevage. CIWF travaille en partenariat avec de grandes entreprises agroalimentaires internationales tous secteurs confondus, telles qu'Unilever, McDonald's, IKEA ou encore Compass Group. Cette collaboration est basée sur la recherche de solutions bénéficiant à tous et la valorisation des démarches de progrès.

Pour plus d'informations : www.ciwf.fr et www.agrociwf.fr

⁽¹⁾ Sondage Ifop pour CIWF France, réalisé du 11 au 13 janvier 2011 sur un échantillon de 1017 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

⁽²⁾ Sondage Ifop pour CIWF France, réalisé les 17 et 18 février 2010 sur un échantillon de 1005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Contacts presse :

Agence YESwecan :

Marion Avranché - m.avranche@yeswecan-pr.eu
Tél : 01 41 34 02 20 – Mob : 06 89 81 46 25

CIWF France :

Amélie Legrand - amelie@ciwf.org
Tel : +44 (0)7 899 757 117