

82% des Français attendent plus d'informations sur l'origine des produits selon un récent sondage Ipsos

«82% des Français attendent plus d'informations sur l'origine des produits et souhaitent majoritairement une modification de la législation pour renforcer la traçabilité des produits. 48% des Français jugent que la situation en matière de sécurité alimentaire s'est détériorée depuis 10 ans. Un consommateur sur trois se méfie des produits qu'il achète.»

Voici les principaux enseignements qui ressortent des résultats de l'enquête exclusive réalisée par l'institut de sondages Ifop pour le compte de la société française ATT Advanced Track & Trace, spécialisée dans la protection des marques, en particulier dans les solutions de lutte contre la contrefaçon, la traçabilité de sécurité et la traçabilité industrielle...

Un jugement mitigé

Alors même qu'aucune crise sanitaire n'a récemment affecté la population, les jugements dans ce domaine atteignent un niveau similaire à celui constaté en 2000, au sortir de la crise sanitaire de la vache folle.

Des consommateurs vigilants vis-à-vis de l'origine des produits

Les Français se montrent attentifs à la provenance des produits qu'ils achètent. Les consommateurs sont notamment très vigilants quand il s'agit de choisir de la viande ou du vin : trois quart des interviewés (respectivement 75% et 72%) affirment connaître systématiquement ou souvent leur origine lorsqu'ils achètent ces produits. Notons que la connaissance de l'origine du vin est plus systématique que celle de la viande (42% contre 35%).

Au-delà de leur propre vigilance, les Français attendent un renforcement des garanties apportées par les autorités. 96% des personnes interrogées se déclarent favorables à une modification de la législation actuelle pour renforcer la traçabilité sur l'origine des produits alimentaires.

L'influence du manque d'information sur les comportements d'achats de produits alimentaires n'est pas négligeable : 47% des personnes interrogées indiquent que leur méconnaissance des conditions de production de vins étrangers les dissuade d'en acheter.

Les labels représentent pour les Français le meilleur gage de qualité d'un produit alimentaire.

Majoritairement, les Français font confiance aux labels présents sur les produits alimentaires, qu'ils savent distinguer des « mentions », dont l'origine et les objectifs diffèrent. L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) est le label le mieux évalué : 91% des Français font confiance en cette appellation (dont 34% « tout à fait »). Le Label Rouge rassure également (85% lui font confiance), tandis que le Label Agriculture Biologique (AB) apparaît légèrement en retrait avec un score de confiance établi à 70%.

Méthodologie : sondage réalisé en 2 vagues par : l'IFOP. Echantillon : 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Date de terrain : Du 3 au 4 décembre 2009 & Du 4 au 6 mai 2010

ATT Advanced Track & Trace est leader dans le monde de la sécurité numérique appliquée à la Protection des Marques et à la Traçabilité de Sécurité et, par son expérience, apporte à la filière vin des outils adaptés **pour tracer, protéger, communiquer et promouvoir.**

Filiaire d'un Groupe français de 170 ans (Groupe Lamy), ATT a une expérience de plus de 25 ans en Traçabilité et Protection des Marques.

Distinguée Technology Pioneer par le World Economic Forum de Davos, ATT est aujourd'hui le Partenaire de grands Groupes internationaux dans le secteur du vin, de la pharmacie, des cosmétiques, du luxe, et bien d'autres touchés par les problèmes de traçabilité et de contrefaçon.