

RECHERCHE SUR LES CONSOMMATEURS

Réponses des divisions

Quelles ont été les recherches entreprises ou utilisées sur les consommateurs, pour vos activités de création informée de politiques ?

DIVISION DES NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES

- Une recherche qualitative utilisant six groupes de concentration des efforts, chaque groupe comportant 8 représentants, a été réalisée par l'unité de recherche de COI pour l'Agence. Les objectifs de l'enquête prévoyaient l'établissement de niveaux relatifs et l'identification de sujets d'inquiétude précis du grand public concernant les produits GM. Des résultats détaillés sont programmés sur le site Internet.
- Une évaluation économique des options pour l'élargissement de la législation sur l'étiquetage des produits GM a été réalisée par NERA pour l'Agence, en 2001. L'opinion de groupes de consommateurs a été retenue dans la section des renseignements de fonds de cette évaluation, avec examen des impacts au niveau de la distribution présentés dans un chapitre séparé. Les impacts basés sur les plages de revenus des ménages et sur les tranches d'âges ont été évalués.

DIVISION DE LA SECURITE ET DE LA TOXICOLOGIE DES PRODUITS CHIMIQUES

- Une étude de détermination de portée a été commandée dans le cadre du programme de recherche sur les additifs, afin d'identifier les points d'inquiétude des consommateurs qui pensent que les aliments de marque économique contiennent probablement une plus grande quantité d'additifs ou des additifs différents de ceux des marques de premier choix ou habituels. Une enquête sur les habitudes des consommateurs a également été réalisée pour épauler ces travaux de recherche.
- A la suite des inquiétudes générales exprimées dans l'enquête de l'Agence sur les comportements des consommateurs, il est envisagé d'effectuer des travaux ayant pour but d'explorer des points d'inquiétude spécifiques des consommateurs en ce qui concerne les additifs alimentaires. Cela va fournir des informations au niveau de la création de politiques et permettre d'obtenir et de regrouper des renseignements détaillés sur le type d'informations sur les additifs dont ont besoin les consommateurs pour faire un choix informé.

- Un rapport sur les perceptions des consommateurs en ce qui concerne la phrase "Peut contenir des traces de noix" sur les étiquettes d'aliments préemballés vient récemment d'être publié. Ces travaux ont été financés par la FSA et réalisés par la Campagne sur l'anaphylaxie.
- Des groupes ciblés ont été mis sur pied pour déterminer les perceptions et préférences des consommateurs en ce qui concerne l'étiquetage indiquant une contamination par des traces de noix.

DIVISION DE LA PROTECTION RADIOLOGIQUE ET DE GESTION DES RECHERCHES

- Une recherche ciblée est entreprise pour s'assurer qu'il n'existe aucune voie inhabituelle dans la chaîne alimentaire risquant d'entraîner la réception par des minorités ethniques d'une radioactivité plus importante dans leurs aliments du fait de leur régime alimentaire spécifique.

DIVISION DE LA STRATEGIE DE LA CHAINE ALIMENTAIRE

- En collaboration avec le secteur Consommateur (Consumer Branch) et la division Communications, cette division a effectué toute une série de recherches intégrées sur les consommateurs, afin de fournir des informations dans le cadre de la réponse de la FSA à la Commission politique (Policy Commission). Ces éléments ont cherché à recueillir les opinions des consommateurs, en faisant appel à des méthodes contrastées et à examiner tous les résultats sur un plan global. Il y avait ainsi un sondage d'opinions, des groupes re-convoqués ciblés, des travaux qualitatifs se concentrant sur les consommateurs à faibles revenus, des séminaires régionaux et un séminaire de la jeunesse.

DIVISION DE LA SECURITE MICROBIOLOGIQUE

- L'Association Campden & Chorleywood Food Research Association (CCFRA) s'est vue commander des activités de recherche portant sur l'opinion des consommateurs en matière de risques et pratiques de manutention des aliments dans les ménages, en particulier la manutention de la viande.

DIVISION DE LA NUTRITION

- Des groupes ciblés ont été mis en place pour bien comprendre et de manière informée les titres d'informations sur la nutrition.
- Des groupes ciblés ont également été mis en place pour obtenir des informations sur les approches possibles au niveau du style de vie en matière d'alimentation et de nutrition, dans le cadre de la campagne sur les jeunes.

DIVISION DE L'ETIQUETAGE ET DES NORMES ALIMENTAIRES

- Il a été demandé au COI d'effectuer un projet de recherche en deux phases pour explorer les attitudes des parents et des enfants quant à la promotion de produits alimentaires destinés aux enfants et son impact sur le comportement, pour explorer les attitudes envers différentes méthodes de promotion et identifier les changements pratiques que les parents considèrent comme utiles pour promouvoir un régime alimentaire sain. Ces recherches ont également examiné les attitudes des directeurs d'écoles envers la promotion par les fabricants et détaillants de produits alimentaires dans les écoles. Ce projet a porté, entre autres, sur des visites accompagnées dans des magasins et des visites de suivis dans les foyers familiaux, sur des groupes de discussions avec des mères de familles (y compris celles d'origines ethniques), des pères, des enfants et des directeurs d'écoles. Les résultats ont été publiés sur le site Internet de l'Agence et ont été mis en avant dans les activités ultérieures de l'Agence.
- Au nom de l'Agence, le COI a récemment commandé des recherches sur le niveau de compréhension des consommateurs quant aux affirmations de santé faites sur les aliments. Ceci a consisté en des entrevues en salles d'un large éventail de consommateurs. Ces entrevues comportaient des tâches ayant pour but de tester la compréhension d'un certain nombre de catégories d'affirmations contenues dans une proposition faite par la Commission européenne. Les résultats vont aider l'Agence à négocier une
- Au nom de l'Agence, le COI a commandé des recherches qualitatives sur les consommateurs quant aux contenus et formats idéaux des étiquettes de renseignements sur la nutrition. Cette étude a été basée sur une série d'entrevues en trios et individuelles de membres du grand public, dont des personnes aux besoins alimentaires spéciaux et des mères de familles d'origines ethniques. Les résultats seront mis en avant dans les travaux quantitatifs, dont les résultats serviront à aider l'Agence à négocier une position informée, lorsque la Commission européenne commencera son passage en revue promis de la directive sur l'étiquetage de renseignements sur la nutrition.
- Quatre études distinctes portant sur les opinions des consommateurs quant à l'étiquetage alimentaire ont été commandées pour permettre de développer de manière informée une opinion stratégique claire quant aux changements nécessaires, en général, au niveau des règles d'étiquetage alimentaire, dans le but d'offrir aux consommateurs les informations dont ils ont besoin pour se servir des aliments en toute sécurité, pour choisir un régime alimentaire plus sain, s'ils le souhaitent, et pour faire d'autres choix alimentaires en fonction de leur style de vie. Ces études ont examiné les attitudes des consommateurs en général envers l'étiquetage alimentaire, l'importance et l'impact de l'étiquetage sur le pays d'origine, et les besoins en informations des consommateurs lors de l'achat d'aliments qui ne sont

- Le conseil national britannique de la consommation (National Consumer Council) s'est vu commandé la rédaction de recommandations pour un code pratique sur l'étiquetage volontaire. Dans le cadre de ce projet, le NCC a réalisé des recherches pour déterminer les problèmes rencontrés par les consommateurs quant à l'accès aux informations sur les différents programmes d'étiquetage (par exemple : "alimentation saine", "origine agricole garantie").

CONSEIL D'ADMINISTRATION DES COMMUNICATIONS

- Une enquête annuelle sur les attitudes des consommateurs a été commandée afin de déterminer les changements au niveau de l'opinion publique et d'améliorer la connaissance des inquiétudes exprimées par les consommateurs.
- Le site Internet de l'Agence et le magazine "FSA News" ont demandé aux consommateurs de donner leurs réactions. Des réactions sont également recueillies auprès des participants aux réunions ouvertes.
- Des recherches sur les consommateurs sont commandées avant et après des campagnes publicitaires afin de juger de l'efficacité de ces dernières.

SECRETARIAT D'ENTREPRISES ET DIVISION DES SUJETS LIÉS À LA CONSOMMATION

- Un programme de recherches a été mis sur pied pour développer et tester les méthodes novatrices avec la participation des consommateurs, en particulier ceux qui appartiennent à des groupes désavantagés, en matière de création de politiques alimentaires. Deux projets sont financés à l'heure actuelle et devraient se terminer en 2004.
- Des recherches entreprises par les organisations de consommateurs et portant sur les politiques de consommation font l'objet d'un suivi et de commentaires, suivant besoin, et sont distribués à des divisions politiques afin qu'il en soit tenu compte lors du développement de ces politiques.

- Des renseignements de fond sur l'utilisation des recherches sur les consommateurs sont recueillis et utilisés pour conseiller les différentes branches politiques.

FSA ECOSSE

- Des groupes ciblés du programme Manger sainement (Healthy Eating) ont été mis sur pied entre le 11 juin et le 30 juillet 2001.
- Une enquête de consommateurs sur l'achat et la consommation de poisson a été réalisée et publiée en avril 2002.
- L'enquête sur les attitudes des consommateurs de l'Agence couvre
- Evaluation du programme de licence des bouchers en Ecosse (résultats dus vers fin septembre 2002)

FSA PAYS DE GALLES

- La FSAW emploie bien les connaissances sur les attitudes et habitudes des consommateurs tirées de l'enquête annuelle sur l'attitude des consommateurs de l'Agence, l'enquête nationale sur le régime alimentation et la nutrition et d'autres enquêtes de consommateurs.
- Plusieurs enquêtes à petite échelle ont été commandées pour obtenir des renseignements informés sur le développement d'une stratégie de nutrition pour le Pays de Galles (parmi les exemples, citons : la recherche sur les "déserts alimentaires", une enquête sur les cantines d'écoles et une enquête sur les projets alimentaires communautaires au Pays de Galles).

FSA IRLANDE DU NORD

- L'enquête sur l'attitude des consommateurs de l'Agence comporte un échantillon représentatif de la population d'Irlande du Nord.
- Une enquête sur la situation actuelle du programme de licence des bouchers est proposée pour le début de l'an 2003.