

# Annexes

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ANNEXE 3.1 QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ENQUETE ET L'EXPERIENCE 2.....</b>                                | <b>2</b>  |
| <b>ANNEXE 3.2 QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'EXPERIENCE 1 .....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>ANNEXE 3.3 GUIDE D'ENTRETIEN TELEPHONIQUE POUR LE RECRUTEMENT DES PARTICIPANTS A L'EXPERIENCE 1 .....</b> | <b>11</b> |
| <b>ANNEXE 3.4 GUIDE D'ENTRETIEN TELEPHONIQUE POUR LE RECRUTEMENT DES PARTICIPANTS A L'EXPERIENCE 1 .....</b> | <b>20</b> |
| <b>ANNEXE 3.5 PROTOCOLE ET DOCUMENTS UTILISES DANS LE CADRE DE L'EXPERIENCE 1 .....</b>                      | <b>26</b> |
| <b>ANNEXE 3.6 PROTOCOLE ET DOCUMENTS UTILISES DANS LE CADRE DE L'EXPERIENCE 2 .....</b>                      | <b>43</b> |
| <b>ANNEXE 4 RESULTATS DE L'ENQUETE .....</b>   | <b>64</b> |

---

**ANNEXE 3.1**  
**QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ENQUETE ET L'EXPERIENCE 2**

Date : \_\_\_\_\_

Lieu : \_\_\_\_\_

**Questionnaire consommateurs****2 Avez-vous déjà consommé des produits contenant des OGM (oui, non, vous ne savez pas) ?**

|      |                      |  |
|------|----------------------|--|
| 02.1 | Oui, je pense        |  |
| 02.2 | Non, je ne pense pas |  |
| 02.3 | Je ne sais pas       |  |

**3 Si la réponse est oui, comment le savez-vous ?**

|      |  |  |
|------|--|--|
| 03.1 | Vous l'avez lu sur les emballages                        |  |
| 03.2 | Vous connaissez les produits qui en contiennent          |  |
| 03.3 | Sans savoir lesquels, vous pensez en avoir déjà consommé |  |

**4 A votre avis, aujourd'hui, les produits alimentaires fabriqués à partir d'OGM sont-ils obligatoirement étiquetés comme tels (oui, non, vous ne savez pas) ?**

|      |                   |  |
|------|-------------------|--|
| 04.1 | Oui, je pense     |  |
| 04.2 | Non, ne pense pas |  |
| 04.3 | Je ne sais pas    |  |

**5 Pouvez-vous citer au moins un produit alimentaire contenant des OGM ?**

|       |
|-------|
| ..... |
|-------|

**6 Pouvez-vous citer au moins un produit alimentaire ne pouvant pas contenir des OGM ?**

|       |
|-------|
| ..... |
|-------|

**7a. Voici plusieurs produits alimentaires, à chaque fois, vous me direz s'ils peuvent aujourd'hui être fabriqués à partir d'OGM : oui, non ou vous ne savez pas ?**

|        |  |         | Oui |         | Non |         | Ne sait pas |
|--------|--|---------|-----|---------|-----|---------|-------------|
| 07a.01 | Saucisson                                  | 07a.01a |     | 07a.01b |     | 07a.01c |             |
| 07a.02 | Biscuits d'apéritifs                       | 07a.02a |     | 07a.02b |     | 07a.02c |             |
| 07a.03 | Biscottes                                  | 07a.03a |     | 07a.03b |     | 07a.03c |             |
| 07a.04 | Gâteaux industriels                        | 07a.04a |     | 07a.04b |     | 07a.04c |             |
| 07a.05 | Céréales pour petit déjeuner (Corn Flakes) | 07a.05a |     | 07a.05b |     | 07a.05c |             |
| 07a.06 | Desserts et glaces industrielles           | 07a.06a |     | 07a.06b |     | 07a.06c |             |
| 07a.07 | Chocolat                                   | 07a.07a |     | 07a.07b |     | 07a.07c |             |
| 07a.08 | Plats cuisinés surgelés                    | 07a.08a |     | 07a.08b |     | 07a.08c |             |
| 07a.09 | Aliments pour bébé                         | 07a.09a |     | 07a.09b |     | 07a.09c |             |
| 07a.10 | Sauces (mayonnaise, etc.)                  | 07a.10a |     | 07a.10b |     | 07a.10c |             |
| 07a.11 | Pâtes alimentaires                         | 07a.11a |     | 07a.11b |     | 07a.11c |             |
| 07a.12 | Bière                                      | 07a.12a |     | 07a.12b |     | 07a.12c |             |
| 07a.13 | Huile                                      | 07a.13a |     | 07a.13b |     | 07a.13c |             |
| 07a.14 | Vin  | 07a.14a |     | 07a.14b |     | 07a.14c |             |
| 07a.15 | Lait                                       | 07a.15a |     | 07a.15b |     | 07a.15c |             |

**8a. Même question pour quelques produits non alimentaires.**

|        |   |         | Oui |         | Non |         | Ne sait pas |
|--------|---|---------|-----|---------|-----|---------|-------------|
| 08a.01 | Le coton pour l'habillement               | 08a.01a |     | 08a.01b |     | 08a.01c |             |
| 08a.02 | Le tabac pour les cigarettes              | 08a.02a |     | 08a.02b |     | 08a.02c |             |
| 08a.03 | Les médicaments                           | 08a.03a |     | 08a.03b |     | 08a.03c |             |
| 08a.04 | L'alimentation des volailles et du bétail | 08a.04a |     | 08a.04b |     | 08a.04c |             |
| 08a.05 | Les fleurs coupées                        | 08a.05a |     | 08a.05b |     | 08a.05c |             |
| 08a.06 | Le bois pour la fabrication du papier     | 08a.06a |     | 08a.06b |     | 08a.06c |             |

**9a. Même question pour quelques catégories de produits ?**

|        |   |         | Oui |         | Non |         | Ne sait pas |
|--------|---|---------|-----|---------|-----|---------|-------------|
| 09a.01 | Les produits « agriculture biologique »           | 09a.01a |     | 09a.01b |     | 09a.01c |             |
| 09a.02 | Les produits Label Rouge                          | 09a.02a |     | 09a.02b |     | 09a.02c |             |
| 09a.03 | Les produits d'Appellations d'Origine Contrôlée   | 09a.03a |     | 09a.03b |     | 09a.03c |             |
| 09a.04 | Les produits de la marque Danone                  | 09a.04a |     | 09a.04b |     | 09a.04c |             |
| 09a.05 | Les produits de la marque Nestlé                  | 09a.05a |     | 09a.05b |     | 09a.05c |             |
| 09a.06 | Les produits de marque de la marque Continent     | 09a.06a |     | 09a.06b |     | 09a.06c |             |
| 09a.07 | Les produits de marque de la marque Inter-Marchés | 09a.07a |     | 09a.07b |     | 09a.07c |             |
| 09a.08 | Les produits de marque de la marque Carrefour     | 09a.08a |     | 09a.08b |     | 09a.08c |             |
| 09a.09 | Les produits de marque de la marque Leclerc       | 09a.09a |     | 09a.09b |     | 09a.09c |             |
| 09a.10 | Les produits de marque de la marque Monoprix      | 09a.10a |     | 09a.10b |     | 09a.10c |             |

**10a. A votre connaissance, aujourd'hui en France, les modifications génétiques sont-elles autorisées pour la culture des produits suivants :**

|        |                |         | Oui |         | Non |         | Ne sait pas |
|--------|----------------|---------|-----|---------|-----|---------|-------------|
| 10a.01 | Blé            | 10a.01a |     | 10a.01b |     | 10a.01c |             |
| 10a.02 | Maïs           | 10a.02a |     | 10a.02b |     | 10a.02c |             |
| 10a.03 | Pomme de terre | 10a.03a |     | 10a.03b |     | 10a.03c |             |
| 10a.04 | Fraises        | 10a.04a |     | 10a.04b |     | 10a.04c |             |
| 10a.05 | Riz            | 10a.05a |     | 10a.05b |     | 10a.05c |             |
| 10a.06 | Soja           | 10a.06a |     | 10a.06b |     | 10a.06c |             |
| 10a.07 | Tomate         | 10a.07a |     | 10a.07b |     | 10a.07c |             |

**7b. Voici une série de propositions concernant les produits alimentaires. Pour chacune, dites si vous êtes : d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas d'accord.**

7b.01 « Il faut purement et simplement interdire les OGM »

|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
| 7b.01a |          | 7b.01b |                 | 7b.01c |                     | 7b.01d |              |

7.02 « Les OGM peuvent être vendus sans étiquetage : s'ils sont autorisés, c'est qu'ils sont sans danger. »

|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
| 7b.02a |          | 7b.02b |                 | 7b.02c |                     | 7b.02d |              |

7.03 « Pour moi les OGM ne sont pas un problème, mais je souhaite malgré tout un étiquetage m'informant de leur présence. »

|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
| 7b.03a |          | 7b.03b |                 | 7b.03c |                     | 7b.03d |              |

7b.04 « Je ne veux pas acheter d'OGM. Il faut étiqueter clairement tous les produits qui en contiennent. »

|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
| 7b.04a |          | 7b.04b |                 | 7b.04c |                     | 7b.04d |              |

7b.05 « Je veux pouvoir trouver des produits sans OGM quitte à devoir les payer un peu plus cher. »

|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
| 7b.05a |          | 7b.05b |                 | 7b.05c |                     | 7b.05d |              |

7b.06 « Gardons les produits de l'Agriculture Biologique sans OGM, les autres produits peuvent en contenir sans avoir à l'étiqueter. »

|        |          |        |                 |        |                     |        |              |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
| 7b.06a |          | 7b.06b |                 | 7b.06c |                     | 7b.06d |              |

**8b. Personnellement, acceptez-vous ou refusez-vous qu'il y ait des OGM dans les produits suivants (j'accepte, je refuse) :**

|       |   |        | Accepte |        | Refuse |
|-------|---|--------|---------|--------|--------|
| 8b.01 | Les denrées alimentaires  | 8b.01a |         | 8b.01b |        |
| 8b.02 | Les aliments pour animaux domestiques   | 8b.02a |         | 8b.02b |        |
| 8b.03 | L'alimentation du bétail et des volailles   | 8b.03a |         | 8b.03b |        |
| 8b.04 | Les emballages en carton des produits alimentaires                                      | 8b.04a |         | 8b.04b |        |
| 8b.05 | Les colorants ou additifs, qui entrent en petite quantité dans les aliments transformés | 8b.05a |         | 8b.05b |        |
| 8b.06 | Les médicaments   | 8b.06a |         | 8b.06b |        |
| 8b.07 | Les carburants  | 8b.07a |         | 8b.07b |        |
| 8b.08 | (Si toutes les réponses ci dessus sont positives ou négatives)<br>Tous les produits     | 8b.08a |         | 8b.08b |        |

**9b. Voici trois propositions. Pour chacune d'entre elle, dites si vous être d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord.**

9b.01 « Si les frites issues de pommes de terre OGM étaient moins grasses, je les achèterais. »

|        |          |        |                 |        |                     |        |              |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
| 9b.01a |          | 9b.01b |                 | 9b.01c |                     | 9b.01d |              |

9b.02 « Si le maïs OGM limitait les risques de pollution de l'environnement j'achèterais les produits qui en contiennent. »

|        |          |        |                 |        |                     |        |              |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
| 9b.02a |          | 9b.02b |                 | 9b.02c |                     | 9b.02d |              |

9b.03 « Si je trouvais que les tomates OGM avaient meilleur goût ou se conservaient plus longtemps, je les achèterais. »

|        |          |        |                 |        |                     |        |              |
|--------|----------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|--------------|
|        | D'accord |        | Plutôt d'accord |        | Plutôt pas d'accord |        | Pas d'accord |
| 9b.03a |          | 9b.03b |                 | 9b.03c |                     | 9b.03d |              |

**10b. D'ici cinq ans quel avenir imaginez-vous pour les OGM ? Parmi les trois propositions ci-dessous, dites laquelle, selon vous est la plus probable (une seule réponse).**

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 10b.01 | D'ici cinq ans, il y aura des OGM dans la plupart des produits alimentaires et nous n'en parlerons plus.                 |       |
| 10b.02 | D'ici cinq ans, il n'y aura plus d'OGM dans les produits alimentaires et on n'en parlera plus.                           |       |
| 10b.03 | D'ici cinq ans, on aura le choix : il y aura des produits étiquetés « avec OGM » et des produits étiquetés « sans » OGM. |       |

**Si** vous avez répondu 10b.03 à la réponse précédente, répondez à la sous-question suivante, sinon, passer à **6 ci-dessous**.

**Parmi les trois propositions ci-dessous, dites avec laquelle vous vous sentez le plus proche.**

|        |   | Choix |
|--------|---|-------|
| 10b.04 | On consommera de plus en plus d'OGM.                            |       |
| 10b.05 | On consommera de moins en moins d'OGM.                          |       |
| 10b.06 | Il y aura autant de produits avec OGM que de produits sans OGM. |       |

**11b. Venons en maintenant à vos préférences personnelles quant à l'avenir des OGM à un horizon de cinq ans. Avec quelle proposition vous sentez-vous le plus proche :**

|        |   | Choix |
|--------|---|-------|
| 11b.01 | Qu'ils aient disparus.                            |       |
| 11b.02 | Qu'ils soient largement diffusés sans étiquetage. |       |
| 11b.03 | Qu'on ait le choix d'en consommer ou non          |       |

**Si 11b.3, question suivante, sinon, 12b**

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 11b.04 | Que tout le monde puisse avoir le choix partout : magasins, restaurants, cantines, etc.                                    |       |
| 11b.05 | Que les personnes qui veulent avoir des produits « sans » puissent en trouver dans des magasins ou des rayons spécialisés. |       |

**12b. Venons en maintenant à une question un peu technique. Garantir l'absence totale d'OGM dans un produit est coûteux. Les matières premières « avec OGM » et « sans OGM » peuvent en effet se mélanger de façon fortuite à différents stades de la production. Le coût d'un produit garanti « sans OGM » est d'autant plus élevé qu'on désire réduire cette présence accidentelle. Avec laquelle de ces propositions vous sentez-vous le plus proche :**

|        |   | Choix |
|--------|---|-------|
| 12b.01 | Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui n'a aucune trace d'OGM       |       |
| 12b.02 | Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui contient moins de 0,1% d'OGM |       |
| 12b.03 | Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui contient moins de 1% d'OGM   |       |

**Et si on décide d'étiqueter aussi les produits « avec OGM » (un seul choix)**

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 12b.04 | Il faut étiqueter les produits dès qu'ils contiennent des traces d'OGM |       |
| 12b.05 | Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 1 % d'OGM       |       |
| 12b.06 | Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 5 % d'OGM       |       |

**13b. Supposons que les produits « avec » et « sans » soient tous les deux en rayons, quel étiquetage souhaitez-vous pour les distinguer ?**

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 13b.01 | Un étiquetage complet mais discret, dans la liste des ingrédients. |       |
| 13b.02 | Un étiquetage très visible, comme un logo                          |       |

**14b. Si on crée des logos, souhaitez-vous qu'ils signalent :**

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 14b.01 | Uniquement l'absence d'OGM   |       |
| 14b.02 | Uniquement la présence d'OGM   |       |
| 14b.03 | Deux logos, un pour les produits « avec et un pour les produits « sans » |       |

**15b. Votre comportement de consommateur vis-à-vis des étiquettes relatives aux OGM :**

|        |                          | Choix |
|--------|--------------------------|-------|
| 15b.01 | Je les regarderai        |       |
| 15b.02 | Je ne les regarderai pas |       |

**Si 15b.01 :** (un seul choix)

|        |   | Choix |
|--------|---|-------|
| 15b.03 | Je regarderai les étiquettes mais ça ne changera rien à mes habitudes de consommation. Je veux simplement être informé. |       |
| 15b.04 | Je regarderai les étiquettes afin d'acheter des produits non OGM.   |       |
| 15b.05 | Je regarderai les étiquettes et me déciderai à propos des OGM en fonction du prix                                       |       |

**Si 15b.02.** (un seul choix)

|        |  | Choix |
|--------|--|-------|
| 15b.06 | Je ne regarderai pas les étiquettes : je suis indifférent à la présence ou à l'absence d'OGM                     |       |
| 15b.07 | Je ne regarderai pas les étiquettes : de toute façon, elles ne seront pas crédibles.                             |       |
| 15b.08 | Je ne regarderai pas les étiquettes : si les produits sont autorisés à la vente c'est qu'ils sont sans problème. |       |

**15a. Pour finir, comparons les risques liés aux OGM à d'autres risques actuels : Répondez par oui, non ou aussi dangereux :**

|        |   |         | Oui |         | Non |         | Ne sait pas |
|--------|---|---------|-----|---------|-----|---------|-------------|
| 15a.01 | La vache folle : c'est plus dangereux que les OGM   | 15a.01a |     | 15a.01b |     | 15a.01c |             |
| 15a.02 | La listériose : c'est plus dangereux que les OGM  | 15a.02a |     | 15a.02b |     | 15a.02c |             |
| 15a.03 | Les colorants dans les aliments: c'est plus dangereux que les OGM   | 15a.03a |     | 15a.03b |     | 15a.03c |             |
| 15a.04 | Les résidus chimiques (engrais, produits de traitement) dans les fruits et légumes : c'est plus dangereux que les OGM | 15a.04a |     | 15a.04b |     | 15a.04c |             |
| 15a.05 | La pollution de l'eau : c'est plus dangereux que les OGM  | 15a.05a |     | 15a.05b |     | 15a.05c |             |

**16a. Au total, la question des OGM est pour moi :**

|        | Très importante |        | Importante |        | Peu importante |        | Sans importance |
|--------|-----------------|--------|------------|--------|----------------|--------|-----------------|
| 16a.01 |                 | 16a.02 |            | 16a.03 |                | 16a.04 |                 |

**Identification de la personne enquêtée**

Nom : .....  
 Age : .....  
 Sexe : .....  
 Profession : .....  
 Niveau d'étude (diplôme le plus élevé) : .....  
 Vous achetez régulièrement des produits « bio » :                      Oui                      Non

**Commentaires éventuels sur le présent questionnaire**

---

**ANNEXE 3.2**  
**QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'EXPERIENCE 1**

## Questionnaire

### Lettre d'identification.....

**Question 1** – A votre avis, les personnes ou organisations suivantes vous disent-elles toute la vérité, seulement une partie de la vérité ou pas du tout la vérité sur la sécurité des produits alimentaires ?

|   | Disent toute la vérité | Disent une partie de la vérité | Ne disent pas du tout la vérité | Sans opinion |
|---|------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------|
| Producteurs                                 |                        |                                |                                 |              |
| Petites épiceries                           |                        |                                |                                 |              |
| Vendeurs sur les marchés                    |                        |                                |                                 |              |
| Super, hypermarchés et grandes surfaces     |                        |                                |                                 |              |
| Associations de consommateurs               |                        |                                |                                 |              |
| Autorités nationales, locales ou régionales |                        |                                |                                 |              |
| Institutions européennes                    |                        |                                |                                 |              |

**Question 2** – Pensez-vous que les informations relatives à la qualité et à la sécurité des produits alimentaires figurant sur les étiquettes sont plus claires sous forme de dessin et de symboles ou écrites en toutes lettres ? (Mettre une croix en cas de réponse positive).

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| Sous forme de dessins et de symboles |  |
| Écrites en toutes lettres            |  |
| Les deux en même temps               |  |
| Sans opinion                         |  |

**Question 3** – Lorsque vous achetez un produit alimentaire, lisez-vous généralement les informations qui figurent sur le produit ?

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Oui, je les lis généralement |  |
|------------------------------|--|

Si votre réponse est non, quelle est la raison principale ?

|   |  |
|---|--|
| L'étiquette n'est pas claire                        |  |
| Il y a trop d'informations sur l'étiquette          |  |
| Le langage utilisé est trop compliqué               |  |
| Ca ne m'intéresse pas                               |  |
| Je sais que je peux avoir confiance dans le produit |  |
| C'est écrit trop petit                              |  |
| Autre   |  |
| Ne sais pas   |  |

**Question 4** - Pour chacune des affirmations suivantes, concernant les produits alimentaires, pouvez-vous dire si vous êtes plutôt d'accord, ou plutôt pas d'accord ?

4.1 – Les indications qui figurent sur l'étiquette d'un produit sont généralement vraies.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.2 – Les informations que je cherche figurent généralement sur l'étiquette des produits.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.3 – La présence d'organismes génétiquement modifiés devrait toujours être indiquée sur l'étiquette.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.4 – En cas de doute sur la présence d'organismes génétiquement modifiés, l'étiquette devrait indiquer « ce produit pourrait contenir des organismes génétiquement modifiés ».

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.5 – Un produit ne contenant aucun organisme génétiquement modifié devrait être étiqueté comme tel.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.6 – Les producteurs et distributeurs mettent en vente des produits qui ne sont pas sûrs pour ma santé.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.7 – Les producteurs et distributeurs mettent en vente des produits qui ne sont pas sûrs pour l'environnement.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.8 – Les producteurs et distributeurs mettent en vente des produits non conformes à ma morale et à mes principes.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.9 – Les producteurs et distributeurs mettent en vente des produits trop éloignés de la nature.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.10 – Les producteurs et distributeurs mettent en vente des produits qui sont surtout rentables pour eux.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

4.11 – Je suis suffisamment informé sur ce que sont les OGM.

|                 |  |                     |  |             |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|
| Plutôt d'accord |  | Plutôt pas d'accord |  | Ne sais pas |  |
|-----------------|--|---------------------|--|-------------|--|

---

**ANNEXE 3.3**

**GUIDE D'ENTRETIEN TELEPHONIQUE POUR LE RECRUTEMENT DES  
PARTICIPANTS A L'EXPERIENCE 1**

## QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT QUESTIONS AUX CONSOMMATEURS

**Monsieur ou Madame, Bonjour, je me présente....., je travaille à l'Université de Grenoble et nous menons une étude sur le comportement alimentaire des consommateurs.**

Nous effectuons une étude sur les boissons non alcoolisées qui se déroulera entre le 7 et le 17 juin 1999 à l'Institut National Polytechnique (INPG), situé 46 avenue Félix Viallet (près de la gare) à Grenoble.

Nous vous proposons d'y participer sachant qu'il s'agit de venir 2 heures et demie. En contrepartie, vous serez indemnisé pour un montant d'environ 150 FF. Cette somme vous sera donné en espèce ou en produit selon votre choix.

**Est-ce que cela vous intéresserait vous ou une personne de votre foyer?  
Vérifier que la personne intéressée est majeur.**

SI CELA INTERESSE LE CONJOINT PAR EXEMPLE, DEMANDER A quel moment il est possible de rappeler

*SI REPONSE NEGATIVE, DIRE : BIEN, JE VOUS REMERCIE, AU REVOIR.*

*Si LA REPONSE EST POSITIVE\_:* Auriez-vous quelques minutes à m'accorder car j'aurais quelques questions à vous poser concernant votre consommation de boissons non alcoolisées.

*SI OUI, PASSER A LA QUESTION 1*

*SI LA PERSONNE EST OCCUPEE, DIRE :* préférez-vous que je vous rappelle à un autre moment ? ( *ET LAISSER LE CONSOMMATEUR DECIDER D'UNE HEURE A SA CONVENANCE*) *TOUTEFOIS, AU DELA DE 21 HEURE DIRE :*

Par contre, cela ne va pas être possible mais peut-on fixer un autre rendez-vous ?

*DIRE :* Bien, je vous rappellerais donc le.....à.....heure, merci et au revoir.

**1- Consommez-vous régulièrement des boissons non alcoolisées et si oui lesquelles ? Par exemple, qu'avez-vous comme boissons non alcoolisées dans votre réfrigérateur actuellement ou qu'avez-vous comme boissons en stock chez vous ?**

*BIEN INSISTER EN LEUR DEMANDANT S'ILS N'ONT RIEN OUBLIE.*

*S'ILS NE CITENT VRAIMENT PAS LE JUS D'ORANGE, DIRE :*

*"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE CONSOMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "*

*S'ILS CITENT LE JUS D'ORANGE, PASSER A LA QUESTION 2*

**2- Pour ce qui est du jus d'orange, pouvez-vous me citer quelques marques que vous avez l'habitude d'acheter ?**

SI LES GENS NE SONT PAS SURS D'EUX, NOTER LES HESITATIONS.

**3- quel type de jus d'orange avez-vous l'habitude de consommer ?**

*LEUR DEMANDER D'ALLER VOIR DANS LEUR REFRIGERATEUR SI HESITATIONS.*

- | <i>Types</i>                                  | <i>OUI</i> | <i>NON</i> | <i>Si OUI qui dans votre foyer ?</i> |
|---|------------|------------|--------------------------------------|
| – Oranges pressées<br>.....                   |            |            |                                      |
| – Jus d'orange acheté au rayon frais<br>..... |            |            |                                      |
| – Boisson aux oranges<br>.....                |            |            |                                      |
| – Pur jus d'orange<br>.....                   |            |            |                                      |
| – Jus à base de concentré<br>.....            |            |            |                                      |
| – Nectar d'orange<br>.....                    |            |            |                                      |
| – Autres<br>.....                             |            |            |                                      |

*SI UNIQUEMENT DES BOISSONS A L'ORANGE (TYPE TANG OU ORANGINA)  
ou ORANGES PRESSEES ou JUS d'ORANGES VENDUS AU RAYON FRAIS, DIRE  
:*

*"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE  
CONSUMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE  
DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "*

*SINON PASSER A LA QUESTION 4*

**4- Quelle est votre consommation personnelle de jus d'orange ?**

- |                               |     |
|-------------------------------|-----|
| - plus d'un verre par jour    | [ ] |
| - un verre par jour           | [ ] |
| - plus d'un verre par semaine | [ ] |
| - un verre par semaine        | [ ] |
| - plus d'un verre par mois    | [ ] |

*SI LEUR CONSOMMATION PERSONNELLE EST INFERIEURE A 1 VERRE PAR  
SEMAINE, DIRE :*

*"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE  
CONSUMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE  
DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "*

SINON PASSEZ A LA QUESTION 5

**5- Combien de personnes ,y compris vous, vivent dans votre foyer ?**

.....

**6- Quelle est la consommation globale de votre foyer :**

- plusieurs litres par semaine [ ] Combien ?.....
- un litre par semaine [ ]
- un demi litre par semaine [ ]
- moins d'un demi-litre par semaine [ ]

*SI INFERIEUR A UN 1/2 LITRE PAR SEMAINE POUR LES COUPLES SANS ENFANT  
OU INFERIEUR A 1 LITRE PAR SEMAINE POUR LES COUPLES AVEC ENFANTS,  
DIRE :*

*"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE  
CONSOmmATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE  
DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "*

*SINON, PASSER A LA QUESTION 7*

**7-DE QUEL TYPE D'ACHATS ALIMENTAIRES ÊTES-VOUS RESPONSABLE  
DANS VOTRE FOYER:**

- |   |            |            |
|---|------------|------------|
| <b>A) Produits achetés en boulangerie :</b>         | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
| <b>B) Produits achetés en boucherie charcuterie</b> | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
| <b>C) Produits achetés en marché, supérette</b>     | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |

*SI OUI ,DEMANDER :*

- Vous en êtes **totale**ment responsable
- Vous y participez **régulièrement**
- Vous y participez **occasionnellement**

- |   |            |            |
|---|------------|------------|
| <b>D) Produits achetés en hypermarché</b> | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
|---|------------|------------|

*SI OUI ,DEMANDER :*

- Vous en êtes **totale**ment responsable
- Vous y participez **régulièrement**
- Vous y participez **occasionnellement**

*SI LA PARTICIPATION EST OCCASIONNELLE, DIRE :*



**10- Quelles sont, en général, vos disponibilités horaires ?**  
*(INDIQUER LE MAXIMUM DE DISPONIBILITES)*

Il y aura **deux séances par jour**:  
 - L'une de 14h à 16h30  
 - L'autre de 18h30 à 21h

*NOUS ALLONS MAINTENANT CONVENIR AVEC VOUS D'UN RENDEZ-VOUS FIXE.:*

| <b>FIXE</b> | tous les jours | Lundi 7 juin | Mardi 8 juin | Jeudi 10 juin | Vendredi 11 juin | Lundi 14 juin | Mardi 15 juin | Mercredi 16 juin | Jeudi 17 juin |
|-------------|----------------|--------------|--------------|---------------|------------------|---------------|---------------|------------------|---------------|
| 14h à 16h30 |                |              |              |               |                  |               |               |                  |               |
| 18h30 à 21h |                |              |              |               |                  |               |               |                  |               |

**A ne demander que s'il n'y a pas eu trop de difficultés à obtenir le premier RV**

*NOUS AIMERIONS EGALEMENT FIXER AVEC VOUS UN AUTRE RENDEZ-VOUS OPTIONNEL SI NOUS DEVIONS EXCEPTIONNELLEMENT CHANGER LA DATE OU L'HORAIRE DE VOTRE VENUE.*

| <b>Option</b> | tous les jours | Lundi 7 juin | Mardi 8 juin | Jeudi 10 juin | Vendredi 11 juin | Lundi 14 juin | Mardi 15 juin | Mercredi 16 juin | Jeudi 17 juin |
|---------------|----------------|--------------|--------------|---------------|------------------|---------------|---------------|------------------|---------------|
| 14h à 16h30   |                |              |              |               |                  |               |               |                  |               |
| 18h30 à 21h   |                |              |              |               |                  |               |               |                  |               |

*DEMANDEZ ENSUITE SI LES PERSONNES SERONT JOIGNABLE ENTRE LE 7 ET LE 17 JUIN 1999.*

*L'EXPERIENCE SE DERoule PAR GROUPEs DE 10 PERSONNES. C'EST POURQUOI NOUS VOUS DEMANDONS D'ETRE PONCTUELS CAR L'EXPERIENCE NE POURRA COMMENCER TANT QUE TOUS LES PARTICIPANTS NE SERONT PAS PRESENTS.*

VOUS POUVEZ VOUS RENDRE SUR LE SITE A PIED OU EN VOITURE. NOUS VOUS SIGNALONS QU'IL N'EST PAS FACILE DE TROUVER UN PARKING, PREVOYEZ UNE PETITE MARGE. NOUS VOUS REMBOURSERONS LES FRAIS DE PARKING ET DE PARCMETRES.

***DIRE : VOTRE PROFIL DE CONSOMMATEUR NOUS INTERESSE, NOUS VOUS ENVERRONS UN COURRIER DE CONFIRMATION POUR VOUS RAPPELER VOS HORAIRES PRECIS POUR LA SEANCE, AINSI QU'UN PLAN POUR VOUS RENDRE SUR LE SITE DE L'INSTITUT NATIONAL POLYTECHNIQUE.***

**SI VOUS LE DESIREZ, VOUS POUVEZ NOUS RAPPELER AU 04 76 57 48 88**

## 11- AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?

### REPONSES AUX EVENTUELLES QUESTIONS :

#### - POURQUOI CETTE ETUDE ?

*CETTE ETUDE VA NOUS PERMETTRE D'AVANCER DANS LA CONNAISSANCE DES MOTIVATIONS DES CONSOMMATEURS DANS LEURS CHOIX ALIMENTAIRES.*

#### - EST-ELLE COMMANDITEE PAR UN INDUSTRIEL ?

*NON, ABSOLUMENT PAS.*

#### - EST-CE QUE NOUS ALLONS TRAVAILLER AVEC DES PRODUITS DE DEVELOPPEMENT OU DES PRODUITS DU MARCHÉ ?

*CE SERONT DES PRODUITS DU COMMERCE*

#### EN QUOI CELA CONSISTE ?

*VOUS VIENDREZ EN SALLE D'EVALUATION SENSORIELLE A L'INSTITU NATIONAL POLYTECHNIQUE OU VOUS DEGUSTEREZ ET DONNEREZ VOTRE APPRECIATION DES PRODUITS.*

#### SERONS-NOUS REMUNERES?

*VOUS SEREZ REMUNERE SUR LA BASE FOFAITAIRE DE 150 FRANCS. VOUS RECEVREZ EGALEMENT UN NOMBRE NON NEGLIGEABLE DE PRODUITS PARMIS CEUX AVEC LESQUELS NOUS ALLONS TRAVAILLER.*

**Nous aimerions avoir les renseignements suivants vous concernant.**

**Merci de nous répondre avec le plus de précision possible et nous ramenez ce questionnaire lors de la séance de dégustation**

- NOM :
  
- PRENOM :
  
- Sexe :
  
- Age :
  
- Profession :
  
- Profession de votre conjoint(e) :
  
- Nombre de personnes dans le foyer :
  
- Quelle est votre consommation personnelle de jus d'orange ? :
  - a)  + d'un verre par jour
  - b)  un verre par jour
  - c)  + d'un verre par semaine
  - d)  un verre par semaine
  - e)  + d'un verre par mois

nb : si réponses a), c) ou e), pouvez vous préciser la quantité exacte :

- Quelle est la consommation de jus d'orange de votre foyer ?:
  - a)  plusieurs litres par semaine
  - b)  1 litre par semaine
  - c)  ½ litre par semaine
  - d)  moins d'1/2 litre par semaine

nb : si réponse a), pouvez vous préciser la quantité exacte :

- Quel est le prix moyen du jus que vous consommez habituellement ? :

● Quel est le type de jus d'orange que vous consommez ? :

- boissons aux oranges (Tang, Oasis, ...)  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....
- oranges pressées  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....
- jus d'orange à base de concentré  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....
- nectar d'orange  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....
- pur jus d'orange  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....
- jus d'orange acheté au rayon frais  
Qui consomme ce type de jus d'orange dans la famille .....

● Avez-vous l'habitude de faire des stocks de jus d'orange ? :

- oui                       non

● Si oui, quel est l'état actuel de votre stock ? :

● De quel type d'achat alimentaire êtes-vous régulièrement responsable ? :

| Type de produits                          | *   |     | Fréquence |
|---|-----|-----|-----------|
| produits achetés en boulangerie           | oui | non |           |
| produits achetés en boucherie charcuterie | oui | non |           |
| produits achetés au marché, en supérette  | oui | non |           |
| produits achetés en hypermarché           | oui | non |           |

(\*) entourez le réponse qui convient

---

**ANNEXE 3.4**

**GUIDE D'ENTRETIEN TELEPHONIQUE POUR LE RECRUTEMENT DES  
PARTICIPANTS A L'EXPERIENCE 1**

Nom de l'enquêtrice : .....

Date : .....

Nom du participant : .....

Participera à l'expérience : ..... Si oui, quand : .....

|  |
|--|
| <b>GUIDE D'ENTRETIEN<br/>QUESTIONS AUX CONSOMMATEURS</b> |
|--|

**Monsieur ou Madame, Bonjour, je me présente....., je travaille à l'Université de Grenoble et nous menons une étude sur le comportement alimentaire des consommateurs.**

Cette étude déroulera entre le *17 juillet et le 24 juillet* à l'Institut National Polytechnique (INPG), situé 46 avenue Félix Viallet (près de la gare) à Grenoble.

Nous vous proposons d'y participer sachant qu'il s'agit de venir 2 heures. En contrepartie, vous serez indemnisé pour un montant d'environ 100 FF. Au cours de ces deux heures, nous vous demanderons de goûter et d'évaluer différents produits alimentaires actuellement en vente dans des magasins de la région. Notre étude est à finalité scientifique et n'est commanditée par aucune entreprise privée.

**Est-ce que cela vous intéresserait vous ou une personne de votre foyer?**

**Vérifier que la personne intéressée est majeur.**

SI CELA INTERESSE UNE AUTRE PERSONNE DEMANDER A QUEL MOMENT IL EST POSSIBLE DE RAPPELER

*SI REPONSE NEGATIVE, DIRE : BIEN, JE VOUS REMERCIE, AU REVOIR.*

*Si LA REPONSE EST POSITIVE : Auriez-vous quelques minutes à m'accorder car j'aurais quelques questions à vous poser concernant vos habitudes alimentaires.*

*SI OUI, PASSER A LA QUESTION 1*

*SI LA PERSONNE EST OCCUPEE, DIRE : préférez-vous que je vous rappelle à un autre moment ? ( ET LAISSER LE CONSOMMATEUR DECIDER D'UNE HEURE A SA CONVENANCE) TOUTEFOIS, Pas AU DELA DE 21 HEURE DIRE :*

*DIRE : Bien, je vous rappellerais donc le.....à.....heure, merci et au revoir.*

**Question 1- Consommez-vous régulièrement des biscuits ?**

*SI la réponse est non, DIRE :*

*"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE CONSOMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "*

**SINON PASSEZ A LA QUESTION 2**

**Question 2- De quel type d'achats alimentaires êtes-vous responsable dans votre foyer :**

- |  |            |            |
|--|------------|------------|
| <b>D Produits achetés en boulangerie :</b>     | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
| Régulièrement                                  |            |            |
| Occasionnellement                              |            |            |
| <b>E Produits achetés en marché, supérette</b> | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
| Régulièrement                                  |            |            |
| Occasionnellement                              |            |            |
| <b>C Produits achetés en hypermarché</b>       | <b>OUI</b> | <b>NON</b> |
| Régulièrement                                  |            |            |
| Occasionnellement                              |            |            |

**SI LA PARTICIPATION EST OCCASIONNELLE pour C et D, DIRE :**

"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE CONSOMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "

**SINON PASSEZ A LA QUESTION 3**

**Question 3- Avez-vous déjà participé à des tests consommateurs?**

OUI                      NON

Si oui, précisez sur quels types de produits ; quel type d'étude, et la durée de l'étude :  
Type de produit :

**SI PARTICIPATION DANS LES 2 DERNIERS MOIS A DES ETUDES DE PREFERENCES OU DANS LES 2 DERNIERES ANNEES A DES ETUDES DESCRIPTIVES QUEL QUE SOIT LE TYPE DE PRODUIT, DIRE :**

"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE CONSOMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "

**SINON PASSEZ A LA QUESTION 4**

**4 – IL Y A-T-IL DES ALIMENTS QUE VOUS NE POUVEZ OU QUE VOUS NE VOULEZ PAS MANGER.**

**SI PARMY LES ALIMENTS REFUSES IL Y A ALIMENT AVEC OGM, DIRE :**

"JE SUIS DESOLEE MAIS VOUS NE CORRESPONDEZ PAS AU PROFIL DE CONSOMMATEUR QUE NOUS RECHERCHONS . JE VOUS REMERCIE ET VOUS PRIE DE M'EXCUSER POUR LE DERANGEMENT. AU REVOIR "

**SINON PASSEZ A LA QUESTION 8**

**5- JE VAIS MAINTENANT VOUS DEMANDER :**

- Votre nom : ..... - Prénom :
- Votre âge :
- Votre adresse : .....

REPORTER ICI LE NUMERO DE TELEPHONE APPELE :.....

**Pourriez-vous m'indiquer votre profession**

**Profession :**

.....

**DEMANDER D'ETRE LE PLUS PRECIS POSSIBLE**

*(EX : SI LA PERSONNE REPOND ENSEIGNANT : LUI DEMANDER DE PRECISER SI ELLE EST INSTITUTRICE OU PROFESSEUR D'UNIVERSITE)*

**La profession de votre conjoint(e) ou compagnon (compagne) :**

**5- Quelles sont, en général, vos disponibilités horaires ?**  
(INDIQUER LE MAXIMUM DE DISPONIBILITES)

*NOUS ALLONS MAINTENANT CONVENIR AVEC VOUS D'UN RENDEZ-VOUS FIXE.:*

| <b>Session</b> | <b>Date</b>              | <b>Horaire</b> | <b>RV</b> |
|----------------|--------------------------|----------------|-----------|
| Session 1      | lundi 17 juillet 2000    | 18h-20h        |           |
| Session 2      | mardi 18 juillet 2000    | 14h-16h        |           |
| Session 3      | mardi 18 juillet 2000    | 19h-21h        |           |
| Session 4      | mercredi 19 juillet 2000 | 14h-16h        |           |
| Session 5      | mercredi 19 juillet 2000 | 18h-20h        |           |
| Session 6      | jeudi 20 juillet 2000    | 14h-16h        |           |
| Session 7      | jeudi 20 juillet 2000    | 19h-21h        |           |
| Session 8      | vendredi 21 juillet 2000 | 14h-16h        |           |
| Session 9      | vendredi 21 juillet 2000 | 18h-20h        |           |
| Session 10     | lundi 24 juillet 2000    | 14h-16h        |           |
| Session 11     | lundi 24 juillet 2000    | 18h-20h        |           |

**A ne demander que s'il n'y a pas eu trop de difficultés à obtenir le premier RV**

*DEMANDEZ ENSUITE SI LES PERSONNES SERONT JOIGNABLE ENTRE LE 17 ET LE 24 JUILLET 1999.*

*L'EXPERIENCE SE DERoule PAR GROUPEs DE 16 PERSONNES. C'EST POURQUOI NOUS VOUS DEMANDONS D'ETRE PONCTUELS CAR L'EXPERIENCE NE POURRA COMMENCER TANT QUE TOUS LES PARTICIPANTS NE SERONT PAS PRESENTS.*

VOUS POUVEZ VOUS RENDRE SUR LE SITE A PIED OU EN VOITURE. NOUS VOUS SIGNALONS QU'IL N'EST PAS FACILE DE TROUVER UN PARKING, PREVOYEZ UNE PETITE MARGE. NOUS VOUS REMBOURSERONS LES FRAIS DE PARKING ET DE PARCMETRES.

**NOUS VOUS ENVERRONS UN COURRIER DE CONFIRMATION POUR VOUS RAPPELER VOS HORAIRES PRECIS POUR LA SEANCE, AINSI QU'UN PLAN POUR VOUS RENDRE SUR LE SITE DE L'INSTITUT NATIONAL POLYTECHNIQUE.**

**SI VOUS LE DESIREZ, VOUS POUVEZ NOUS RAPPELER AU 04 76 57 48 88. LAISSER UN MESSAGE SUR LE REPONDEUR SI IL N'Y A PERSONNE**

**6- AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?**

## **REPONSES AUX EVENTUELLES QUESTIONS :**

- POURQUOI CETTE ETUDE ?

*CETTE ETUDE VA NOUS PERMETTRE D'AVANCER DANS LA CONNAISSANCE DES MOTIVATIONS DES CONSOMMATEURS DANS LEURS CHOIX ALIMENTAIRES.*

- EST-ELLE COMMANDITEE PAR UN INDUSTRIEL ?

*NON, ABSOLUMENT PAS.*

- EST-CE QUE NOUS ALLONS TRAVAILLER AVEC DES PRODUITS DE DEVELOPPEMENT OU DES PRODUITS DU MARCHÉ ?

*CE SERONT DES PRODUITS EN VENTE ACTUELLEMENT DANS LES SUPERMARCHES*

EN QUOI CELA CONSISTE ?

*VOUS VIENDREZ EN SALLE D'EVALUATION SENSORIELLE A L'INSTITUT NATIONAL POLYTECHNIQUE OU VOUS DEGUSTEREZ ET DONNEREZ VOTRE APPRECIATION DES PRODUITS.*

SERONS-NOUS REMUNERES?

*VOUS SEREZ REMUNERE SUR LA BASE FOFAITAIRE DE 100 FRANCS. VOUS RECEVREZ EGALEMENT DES PRODUITS PARMIS CEUX AVEC LESQUELS NOUS ALLONS TRAVAILLER.*

---

**ANNEXE 3.5**  
**PROTOCOLE ET DOCUMENTS UTILISES DANS LE CADRE DE**  
**L'EXPERIENCE 1**

---

# COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ET OGM

## PROTOCOLE 1

### **Objectifs**

1. Mesurer l'écart de la propension à payer entre quatre produits alimentaires proches substitués dont :
  - un produit alimentaire étiqueté "sans OGM" dans la liste des ingrédients ;
  - un produit alimentaire en tout point identique au produit précédent mais étiqueté "avec OGM" dans la liste des ingrédients.
2. Mesurer l'attention portée à l'étiquetage légale sur les OGM
3. Mesurer et analyser le lien entre les préférences établies sur la base de dégustation et les prix limites.

### **Protocole**

Protocole avec un seul traitement.

Procédure de vente : enchère de Vickrey

Proposition de prix individuelle, sous pli, sans communication pour un produit.

Vente au plus offrant au second meilleur prix

Achat du produit proposé par la personne ayant proposé la meilleure offre, le prix de vente est la seconde meilleure offre.

### **Introduction – Présentation**

Chaque sujet reçoit une prime de participation de 150FF.

Présentation générale des modalités et du contexte de l'étude :

*Des animateurs de la séance*

*Du laboratoire*

*Du programme de recherche*

*De la séance*

*Principes généraux : identification, questions-réponses*

### **Phase 1 de la session : Apprentissage du mécanisme BDM**

#### **Principe :**

Succession de 5 périodes maximum d'une enchère pour la vente d'un bien avec valeur induite et puis d'une enchère d'un bien réel. La répétition des ventes avec valeur induite est stoppée dès convergence des propositions sur les valeurs. On rémunère toutes les périodes avec valeur induite.

Vente d'un produit (bouteille de vin). Cette phase vise à faire comprendre au sujet la logique générale de l'étude et de crédibiliser la réalité des ventes qui seront effectuées au cours de la séance. La vente du bien réel est réalisée à la suite d'enchère.

#### **Produits utilisés :**

Vin d'origine étrangère, prix d'achat en magasin 50FF environ.

## Déroulement

### *Produit avec valeur induite*

1. Lecture des instructions, réponse aux questions
2. Présentation du principe de la valeur induite.
3. Distribution aléatoire des fiches d'achat portant les valeurs de reprise des biens fictifs.
4. Ramassage des propositions pour le bien fictif.
5. Affichage au tableau des propositions pour le bien fictif, tirage au sort du prix de vente pour le bien fictif, détermination des acheteurs et de leur gain et rémunération des gains.
6. Appel à commentaires
7. Retour à l'étape 3), répétition jusqu'à convergence des propositions sur les valeurs de reprise.
8. Conclusion de la phase 1 : explicitation de la stratégie optimale avec l'enchère de Vickrey.

### *Produit réel*

1. Présentation du produit aux participants
2. Enchère
3. Vente du produit au participant ayant soumis la meilleure offre.
4. Discussion

|  |
|--|
| <b>Phase 2 : Vente de jus d'orange</b> |
|--|

### **Principe :**

Succession de 5 ventes en parallèle de quatre boissons à l'orange avec information croissante sur les produits.

Dégustation

Appellation des produits

Marque et emballage

### **Produits utilisés :**

La vente porte sur quatre jus à base d'orange, un pur jus, un jus à base de concentré, un pur jus bio et un Nectar.

## Déroulement

1. Lecture des instructions, réponse aux questions
2. Dégustation et notation d'un produit de mise en bouche
3. Dégustation et notation successives des quatre produits
4. Enchère 1. quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
5. Enchère 2. quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
6. Affichage des appellations des produits
7. Enchère 3. quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
8. Distribution des produits dans leur emballage d'origine
9. Quatre enchères successives pour la vente de chacun des produits
10. Enchère 4. quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
11. Enchère 5. quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits

### Phase 3 : vente de barres aux céréales

#### Principe :

Succession de 3 ventes en parallèle de quatre barres aux céréales avec information croissante sur les produits.

Dégustation

Marque et emballage

Présence ou absence d'OGM

#### Produits utilisés :

| Code | Marque    | Dénomination commerciale      | Ingrédients  |
|------|-----------|-------------------------------|--|
| 307e | Carrefour | Barre Céréale Raisin Chocolat | Céréales 30% (flocon d'avoine, pétales de maïs, riz croustillant) – sirop de glucose – chocolat 12% - sucre – graisse végétale hydrogénée – stabilisant : sorbitol – raisins secs 7% (conservateur : E220) – acidifiant : acide citrique - arôme   |
| 201a | Nestlé    | Sundy                         | Pétale de maïs 38% (maïs génétiquement modifié, sucre, sel, malt), chocolat 25%, sucre, matières grasses végétales, émulsifiant : lécithine de soja.   |
| 455u | Nestlé    | Sundy                         | Pétale de maïs 36% (maïs, sucre, sel, malt), chocolat 24%, sucre, matières grasses végétales, émulsifiant : lécithine de soja.   |
| 703i | Heudebert | Grany Duo                     | Céréales 32% (farine de froment, de riz 7.5% et de maïs, flocons d'avoine) – chocolat au lait 25% (sucre, beurre et pâte de cacao, lait entier en poudre, émulsifiant : phosphatides d'ammonium, arôme vanille) – sirop de glucose et fructose – sucre – sucre de canne roux – matière grasse végétale – noisette 1.5% - stabilisant : glycérol – miel – sel – extrait de malt – émulsifiant : mono et diglycérides d'acides gras – arôme- poudre à lever : pyrophosphate acide de sodium, bicarbonate de sodium – amidon de froment – arachide. |

#### Déroulement

1. Lecture des instructions, réponse aux questions
2. Dégustation et notation successives des quatre produits
3. Enchère 1.quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
4. Présentation des produits dans leur emballage d'origine
5. Enchère 3.quatre enchères simultanée pour la vente de chacun des produits
6. Affichage des listes d'ingrédients pour les deux sundy
7. Quatre enchères successives pour la vente de chacun des produits

### Phase 4 : Questionnaire et débat collectif

#### Principe :

Questionnaire écrit sur les l'information et les risques alimentaires.

Debriefing collectif : débat dirigé sur la question des OGM

**Conclusion : remerciement et appel à la discrétion des participants pour le bon déroulement de la suite de la campagne.**

---

## INSTRUCTION

Vous avez accepté de participer à une étude sur le comportement alimentaire des consommateurs. Les présentes instructions vous permettront de comprendre comment va se dérouler la séance d'aujourd'hui. Ces instructions sont communes à tous les participants et seront lues par le responsable de la séance. Nous répondrons à vos questions à la fin de la lecture des instructions. Au cours de cette séance qui durera environ deux heures et demi, vous allez avoir l'occasion de gagner de l'argent, de goûter des produits, de les apprécier et de les noter et enfin quelques unités des produits dégustés seront mis à la vente afin de nous permettre d'apprécier leur valeur à la consommation

Au début de la séance, nous vous avons donné 150FF. Cet argent est à vous.

Une *lettre d'identification* vous est attribuée pour l'ensemble de l'expérience. Elle servira à vous identifier au cours de la séance.

Afin de ne pas fausser les résultats de l'étude, nous vous demanderons de ne pas communiquer entre vous.

L'expérience va se dérouler en trois phases successives, les instructions ci-dessous vous décrivent la première phase de l'expérience. D'autres instructions concernant les autres phases seront distribuées ensuite.

|                |
|----------------|
| <b>Phase 1</b> |
|----------------|

### **Principe général de la phase 1**

L'objet de cette première phase est de vous familiariser avec une forme de vente particulière : **l'enchère au plus offrant au deuxième meilleur prix**. C'est avec cette enchère que nous mettrons en vente tous les produits durant toute la séance d'aujourd'hui.

### **Fonctionnement de l'enchère**

Au cours de chacune des enchères que nous allons organiser durant cette première phase, un bien unique sera vendu par l'animateur de la séance aux participants dans le cadre d'une enchère organisée de la manière suivante.

- Chaque participant va proposer par écrit un prix d'acquisition. Tous les participants feront cette proposition au même moment et sans possibilité de communiquer entre eux.
- Le bien sera vendu au participant qui aura proposé le prix le plus élevé. Le prix de vente sera celui proposé par le deuxième meilleur offrant, c'est-à-dire celui qui aura proposé le prix immédiatement inférieur au prix le plus élevé.

**Exemple :** Quatre participants, A, B, C et D proposent les prix suivants :

A : 7,02F      B : 12,25F      C : 15,18F      D : 5,45F

Le principe d'enchère fait que C, qui a proposé le prix le plus élevé, emportera l'enchère – il achète le bien. Le prix auquel cet achat est effectué est de 12,25 francs, soit le prix de B, le second meilleur prix.

Pour vous familiariser avec cette enchère, nous allons organiser une série de vente. Au cours de chacune de ces ventes, vous pourrez acheter un jeton. Ce jeton a une valeur différente pour chacun d'entre vous. Cette valeur correspondra au prix auquel l'animateur de la séance vous reprendra le jeton si vous l'avez acheté. Cette valeur sera indiquée sur une feuille qui vous sera distribuée individuellement avant l'enchère. Vous serez le seul à connaître votre valeur de reprise et vous ne connaîtrez pas celles des autres participants.

**Exemple :** supposons que la valeur de reprise du jeton est pour vous est de 12 FF, si vous achetez le jeton à 8 FF vous gagnerez  $12FF - 8FF = 4FF$

**Attention, si vous achetez le jeton à un prix supérieur à votre valeur de reprise, vous ferez alors une perte.**

### Déroulement de la phase 1

Une *Fiche d'enregistrement – Phase 1* va vous être distribuée. Sur cette fiche, vous pourrez comptabiliser les gains que vous réaliserez au cours de la phase 1.

La phase 1 comporte une succession de périodes. Chacune sera consacrée à une enchère pour la vente d'un jeton. Chaque période se déroulera de la manière suivante :

1. Chaque participant tire dans une corbeille une *Fiche d'enchère*. Cette enchère comporte une valeur de reprise valable pour la période en cours.
2. Chaque participant note sur sa *Fiche d'enchère* la *lettre d'identification* qui lui aura été attribuée pour la séance et sa proposition de prix (au centime près).
3. L'expérimentateur ramasse les *Fiches d'enchère* de tous les participants, affiche au tableau toutes les valeurs de reprise de la période et les prix proposés. Il détermine quel participant emporte l'enchère et à quel prix il achète le jeton.
4. L'expérimentateur redistribue les *Fiches d'enchère* aux participants. Ces derniers calculent et enregistrent leur gain pour la période sur leur *Fiche d'enregistrement*. On passe alors à la période suivante.

La phase 1 débutera par une période 0. La période 0 est une période d'essai qui ne sera pas prise en compte dans le calcul de vos gains.

Quand le responsable annonce que la phase 1 est terminée, chaque participant calcule ses gains pour cette première phase, en faisant la somme de ses gains pour toutes les périodes de la phase 1.

Avez-vous des questions à poser sur la phase 1 ?

---

## INSTRUCTION PHASE 2

Une **Fiche d'enregistrement – Phase 2** va vous être distribuée. Sur cette fiche, vous pourrez comptabiliser les achats que vous réaliserez au cours de la phase 2.

### Principe général de la phase 2

La phase 2 débutera par une dégustation de boissons. Ces boissons vous seront ensuite vendues au cours d'enchère organisée selon les règles de l'enchère au plus offrant au deuxième meilleur prix, règles qui vous ont été présentées au cours de la phase 1.

### Déroulement de la phase 2

#### Notation et dégustation

Au cours de cette phase, nous vous demandons de goûter **quatre boissons** que nous identifierons par les codes suivants :

361m

455u

703i

189d.

Après chaque dégustation, vous devrez donner **une note à la boisson** que vous venez de goûter sur une fiche de notation comportant l'échelle de notation suivante :

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

Sur cette échelle, vous devez inscrire **une croix sur la barre grisée**. Si vous avez particulièrement aimé la boisson, cette croix sera à inscrire sur l'extrémité droite de la barre. Si vous n'avez particulièrement pas aimé la boisson cette croix sera à inscrire sur l'extrémité gauche de la barre. D'une manière plus générale, en fonction de votre propre appréciation, vous positionnerez votre croix entre ces deux extrêmes.

#### Enchères

Nous mettrons ensuite en vente, selon la procédure d'enchère au plus offrant au deuxième meilleur prix que vous connaissez, les quatre boissons que vous aurez dégustées. Nous allons organiser une succession de périodes. Au cours de chaque période, un litre de chaque de boisson sera vendue.

Plus précisément, chaque période se déroulera de la manière suivante.

1. Chaque participant note sur sa **Fiche d'enchère** la **lettre d'identification** qui lui aura été attribuée pour la séance et sa proposition de prix (au centime près) pour chaque boisson.
2. Le responsable de la séance ramasse les **Fiches d'enchère** de tous les participants, il détermine, pour chaque qui emporte l'enchère et à quel prix.
3. Le responsable de la séance redistribue alors les **Fiches d'enchère**. Le participant qui a acheté note alors sur sa **Fiche d'enregistrement – Phase 2** le code de la boisson achetée et le prix auquel il l'a payée. Ce prix est payé sur la somme dont dispose le participant au début de la phase 2. Le litre de boisson acheté sera donné à l'acheteur à la fin de la séance.

Ne notez rien si vous n'avez rien acheté.

4. Le responsable de la séance annonce une nouvelle période.

Cette phase comporte 5 périodes (enchères). Au cours de chaque périodes, un litre de chaque jus d'orange sera proposé à la vente. A la fin de la 5<sup>ième</sup> période la phase 2 est terminée, chaque participant calcule la somme de ses achats pour la phase 2. Nous vous demandons de d'enregistrer ce montant à l'emplacement ***Dépenses en Francs à la fin de la phase 2.***

**Remarque :** au cours de cette phase, à votre demande, vous pourrez de nouveau goûter les boissons mises en ventes.

Avez-vous des questions à poser sur la phase 2 ?

**FICHE DE NOTATION DE LA BOISSON ...**

**Nom :** .....

**Lettre d'identification. :** .....

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

**FICHE DE NOTATION DE LA BARRE AUX CEREALES .....**

**Nom :** .....

**Lettre d'identification. :** .....

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

**FICHE D'ENREGISTREMENT  
PHASE 1**

Nom : .....

Lettre d'identification. : .....

|           | <b>Gains en Francs par<br/>période</b> |
|-----------|--|
| PERIODE 0 |  |
| Période 1 |  |
| Période 2 |  |
| Période 3 |  |
| Période 4 |  |
| Période 5 |  |
| Période 6 |  |
| Période 7 |  |

|   |  |
|---|--|
| <b><i>Gain en Francs à la fin de la phase 1</i></b> |  |
|---|--|

La somme des gains de toutes les périodes de la phase 1 (sauf période 0)

**FICHE D'ENREGISTREMENT  
PHASE 2**

Nom : .....

Lettre d'identification. : .....

|                  | Code de la<br>boisson achetée | Achat<br>Oui/Non | En cas d'achat :<br>Prix de l'achat |
|------------------|-------------------------------|------------------|-------------------------------------|
| <i>Période 1</i> | 189d                          |                  |                                     |
|                  | 455u                          |                  |                                     |
|                  | 361m                          |                  |                                     |
|                  | 703i                          |                  |                                     |
| <i>Période 2</i> | 189d                          |                  |                                     |
|                  | 455u                          |                  |                                     |
|                  | 361m                          |                  |                                     |
|                  | 703i                          |                  |                                     |
| <i>Période 3</i> | 189d                          |                  |                                     |
|                  | 455u                          |                  |                                     |
|                  | 361m                          |                  |                                     |
|                  | 703i                          |                  |                                     |
| <i>Période 4</i> | 189d                          |                  |                                     |
|                  | 455u                          |                  |                                     |
|                  | 361m                          |                  |                                     |
|                  | 703i                          |                  |                                     |
| <i>Période 5</i> | 189d                          |                  |                                     |
|                  | 455u                          |                  |                                     |
|                  | 361m                          |                  |                                     |
|                  | 703i                          |                  |                                     |

|   |  |
|---|--|
| <i>Dépense en Francs à la fin de la phase 2</i> |  |
|---|--|

La somme pour tous les achats de  
la phase 2

**FICHE D'ENREGISTREMENT  
PHASE 3**

Nom : .....

Lettre d'identification. : .....

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <i>Francs au début de la phase 3</i> |  |
|--------------------------------------|--|

|                  | Code de la barre achetée | Achat<br>Oui/Non | En cas d'achat :<br>Prix de l'achat |
|------------------|--------------------------|------------------|-------------------------------------|
| <i>Période 1</i> | 24u                      |                  |                                     |
|                  | 59d                      |                  |                                     |
|                  | 47f                      |                  |                                     |
|                  | 32s                      |                  |                                     |
| <i>Période 2</i> | 24u                      |                  |                                     |
|                  | 59d                      |                  |                                     |
|                  | 47f                      |                  |                                     |
|                  | 32s                      |                  |                                     |
| <i>Période 3</i> | 24u                      |                  |                                     |
|                  | 59d                      |                  |                                     |
|                  | 47f                      |                  |                                     |
|                  | 32s                      |                  |                                     |

|  |  |
|--|--|
| <i>Dépenses en Francs à la fin de la phase 3</i> |  |
|--|--|

La somme pour tous les achats de  
la phase 3



## Etude de recherche fondamentale sur la place des consommateurs sur les marchés



### Phase 1

- L'enchère au plus offrant au deuxième meilleur prix
  - Chaque participant propose un prix d'acquisition. Tous les participants feront cette proposition au même moment et sans communiquer.
  - Le bien sera vendu au plus offrant.
  - Le prix de vente est celui proposé par le deuxième meilleur offrant.

Laboratoire d'Economie de Grenoble

### Phase 1

- Exemple :
  - Quatre participants, A, B, C et D proposent les prix suivants :
    - A : 7,02F    B : 12,25F    C : 15,18F    D : 5,45F
  - La participant C achète le bien.
  - Le prix d'achat est de 12,25 francs, soit le prix proposé par le participant B, le second meilleur offrant.

Laboratoire d'Economie de Grenoble



## Phase 2

- 455u Nectar d 'orange
- 201a Pur jus d 'orange
- 703i Jus d 'orange à base de concentré

Laboratoire d'Economie de Grenoble

## Phase 3

- Dégustation :  
– 24u 59d 47f 32s

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

Laboratoire d'Economie de Grenoble

## Phase 3

- 24u Sundy Nestlé
- 59d Barre Céréale Carrefour
- 47f Grany Duo Heudebert
- 32s Sundy Nestlé

Laboratoire d'Economie de Grenoble

## Phase 3

24u

Sundy

Nestlé

**Ingrédients :** Pétales de maïs 38% (maïs génétiquement modifié, sucre, sel, malt),  
chocolat 25%, sucre, matières grasses végétales, émulsifiant : lécithine de soja

32s

Sundy

Nestlé

**Ingrédients :** Pétales de maïs 36% (maïs, sucre, sel, malt),  
chocolat 24%, sucre, graisse végétale, émulsifiant : lécithine,  
arôme : vanilline.

Laboratoire d'Economie de Grenoble

**ANNEXE 3.6**

**PROTOCOLE ET DOCUMENTS UTILISES DANS LE CADRE DE  
L'EXPERIENCE 2**

# COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ET OGM

## PROTOCOLE 2

### Objectifs

1. Mesurer l'écart de la propension à payer entre quatre produits alimentaires proches substitués :

- un produit alimentaire ne contenant pas OGM et issu de l'agriculture biologique;
- un produit alimentaire qui contient des OGM ;
- un produit avec moins de 1% d'OGM ;
- un produit avec moins de 0,1% d'OGM .

2. Mesurer l'évolution de la propension à payer pour les quatre produits alimentaires avec cinq niveaux d'information.

- Information 1 : Dégustation et notation des produits
- Information 2 : Information sur la présence et l'absence d'OGM (moins de 1% d'OGM)
- Information 3 : Information sur le taux de présence d'OGM (plus de 1%, moins de 1%, moins de 0,1% et moins que le seuil de détection)
- Information 4 : Information générale sur les OGM (définition, usages, réglementation...)
- Information 5 : information sur les marques des produits.

### Protocole

Protocole avec un seul traitement.

Procédure de vente : mécanisme BDM

Proposition de prix individuelle, sous pli, sans communication pour un produit.

Tirage aléatoire du prix de vente.

Achat du produit proposé au prix de vente par les personnes ayant proposé un prix supérieur au prix de vente.

### Introduction – Présentation

Chaque sujet reçoit une prime de participation de 100FF à laquelle s'ajoute une dotation initiale de 50 FF pour les achats au cours de la session.

Présentation générale des modalités et du contexte de l'étude :

*Des animateurs de la séance*

*Du laboratoire*

*Du programme de recherche*

*De la séance*

*Principes généraux : identification, questions-réponses*

### Phase 1 de la session : Apprentissage du mécanisme BDM

**Principe :**

Dégustation, notation hédonique et vente d'un produit (jus d'orange). Cette phase vise à faire comprendre au sujet la logique générale de l'étude et de crédibiliser la réalité des ventes qui seront effectuées au cours de la séance. La vente du bien réel est réalisée à la suite d'enchère.

Succession de 5 périodes maximum d'une enchère pour la vente d'un bien avec valeur induite et puis d'une enchère d'un bien réel. La répétition des ventes avec valeur induite est stoppée

dès convergence des propositions sur les valeurs. On rémunère toutes les périodes avec valeur induite.

### **Produits utilisés :**

Jus d'orange Minute Maid "Fine Pulpe", prix de vente en magasin environ 15FF.

### **Déroulement**

#### ***Jus d'orange***

1. Présentation de la procédure BDM, lecture des instructions et présentation d'exemple sur transparents projetés.
2. Réponse aux questions
3. Dégustation d'un jus d'orange
4. Attributions d'une note de dégustation par chaque sujet.
5. Proposition d'un prix d'achat individuelle par chaque participant sur une fiche d'achat.
6. Affichage des propositions d'achat au tableau.
7. Tirage au sort du prix de vente du jus d'orange parmi un ensemble de prix compris entre 1FF et une fois est demi le prix de vente du produit en grande surface.
8. Vente des produits aux éventuels acheteurs.

#### ***Produit avec valeur induite***

9. Présentation du principe de la valeur induite.
10. Distribution aléatoire des fiches d'achat portant les valeurs de reprise des biens fictifs.
11. Ramassage des propositions pour le bien fictif.
12. Affichage au tableau des propositions pour le bien fictif, tirage au sort du prix de vente pour le bien fictif, détermination des acheteurs et de leur gain et rémunération des gains.
13. Appel à commentaires
14. Retour à l'étape 3), répétition jusqu'à convergence des propositions sur les valeurs de reprise.
15. Conclusion de la phase 1 : explicitation de la stratégie optimale avec BDM.

|  |
|--|
| <b>Phase 2 : vente répétée de produits alimentaires réels avec information croissante sur les produits</b> |
|--|

### **Principe :**

Succession de 5 ventes en parallèle de quatre produits alimentaires proches substitués, avec information croissante :

Information sur les ingrédients des quatre produits, information sur la présence d'OGM en accord avec la législation française concernant l'étiquetage des produits contenant des OGM.

Information sur les OGM.

Sur les 5 périodes, une période est tirée au sort pour la vente aux acheteurs du bien réel. En cas d'achat de plusieurs produits par un même participant. Tirage au sort pour déterminer quel est le produit unique qui sera vendu.

## Produits utilisés :

| Nom du produit  | Prix de vente en magasin (unitaire) | Code expérience | Information 1        | Information 2   |
|---|-------------------------------------|-----------------|----------------------|---|
| Brownie SaraLee, à partager (Brossard)                        | 16,30FF<br>(vente d'un lot de 2)    | S               | « Contient des OGM » | Un ingrédient (la farine de froment) est issu d'un produit génétiquement modifié autorisé |
| Brownie, chocolat au lait, à partager (LU)                    | 15,40FF<br>(vente d'un lot de 2)    | L               | -                    | Aucun ingrédient ne contient plus de 1% d'OGM   |
| Brownie, part individuelle, (Carrefour)                       | 8,5FF<br>(vente d'un lot de 5)      | C               | -                    | Aucun ingrédient ne contient plus de 0,1% d'OGM   |
| Cookies, chocolat noisette, part individuelle (Carrefour bio) | 6,2FF<br>(vente d'un lot de 3)      | N               | « Garanti sans OGM » | Aucun ingrédient ne contient de trace détectable d'OGM                                    |

## Déroulement

1. Présentation de la phase 2 : lecture des instructions et présentation slide
2. Réponse aux questions.
3. Dégustation des quatre produits et attributions d'une note de dégustation simultanément pour chacun des produits.
4. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
5. Information sur les ingrédients des quatre produits : affichage et distribution d'une fiche d'information.
6. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
7. Information sur l'étiquetage "avec OGM", "sans OGM" et sans étiquetage.
8. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
9. Information sur le taux d'OGM.
10. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
11. Information générale sur les OGM
12. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
13. Information sur les marques des produits
14. Collecte des propositions des participants pour les quatre biens.
15. Tirage au sort de la période rémunérée, tirage au sort des prix de vente des biens réels.
16. Vente aux acheteurs du bien réel pendant la phase 3. En cas d'achat de plusieurs produits par un même participant, tirage au sort d'un seul produit.

## Phase 3 : Questionnaire

### Principe :

Questionnaire écrit sur les comportements d'achat et sur l'opinion concernant les questions du risque alimentaire et des aliments contenant des OGM.

**Conclusion : remerciement et appel à la discrétion des participants pour le bon déroulement de la suite de la campagne.**

## PREMIERE PARTIE DE LA SEANCE INSTRUCTION 1

- On met en vente un produit
- Par écrit, chaque participant fait une **proposition de prix** pour une unité de ce produit
- On détermine le **prix de vente** de ce produit.
- Les participants qui ont fait une proposition de prix *supérieure* au prix de vente **achètent** le produit. Les autres n'achètent pas.

### Exemple 1

Vente de bouteilles de vin.  
Chaque participant peut acheter une seule bouteille de vin.

#### Quatre participants : Proposition de prix d'achat

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| - Participant A | - A propose 12 F20 |
| - Participant B | - B propose 0      |
| - Participant C | - C propose 5 F40  |
| - Participant D | - D propose 7 F10  |

**Prix de vente : 7 F10**



### Exemple 1 - Suite

**Prix de vente : 7 F10**

- |   |  |
|---|--|
| - <b>Participant A</b>  | - <b>Participant C</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Proposition de prix : 12,20 F</li><li>• A <b>achète</b> et paye <b>7,10 F</b></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Proposition de prix : 5,40 F</li><li>• C <b>n'achète pas</b></li></ul>                 |
| - <b>Participant B</b>  | - <b>Participant D</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Proposition de prix : 0 F</li><li>• B <b>n'achète pas</b></li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Proposition de prix : 7,10 F</li><li>• D <b>achète</b> et paye <b>7,10 F</b></li></ul> |



## PREMIERE PARTIE DE LA SEANCE INSTRUCTION 2

L'objet de cette partie est de vous familiariser avec la forme de vente utilisée. Elle sera utilisée durant toute cette séance.

Pour simplifier l'apprentissage de ces règles, nous allons organiser une série de vente dans laquelle nous n'utiliserons que de l'argent.

### Règles de mise en vente

- On met en vente des jetons
- Chaque participant connaît sa '**valeur de reprise**' individuelle pour un jeton
- Par écrit, chaque participant fait une **proposition de prix**.
- On tire au sort le **prix de vente** du produit.
- Les participants qui ont fait une proposition de prix *supérieure* au prix de vent **achètent** le jeton. Les autres n'achètent pas.
- **Les acheteurs gagnent** la différence entre le prix de vente et leur valeur de reprise.

### Remarques :

- Il est impossible qu'un participant achète à un prix supérieur à son prix proposé.
- Pour une vente, il peut y avoir plusieurs acheteurs.

Nous allons mettre en vente des jetons. Ces jetons ont une valeur fixée à l'avance pour chaque participant. Cette valeur correspond à la somme que l'animateur versera au participant s'il achète un jeton. Nous appellerons cette somme : **valeur de reprise**.

Quand un participant achète un jeton à un prix de inférieur à sa valeur de reprise, il réalise un gain égal à la différence entre la valeur de reprise et le prix de vente.

### Exemple 2

- L'animateur s'engage à reprendre un jeton au participant A contre la somme de 30F
- La valeur de reprise pour le participant A est de 30F
- Si le participant A achète le jeton à 20F, il sait qu'il va gagner 10F

$$\begin{array}{rcccl} \text{Valeur de reprise} & - & \text{Prix de vente} & = & \text{Gain} \\ 30\text{F} & - & 20\text{F} & = & 10\text{F} \end{array}$$

Nous allons organiser plusieurs périodes de vente. Chaque participant ne peut acheter qu'un jeton par période. Chaque période se déroule de la manière suivante :

1. Chaque participant tire une **Fiche Proposition d'achat**.

**Exemple 3**

**Fiche Proposition d'achat**

Période : 0 Lettre d'identification : .....

---

Votre valeur de reprise pour le jeton    7 F

Votre proposition de prix d'achat pour le jeton    .....



Les différents participants ont des valeurs de reprise différentes. Chaque participant ne connaît que sa propre valeur de reprise.

2. Chaque participant note sa lettre d'identification sur sa Fiche Proposition d'achat. Puis il inscrit sa proposition de prix pour le jeton.

3. L'animateur de la séance ramasse les Fiches. Il inscrit au tableau les valeurs de reprise et les propositions de prix des participants. Un participant tire le prix de vente du jeton pour la période.

4. En fonction du prix de vente et des propositions de prix, on voit s'il y a des acheteurs.

5. En fonction du prix de vente et des valeurs de reprise, on détermine les gains des acheteurs.

## Exemple 4

Prix tiré au sort :  
16

| Participant | Valeur de reprise | Proposition d'achat | Achat/<br>Pas achat | Gain/Perte       |
|-------------|-------------------|---------------------|---------------------|------------------|
| A           | 12                | 11                  | Pas achat           | 0 F              |
| B           | 20                | 14                  | Achat               | $20 - 16 = 4$ F  |
| C           | 15                | 17                  | Achat               | $15 - 16 = -1$ F |
| D           | 18                | 18                  | Achat               | $18 - 16 = 2$ F  |



---

## DEUXIEME PARTIE DE LA SEANCE

### INSTRUCTIONS

Au cours de cette seconde partie, vous allez goûter et noter quatre biscuits. Puis nous organiserons des ventes de ces produits selon les règles utilisées jusqu'ici. Ces produits sont actuellement en vente dans des grandes surfaces de la région grenobloise.

|                                |
|--------------------------------|
| <b>Dégustation et notation</b> |
|--------------------------------|

Afin que vous ne soyez pas influencé par le nom ou la marque de ces produits, nous les désignerons par les lettres suivantes :

Produit L    Produit S                      Produit N                      Produit C

Après les avoir goûté, vous donnerez **une note** à chaque produit sur la **Fiche de notation**. Cette fiche comporte l'échelle suivante :

|                                  |                            |
|----------------------------------|----------------------------|
| <b>Je n'aime<br/>pas du tout</b> | <b>J'aime<br/>beaucoup</b> |
|----------------------------------|----------------------------|

Mettez **une croix sur la barre** correspondant à votre appréciation.

|                             |
|-----------------------------|
| <b>Proposition de vente</b> |
|-----------------------------|

Après la dégustation et la notation, nous organiserons plusieurs périodes de vente.

Au cours de chacune de ces ventes, nous mettrons en vente environ 600 grammes de chacun des 4 biscuits. Cela correspond à un lot de 2 à 5 paquets selon le type d'emballage utilisé par le fabricant.

Pour chaque période, les participants disposent d'une fiche de vente similaire à celle présentée sur la page suivante. Sur cette fiche, les participants inscrivent le prix maximum qu'ils sont prêts à payer pour en acheter un lot de chacun des produits (à 10 centimes près).

| <b>Fiche d'enchère du participant ....</b>        |
|---|
| Période 1   |
| <b>Biscuit L</b>                                  |
| Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ |
| <input type="text"/>                              |
| <b>Biscuit N</b>                                  |
| Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ |
| <input type="text"/>                              |
| <b>Biscuit C</b>                                  |
| Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ |
| <input type="text"/>                              |
| <b>Biscuit S</b>                                  |
| Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ |
| <input type="text"/>                              |

### Fin des périodes de vente et fixation des prix de vente

Lorsque nous aurons terminé toutes les périodes de vente, pour chaque lot de produit, nous tirerons au sort son prix de vente. Ce prix de vente sera tiré, *par un participant*, parmi un ensemble de prix compris entre 1 F et une fois et demi le prix de vente des lots de biscuits dans les grandes surfaces de la région grenobloise.

### Vente des produits

Parmi toutes les que nous allons effectuer, une seule vente sera effectivement prise en compte.

A l'issue des ventes, une période sera tirée au sort. Cette période fera l'objet de ventes réelles.

Si, pour cette période tirée au sort, un participant est en situation d'acheter différents biscuits, l'animateur procédera à un tirage au sort pour choisir un lot. La vente sera effectuée uniquement sur ce lot tiré au sort.

|                  |
|------------------|
| <b>Remarques</b> |
|------------------|

1. A tout moment, à votre demande, vous pourrez de nouveau goûter les biscuits.
2. Les propositions de prix des participants ne seront pas affichées.

**Lettre d'identification : .....**

---

**NOTATION DU JUS D'ORANGE**

**Je n'aime  
pas du tout**

**J'aime  
beaucoup**

|  |
|--|
|  |
|--|

---

**PROPOSITION D'ACHAT POUR UN LITRE DE JUS D'ORANGE**

**Votre proposition de prix pour un litre de jus d'orange**

|  |
|--|
|  |
|--|

A 10 centimes près.

---

FICHE DE NOTATION

**Lettre d'identification : ....**

**Biscuit L**

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

**Biscuit S**

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

**Biscuit N**

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

**Biscuit C**

Je n'aime  
pas du tout

J'aime  
beaucoup

## Analyse du comportement des consommateurs

Céline Faure, étudiante en DEA  
Stéphane Robin, chercheur au CNRS  
Bernard Ruffieux, Professeur d'économie

Emilie Gandelin, étudiante



## Analyse du comportement des consommateurs

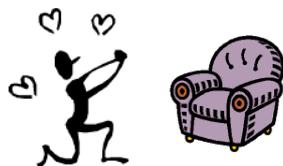
- Laboratoire d'économie expérimentale  
Ecole Supérieur de Génie Industriel (INPG)
- Programme de recherche :  
Institut National de la Recherche Agronomique (INRA)
- Recherche publique : n'est pas destinée à une entreprise privée particulière.



## Objectif de la recherche

- Question :

Comment mesurer la valeur d'un produit pour un consommateur ?



## Méthode de la recherche (a)

*Comment mesurer la valeur d'un produit pour un consommateur?*

- Demander leurs avis aux consommateurs (questionnaire, sondage)



## Méthode de la recherche (b)

*Comment mesurer la valeur d'un produit pour un consommateur?*

- Observer les achats effectifs en magasin



## Méthode de la recherche (c)

*Comment mesurer la valeur d'un produit pour un consommateur?*

- Organiser des ventes en laboratoire



## Principe de la séance (a)

Evaluer la **valeur** d'un produit en fonction des **prix d'achat** proposés par les consommateurs.

37 F



## Principe de la séance (b)

1. **Goûter** et **évaluer** des produits alimentaires (biscuits actuellement disponibles dans des grandes surfaces de l'agglomération grenobloise)

2. **Acheter** (éventuellement) les produits dégustés  
Vous **déciderez** du prix auquel vous êtes prêt à acheter les produits

De **petites quantités** de ces produits seront vendues à certain d'entre vous en fonction des prix proposés.



## Remarques

Pour participer aux ventes, nous allons vous donner 50 F en plus des 100 F déjà reçus.

Ces 50 F sont à vous, vous conserverez le solde après vos achats éventuels.

Les ventes seront réelles.

Vous aurez à payer vos achats et vous emporterez les produits que vous avez achetés.

C'est vous qui décidez du prix maximum auquel vous voulez acheter les produits proposés.

Très peu de produits seront vendus.

Notre objectif n'est pas de vous vendre des produits



## Exemple 1

Vente de bouteilles de vin.  
Chaque participant peut acheter une seule bouteille de vin.

### Quatre participants : Proposition de prix d'achat

- Participant A
  - Participant B
  - Participant C
  - Participant D
- Participant A propose 12 F20
  - Participant B propose 0 F
  - Participant C propose 5 F40
  - Participant D propose 7 F10

**Prix de vente tiré au sort : 7 F10**



## Exemple 1 - Suite

**Prix de vente tiré au sort : 7 F10**

- Participant A
  - Prix d'achat proposé : 12 F20
  - Participant A **achète** une bouteille et paye **7 F10**
- Participant B
  - Prix d'achat proposé : 0 F
  - Participant B **n'achète pas** une bouteille
- Participant C
  - Prix d'achat proposé : 5 F40
  - Participant C **n'achète pas** une bouteille
- Participant D
  - Prix d'achat proposé : 7 F10
  - Participant D **achète** une bouteille et paye **7 F10**



## Exemple 2

- L'animateur s'engage à reprendre un jeton au participant A contre la somme de 30F
- La valeur de reprise pour le participant A est de 30F
- Si le participant A achète le jeton à 20F, il sait qu'il va gagner 10F

$$\begin{array}{rclcl} \text{Valeur de reprise} & - & \text{Prix de vente} & = & \text{Gain} \\ 30\text{F} & - & 20\text{F} & = & 10\text{F} \end{array}$$



## Exemple 3

### Fiche Proposition d'achat

Période : 0

Lettre d'identification : .....

Votre valeur de reprise pour le jeton 7 F

Votre proposition de prix d'achat pour le jeton .....



## Conclusion

- Le meilleur comportement, quel que soit celui des autres, est de toujours proposer sa valeur de reprise.



## Exemple 5

Prix de vente tiré au sort pour chaque lot de biscuits:  
**Biscuit L : 190 FF**   **Biscuit N : 70 FF**   **Biscuit C : 380 FF**   **Biscuit S : 260 FF**

| Période 1   | Période 2   | Période 3   |
|---|---|---|
| <p>Fiche d'enchère du participant A</p> <p><b>Biscuit L</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="200 FF"/></p> | <p>Fiche d'enchère du participant A</p> <p><b>Biscuit L</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="320 FF"/></p> | <p>Fiche d'enchère du participant A</p> <p><b>Biscuit L</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="320 FF"/></p> |
| <p><b>Biscuit N</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="0 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit N</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="0 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit N</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="0 FF"/></p>   |
| <p><b>Biscuit C</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="490 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit C</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="490 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit C</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="490 FF"/></p>   |
| <p><b>Biscuit S</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="100 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit S</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="270 FF"/></p>   | <p><b>Biscuit S</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="270 FF"/></p>   |



## Exemple 5 - Suite

Tirage au sort de la période prise en compte : **période 2**

| Période 2   |
|---|
| <p>Fiche d'enchère du participant A</p> <p><b>Biscuit L</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="320 FF"/></p> |
| <p><b>Biscuit N</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="0 FF"/></p>   |
| <p><b>Biscuit C</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="490 FF"/></p>   |
| <p><b>Biscuit S</b></p> <p>Prix d'achat proposé pour un lot de 600gr environ</p> <p><input type="text" value="270 FF"/></p>   |

- Le participant A achète 2 lots de biscuits :

- il **achète** le lot de biscuits L à **190 F** car il avait proposé un prix (320 F) supérieur au prix tiré au sort.
- il **achète** le lot de biscuits C à **380 F** car il avait proposé un prix (490 F) supérieur au prix tiré au sort.

Tirage au sort du lot de biscuits acheté

**Le lot de biscuits C**



## Remarque

- Le meilleur comportement, quel que soit celui des autres, est de toujours proposer le prix maximum que l'on est prêt à payer pour un produit.



## Les produits

| Code Produit |
|--------------|
| S            |
| L            |
| C            |
| N            |



## Les produits

| Code Produit | Etiquetage relatif aux OGM<br><i>(conformément à la législation)</i> |
|--------------|--|
| S            | « Contient des OGM »   |
| L            | -  |
| C            | -  |
| N            | « Garanti sans OGM »   |



## Les produits

| Code Produit | Etiquetage relatif aux OGM<br><i>(conformément à la législation)</i> | Teneur en OGM   |
|--------------|--|---|
| S            | « Contient des OGM »   | Un ingrédient (la farine de froment) est issu d'un produit génétiquement modifié autorisé |
| L            | -  | Aucun ingrédient ne contient plus de 1% d'OGM   |
| C            | -  | Aucun ingrédient ne contient plus de 1% d'OGM   |
| N            | « Garanti sans OGM »   | Aucun ingrédient ne contient de trace détectable d'OGM.                                   |



## Les produits

| Code Produit | Etiquetage relatif aux OGM<br><br>(conformément à la législation) | Teneur en OGM   | Marque et labels de qualité |
|--------------|---|---|-----------------------------|
| <b>S</b>     | « Contient des OGM »  | Un ingrédient (la farine de froment) est issu d'un produit génétiquement modifié autorisé | <i>Brossard</i>             |
| <b>L</b>     | -   | Aucun ingrédient ne contient plus de 1% d'OGM   | <i>LU</i>                   |
| <b>C</b>     | -   | Aucun ingrédient ne contient plus de 1% d'OGM   | <i>Carrefour</i>            |
| <b>N</b>     | « Garanti sans OGM »  | Aucun ingrédient ne contient de trace détectable d'OGM.                                   | <i>Bio (Carrefour )</i>     |



**ANNEXE 4**  
**RESULTATS DE L'ENQUETE**

## QUESTIONNAIRE D'OPINIONS

1. **Savez-vous qu'on utilise les « biotechnologies » pour produire certains aliments ? On dit que ces produits contiennent des « OGM » (OGM = organismes génétiquement modifiés).**

|     |            |
|-----|------------|
| Oui | <b>83%</b> |
| Non | <b>17%</b> |

**Si** la réponse est **oui** aller à la suite, si la réponse est **non** : ce questionnaire est terminé : aller à la fin à l'identification.

7 **Avez-vous déjà consommé des produits contenant des OGM (oui, non, vous ne savez pas) ?**

|                      |            |
|----------------------|------------|
| Oui, je pense        | <b>64%</b> |
| Non, je ne pense pas | <b>17%</b> |
| Je ne sais pas       | <b>19%</b> |

8 **Si la réponse est oui, comment le savez-vous ?**

|  |            |
|--|------------|
| Vous l'avez lu sur les emballages                        | <b>11%</b> |
| Vous connaissez les produits qui en contiennent          | <b>16%</b> |
| Sans savoir lesquels, vous pensez en avoir déjà consommé | <b>73%</b> |

9 **A votre avis, aujourd'hui, les produits alimentaires fabriqués à partir d'OGM sont-ils obligatoirement étiquetés comme tels (oui, non, vous ne savez pas) ?**

|                   |            |
|-------------------|------------|
| Oui, je pense     | <b>33%</b> |
| Non, ne pense pas | <b>57%</b> |
| Je ne sais pas    | <b>9%</b>  |

10 **Au total, la question des OGM est pour moi :**

|                 |            |                |                 |
|-----------------|------------|----------------|-----------------|
| Très importante | Importante | Peu importante | Sans importance |
| <b>44%</b>      | <b>45%</b> | <b>8,5%</b>    | <b>2,5%</b>     |

6 **Je vais vous citer plusieurs produits alimentaires, à chaque fois, vous me direz s'ils peuvent aujourd'hui être fabriqués à partir d'OGM : oui, non ou vous ne savez pas ?**

|                                  | <i>Oui</i>    | <i>Non</i>    | <i>Ne sait pas</i> |
|----------------------------------|---------------|---------------|--------------------|
| Gâteaux industriels              | <b>85,4 %</b> | <b>4,9 %</b>  | <b>9,7 %</b>       |
| Corn Flakes                      | <b>76,4 %</b> | <b>13,3 %</b> | <b>10,3 %</b>      |
| Biscuits d'apéritifs             | <b>75,8 %</b> | <b>12,1 %</b> | <b>12,1 %</b>      |
| Sauces (mayonnaise, etc.)        | <b>67,3 %</b> | <b>17,0 %</b> | <b>15,7 %</b>      |
| Plats cuisinés surgelés          | <b>66,1 %</b> | <b>16,9 %</b> | <b>16,9 %</b>      |
| Desserts et glaces industrielles | <b>61,2 %</b> | <b>22,4 %</b> | <b>16,4 %</b>      |
| Huile                            | <b>52,1 %</b> | <b>36,4 %</b> | <b>11,5 %</b>      |
| Pâtes alimentaires               | <b>44,5 %</b> | <b>39,1 %</b> | <b>16,4 %</b>      |
| Chocolat                         | <b>37,2 %</b> | <b>46,3 %</b> | <b>16,5 %</b>      |
| Bière                            | <b>35,2 %</b> | <b>43,0 %</b> | <b>21,8 %</b>      |
| Aliments pour bébé               | <b>34,5 %</b> | <b>53,3 %</b> | <b>12,1 %</b>      |
| <b>SAUCISSON</b>                 | <b>31,0 %</b> | <b>47,6 %</b> | <b>21,4 %</b>      |

7 **Même question pour quelques produits non alimentaires.**

|  | <i>Oui</i>   | <i>Non</i>   | <i>Ne sait pas</i> |
|--|--------------|--------------|--------------------|
| L'alimentation des volailles et bétail | <b>82,2%</b> | <b>4,3%</b>  | <b>13,5%</b>       |
| Les médicaments                        | <b>42,9%</b> | <b>30,1%</b> | <b>27,0%</b>       |
| Le coton pour l'habillement            | <b>38,7%</b> | <b>24,5%</b> | <b>36,8%</b>       |
| Le tabac pour les cigarettes           | <b>38,0%</b> | <b>25,8%</b> | <b>36,2%</b>       |

8 **Même question pour quelques catégories de produits ?**

|   | <i>Oui</i> | <i>Non</i> | <i>Ne sait pas</i> |
|---|------------|------------|--------------------|
| Les produits d'Appellations d'Origine Contrôlée | 22,4 %     | 64,9 %     | 12,7 %             |
| Les produits Label Rouge                        | 18,8 %     | 61,8 %     | 19,4 %             |
| Les produits « agriculture biologique »         | 24,9 %     | 60,0 %     | 15,1 %             |
| Les produits de la marque Danone                | 43,6 %     | 28,5 %     | 27,9 %             |
| Les produits de la marque Nestlé                | 46,1 %     | 24,2 %     | 29,7 %             |
| Les produits de la marque Inter-Marchés         | 52,1 %     | 12,1 %     | 35,8 %             |
| Les produits de la marque Monoprix              | 51,5 %     | 12,1 %     | 36,4 %             |
| Les produits de la marque Leclerc               | 50,9 %     | 13,3 %     | 35,8 %             |
| Les produits de la marque Continent             | 49,1 %     | 13,9 %     | 37,0 %             |
| Les produits de la marque Carrefour             | 47,9 %     | 18,2 %     | 33,9 %             |

9 **A votre connaissance, aujourd'hui en France, les modifications génétiques sont-elles autorisées pour la culture des produits suivants :**

|                | <i>Oui</i> | <i>Non</i> | <i>Ne sait pas</i> |
|----------------|------------|------------|--------------------|
| Soja           | 42,7%      | 34,1%      | 23,2%              |
| Maïs           | 35,4%      | 40,2%      | 24,4%              |
| Blé            | 24,4%      | 50,6%      | 25,0%              |
| Tomate         | 23,2%      | 49,4%      | 27,4%              |
| Pomme de terre | 15,2%      | 52,4%      | 32,3%              |
| Fraises        | 14,6%      | 53,7%      | 31,7%              |
| Riz            | 14,7%      | 54,6%      | 30,7%              |

10 **Venons en maintenant à une question un peu technique. Garantir l'absence totale d'OGM dans un produit est coûteux. Les matières premières « avec OGM » et « sans OGM » peuvent en effet se mélanger de façon fortuite à différents stades de la production. Le coût d'un produit garanti « sans OGM » est d'autant plus élevé qu'on désire réduire cette présence accidentelle. Avec laquelle de ces propositions vous sentez-vous le plus proche :**

|   | <i>Choix</i> |
|---|--------------|
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », est un produit qui n'a aucune trace d'OGM       | 64,2%        |
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », est un produit qui contient moins de 0,1% d'OGM | 20,1%        |
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », est un produit qui contient moins de 1% d'OGM   | 15,6%        |

**Et si on doit étiqueter les produits « avec OGM », en plus d'un étiquetage des produits « sans » (un seul choix)**

|  | <i>Choix</i> |
|--|--------------|
| Il faut étiqueter les produits dès qu'ils contiennent des traces d'OGM | 82,8%        |
| Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 1 % d'OGM       | 14,5%        |
| Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 5 % d'OGM       | 2,7%         |

11 **En effectuant vos achats aujourd'hui, avez-vous vu été attentif à la question des OGM ?**

|     |       |
|-----|-------|
| Oui | 77,6% |
| Non | 22,4% |

12 **En effectuant vos achats aujourd'hui, avez-vous vu des produits contenant des OGM ?**

|     |       |
|-----|-------|
| Oui | 22,6% |
| Non | 77,5% |

**Si oui à la question 12, avez-vous renoncé à acheter l'un de ces produits parce qu'il contenait des OGM ?**

|     |       |
|-----|-------|
| Oui | 50,0% |
| Non | 50,0% |

13 **En effectuant vos achats aujourd'hui, avez-vous vu des produits sans OGM mais susceptible d'en contenir ?**

|             |       |
|-------------|-------|
| Oui         | 30,8% |
| Non         | 66,4% |
| Ne sait pas | 2,7%  |

14 **Pour finir, comparons les risques liés aux OGM à d'autres risques actuels : Répondez par oui, non ou aussi dangereux :**

|   | Oui | Non | Ne sait pas |
|---|-----|-----|-------------|
| La pollution de l'eau : c'est plus dangereux que les OGM  | 67% | 12% | 21%         |
| La vache folle : c'est plus dangereux que les OGM   | 61% | 13% | 25%         |
| La listériose : c'est plus dangereux que les OGM  | 59% | 21% | 20%         |
| Les résidus chimiques (engrais, produits de traitement) dans les fruits et légumes : c'est plus dangereux que les OGM | 53% | 22% | 25%         |
| Les colorants dans les aliments: c'est plus dangereux que les OGM   | 20% | 61% | 19%         |

15 **Je vais vous lire une série de propositions concernant les produits alimentaires. Pour chacune, vous me direz si vous êtes : d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas d'accord.**

01 « *Il faut purement et simplement interdire les OGM* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 64,8%           | 14,5%                  | 11,9%                      | 8,8%                |

02 « *Les OGM peuvent être vendus sans étiquetage : s'ils sont autorisés, c'est qu'ils sont sans danger.* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 4,0%            | 3,0%                   | 8,6%                       | 84,3%               |

03 « *Pour moi les OGM ne sont pas un problème, mais je souhaite malgré tout un étiquetage m'informant de leur présence.* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 33,8%           | 6,7%                   | 9,2%                       | 50,3%               |

04 « *Je ne veux pas acheter d'OGM. Il faut étiqueter clairement tous les produits qui en contiennent.* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 83,6%           | 8,7%                   | 1,5                        | 6,2                 |

05 « *Je veux pouvoir trouver des produits sans OGM quitte à devoir les payer un peu plus cher.* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 66,5%           | 8,6%                   | 4,6%                       | 20,3%               |

06 « *Gardons les produits de l'Agriculture Biologique sans OGM, les autres produits peuvent en contenir sans avoir à l'étiqueter.* »

| <i>D'accord</i> | <i>Plutôt d'accord</i> | <i>Plutôt pas d'accord</i> | <i>Pas d'accord</i> |
|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| 14,6%           | 4,2%                   | 8,9%                       | 72,4%               |

16 **Personnellement, acceptez-vous ou refusez-vous qu'il y ait des OGM dans les produits suivants (j'accepte, je refuse) :**

|   | Accepte | Refuse |
|---|---------|--------|
| Les denrées alimentaires  | 11 %    | 89 %   |
| L'alimentation du bétail et des volailles   | 11 %    | 89 %   |
| Les médicaments   | 14 %    | 86 %   |
| Les colorants ou additifs, qui entrent en petite quantité dans les aliments transformés | 18 %    | 82 %   |
| Les aliments pour animaux domestiques   | 26,5 %  | 73,5 % |
| Les emballages en carton des produits alimentaires                                      | 54 %    | 46 %   |
| Les carburants  | 54 %    | 46 %   |

17 **Je vais maintenant vous lire trois propositions. Pour chacune d'entre elle, vous me direz si vous êtes d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord.**

01 « *Si les frites issues de pommes de terre OGM étaient moins grasses, je les achèterais.* »

| D'accord | Plutôt d'accord | Plutôt pas d'accord | Pas d'accord |
|----------|-----------------|---------------------|--------------|
| 6,2%     | 2,1             | 1,5%                | 90,2%        |

02 « *Si le maïs OGM limitait les risques de pollution de l'environnement j'achèterais les produits qui en contiennent.* »

| D'accord | Plutôt d'accord | Plutôt pas d'accord | Pas d'accord |
|----------|-----------------|---------------------|--------------|
| 12,2%    | 9%              | 6,3%                | 72,5%        |

03 « Si je trouvais que les tomates OGM avaient meilleur goût ou se conservaient plus longtemps, je les achèterais. »

|          |                 |                     |              |
|----------|-----------------|---------------------|--------------|
| D'accord | Plutôt d'accord | Plutôt pas d'accord | Pas d'accord |
| 5,6%     | 3,1%            | 5,1%                | 86,2%        |

18 **D'ici cinq ans quel avenir imaginez-vous pour les OGM ? Je vais vous lire trois propositions et vous me direz laquelle, selon vous est la plus probable.**

|  |              |
|--|--------------|
|  | <i>Choix</i> |
| D'ici cinq ans, il y aura des OGM dans la plupart des produits alimentaires et nous n'en parlerons plus.                 | 21,3%        |
| D'ici cinq ans, il n'y aura plus d'OGM dans les produits alimentaires et on n'en parlera plus.                           | 2,5%         |
| D'ici cinq ans, on aura le choix : il y aura des produits étiquetés « avec OGM » et des produits étiquetés « sans » OGM. | 76,1%        |

Si la réponse précédente est le dernier choix, poser la question suivante, sinon, passer à 19

**Je vais maintenant vous lire trois autres propositions et vous me direz avec laquelle vous vous sentez le plus proche.**

|   |              |
|---|--------------|
|   | <i>Choix</i> |
| On consommera de plus en plus d'OGM.                            | 42,7%        |
| On consommera de moins en moins d'OGM.                          | 12,0%        |
| Il y aura autant de produits avec OGM que de produits sans OGM. | 45,3%        |

19 **Venons en maintenant à vos préférences personnelles quant à l'avenir des OGM à un horizon de cinq ans. Avec quelle proposition vous sentez-vous le plus proche :**

|   |              |
|---|--------------|
|   | <i>Choix</i> |
| Qu'ils aient disparus.                            | 44,7%        |
| Qu'ils soient largement diffusés sans étiquetage. | 3,0%         |
| Qu'on ait le choix d'en consommer ou non          | 52,3%        |

Si dernier choix ci-dessus

|  |              |
|--|--------------|
|  | <i>Choix</i> |
| Que tout le monde puisse avoir le choix partout : magasins, restaurants, cantines, etc.                                    | 76,9%        |
| Que les personnes qui veulent avoir des produits « sans » puissent en trouver dans des magasins ou des rayons spécialisés. | 23,1%        |

20 **Venons en maintenant à une question un peu technique. Garantir l'absence totale d'OGM dans un produit est coûteux. Les matières premières « avec OGM » et « sans OGM » peuvent en effet se mélanger de façon fortuite à différents stades de la production. Le coût d'un produit garanti « sans OGM » est d'autant plus élevé qu'on désire réduire cette présence accidentelle. Avec laquelle de ces propositions vous sentez-vous le plus proche :**

|   |              |
|---|--------------|
|   | <i>Choix</i> |
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui n'a aucune trace d'OGM       | 64,2%        |
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui contient moins de 0,1% d'OGM | 20,1%        |
| Pour moi, un produit étiqueté « sans OGM », doit être un produit qui contient moins de 1% d'OGM   | 15,6%        |

**Et si on décide d'étiqueter aussi les produits « avec OGM » (un seul choix)**

|  |              |
|--|--------------|
|  | <i>Choix</i> |
| Il faut étiqueter les produits dès qu'ils contiennent des traces d'OGM | 82,8%        |
| Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 1 % d'OGM       | 14,5%        |
| Il faut étiqueter les produits qui contiennent plus de 5 % d'OGM       | 2,7%         |

21 **Supposons que les produits « avec » et « sans » soient tous les deux en rayons, quel étiquetage souhaitez-vous pour les distinguer ?**

|  |              |
|--|--------------|
|  | <i>Choix</i> |
| Un étiquetage complet mais discret, dans la liste des ingrédients. | 14,5%        |
| Un étiquetage très visible, comme un logo                          | 85,5%        |

|  | <i>Choix</i> |
|--|--------------|
| Uniquement l'absence d'OGM   | <b>44%</b>   |
| Uniquement la présence d'OGM   | <b>37%</b>   |
| Deux logos, un pour les produits « avec et un pour les produits « sans » | <b>19%</b>   |

|                          | <i>Choix</i> |
|--------------------------|--------------|
| Je les regarderai        | <b>91,3%</b> |
| Je ne les regarderai pas | <b>8,7%</b>  |

**Si** choix « Je regarderai les étiquettes... »

|   | <i>Choix</i> |
|---|--------------|
| Je regarderai les étiquettes mais ça ne changera rien à mes habitudes de consommation. Je veux simplement être informé. | <b>13,4%</b> |
| Je regarderai les étiquettes afin d'acheter des produits non OGM.   | <b>77,1%</b> |
| Je regarderai les étiquettes et me déciderai à propos des OGM en fonction du prix                                       | <b>9,5%</b>  |