

Effet de traitement d'informations sur la perception des œufs bruns par les consommateurs

RÉSUMÉ

Wisler Alvincy, M. Sc., étudiant, Université Laval

La majeure partie des consommateurs d'œufs au Québec ont une perception favorable pour les œufs à coquille brune. Ils les considèrent comme plus sains, plus nutritifs, plus naturels, plus savoureux, meilleurs en termes de bien-être animal et environnemental alors qu'il y a aucune preuve scientifique qui soutient cette supériorité supposée des œufs bruns vis-à-vis des œufs blancs. Nous émettons donc l'hypothèse que la préférence des consommateurs pour les œufs bruns est due à un problème d'information incomplète. En mobilisant un dispositif expérimental sur un échantillon de 1205 répondants, ce travail examine l'effet de traitements d'informations issues de la littérature scientifique et validées par des experts du secteur agroalimentaire sur les perceptions relatives aux attributs tels que la naturalité, la valeur nutritive, la saveur, l'authenticité, le soutien énergétique, la santé, le coût de production, le bien-être animal, l'échelle de production, l'impact environnemental ainsi que les intentions de choix. Les estimations économétriques, fondées sur des modèles logistiques ordonnés, montrent que l'information fournie conduit les participants à réviser systématiquement et significativement les perceptions. Par ailleurs, l'hétérogénéité des effets entre ceux qui perçoivent une conséquence ou non quant à l'influence de leurs réponses sur l'offre d'œuf bio blanc au Québec souligne le rôle des anticipations de marché dans la formation des préférences déclarées. Nos résultats indiquent que la vente d'œuf bio blanc sera acceptée par les consommateurs québécois, à condition que ces derniers soient bien informés.

Mots clés : œufs bruns, œufs blancs, perception, consommateurs, information incomplète, attributs, traitement d'informations, œuf bio blanc