

FAIT MARQUANT

## Perception de la « viande » artificielle par des consommateurs issus de différents pays

Une enquête a été diffusée en ligne en France, en Chine et au Brésil pour étudier les opinions des consommateurs à propos de la « viande artificielle » d'au moins 4 500 consommateurs de différents profils dans chaque pays. La très grande majorité des répondants considère que le prix de vente de ce produit doit être inférieur ou ne pas excéder celui de la viande conventionnelle. Selon les pays, les sondés considèrent entre 15 et 54% qu'il s'agit d'une idée soit « absurde et/ou dégoûtante », soit « intrigante et/ou amusante », soit « prometteuse et/ou réalisable ». Contrairement à la Chine, les femmes, en France et au Brésil, semblent davantage favorables à cette biotechnologie étant plus sensibles aux questions éthiques ou environnementales liées à l'élevage, alors que les hommes âgés (> 51 ans) du secteur de la viande sont les plus réticents. La moitié environ des répondants rejettent la dénomination « viande » pour ce nouveau produit. Par ailleurs, il apparaît que les végétariens et végétariens perçoivent ce produit comme de la viande et donc ne veulent pas en consommer.

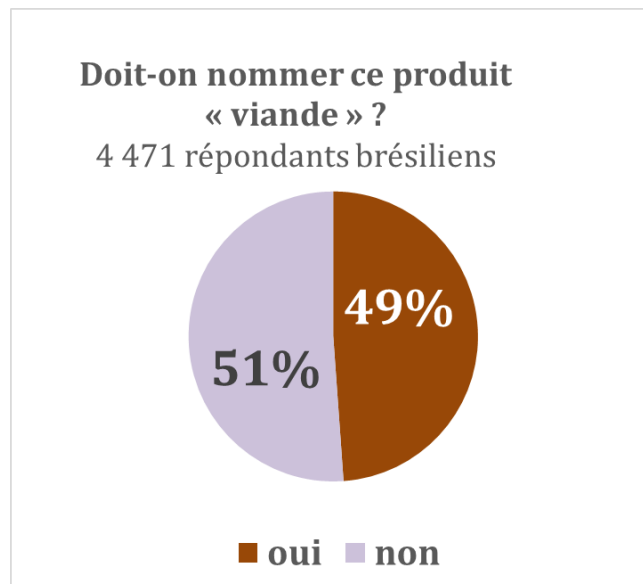
La « viande artificielle » est présentée comme une biotechnologie capable de résoudre la faim dans le monde, limiter les impacts environnementaux de l'élevage tout en réduisant l'abattage et la souffrance des animaux, bien que ces avantages soient controversés (Chriki, Hocquette, 2020). Depuis sa médiatisation en 2013, cette biotechnologie fait l'objet de questionnements scientifiques malgré un fort engouement

médiatique. Ainsi, elle suscite des réactions variées allant du dégoût à la fascination, en passant par une simple curiosité qui encourage à la goûter. Ainsi, il est donc important d'étudier ces opinions diverses pour mieux appréhender et cibler les attentes et les craintes des consommateurs envers ce produit.

Une enquête avec une trentaine de questions, associée à un schéma explicatif du principe de la méthode de production de la « viande artificielle », a été diffusée en ligne auprès de 4533 consommateurs français, 4929 consommateurs chinois et 4471 consommateurs brésiliens. Selon la très grande majorité des répondants (plus de 91% en France, 95% au Brésil et 96% en Chine), le prix de vente de ce produit devrait être inférieur (voire nul pour ceux qui ne veulent pas l'acheter) ou égal à celui de la viande conventionnelle. Selon les pays, 15% (en Chine) à 54% (en France) des sondés, considèrent que la « viande de culture » est une idée « absurde et/ou dégoûtante », 27% (en France) à 49% (en Chine) la trouvent plutôt « intrigante et/ou amusante », contre 19% (en France) à 47% (au Brésil) qui la considèrent comme une idée « prometteuse et/ou réalisable ». Ces proportions varient également selon les groupes sociologiques. Contrairement aux femmes chinoises, les femmes françaises et brésiliennes sont davantage favorables à cette biotechnologie en raison d'une plus grande sensibilité aux questions éthiques ou environnementales liées à l'élevage. A l'opposé, les hommes âgés (> 51 ans) sont les plus réticents, surtout quand ils travaillent dans le secteur de la viande. La moitié environ des répondants rejettent la dénomination « viande » pour ce produit. Par ailleurs, une autre enquête en face à face a recueilli le ressenti de 118 consommateurs en fonction de leurs régimes alimentaires. Les consommateurs réguliers de viande sont plus favorables à cette technologie que les végétariens et végétariens qui perçoivent ce produit comme de la viande et ne veulent pas en consommer car d'origine animale.

Cette enquête est, à notre connaissance, l'enquête avec l'effectif le plus important qui ait été conduite dans le monde sur cette thématique. De plus, contrairement à certaines enquêtes précédentes, cette étude a été conduite par un collectif de chercheurs appartenant à des organismes de recherche publique sans lien avec les entreprises privées voulant commercialiser cette biotechnologie.

Enfin, il nous semble que le développement de cette technologie nécessitera en préalable d'éclairer objectivement, sur la base d'arguments scientifiques et tangibles, les consommateurs sur les avantages/inconvénients de la production de ce type de produits.



**Légende :** Réponse des consommateurs brésiliens à une question importante de l'enquête sur la « viande » artificielle

**Valorisation :**

Hocquette et al., (2021). Que pensent les Français de la culture de cellules musculaires pour produire de la viande ? *Viandes & Produits Carnés* 37-2-1. <https://www.viandesetproduitscarnes.fr/index.php/fr/1126-que-pensent-les-francais-de-la-culture-de-cellules-musculaires-pour-produire-de-la-viande>

Gousset et al., (2021). Perception de la « viande » artificielle par des consommateurs français selon leur régime alimentaire. *Viandes & Produits Carnés* <https://www.viandesetproduitscarnes.fr/index.php/fr/1162-perception-de-la-viande-artificielle-par-des-consommateurs-francais-selon-leur-regime-alimentaire>

Chriki et al., (2021). Brazilian Consumers' attitude towards what is called « cell-based meat ». *Foods*, 10:2588 (<https://doi.org/10.3390/foods10112588>)

**Références bibliographiques :**

Chriki S., Hocquette J.F. (2020). The Myth of Cultured Meat: A Review. *Frontiers in Nutrition*. 2020;7, 7, <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnut.2020.00007/full>

Liu et al., (2021). Chinese Consumers' Attitudes and Potential Acceptance toward Artificial Meat. *Foods*, 10:353. <https://doi.org/10.3390/foods10020353>

**Contact :** HOCQUETTE Jean-François ; [jean-francois.hocquette@inrae.fr](mailto:jean-francois.hocquette@inrae.fr) - UMR Herbivores, F-63122 Saint-Genès-Champanelle, France.