

Les choix des consommateurs envers les aliments GM sont influencés par le champ d'études

Collaboration : Aurélie Munger, coordonnatrice adjointe

Observatoire Transgène

L'application du génie génétique à l'agriculture a conduit à des innovations controversées dans le secteur alimentaire, les aliments génétiquement modifiés (GM). Plus spécifiquement en Europe, le manque de preuves scientifiques concernant l'absence de risques à la suite de la consommation des aliments GM repousse les consommateurs et cause des conséquences non négligeables sur la commercialisation de ces produits. Tous les acteurs de la chaîne alimentaire comme les agriculteurs, les agences réglementaires, et les entreprises en biotechnologie alimentaire, en subissent les conséquences. Le consommateur étant au centre de l'industrie agroalimentaire, des recherches ont été effectuées auprès d'eux pour déterminer les facteurs influençant leur acceptabilité envers les aliments GM. Un article publié dans la revue scientifique internationale *Appetite* fait état des travaux d'une équipe espagnole qui a considéré le domaine d'études comme un facteur influant peut-être sur l'acceptabilité.

L'utilisation d'un modèle théorique afin de prédire le comportement des consommateurs a permis d'obtenir le schéma de la Figure 1. Les liens conceptuels entre les variables qui affectent les intentions d'achats des aliments GM et les hypothèses testées sont illustrés. Les facteurs importants étudiés sont : l'attitude envers la technologie, la confiance dans les institutions, la connaissance vis-à-vis les OGM et les risques et bienfaits perçus.

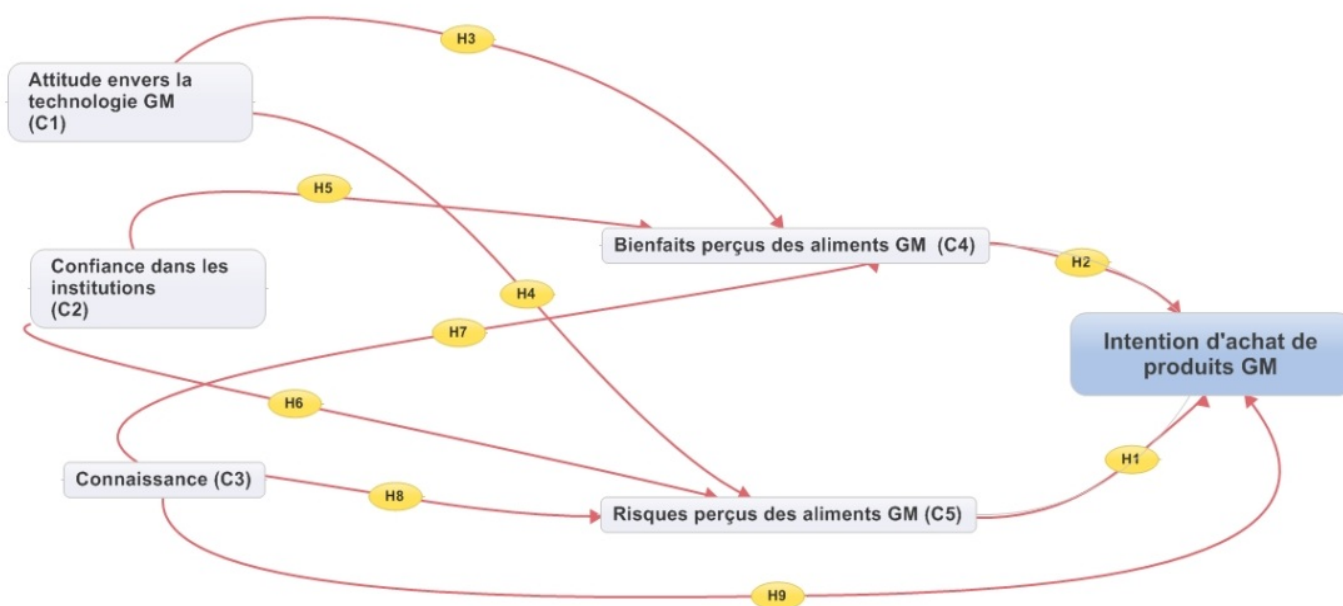


Figure 1 : Modèle conceptuel de l'intention d'achat des aliments GM des consommateurs.
Traduction et adaptation de l'article original (Rodriguez-Entrena *et al.*, 2013)

Afin de vérifier leurs hypothèses, les chercheurs ont conçu un échantillon de 169 candidats espagnols ayant un diplôme universitaire. Ils ont été séparés en deux groupes selon leur domaine d'études : scientifique et technique (68) et sciences humaines (101). Les auteurs ont élaboré leurs propres indicateurs et questions, où les participants exprimaient leur degré d'approbation sur une échelle de 1 à 5. Les analyses multivariées et la modélisation PLS (*Partial Least Square*) ont permis d'identifier les facteurs clés d'influence modulant le choix du consommateur envers un aliment GM.

Les résultats démontrent que les risques perçus (C5) et les bienfaits perçus (C4) par les consommateurs sont déterminants. Généralement, lorsque les risques perçus sont supérieurs aux bienfaits, le consommateur rejette l'article et vice-versa. Par contre, pour effectuer le choix d'un achat final, l'influence des risques perçus est moindre pour le groupe de scientifiques. Les participants qui ont des études axées sur la science sont généralement moins

négatifs à l'endroit des aliments GM, comme relaté dans une publication scientifique antérieure (Costa-Font, 2008).

Les auteurs notent également que la confiance dans les institutions, dans les gouvernements et les scientifiques influence positivement les bienfaits des aliments GM perçus par les diplômés dans le groupe des sciences humaines. Étant moins familiers avec la technologie et par manque de connaissances théoriques, ils s'appuient sur la confiance envers les institutions pour faciliter leur décision. Dans ce sens, une stratégie d'information de masse crédible pourrait augmenter la confiance du public envers les produits alimentaires GM.

La connaissance personnelle sur les OGM produit des effets divergents sur les perceptions. Pour le groupe en sciences humaines, les bienfaits perçus des OGM sont augmentés significativement par une connaissance personnelle des OGM. À l'inverse, les risques perçus par les scientifiques sont augmentés lorsqu'ils ont davantage de connaissances sur le sujet. La connaissance sur le sujet des OGM produit un effet distinct sur les deux groupes de participants.

En somme, l'étude démontre clairement que les risques et les bienfaits perçus façonnent le comportement envers les aliments génétiquement modifiés. Ces perceptions sont modulées différemment selon la scolarité.

Références :

RODRÍGUEZ-ENTRENA M. et M. SALAZAR-ORDÓÑEZ (2013). Influence of scientific–technical literacy on consumers' behavioural intentions regarding new food. *Appetite* 60: 193–202.

COSTA-FONT, M., et al. (2008). Consumer acceptance, valuation of and attitudes towards genetically modified food: Review and implications for food policy. *Food Policy*, 33(2), 99–111.

National Science Foundation (2000). *Science and engineering indicators*. Arlington: NSB.