

# Étude de référence sur la satisfaction des consommateurs de boeuf



*Résumé préparé à l'intention de l'industrie du boeuf*





## Table des matières

2	Avant-propos
3	Aperçu de la méthodologie de l'étude
4	Statistiques sur les consommateurs et les produits
6	Analyse des facteurs qui conditionnent la satisfaction et taux de satisfaction
8	Évaluation de la tendreté du boeuf
10	L'amélioration des qualités gustatives du boeuf
14	Vers un taux de satisfaction de 100 %
15	Conclusions et suites à donner

## Objectifs de l'étude de référence

- Déterminer les facteurs qui conditionnent la satisfaction des consommateurs** Il s'agit de déterminer l'importance relative de la jutosité, de la tendreté et du goût en tant que facteurs déterminant la satisfaction à l'égard du boeuf.
- Mesurer le taux de satisfaction des consommateurs** Il s'agit de mesurer le taux de satisfaction des consommateurs à l'égard des produits du boeuf et d'établir une référence pour la catégorie des biftecks.
- Évaluer objectivement la tendreté du boeuf** Il s'agit de mesurer la tendreté de produits du boeuf en laboratoire (mesure objective) et de déterminer l'effet de cette caractéristique sur les perceptions des consommateurs (mesure subjective) des qualités gustatives des biftecks.
- Améliorer les qualités gustatives du boeuf** Il s'agit d'utiliser les résultats de l'étude afin d'améliorer les qualités gustatives des produits, par un partage de l'information avec les détaillants et l'industrie du boeuf dans son ensemble. Il sera ainsi possible de dégager des priorités pour l'élaboration de stratégies d'amélioration des qualités gustatives.

## Avant-propos

La demande accrue pour les produits du boeuf, tant sur les marchés internationaux qu'intérieurs, exige une action concertée de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement, pour faire en sorte que manger du boeuf soit, chaque fois, une expérience agréable. En 1996, un sondage effectué à la demande de l'industrie canadienne du boeuf sur la tendreté de la viande bovine avait permis de déterminer que l'amélioration des qualités gustatives reposait sur une diminution de la variabilité et de la proportion de coupes moins tendres. Ces résultats corroborent ceux d'autres travaux selon lesquels les consommateurs sont prêts à payer davantage pour obtenir une garantie de tendreté. La tendreté n'est cependant pas la seule composante des qualités gustatives : les perceptions de jutosité et de goût sont autant d'éléments importants. Pour élaborer des stratégies visant à améliorer les qualités gustatives des produits, il est essentiel de déterminer l'importance relative de ces trois composantes de la satisfaction que procure le boeuf et d'établir la corrélation entre la satisfaction actuelle des consommateurs et chaque caractéristique de la viande.

Dans ce contexte, le Groupe de travail sur l'amélioration de la qualité du boeuf au Canada a proposé de procéder à une étude de référence sur la satisfaction des consommateurs, afin de mesurer spécifiquement leur appréciation des qualités gustatives des biftecks. Considérant l'importance de dresser un portrait le plus fidèle possible de la situation, tous les produits ont été préparés à la maison, par le consommateur, sans l'aide de dégustateurs-experts ni de cuisiniers. Les objectifs poursuivis et les résultats obtenus sont présentés dans ce rapport. Nous espérons que cette étude servira à dégager des priorités et aidera à élaborer des stratégies d'amélioration qui nous permettront de continuer à progresser jusqu'à la prochaine étude de référence sur la satisfaction des consommateurs en 2006.

Arno Doerkson

**Président du Groupe de travail sur l'amélioration de la qualité du boeuf**

# Aperçu de la méthodologie de l'étude



Les investigateurs ont fait appel à la fois à des tests auprès des consommateurs et à des épreuves de laboratoire pour déterminer les facteurs associés aux qualités gustatives du boeuf. Dans la phase de l'étude requérant la participation des consommateurs, la jutosité, le goût et la tendreté ont été examinés séparément pour déterminer leur contribution respective à la satisfaction des consommateurs à l'égard des produits du boeuf. Le tableau ci-dessous présente un résumé des méthodes utilisées.

Phase de l'étude	Méthodologie
<b>Échantillonnage</b>	1 100 échantillons destinés à l'évaluation par des consommateurs ont été achetés dans 48 commerces de Calgary, Montréal, Toronto et London. En plus, 700 autres échantillons ont été réservés aux analyses de laboratoire.
<b>Recrutement de consommateurs</b>	On a proposé à 1 100 consommateurs choisis au hasard dans des centres commerciaux d'essayer un de quatre types de biftecks à la maison. Les consommateurs choisis devaient posséder une certaine expérience de la préparation de produits du boeuf et devaient avoir consommé du boeuf au cours des 12 mois précédents.
<b>Évaluation des produits du boeuf par les consommateurs</b>	Les consommateurs ont préparé un des quatre types de biftecks à la maison et ont noté leurs impressions au cours de la consommation. Les quatre types de biftecks suivants ont été évalués par les consommateurs : côte croisée désossée, haut de surlonge, intérieur de ronde et contre-filet.
<b>Interview de suivi</b>	Un sondeur d'opinion qualifié a ensuite communiqué par téléphone avec chacun des consommateurs pour recueillir des renseignements détaillés sur la perception du produit, ainsi que de l'information complémentaire sur les modes de cuisson, les antécédents de satisfaction à l'égard de la viande de boeuf et des données démographiques. Les consommateurs devaient évaluer les facteurs suivants sur une échelle de 1 à 10 : <ul style="list-style-type: none"><li>■ Tendreté – quantité et satisfaction</li><li>■ Jutosité – quantité et satisfaction</li><li>■ Goût – quantité et satisfaction</li><li>■ Évaluation globale</li></ul>
<b>Analyse scientifique</b>	Les 700 échantillons ont été congelés, puis leur tendreté a été mesurée par la méthode Warner-Bratzler. Les mesures maximum, minimum et moyennes d'épaisseur de gras et de maigre ont également été enregistrées.





# Statistiques sur les consommateurs et les produits

Tableau 1:  
**Sommaire des caractéristiques des échantillons de produits évalués par les consommateurs**

Coupe	Nb.	Prix unitaire (\$/unité)	\$/kg	Poids (g)	Épaisseur de viande maigre (mm)	Parure de gras (mm)	Boeuf de marque %
Contre-filet	278	5,87	25,15	239	21,5	5,22	19,4
Haut de surlonge	283	6,05	13,70	446	18,6	5,24	15,5
Intérieur de ronde	271	4,15	11,55	364	14,68	9,11	15,9
Côte croisée désossée	268	3,37	9,57	357	14,76	6,46	18,3

*La mesure de la parure de gras est la moyenne de trois mesures. La mesure de l'épaisseur de viande maigre est constituée d'une seule mesure.*

## Échantillon de produits

Le tableau précédent présente un résumé des paramètres des biftecks achetés aux fins de l'évaluation par les consommateurs. Le nombre de chaque coupe achetée dans les chaînes de

détaillants était proportionnel à la part de marché de chacune dans la catégorie des biftecks.

Les quatre types de biftecks ont été choisis pour leur représentativité des différents modes de cuisson, catégories de prix et parties de la carcasse.

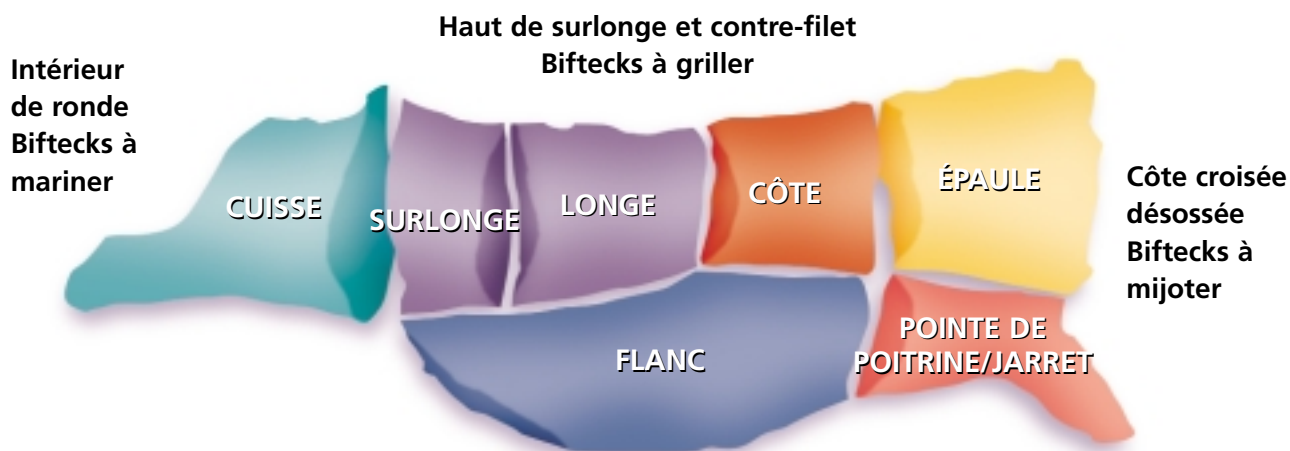


Tableau 2:  
**Les coupes que les consommateurs interrogés affirment acheter le plus souvent**



Coupe	%
<b>Bifteck d'aloiau</b>	<b>32,9</b>
<i>Haut de surlonge</i>	<b>28,4</b>
<i>Contre-filet</i>	<b>19,9</b>
<i>Intérieur de ronde</i>	<b>16,7</b>
<b>Pointe de surlonge</b>	<b>15,4</b>
<b>Filet</b>	<b>14,9</b>
<b>Faux-filet</b>	<b>14,6</b>
<b>Noix de ronde</b>	<b>7,9</b>
<b>Haut de côte</b>	<b>7,9</b>
<i>Côte croisée désossée</i>	<b>6,6</b>
<b>Extérieur de ronde</b>	<b>4,9</b>
<b>Palette</b>	<b>4,7</b>
<b>Bas de surlonge</b>	<b>3,5</b>
<b>Aloiau (gros filet)</b>	<b>3,4</b>
<b>Autres</b>	<b>0,7</b>

Aucun choix de réponse n'a été donné aux consommateurs; en conséquence, les résultats peuvent avoir été influencés par l'aptitude des répondants à se rappeler le nom des coupes.

## Échantillon de consommateurs

Les 1 100 consommateurs de l'échantillon ont été choisis dans quatre villes canadiennes (Toronto, Calgary, London et Montréal). Les consommateurs ont été choisis à chaque endroit en nombre correspondant au volume de consommation de boeuf de la région.

Interrogés sur les types de biftecks qu'ils achètent le plus souvent, les consommateurs ont identifié trois des coupes à l'étude (haut de surlonge, contre-filet et intérieur de longe) parmi celles le plus fréquemment choisies (voir tableau 2).

Les consommateurs choisis au hasard consommaient du boeuf dans 45 % des repas du soir. L'échantillon était composé de femmes à environ 75 % (voir tableau 3).

Tableau 3:  
**Caractéristiques de l'échantillon de consommateurs (moyennes)**

<b>Sexe</b>	<b>309 hommes / 791 femmes</b>
<b>Revenu du ménage</b>	<b>47 000,00 \$</b>
<b>Consommation de boeuf (% des repas du soir)</b>	<b>45 %</b>
<b>Âge</b>	<b>44,75 ans</b>
<b>Taille du ménage</b>	<b>2,93</b>



## Analyse des facteurs qui conditionnent la satisfaction

Tel que décrit dans la section des méthodes, les consommateurs devaient évaluer la tendreté, la jutosité et le goût de quatre types de biftecks, en plus de donner leur appréciation générale de chacun. L'objectif premier de l'étude de référence était de déterminer l'importance relative de la tendreté, de la jutosité et du goût comme facteurs déterminants ou indicateurs prévisionnels du taux de satisfaction en général. Pour y parvenir, une valeur statistique appelée coefficient de corrélation a été calculée à partir des réponses obtenues. (Dans ce cas, plus la valeur du coefficient de corrélation est élevée, plus la caractéristique en question influence le taux de satisfaction à l'égard des qualités gustatives du boeuf.)

Chez les femmes, la corrélation pour la tendreté a été plus élevée que pour la jutosité et le goût (voir tableau 4). Cela indique que, pour les femmes, la tendreté est un facteur qui revêt légèrement plus d'importance que les autres dans la détermination du taux de satisfaction en général.

Chez les hommes, l'étude a produit des valeurs relativement équivalentes pour le goût, la jutosité et la tendreté. Cela signifie que les hommes accordent la même importance aux trois caractéristiques. Le fait qu'on ait enregistré un coefficient de corrélation pour la tendreté plus faible chez les hommes que chez les femmes s'explique peut-être par une meilleure capacité des femmes à percevoir la tendreté dans les biftecks ou parce que les exigences des deux sexes sont différentes.



**Tableau 4:**  
**Analyse des facteurs qui conditionnent la satisfaction**

Facteur déterminant pour la satisfaction	Hommes	Femmes	Total pour l'échantillon
<b>Tendreté</b>	<b>0,78</b>	<b>0,85</b>	<b>0,83</b>
<b>Jutosité</b>	<b>0,75</b>	<b>0,78</b>	<b>0,77</b>
<b>Goût</b>	<b>0,75</b>	<b>0,79</b>	<b>0,78</b>

*Les valeurs sont des coefficients de corrélation; plus une valeur se rapproche de 1, plus le facteur est déterminant pour la satisfaction.*

# Taux de satisfaction

Tableau 5:  
**Pourcentage de consommateurs satisfaits\***

Type de bifteck	Tendreté	Jutosité	Goût	Satisfaction en général
Haut de surlonge	76 %	81 %	82 %	83 %
Contre-filet	82 %	82 %	85 %	84 %
Côte croisée désossée	58 %	62 %	69 %	65 %
Intérieur de ronde	55 %	61 %	69 %	59 %

Le deuxième objectif de l'étude était de déterminer le taux de satisfaction des consommateurs. Dans notre analyse, un consommateur était considéré satisfait lorsqu'il accordait une note de 7 ou plus sur 10 à la caractéristique évaluée. En ce qui concerne le taux de satisfaction en général, le haut de surlonge et le contre-filet ont enregistré des résultats significativement plus élevés que ceux obtenus pour la côte croisée désossée et l'intérieur de ronde. Ces différences s'expliquent en partie par la satisfaction moindre exprimée par les consommateurs pour les trois caractéristiques (voir tableau 5).

Le tableau 6 présente les pourcentages de consommateurs satisfaits pour chacune des caractéristiques qui composent les qualités

gustatives. Pour les biftecks, le goût a recueilli le plus fort taux de satisfaction auprès des consommateurs, suivi de la jutosité et de la tendreté. Cette tendance générale a été observée pour les quatre types de biftecks à l'étude.

Tableau 6:  
**Satisfaction par rapport aux caractéristiques**

Caractéristique	% de consommateurs satisfaits*
Tendreté	68 %
Jutosité	72 %
Goût	76 %

\* Pour les fins de cette étude, un consommateur est considéré satisfait lorsqu'il accorde une note de 7 ou plus sur 10 à la caractéristique évaluée.



## Évaluation de la tendreté du boeuf

Le troisième objectif poursuivi par l'étude de référence était de déterminer en laboratoire, par la méthode dite de Warner-Bratzler, la tendreté des biftecks. En comparant les mesures scientifiques, ou objectives, de tendreté du boeuf aux notes accordées par les consommateurs, nous espérons pouvoir déterminer à quel point les perceptions de qualités gustatives sont influencées par les qualités du produit brut ou par des facteurs personnels, tels que préférences de goût ou techniques de cuisson.

Les résultats présentés au tableau 7 montrent que le contre-filet a présenté une plus faible valeur de cisaillement que les autres coupes, ce qui signifie qu'il était le bifteck le plus tendre de ceux que nous avons testés. En moyenne, l'intérieur de ronde s'est avérée la coupe la moins tendre.

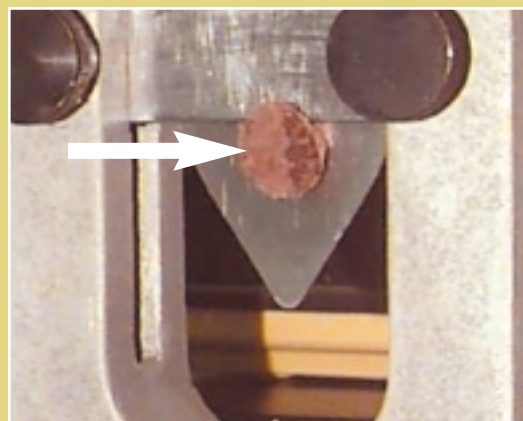
### Comment s'effectue l'analyse de tendreté Warner-Bratzler

L'évaluation objective de la tendreté a été effectuée par la méthode Warner-Bratzler. Cette méthode consiste à prélever des échantillons cylindriques de 1,27 cm de diamètre dans une coupe de viande cuite et à mesurer la force nécessaire pour les trancher (force de cisaillement) avec l'appareil photographié en bas, à droite.

**Moins la force de cisaillement est élevée, plus l'échantillon de viande est tendre.**

Tableau 7:  
**Résultats des évaluations par la méthode Warner-Bratzler**

Type de bifteck	Valeur de cisaillement (kg)
Haut de surlonge	3,5
Contre-filet	3,05
Côte croisée désossée	3,78
Intérieur de ronde	4,38





**Tableau 8:**  
**Pourcentage des biftecks dont la tendreté doit être améliorée**

AMÉLIORATION SOUHAITABLE DE LA TENDRETÉ			
Type de bifteck	Aucune (<3,4 kg)	Légère à modérée (3,4 à 4,6 kg)	Importante (>4,6 kg)
Haut de surlonge	47,8 %	43,6 %	8,6 %
Contre-filet	69,8 %	25,0 %	5,2 %
Côte croisée désossée	32,5 %	53,5 %	14,0 %
Intérieur de ronde	17,6 %	45,8 %	36,6 %

Des travaux antérieurs réalisés à l'Université Texas A&M ont montré que, pour des biftecks vendus au détail, une force de cisaillement de plus de 4,6 kg correspond souvent à de la viande que les consommateurs jugeront «légèrement dure» à «dure»<sup>1</sup>. Dans notre étude, moins de 15 % des échantillons de haut de surlonge, de contre-filet et de côte croisée désossée se situaient au-delà de cette limite (voir tableau 8). Dans le cas des échantillons d'intérieur de ronde, 36,6 % ont franchi cette limite, ce qui explique pourquoi ce produit appartient à la catégorie des biftecks à mariner et révèle toute l'importance d'inclure un attendrisseur à viande dans le procédé de marinage pour accroître le plaisir gustatif. De même qu'il existe un seuil à partir duquel la viande est considérée dure, il existe peut-être un

point à partir duquel les consommateurs ne détectent pas une plus grande tendreté ou ne l'exigent pas. Dans le cadre d'une étude récente, 99 % des consommateurs ont jugé acceptable la tendreté de biftecks de contre-filet pour lesquels la force de cisaillement était en moyenne de 3,4 kg ou moins<sup>2</sup>. Dans notre étude, environ 69,8 % des biftecks de contre-filet ont nécessité une force de cisaillement de 3,4 ou moins. En considérant ce seuil pour les autres coupes, environ 47,8 % des biftecks de haut de surlonge, 32,5 % des biftecks de côte croisée désossée et 17,6 % des biftecks d'intérieur de ronde ne requièrent aucune amélioration de la tendreté pour être considérés acceptables par presque tous les consommateurs.

<sup>1</sup> S.D. Shackelford et. al. Identification of threshold levels for Warner-Bratzler shear force in beef top loin steaks. *J. Muscle Foods* 2 1991:289-296

<sup>2</sup> M.F. Miller et. al. Consumer thresholds for establishing the value of beef tenderness. *J. Anim. Sci* 2001. 79:3062-3068



## L'amélioration des qualités gustatives du boeuf

Le quatrième objectif de l'étude était de trouver des façons d'améliorer les qualités gustatives. Il est clair qu'on peut améliorer ou appauvrir les qualités gustatives finales d'un bifeck à chaque étape de la production, soit de la ferme à la table, et que, en plus, les faiblesses d'un secteur peuvent être compensées par les forces d'un autre. Nos résultats laissent entendre que chez les détaillants où la viande a obtenu des valeurs de force de cisaillement significativement supérieures à la moyenne (viande plus dure), le taux de satisfaction en général des consommateurs était moindre (voir figure 1). Il sera nécessaire de se pencher sur les raisons pour lesquelles les valeurs étaient plus élevées dans certains commerces, afin de déterminer si le détaillant, le fournisseur ou le producteur sont en cause. Pour la vaste majorité des magasins, la tendreté du produit brut n'a pas semblé limiter la satisfaction des consommateurs, et les modes de cuisson de même que les

préférences de goût sont devenues les facteurs les plus importants.

Dans l'ensemble, les résultats de l'étude permettent de conclure que les problèmes de tendreté dans une catégorie de biftecks peuvent être résolus de façon optimale par des stratégies visant à améliorer les produits les moins tendres. Il est fort probable que d'améliorer la tendreté du produit qui est déjà le plus tendre n'aurait que peu d'incidence sur le taux de satisfaction des consommateurs en général à l'égard d'une catégorie de produits. Le défi pour l'industrie est de trouver des moyens pratiques d'identifier les viandes les moins tendres auxquelles on pourra appliquer des traitements additionnels. En attendant, la solution consiste à intervenir pour améliorer la tendreté de toutes les coupes issues des parties les moins tendres de la carcasse.

Figure 1:  
Valeurs moyennes de tendreté des biftecks chez les détaillants

La figure 1 présente les valeurs moyennes de tendreté (force de cisaillement) enregistrées chez les détaillants pour les quatre types de biftecks confondus.

■ — Représente les détaillants chez lesquels la diminution de la tendreté des produits bruts réduit probablement le taux de satisfaction des consommateurs à l'égard des qualités gustatives des biftecks.

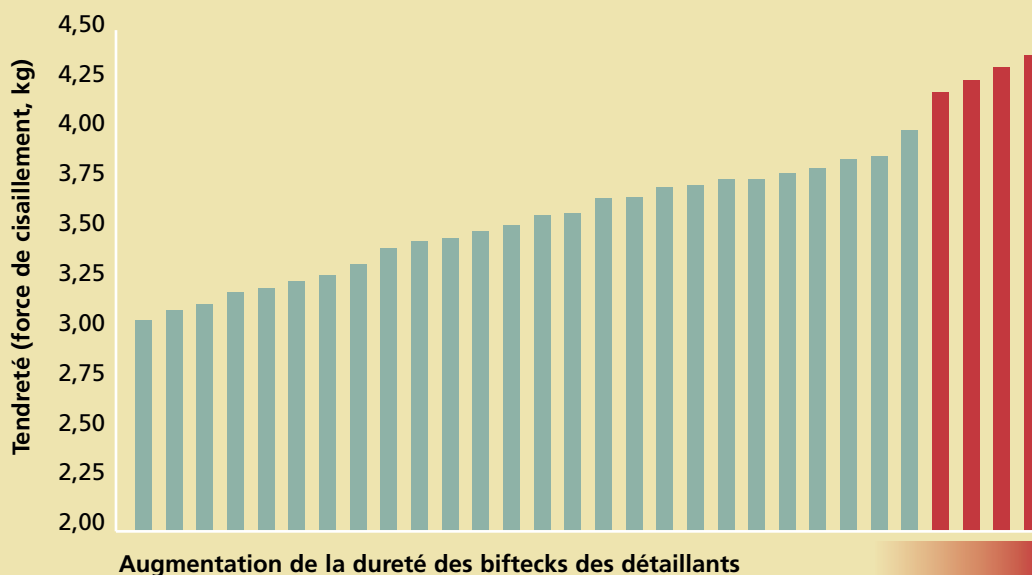


Tableau 9:  
**Satisfaction des consommateurs et  
bonne méthode de cuisson**

Type de bifteck	Cuisson appropriée	Satisfaction
Haut de surlonge	95 %	83 %
Contre-filet	97 %	84 %
Côte croisée désossée	11 %	65 %
Intérieur de ronde	10 %	59 %

Tel qu'indiqué précédemment, nous avons constaté une grande différence entre la satisfaction procurée, d'une part, par les biftecks à griller (contre-filet et haut de surlonge) et, d'autre part, par les deux autres types de biftecks (intérieur de ronde à mariner et côte croisée à mijoter). Bien que certaines différences proviennent sans aucun doute des qualités gustatives des muscles d'où sont issues ces coupes, il demeure possible d'améliorer significativement la satisfaction par une meilleure maîtrise de la cuisson (voir tableau 9). En effet, les consommateurs préparent correctement les biftecks à griller dans plus de 95 % des cas; toutefois, seuls 10 % environ des consommateurs à l'étude préparaient correctement les coupes à mijoter et à mariner.





## L'amélioration des qualités gustatives du boeuf (suite)

Le tableau 10 montre que la présence de modes de cuisson sur l'emballage a multiplié par 6 à 8 les chances que les consommateurs choisissent le bon mode de préparation. Bien que les consommateurs n'aient eu aucune difficulté à préparer correctement les biftecks à griller en l'absence de modes de cuisson, toute mesure visant à inclure de telles directives dans les emballages de biftecks à mijoter ou à mariner devrait accroître le taux de satisfaction en général.

Le tableau 10 révèle également que, même lorsqu'ils disposaient des modes de cuisson, seulement 29 % des gens ont préparé correctement leurs biftecks d'intérieur de ronde. Est-ce parce que les consommateurs sont réticents à mariner la viande en raison de contraintes de temps ou autre, ou est-ce parce qu'ils ne sont pas convaincus qu'ils amélioreront le produit en suivant les directives? Nous devons étudier ce phénomène. Bien que l'industrie ait consacré

**Tableau 10:**  
**Effet de la présence des modes de cuisson dans l'emballage sur le choix du bon mode de cuisson**

Type de bifteck	Pourcentage de biftecks cuits correctement	
	Avec mode de cuisson	Sans mode de cuisson
Côte croisée désossée	52 %	6 %
Intérieur de ronde	29 %	5 %

**Tableau 11:**  
**Pourquoi votre bifteck n'était-il pas parfait?**

Ne savait pas	Cause reliée au produit	Cause reliée au consommateur
0,1 %	88 %	11,9 %

beaucoup d'efforts pour offrir des marinades à préparation rapide, d'autres techniques d'amélioration de la tendreté pourraient éventuellement s'avérer nécessaires.

Au cours de l'étude, 217 des 1 100 consommateurs ont accordé une note parfaite (10 sur 10) à leur bifteck. Lorsqu'on a demandé aux autres «Pourquoi leur bifteck n'était-il pas parfait?», environ 11,9 % des consommateurs ont mis en cause, du moins en partie, leurs techniques de cuisson, tandis que 88 % ont blâmé le produit dans une certaine mesure et que 0,1 % n'ont pu identifier la source du problème (voir tableau 11).

Bien qu'on puisse prétendre que les consommateurs sous-estiment l'importance de leurs propres techniques de cuisson, il n'en demeure pas moins que, de leur point de vue, la vaste majorité des problèmes rencontrés sont imputables au produit qu'ils ont acheté. C'est pourquoi la plus grande part de responsabilité au chapitre de l'amélioration des qualités gustatives revient à l'industrie du boeuf.



**Tableau 12:**  
**Problèmes rencontrés par les consommateurs avec les biftecks à l'étude**

Problème	%
Trop dur/difficile à mastiquer	33,1
Sec/pas juteux/les jus se sont échappés	12,1
Peu savoureux/sans goût	9,6
Trop de cartilage	8,7
Coupe trop mince	6,6
Préfère d'autres coupes	6,3
Trop de gras	4,6
Trop cuit	4,5
Coupe de boeuf moins chère	4,3
N'est pas bon cuisinier	3,1
Cuit de la mauvaise façon	1,9
Coupe trop épaisse	1,4
A déjà mangé de meilleurs biftecks	1,4
Prend trop de temps à cuire	1,0

Au tableau 12, nous constatons que les plaintes reliés à la tendreté sont les plus fréquentes. Suivent dans l'ordre, les problèmes de jutosité et de goût qui, même additionnés, n'atteignent pas l'importance des premiers. Ces résultats vont dans le sens de la conclusion précédente, selon laquelle l'amélioration de la tendreté est le facteur le plus important à considérer dans l'amélioration des qualités gustatives des biftecks.





## Vers un taux de satisfaction de 100 %

Le but ultime de l'industrie canadienne du boeuf est d'atteindre un taux de satisfaction des consommateurs de 100 % à l'égard des produits du boeuf. Dans le cadre de notre étude, nous avons demandé aux participants à quel point ils étaient satisfaits des biftecks qu'ils préparent habituellement à la maison. Dans une proportion de 88 %, les consommateurs ont accordé une note globale de 7 sur 10 ou mieux à leurs biftecks (voir tableau 13). Après compilation des résultats pour les quatre biftecks à l'étude, le taux de satisfaction atteint 73 %. Considérant que les participants ne pouvaient essayer le bifteck de leur choix parmi les quatre proposés, ils n'ont pas toujours reçu leur coupe préférée; par conséquent, cette mesure est peut-être plus

Tableau 13:  
**Taux de satisfaction des consommateurs à l'égard des biftecks**

Paramètre	% de consommateurs satisfaits
<b>Biftecks préparés habituellement</b>	<b>88 %</b>
<b>Biftecks essayés dans l'étude</b>	<b>73 %</b>

*Le paramètre «Biftecks préparés habituellement» concerne tous les types de biftecks préparés habituellement par le consommateur.*

faible qu'elle ne le devrait. Il est fort probable que la réalité se situe quelque part entre les deux mesures, à environ 80 %.



## Conclusions et suites à donner

Dans son ensemble, la portée de l'étude de référence sur la satisfaction des consommateurs est clairement positive pour l'industrie canadienne du boeuf. Les résultats obtenus traduisent les progrès considérables réalisés dans les secteurs tels que la répartition des catégories de viande et les programmes de commercialisation basés sur la qualité. Cependant, les effets positifs n'émergent pas que des résultats obtenus ici, mais également de l'identification de zones d'amélioration potentielle susceptible d'accroître le taux de satisfaction des consommateurs à l'égard de nos produits. De plus, l'étude offre d'excellentes possibilités de partage d'information avec les détaillants échantillonnés, qui pourront ainsi prendre connaissance des commentaires émis sur leurs produits et des perceptions des consommateurs à leur endroit. Non seulement

cela aidera les détaillants à atteindre leurs objectifs d'entreprise, mais pourra en plus profiter à toute l'industrie de la vente de boeuf au détail.

Pour tirer le maximum des résultats de l'étude, il est important de fixer un échéancier pour l'application des mesures destinées à nous rapprocher de notre objectif de satisfaction à 100 % des consommateurs. C'est pourquoi l'Étude de référence sur la satisfaction des consommateurs de boeuf sera répétée en 2006, selon la même méthodologie. À l'automne 2002, une série complète de recommandations seront formulées, après consultation avec l'industrie, en ce qui concerne les stratégies d'amélioration des qualités gustatives à adopter et les travaux de recherches prioritaires à exécuter, à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement.

Pour de plus amples renseignements sur l'**Étude de référence sur la satisfaction des consommateurs de boeuf**, contactez :

**Mark Klassen**  
Food Quality and Safety Manager  
Beef Information Centre  
Tel: (403) 901-0257  
[mklassen@beefinfo.org](mailto:mklassen@beefinfo.org)

**Rob McNabb**  
Assistant General Manager  
Canadian Cattlemen's Association  
Tel: (403) 275-8558  
[mcnabbr@cattle.ca](mailto:mcnabbr@cattle.ca)

Pour consulter ce document en ligne, tapez [www.boeufinfo.org/operationsdedetail](http://www.boeufinfo.org/operationsdedetail) et rendez-vous au centre des publications.

To order copies or to view this brochure online, visit our retail order centre at [www.beefinfo.org/retail](http://www.beefinfo.org/retail)

Étude de référence sur  
la satisfaction des  
consommateurs de boeuf

## Témoignages de l'industrie



«Accroître le plaisir gustatif du consommateur est une priorité pour l'industrie du boeuf. Cette étude nous offre des points de repère précis ainsi que de précieux renseignements sur le point de vue du consommateur sur lesquels nous pouvons baser notre travail d'amélioration des qualités gustatives de nos produits de boeuf.»

— **Willie Van Solkema, Cargill Foods**



«L'Étude de référence sur la satisfaction des consommateurs de boeuf révèle que la tendreté est le facteur le plus important qui conditionne la satisfaction des consommateurs à l'égard des qualités gustatives. Si tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement du boeuf poursuivent leurs efforts d'amélioration de la tendreté, nous continuerons de nous approcher de notre objectif de satisfaction à 100 %.»

— **Arno Doerkson, producteur de boeuf**



«La préparation adéquate des biftecks par les consommateurs est un facteur clé qui influence la tendreté et la satisfaction en général à l'égard des qualités gustatives. Les résultats de l'étude de référence montrent que l'ajout des modes de cuisson sur l'étiquetage de tous les produits du boeuf devrait être prioritaire pour tous les détaillants de viande de boeuf.»

— **Joe Gariup, consultant de l'industrie des viandes**

## Un projet du Groupe de travail sur l'amélioration de la qualité du boeuf

Pour consulter ce document en ligne, tapez  
[www.boeufinfo.org/operationsdedetail](http://www.boeufinfo.org/operationsdedetail) et  
rendez-vous au centre des publications.

To order copies or to view this brochure  
online, visit our retail order centre at  
[www.beefinfo.org/retail](http://www.beefinfo.org/retail)

