

OPINIEPEILING

Het eten van foie gras tijdens de feestdagen



ONDERZOEKSDOELSTELLINGEN EN ALGEMEEN KADER

1. Context en onderzoeksdoelstellingen
2. Methodologie
3. Steekproefprofiel

II. RESULTATEN

1. Kennis van de aangewende praktijken voor de productie van foie gras
2. Houding t.o.v. het eten van foie gras
3. Eet de Belg tijdens de feestdagen foie gras?
4. De impact van de acties en campagnes van GAIA

III. SYNTHESE EN CONCLUSIES

1. Onderzoeks- doelstellingen en algemeen kader

1.1 Context & Onderzoeksdoelstellingen

Enkele jaren geleden besloot GAIA om de stem te laten horen van de ganzen en de eenden die lijden onder het dwangvoederen met als bedoeling om foie gras te produceren. Elk jaar voert GAIA een campagne om de mensen bewust te maken van dit dierenleed.

GAIA ijvert voor een verbod op dwangvoederen van eenden en ganzen in België en moedigt de consument aan om af te stappen van de gewoonte om tijdens de feesten foie gras te eten.

Om de consument te begeleiden bij de verandering van zijn/haar consumptiegewoonten, bracht GAIA in 2008 voor het eerst haar alternatief voor foie gras op de markt, een plantaardige specialiteit op basis van truffels en champagne, Faux Gras.

Natuurlijk wil GAIA de impact van haar sensibiliseringscampagnes meten.

Het is daarom dat Ipsos op vraag van GAIA sinds 2010 na de feestdagen een representatieve steekproef uit de Belgische bevolking van 15 jaar en ouder bevraagt over hun consumptiegewoonten van foie gras en over hun kennis van dierenleed. Dit gebeurt via haar online access panel.

De peiling van GAIA heeft de volgende doelstellingen:

- de evolutie van de foie gras consumptie tijdens de feestdagen meten
- het meten in welke mate de mensen op de hoogte zijn van het dwangvoederen van eenden en ganzen voor de productie van foie gras en het bestuderen van de houdingen ten opzichte van dwangvoederen en dierenleed
- meten welke de positieve effecten zijn van de acties en campagnes van GAIA op de houding van de Belgen ten opzichte van het dwangvoederen en de consumptie van foie gras, alsook op hun consumptiegewoonten

1.2 Methodologie

1.2.1 Universum

De onderzoekspopulatie bestaat uit **Belgen van 15 jaar en ouder**.

Dit universum vertegenwoordigt **9.094.737** individuen.

1.2.2 Dataverzamelingmethode

De interviews werden **online** afgenomen via ons online access panel.

1.2.3 Steekproef

In totaal werden **1000 personen** bevraagd.

De **maximale foutenmarge** bij deze steekproefgrootte bedraagt **3,1%**.

Er werden quota opgelegd inzake geslacht, leeftijd, activiteit, opleidingsniveau en regio.

De resultaten werden gewogen op de volgende criteria:

- geslacht,
- leeftijd,
- opleidingsniveau,
- regio,
- habitat,
- professionele activiteit.
- voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen en burgerlijke staat.

De **enquêtes** werden afgenomen tussen **08/01/2013 en 14/01/2013**.

De **vragenlijst** werd opgesteld in samenwerking met GAIA.

1.3 Steekproefprofiel

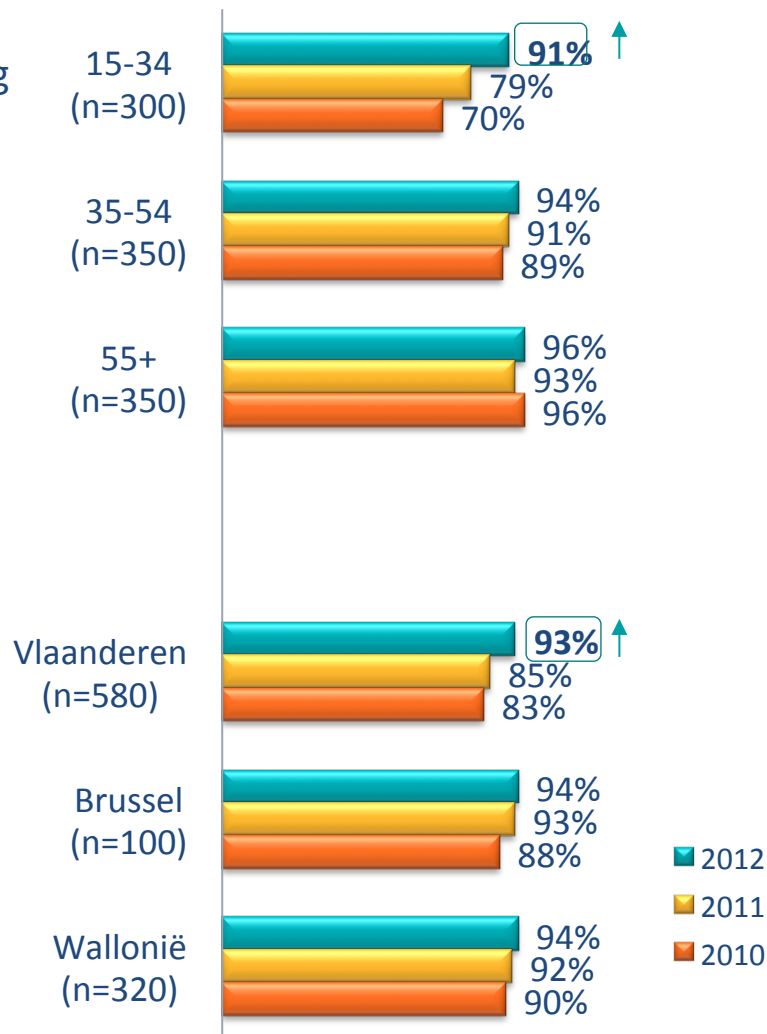
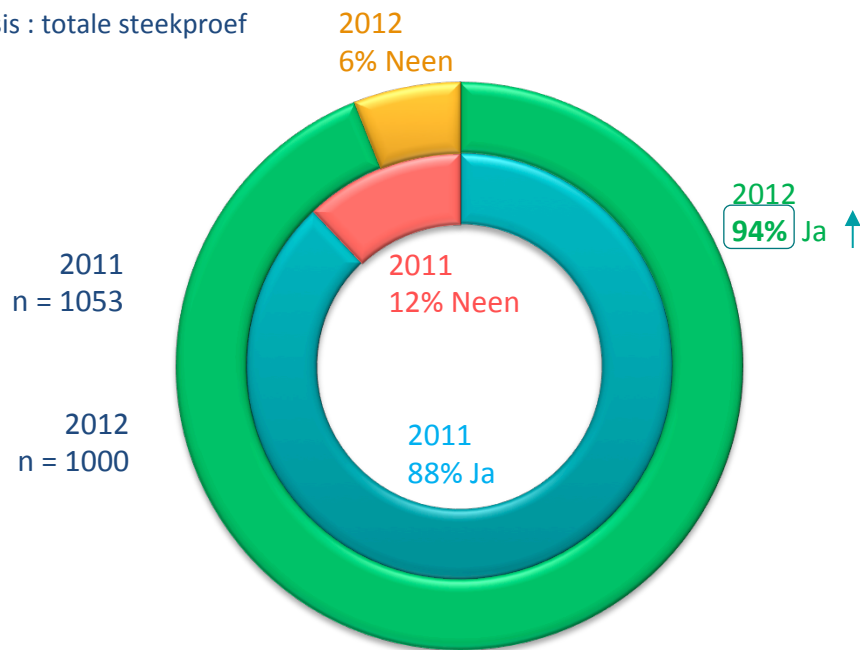
PROFIEL			
TOTAAL		%	n = 1000
LEEFTIJD	15-34	30%	300
	35-54	35%	350
	55+	35%	350
GESLACHT	Man	49%	490
	Vrouw	51%	510
OPLEIDING	Hoger opgeleide	26%	260
REGIO	Vlaanderen	58%	580
	Brussel	10%	100
	Wallonië	32%	320
HABITAT	5GV + Sted.	51%	510
	Sec. + landelijk	49%	490
ACTIEF	Ja	48%	480
	Neen	52%	520

2. RESULTATEN

De bewustwording van de praktijken die aangewend worden voor de productie van foie gras evolueert verder in België, voornamelijk bij jongeren en in Vlaanderen.

Vraag:
Bent u op de hoogte van het feit dat voor de productie van foie gras eenden en ganzen onder dwang gevoederd worden tot hun lever 10 keer groter is geworden?

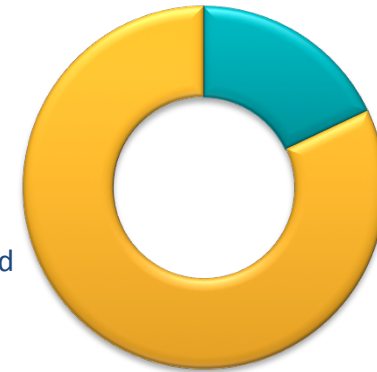
Basis : totale steekproef



↑ Statistisch significante toename in vergelijking met de vorige peiling

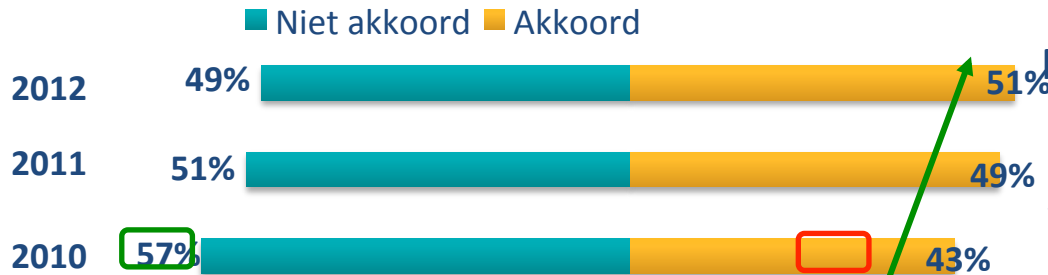
De houding van de Belgen tegenover dierenleed blijft stabiel. Hun houding tegenover de consumptie van foie gras veranderde daarentegen over de afgelopen 3 jaar.

8 Belgen op 10 gaan akkoord met het feit dat het onder dwang voederen van eenden en ganzen, voor de productie van foie gras, de dieren doet lijden; een stabiel aantal over de laatste 3 jaar.



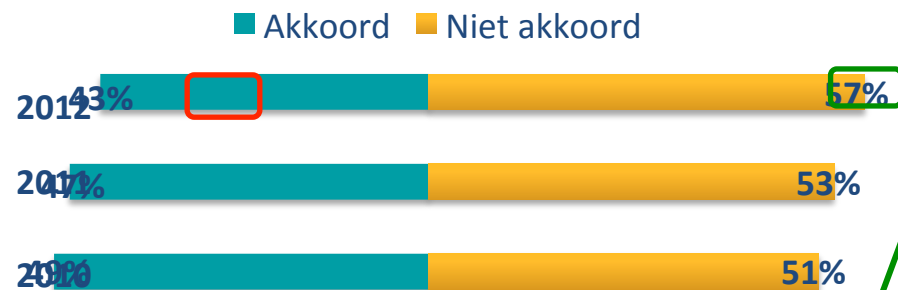
2012
n = 1000

■ Niet akkoord
■ Akkoord



Maar hun houding tov de consumptie van foie gras verandert :

Vandaag vindt één Belg op twee dat het eten van foie gras niet meer van deze tijd is.



Vandaag gaan de Belgen minder akkoord met het feit dat slechts eenmaal per jaar foie gras eten geen kwaad kan.

Significant meer

Significant minder

Statistisch significante evolutie sinds 2010

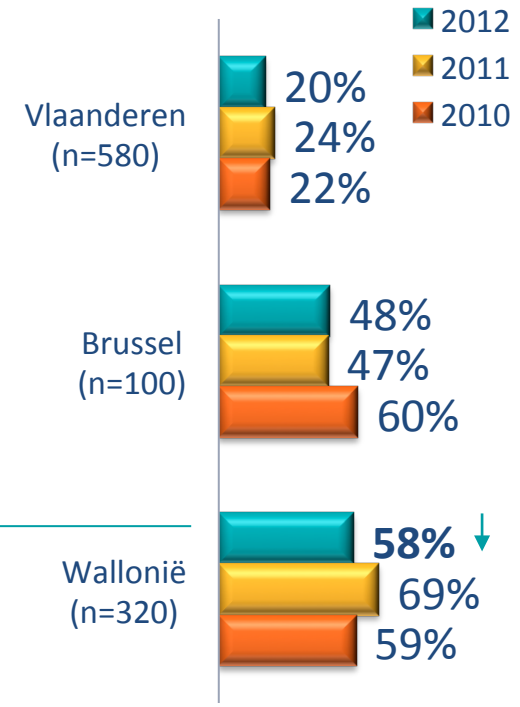
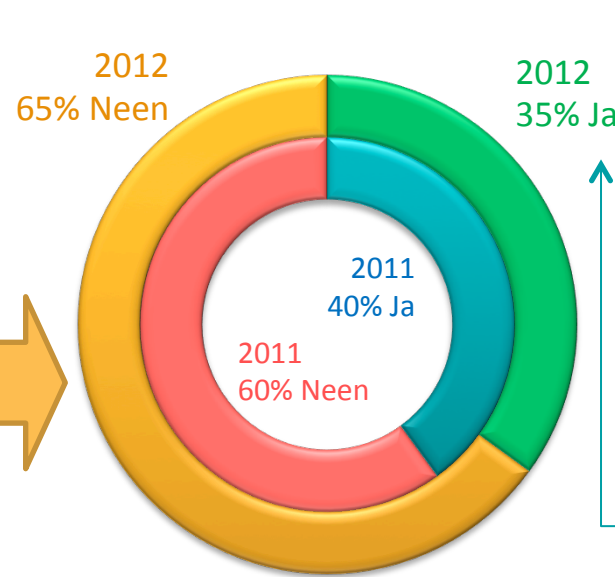
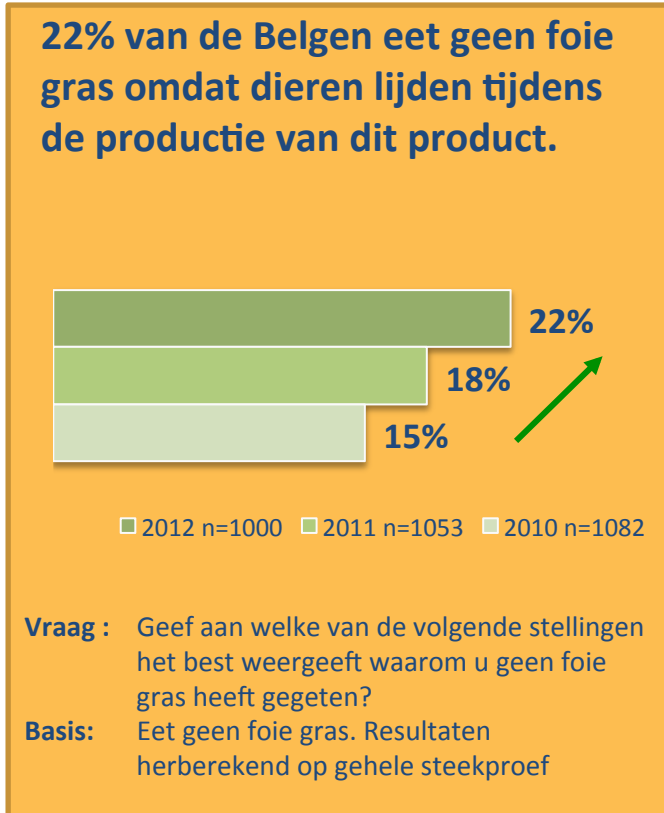
Vraag : Wilt u aangeven in hoeverre u met de volgende stelling akkoord of niet akkoord gaat? (Helemaal akkoord, Akkoord, Niet akkoord, Helemaal niet akkoord)

1. Foie gras eten is niet meer van deze tijd.
2. Onder dwang voederen van eenden en ganzen voor de productie van foie gras tot hun lever tot 10 keer is vergroot doet de dieren lijden
3. Slechts eenmaal per jaar foie gras eten kan geen kwaad.

Basis: totale steekproef

De impact van de bewustwording en de attitudewijziging op de consumptie van foie gras: Wallonië evolueert.

De statistisch significante daling van de consumptie van foie gras in Wallonië heeft een positieve impact op de consumptie van foie gras in België.



Vraag: Heeft u de afgelopen feestdagen foie gras gegeten?
Basis: totale steekproef

↑ Statistisch significante evolutie sinds 2010

↓ Statistisch significante daling in vergelijking met de vorige peiling

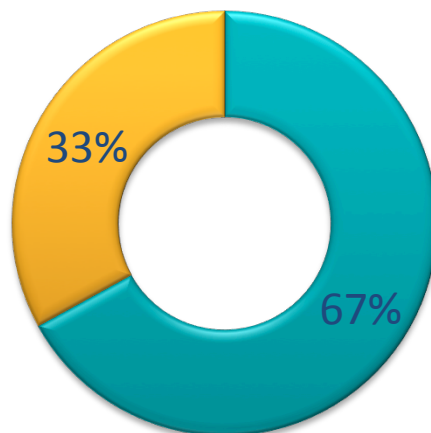
De acties en campagnes van GAIA hebben een invloed op de houdingen en het gedrag van de Belgen.

Vraag: Wilt u aangeven in hoeverre u met de volgende stelling akkoord of niet akkoord gaat? (Helemaal akkoord, Akkoord, Niet akkoord, Helemaal niet akkoord)

Stelling: De acties en campagnes van dierenrechtenorganisatie GAIA van de afgelopen jaren hebben me bewust gemaakt van het leed dat schuilgaat achter het dwangvoederen van eenden voor foie gras.

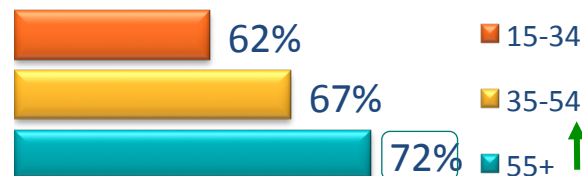
Dankzij de televisiecampagne is de score in 2013 sterk gestegen bij de 55-plussers.

■ Akkoord ■ Niet akkoord



% akkoord

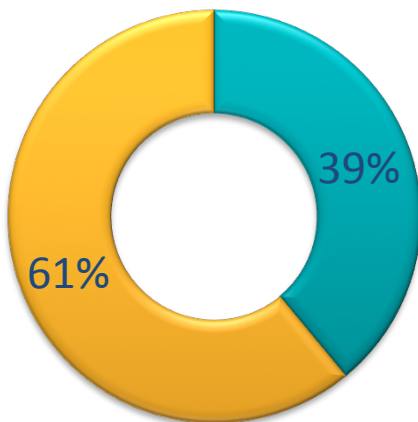
Leeftijd



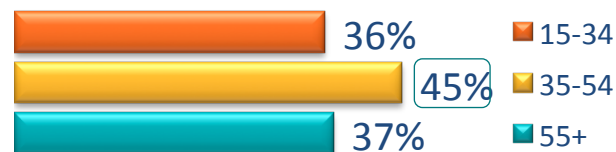
Stelling: De acties en campagnes van GAIA hebben me overtuigd om geen foie gras te eten

De acties van GAIA hebben 4 Belgen op 10 overtuigd om geen foie gras te eten.

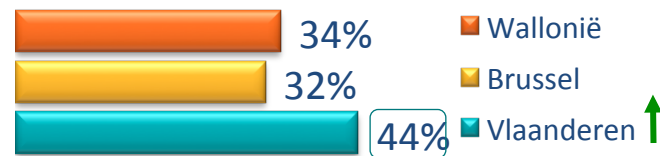
Totale steekproef



Leeftijd



Regio's



□ Significant meer



Statistisch significante evolutie tov 2011

3. Synthèse & conclusies



De productiemethodes voor foie gras zijn gekend over heel België en deze bewustwording is significant gestegen bij de leeftijdsgroep 15-34 jaar die oorspronkelijk minder goed geïnformeerd was. Ook Vlaanderen heeft zijn achterstand ten opzichte van de andere regio's ingehaald.



De Belgen zijn zich bewust van het dierenleed dat gepaard gaat met de productie van foie gras. Hun houding ten opzichte van de consumptie van foie gras is in de loop der jaren negatiever geworden.



In Wallonië is de consumptie van foie gras significant gedaald, maar de Walen blijven wel de grootste verbruikers van foie gras in het land.



De televisiecampagne van GAIA van het afgelopen jaar heeft een grotere impact gehad op de 55-plussers en op de Vlamingen.



Jean-Michel Lebrun
Client Service Director
Public Affairs

0032 (0)2 642 49 10
Jean-michel.lebrun@ipsos.com



Corinne Descamps
Senior Research Executive
Public Affairs

00 32 (0)2 642 49 23
corinne.descamps@ipsos.com