

OPINIEPEILING BELGEN DODEN VAN MANNELIJKE ÉÉNDAGSKUIKENS

Juillet 2024



GAME CHANGERS



INHOUD

1. INTRODUCTIE

2. RESULTATEN

- Voedselvoorkeur & meest bezochte supermarkt
- Consumptie- en aankoopfrequentie & voornaamste supermarkt waar men eieren koopt
- Attitude wettelijk verbod
- Bewustzijn, attitude wettelijk verbod & perceptie wrede praktijk
- Akkoord supermarkten enkel eieren verkopen zonder kuikendoden & betaalbereidheid
- Bereidheid overstap andere supermarkt & invloed op imago supermarkt

INTRODUCTIE

1



ONDERZOEKSMETHODOLOGIE

DOELGROEP



Inwoners van België tussen de 18 en 65 jaar oud

STEEKPROEFGROOTTE



N = 1650

QUOTA



Quota per provincie representatief voor de populatie:

- Leeftijd
- Geslacht

DATA COLLECTIE METHODE



Online interviews

DUURTIJD



8 minuten

VELDWERKPERIODE



12/06/2024 – 19/06/2024

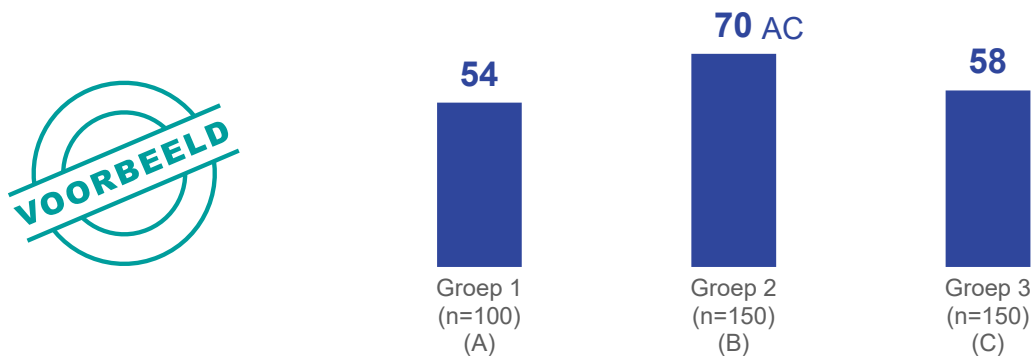
HOE DE RESULTATEN LEZEN

Alle gerapporteerde resultaten zijn **percentages (%)**, tenzij anders aangeduid.

Kleine steekproefgroottes, d.w.z. $n < 30$, worden aangeduid met een asterisk (*).

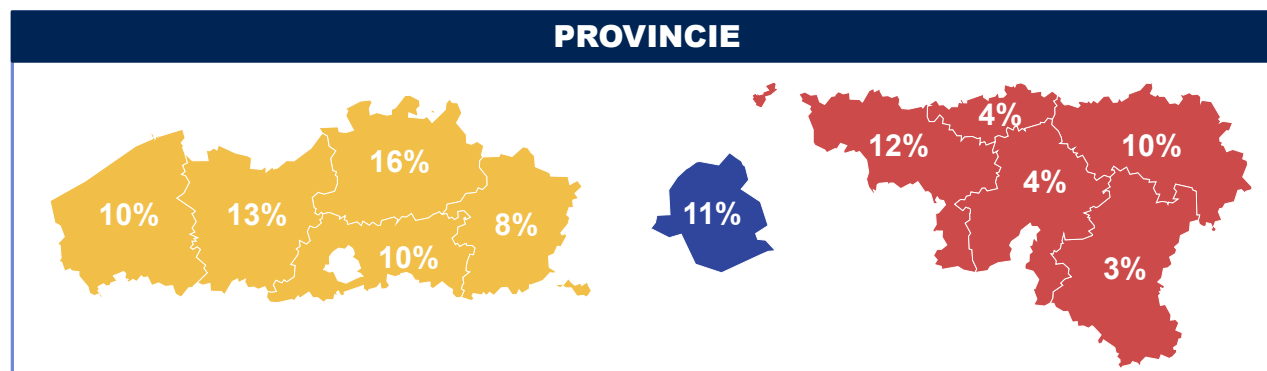
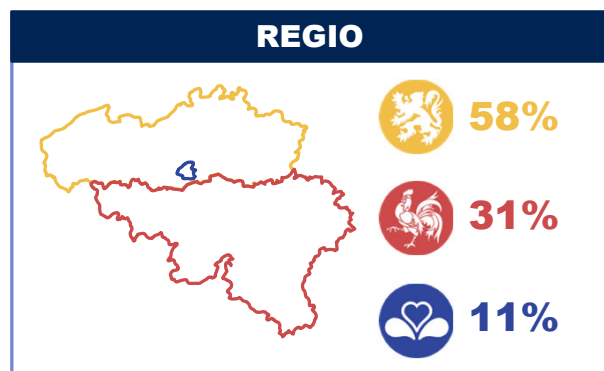
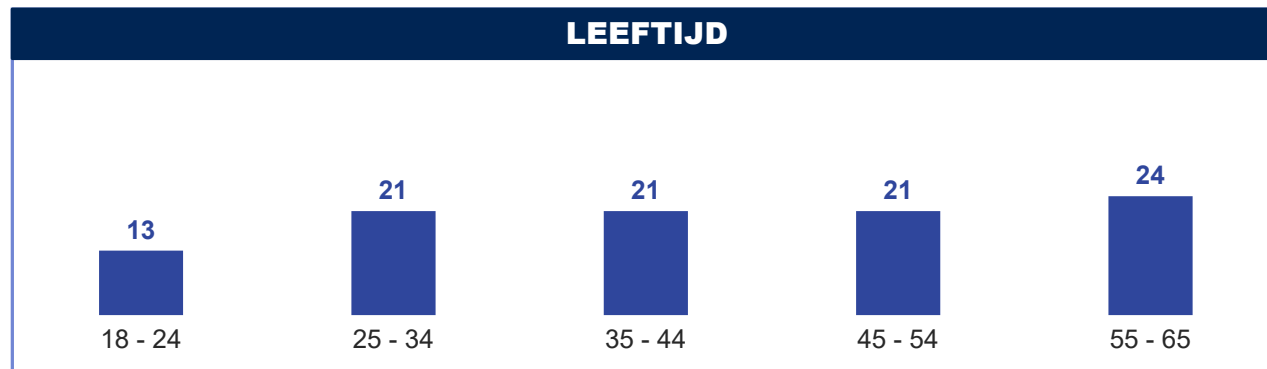
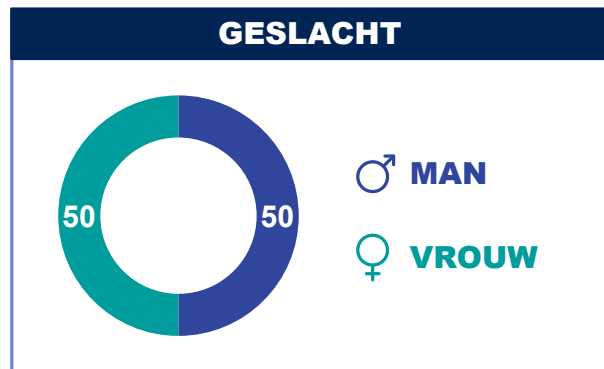
Significante verschillen zijn steeds getest via een significantietoets op 95% betrouwbaarheidsniveau.

- Significante verschillen tussen groepen worden aangeduid met A, B, C, ...
 - Verschillen worden altijd aangeduid bij het **hoogste resultaat** in de vergelijking.
 - Bijvoorbeeld: de aanduiding AC bij groep 2 duidt op een significant verschil tussen 70% (B) en 54% (A), en tussen 70% (B) en 58% (C).



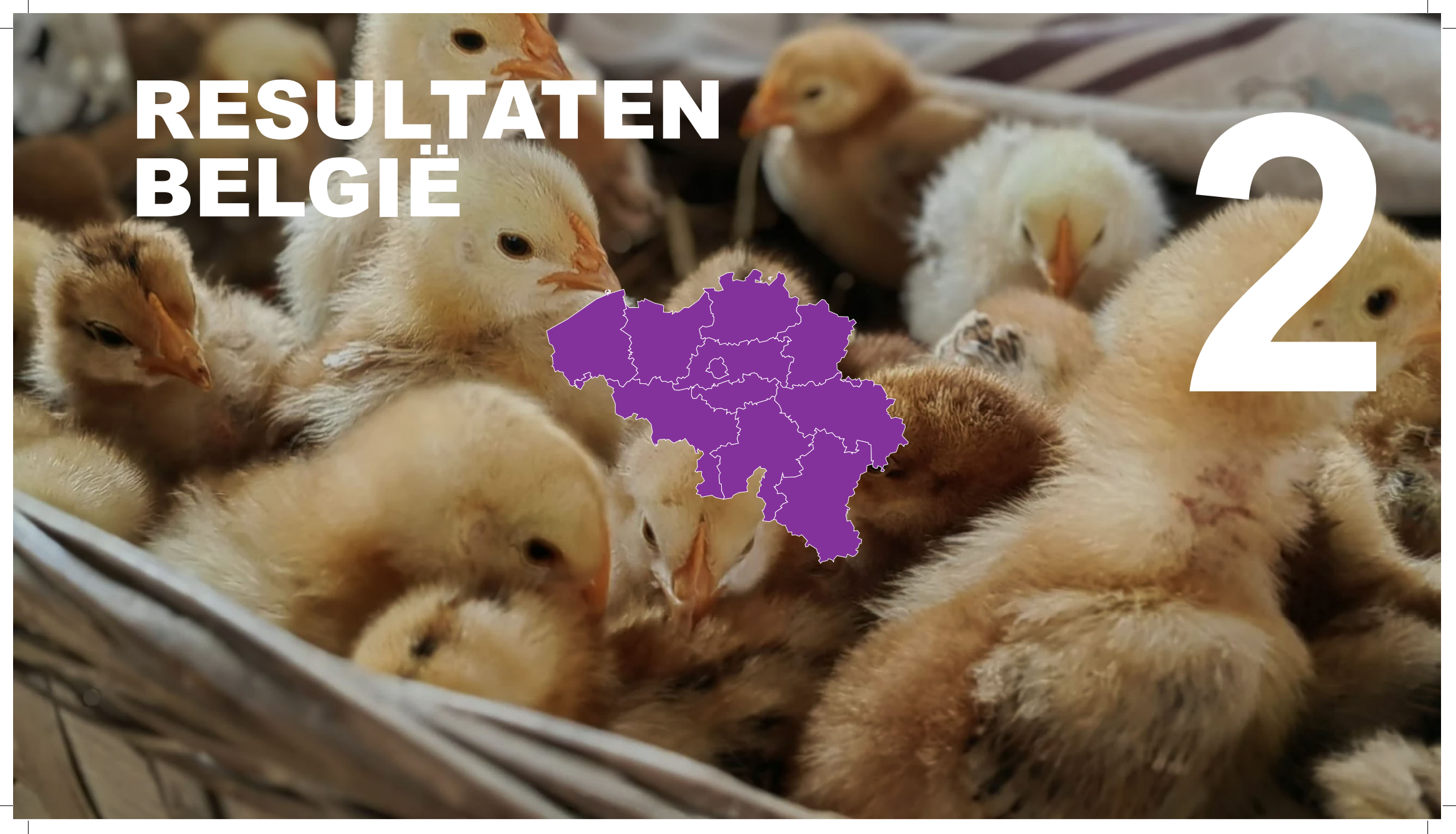
PROFIEL VAN DE STEEKPROEF

Het profiel van de steekproef is nationaal representatief voor de Belgische populatie op geslacht en leeftijd. Om een robuuste analyse toe te laten, werden 150 respondenten per provincie bevroegd. De resultaten op totaal werden gewogen op basis van de proportie van de provincies in de Belgische populatie voor een correcte interpretatie.



RESULTATEN BELGIË

2



OPINIE BELGEN

DODEN VAN MANNELIJKE ÉÉNDAGSKUIKENS

BELGIË



1

DE OVERGROTE MEERDERHEID VINDT DAT ER EEN WETTELIJK VERBOD MOET KOMEN

83% is het er mee eens dat er een wettelijk verbod moet komen op het vergassen en verhakselen van mannelijke ééndagskuikens.

2

SUPERMARKTEN Zouden UITSLUITEND EIEREN ZONDER KUIKENDODEN MOGEN VERKOPEN

82% is akkoord dat supermarkten alleen eieren zouden mogen verkopen waar geen kuikendoden aan te pas komt.

3

DE BETAALBEREIDHEID VOOR EIEREN ZONDER KUIKENDODEN IS GROOT

82% is bereid om 2 eurocent meer te betalen per ei waar geen kuikendoden aan te pas komt.

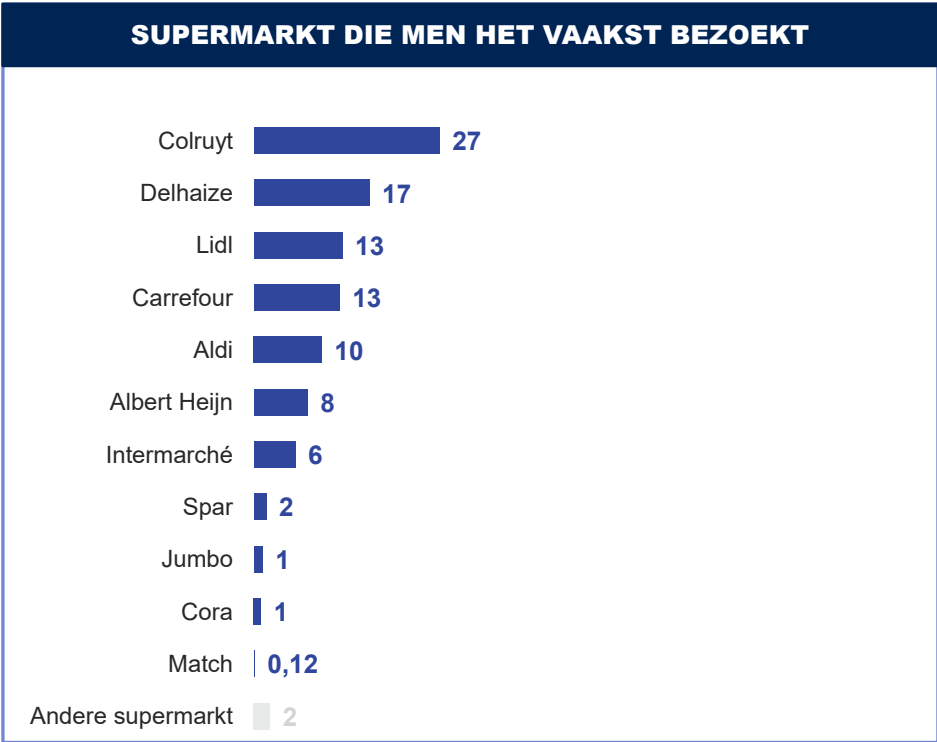
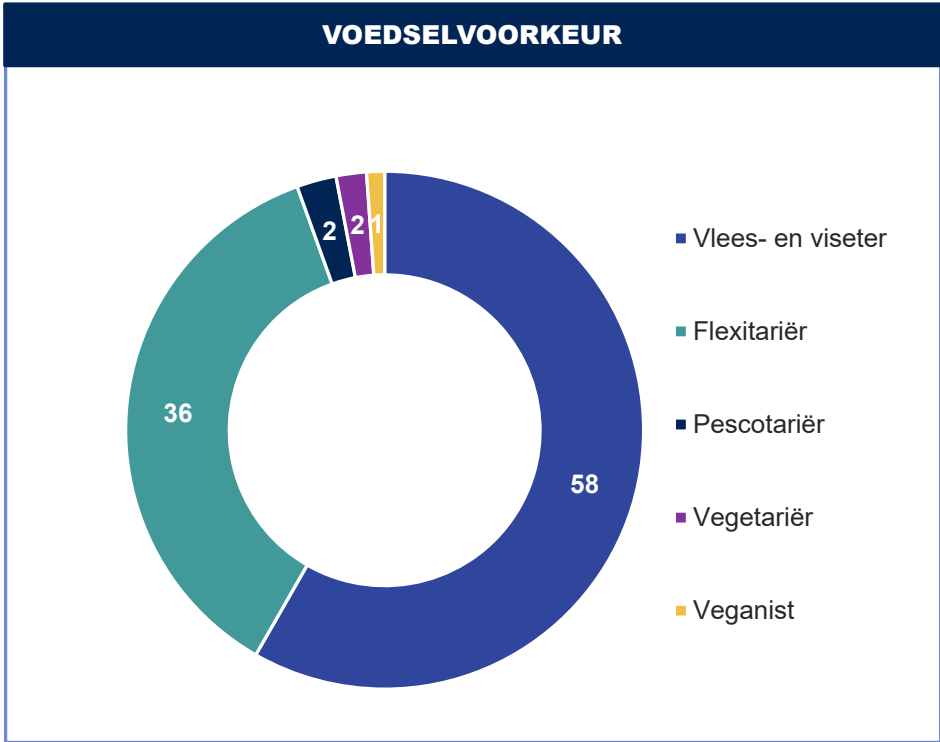
4

HET VERKOPEN VAN EIEREN ZONDER KUIKENDODEN ZOU HET IMAGO VAN SUPERMARKTEN TEN GOEDE KOMEN

70% geeft aan dat het imago van hun supermarkt positiever zou zijn indien deze uitsluitend eieren verkoopt waar geen kuikendoden aan te pas komt.

VOEDSELVOORKEUR & MEEST BEZOCHTE SUPERMARKT

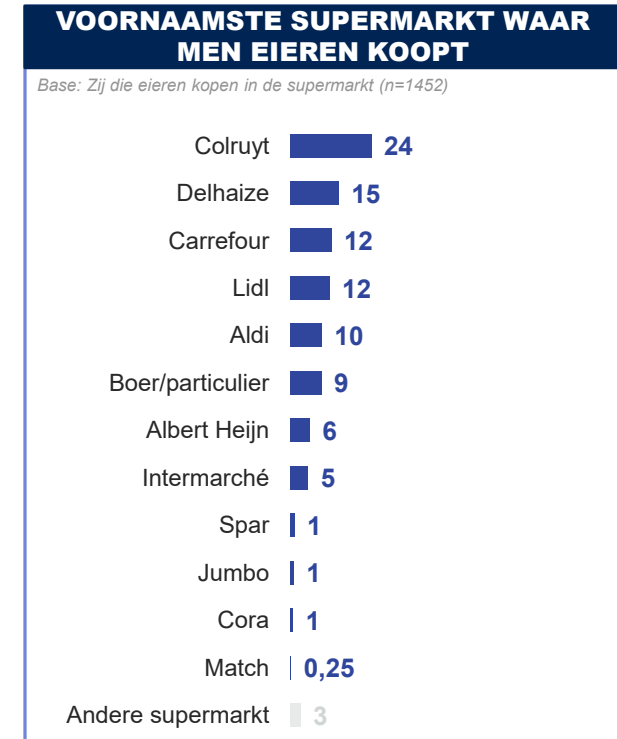
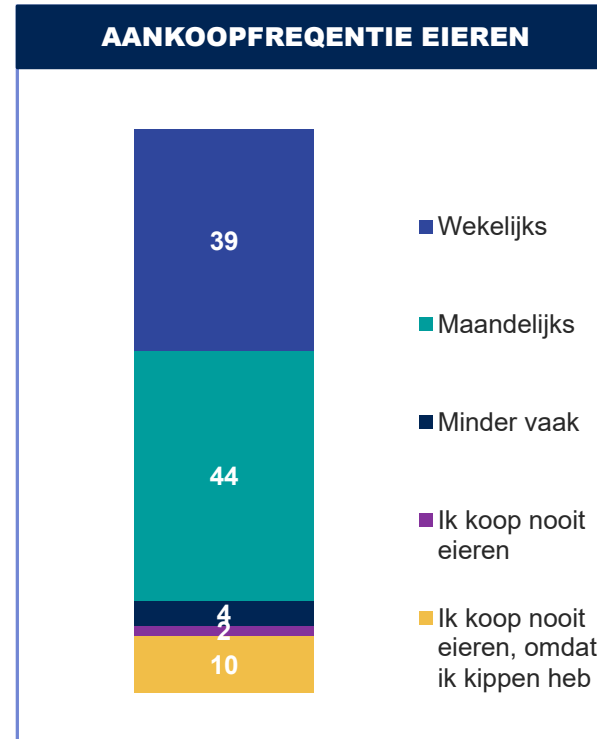
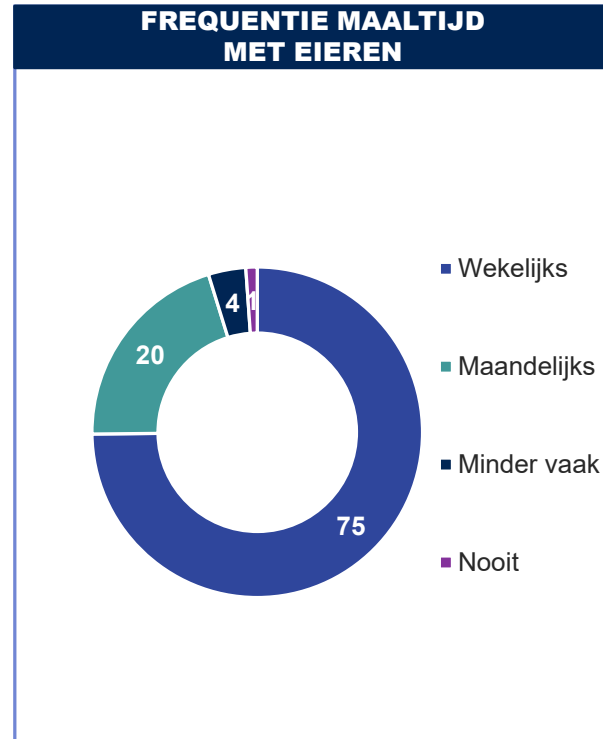
Een groot aantal Belgen identificeert zich als vlees- en viseter. De 2^{de} grootste groep zegt flexitariër te zijn. Voor dagelijkse boodschappen is Colruyt de meest bezochte supermarkt, gevolgd door Delhaize en Lidl.



9 Basis: Representatieve steekproef België (n=1650)
 Vraag: Welke stelling over jouw voedselvoorkeuren past het beste? | In welke supermarkt doe je momenteel de meeste van je dagelijkse boodschappen?

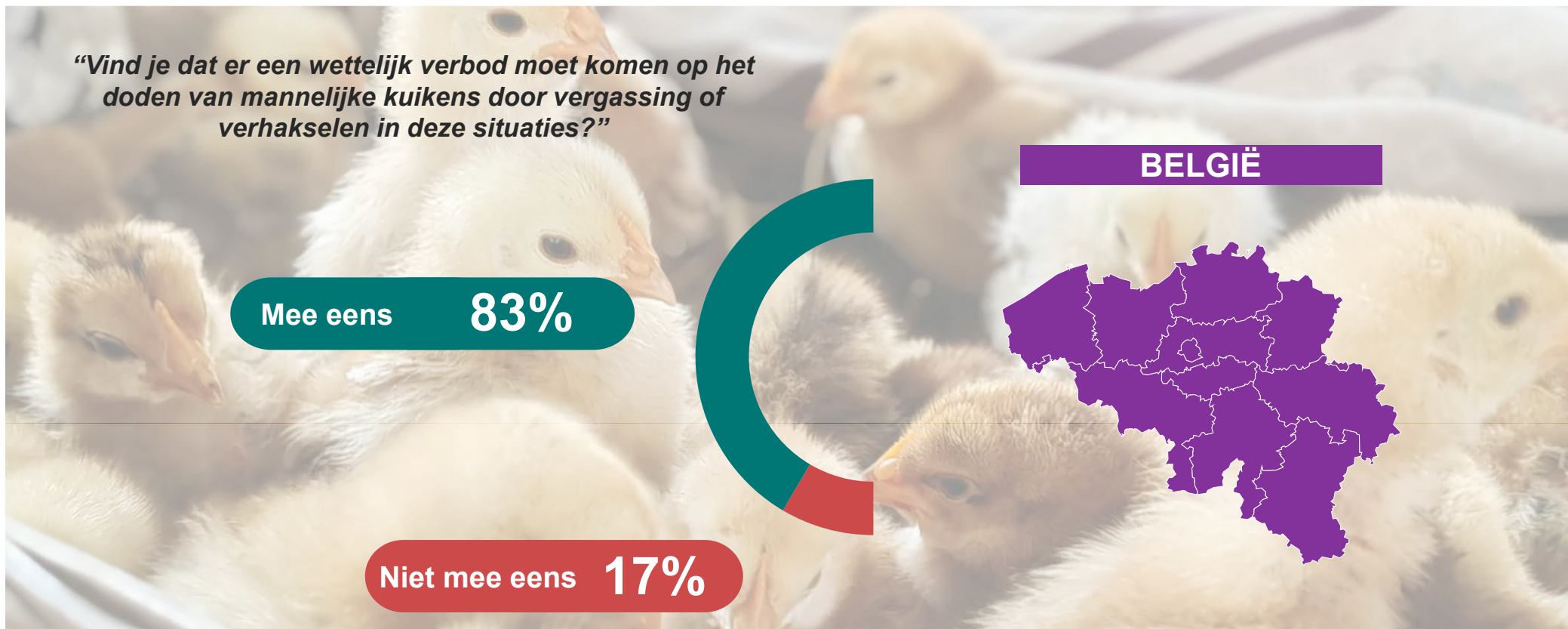
CONSUMPTIE- EN AANKOOPFREQUENTIE & VOORNAAMSTE SUPERMARKT WAAR MEN EIEREN KOOPT

De meeste Belgen eten wekelijks maaltijden met eieren of op basis van eieren. Eieren worden vaak minstens maandelijks aangekocht, voornamelijk bij Colruyt, gevolgd door Delhaize en Carrefour.



ATTITUDE WETTELIJK VERBOD

De overgrote meerderheid gaat akkoord dat er een wettelijk verbod moet komen op het doden van mannelijke ééndagskuikens.



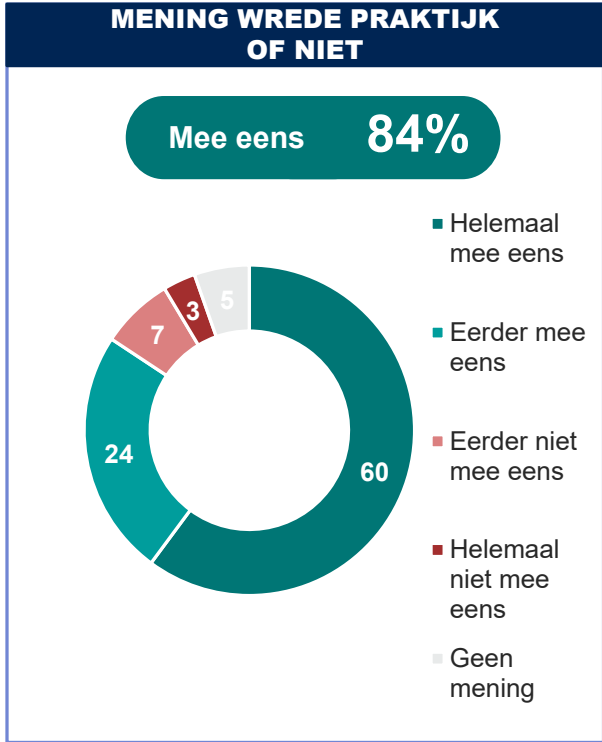
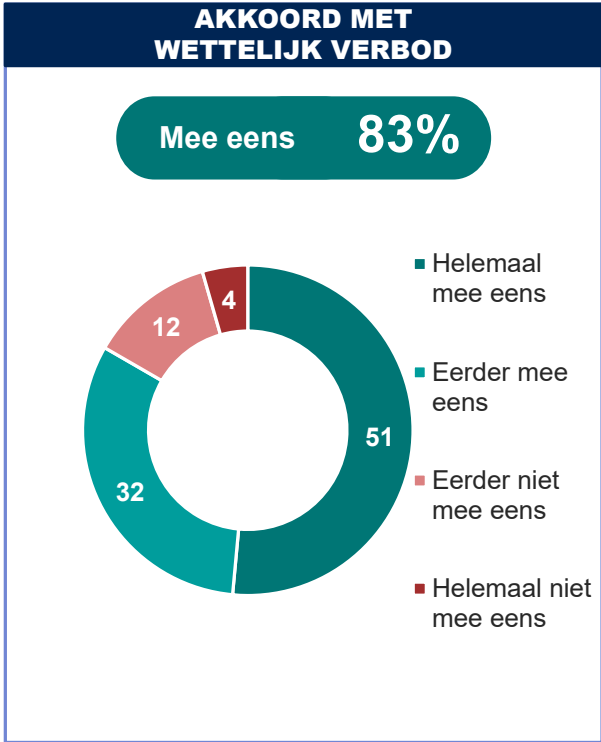
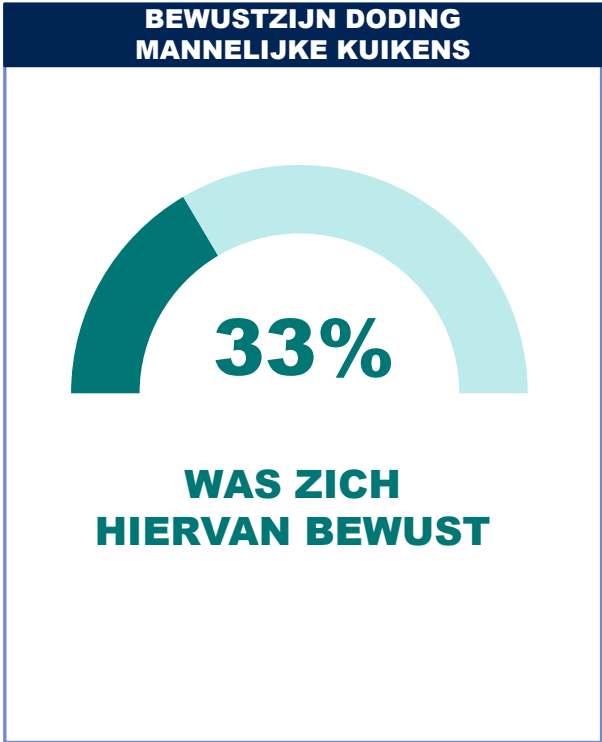
11

Basis: Representatieve steekproef België (n=1650)
Vraag: Vind je dat er een wettelijk verbod moet komen op het doden van mannelijke kuikens door vergassing of verhakselen in deze situaties?

i 51% 'helemaal mee eens', 32% 'eerder mee eens'
12% 'eerder niet mee eens', 4% 'helemaal niet mee eens'

BEWUSTZIJN, ATTITUDE WETTELIJK VERBOD & PERCEPTIE WREDE PRAKTIJK

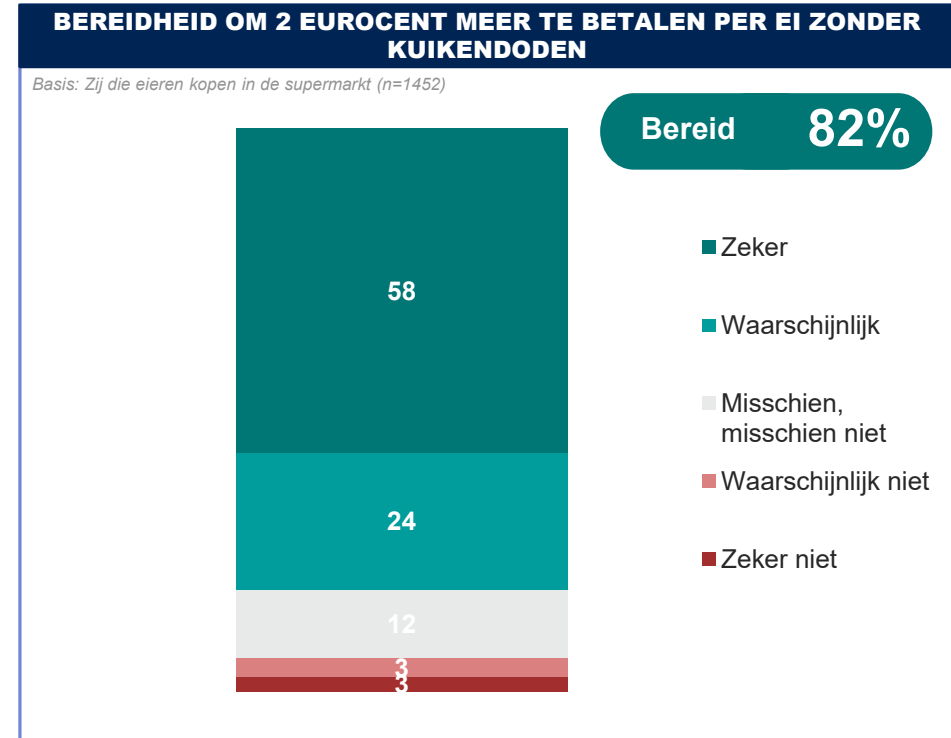
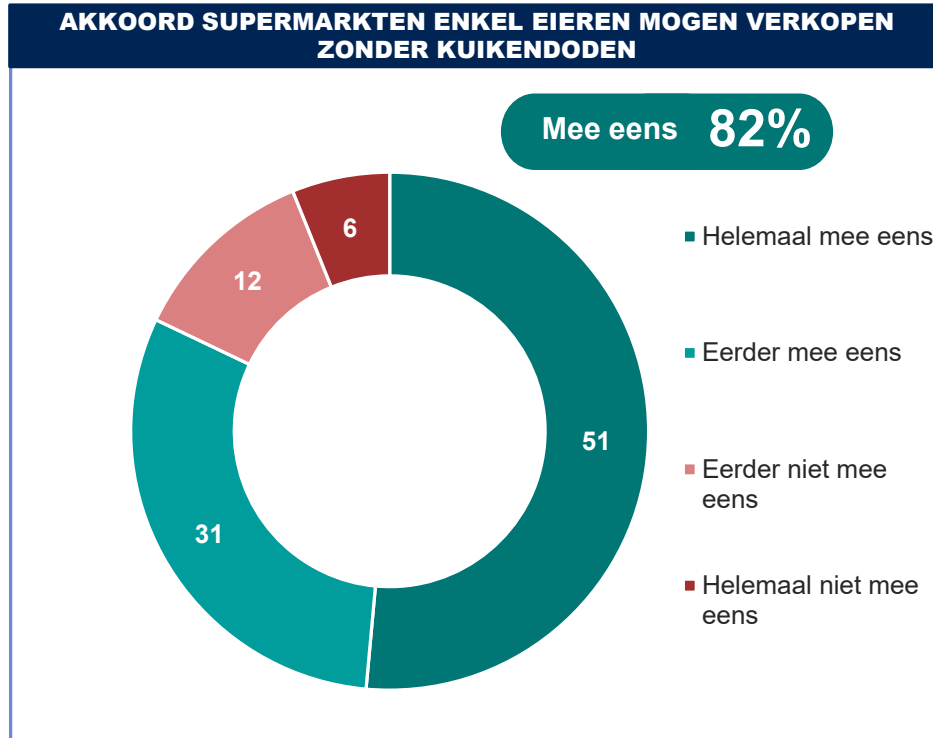
De meeste Belgen waren zich niet bewust van het doden van mannelijke ééndagskuikens. Tegelijkertijd geeft de overgrote meerderheid aan dat er een wettelijk verbod moet komen op wat velen zien als een wrede praktijk.



12 Basis: Representatieve steekproef België (n=1650)
 Vraag: Was je je ervan bewust dat mannelijke kuikens in de productieketen van eieren - direct na het uitkomen - worden gedood door vergassing of verhakselen? | Vind je dat er een wettelijk verbod moet komen op het doden van mannelijke kuikens door vergassing of verhakselen in deze situaties? | Vind je het doden van mannelijke kuikens door vergassing of verhakselen een wrede praktijk?

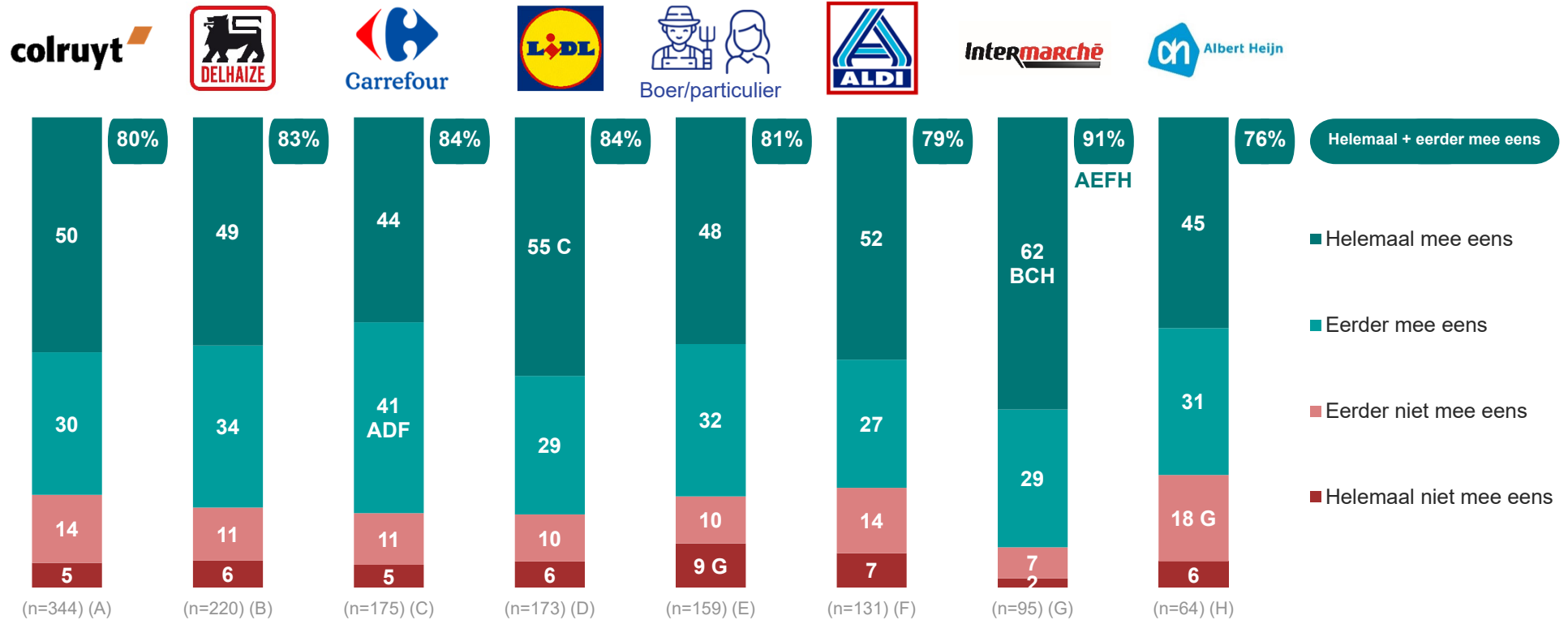
AKKOORD SUPERMARKTEN ENKEL EIEN VERKOPEN ZONDER KUIKENDODEN & BETAALBEREIDHEID

De overgrote meerderheid van de Belgen is het er mee eens dat supermarkten alleen eieren zouden mogen verkopen waar geen kuikendoden aan te pas komt. De overgrote meerderheid is daarnaast bereid om hiervoor 2 eurocent meer te betalen.



AKKOORD SUPERMARKTEN ENKEL EIERN MOGEN VERKOPEN ZONDER KUIKENDODEN – UITGESPLITST OP VOORNAAMSTE SUPERMARKT WAAR MEN EIERN KOOPT

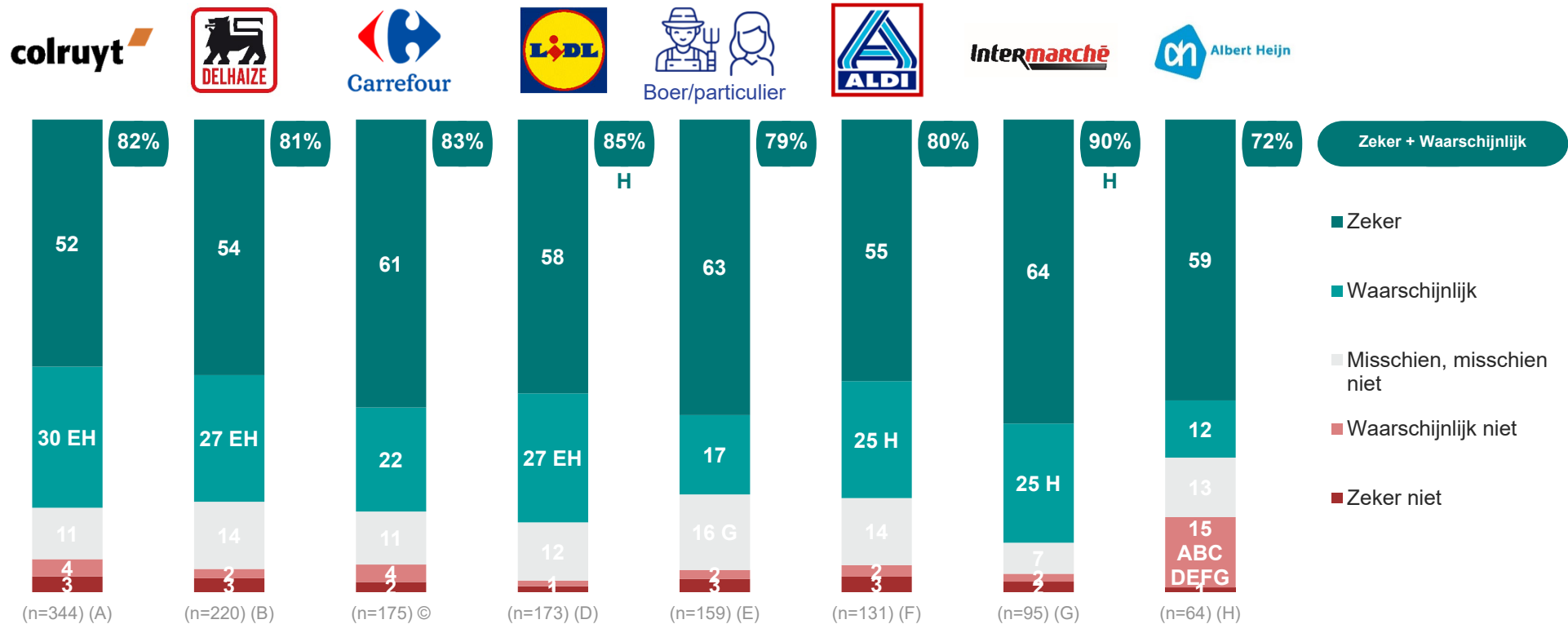
82% van de Belgen gaat akkoord dat supermarkten enkel eieren mogen verkopen waar geen kuikendoden aan te pas komt. De meningen zijn gelijkaardig overheen de winkels waar men het vaakst eieren koopt. Het aantal dat akkoord gaat is het grootst bij Intermarché.



14 Basis: Zij die het vaakst eieren kopen in de desbetreffende supermarkt
 Vraag: Vind je dat supermarkten alleen eieren zouden moeten verkopen van broederijen die deze techniek gebruiken?

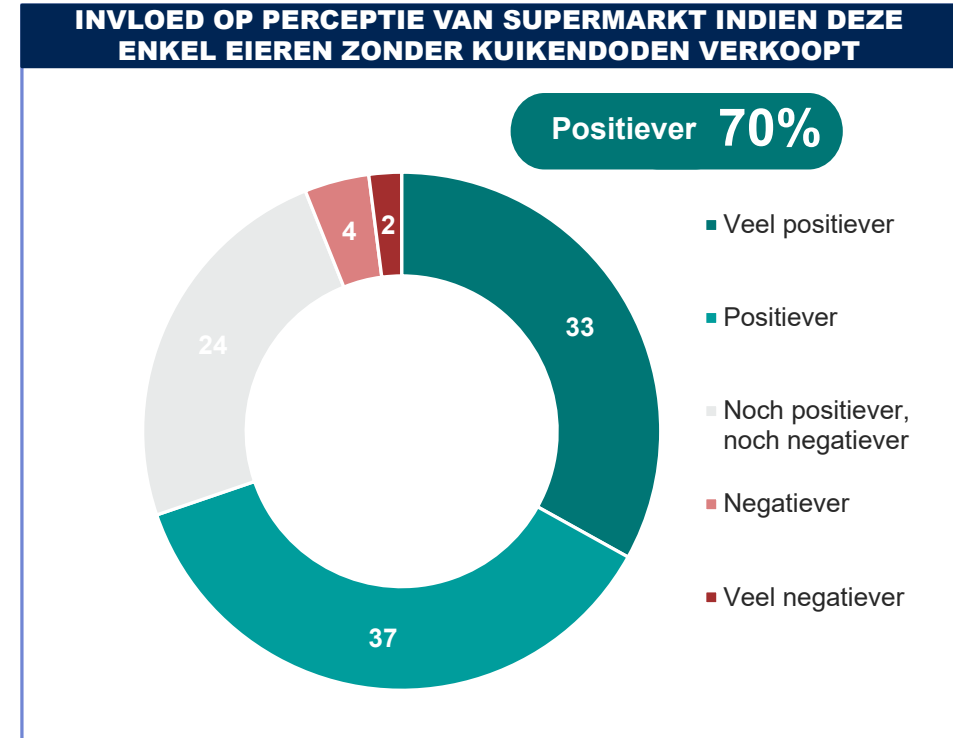
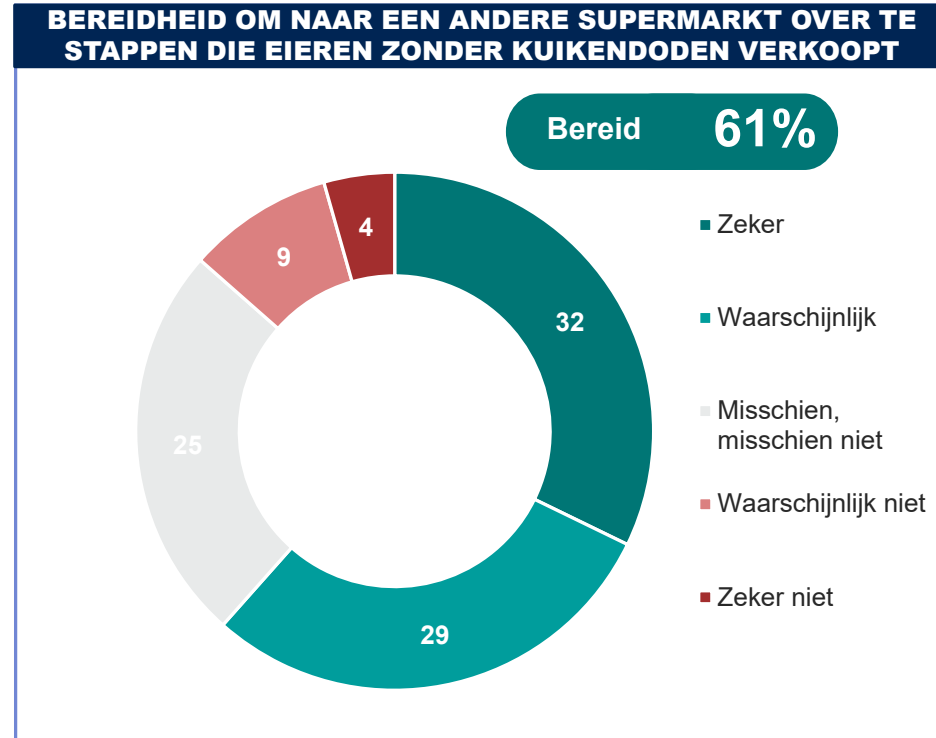
BEREIDHEID OM 2 EUROCENT MEER TE BETALEN PER EI ZONDER KUIKENDODEN – UITGESPLITST OP VOORNAAMSTE SUPERMARKT WAAR MEN EIENEN KOOPT

82% van de Belgen is bereid meer te betalen voor eieren zonder kuikendoden. De meningen zijn gelijkaardig overheen de supermarkten waar men het vaakst eieren koopt. Het aantal dat bereid is om meer te betalen is iets hoger bij Intermarché shoppers.



BEREIDHEID OVERSTAP ANDERE SUPERMARKT & INVLOED OP IMAGO SUPERMARKT

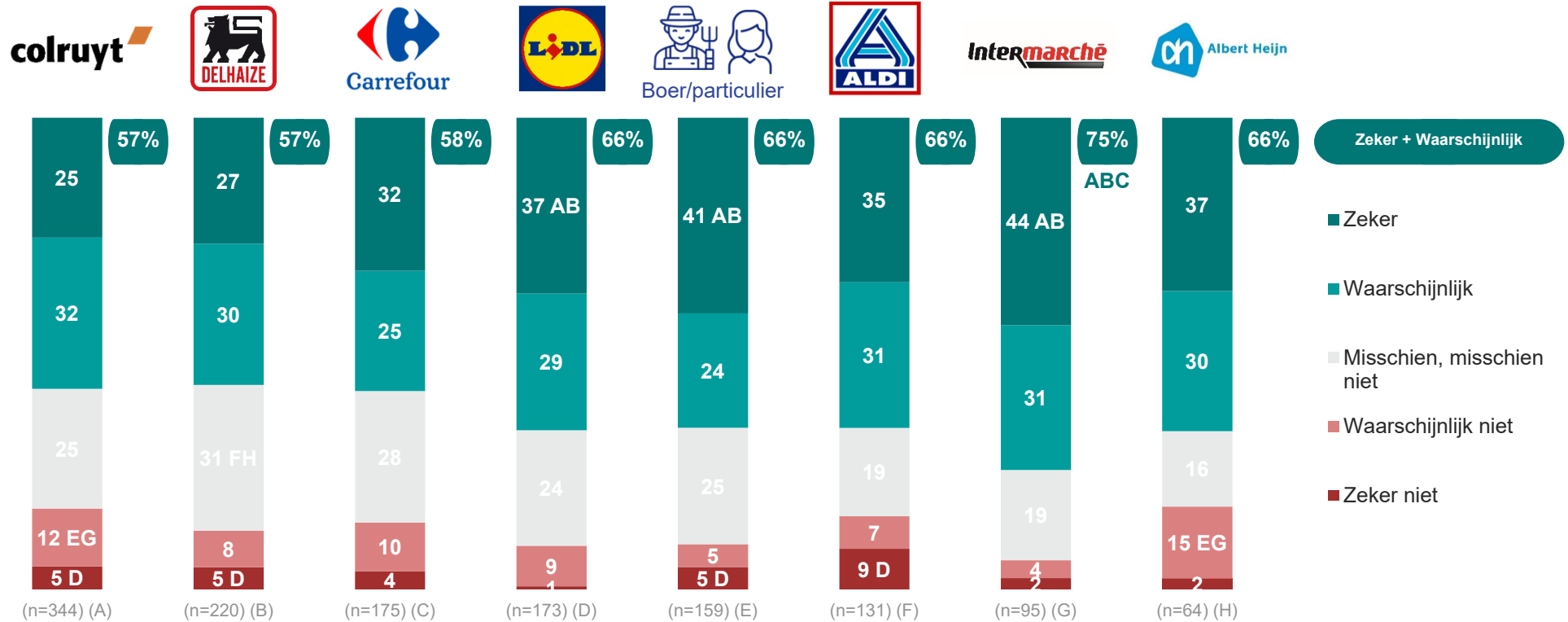
Meer dan de helft van de Belgen zou overstappen naar een andere nabijgelegen supermarkt die eieren zonder kuikendoden verkoopt indien hun huidige supermarkt dat niet doet. Voor een grote groep zou het imago van hun huidige supermarkt daarnaast verbeteren als deze uitsluitend eieren verkoopt waar geen kuikendoden aan te pas komt.





BEREIDHEID OM NAAR EEN ANDERE SUPERMARKT OVER TE STAPPEN DIE EIEREN ZONDER KUIKENDODEN VERKOOPT - UITGESPLITST OP VOORNAAMSTE SUPERMARKT WAAR MEN EIEREN KOOPT

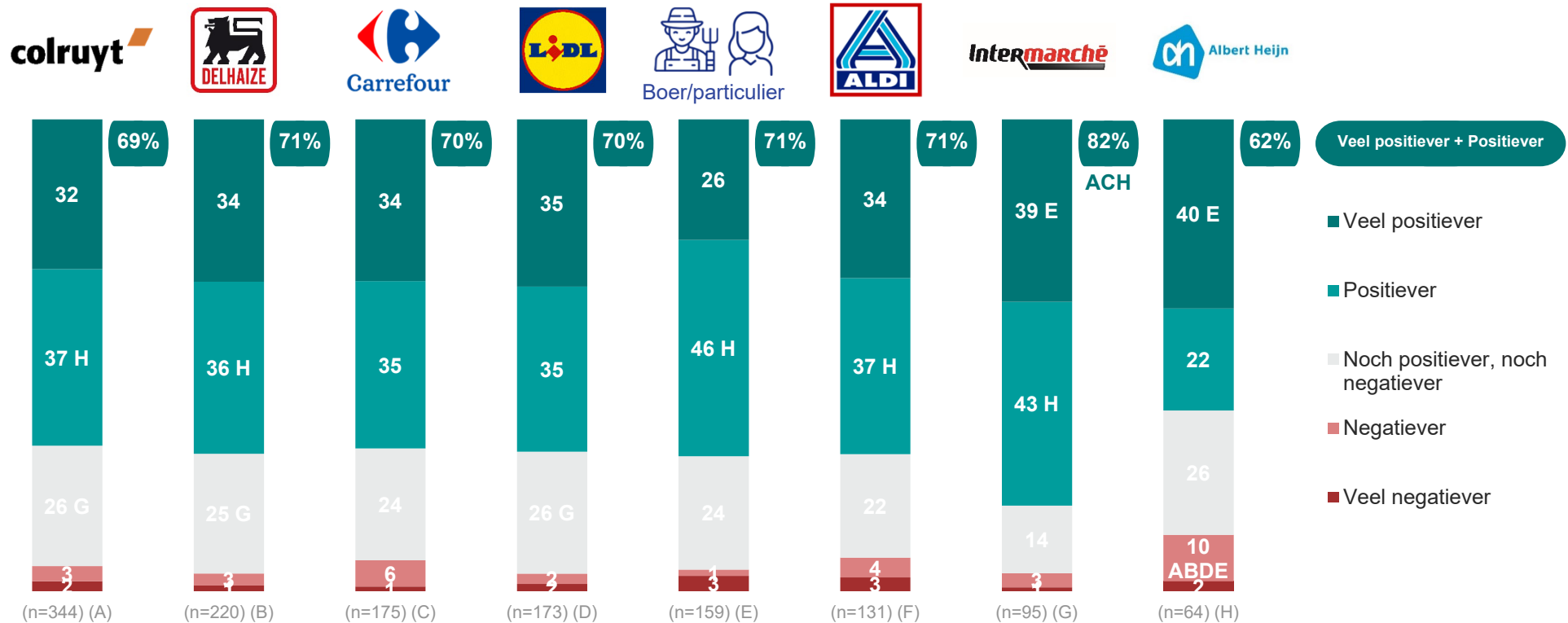
61% van de Belgen is bereid om over te stappen. De meningen zijn gelijkaardig overheen de supermarkten waar men het vaakst eieren koopt. Het aantal dat bereid is om over te stappen is iets hoger bij Intermarché, boer/particulier en Lidl shoppers.



17 Basis: Zij die het vaakst eieren kopen in de desbetreffende supermarkt
 Vraag: Stel, de supermarkt die je het meest bezoekt verkoopt eieren van boeren die mannelijke kuikens doden, en je weet dat er een andere supermarkt is die: Hoe waarschijnlijk is het dat je naar deze andere supermarkt zou overstappen?

INVLOED OP PERCEPTIE VAN SUPERMARKT INDIEN DEZE ENKEL EIERN ZONDER KUIKENDODEN VERKOOPT – UITGESPLITST OP VOORNAAMSTE SUPERMARKT WAAR MEN EIERN KOOPT

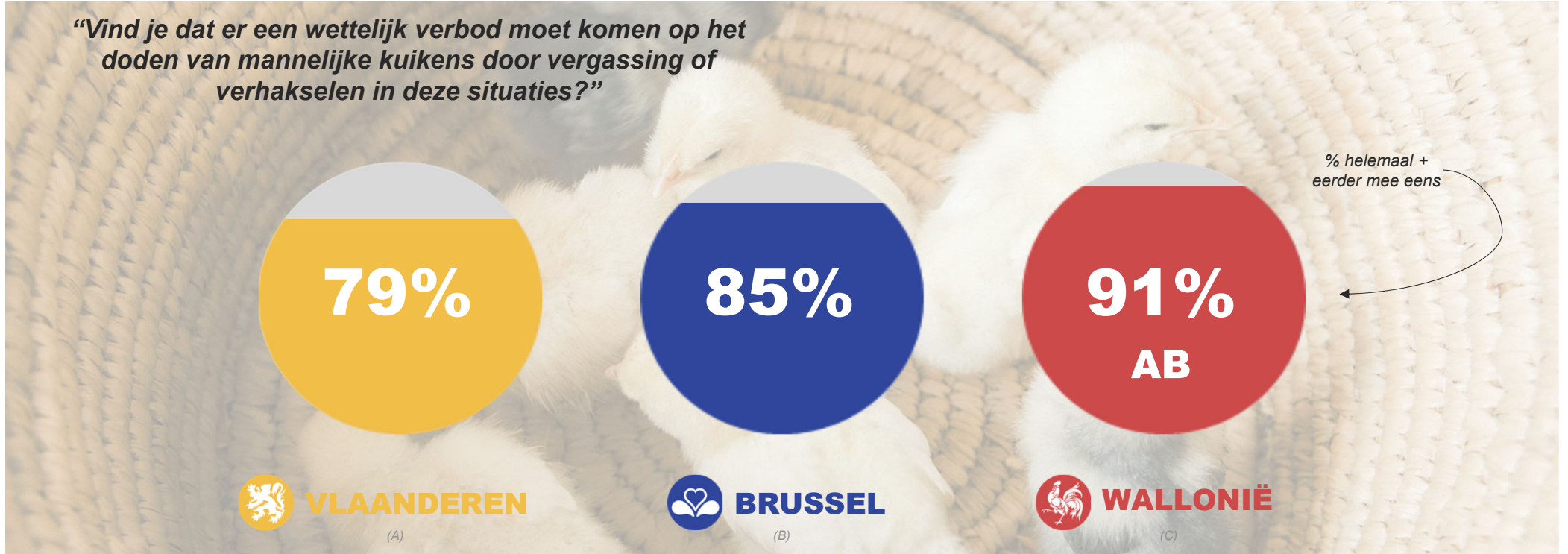
Voor 70% van de Belgen zou het imago positiever zijn. De meningen zijn gelijkaardig overheen de supermarkten waar men het vaakst eieren koopt. De positieve invloed op het imago is iets sterker bij Intermarché shoppers.



ATTITUDE WETTELIJK VERBOD – UITGESPLITST OP REGIO



De overgrote meerderheid in elke provincie gaat akkoord dat er een wettelijk verbod moet komen op het doden van mannelijke ééndagskuikens. Walen gaan hier nog sterker mee akkoord dan Brusselaars en Vlamingen.



BEREIDHEID OM 2 EUROCENT MEER TE BETALEN PER EI ZONDER KUIKENDODEN – UITGESPLITST OP REGIO

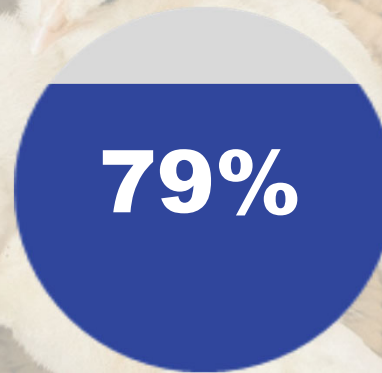
De meerderheid in elke provincie zou zeker of waarschijnlijk bereid zijn om 2 eurocent meer te betalen per ei zonder kuikendoden. Walen gaan hier nog sterker mee akkoord.

“Ben je bereid om 2 eurocent meer te betalen per ei, om het doden van jonge mannelijke kuikens te voorkomen, door het gebruik van de techniek die het geslacht op voorhand identificeert?”



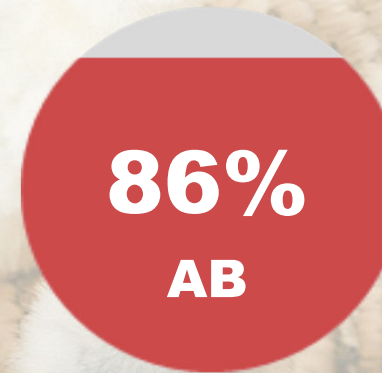
VLAANDEREN

(A)



BRUSSEL

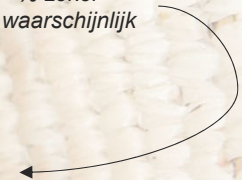
(B)



WALLONIË

(C)

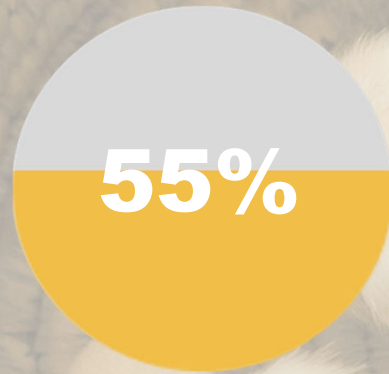
% zeker +
waarschijnlijk



BEREIDHEID OM NAAR EEN ANDERE SUPERMARKT OVER TE STAPPEN DIE EIEREN ZONDER KUIKENDODEN VERKOOPT – UITGESPLITST OP REGIO

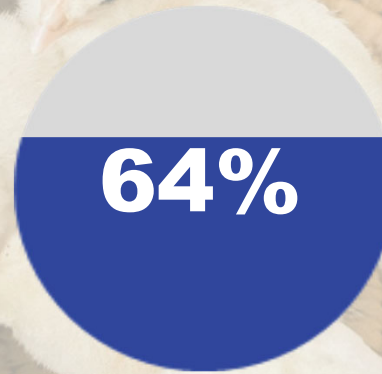
Iets meer dan de helft in Vlaanderen en Brussel zou zeker of waarschijnlijk overstappen naar een andere supermarkt die wel eieren zonder kuikendoden verkoopt. In Wallonië is dit hoger.

“Stel, de supermarkt die je het meest bezoekt verkoopt eieren van boeren die mannelijke kuikens doden, en je weet dat er een andere supermarkt is die: Hoe waarschijnlijk is het dat je naar deze andere supermarkt zou overstappen?”



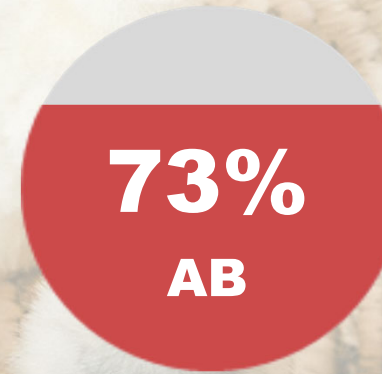
VLAANDEREN

(A)



BRUSSEL

(B)



WALLONIË

(C)

% zeker +
waarschijnlijk



ATTITUDE WETTELIJK VERBOD, BETAALBEREIDHEID & BEREIDHEID OVERSTAP ANDERE SUPERMARKT – UITGESPLITST OP PROVINCIE

De Waalse provincies tonen hogere cijfers op alle drie de vlakken. Het hogere akkoord met het wettelijk verbod in Wallonië wordt gedreven door Luik en Waals-Brabant. De grotere bereidheid om over te stappen naar een andere supermarkt wordt gedreven door Henegouwen en Namen.

	OOST-VLAANDEREN (n=150) (A)	WEST-VLAANDEREN (n=150) (B)	ANTWERPEN (n=150) (C)	LIMBURG (n=150) (D)	VLAAMS BRABANT (n=150) (E)	HENEGOUWEN (n=150) (F)	NAMEN (n=150) (G)	LUIK (n=150) (H)	LUXEMBURG (n=150) (I)	WAALS BRABANT (n=150) (J)	BRUSSEL (n=150) (K)
% helemaal + eerder akkoord wettelijk verbod	79	74	78	84 B	81	89 ABCE	91 ABCE	93 ABCDEK	89 ABC	92 ABCDE	85 B
% zeker + waarschijnlijk bereid te betalen	80	82	79	80	80	86	89 CK	87	85	84	79
% zeker + waarschijnlijk bereid over te stappen naar andere supermarkt	53	50	55	63 B	55	75 ABCDEK	75 ABCDEK	72 ABCE	64 B	70 ABCE	64 B

22

Basis: Representatieve steekproef per provincie / Zij die eieren kopen bij de supermarkt
 Vraag: Vind je dat er een wettelijk verbod moet komen op het doden van mannelijke kuikens door vergassing of verhakselen in deze situaties? | Ben je bereid om 2 eurocent meer te betalen per ei, om het doden van jonge mannelijke kuikens te voorkomen, door het gebruik van de techniek die het geslacht op voorhand identificeert? Een gemiddeld ei kost ongeveer 30 eurocent en dus zou de prijs stijgen tot 32 eurocent per ei. | Stel, de supermarkt die je het meest bezoekt verkoopt eieren van boeren die mannelijke kuikens doden, en je weet dat er een andere supermarkt is die: Hoe waarschijnlijk is het dat je naar deze andere supermarkt zou overstappen?

NOTES

THANK YOU!

DELPHINE MAES

Research Consultant

 delphine.maes@ipsos.com

 +32 36 13 00 71

JASPER CLAES

Research Manager

 jasper.claes@ipsos.com

 +32 9 216 22 06

GAME CHANGERS



 FOLLOW US ON LINKEDIN

© 2024 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

GAME CHANGERS



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily in our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA,
Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.