

BIBLIOMER

Veille bibliographique et réglementaire à l'intention des professionnels de la filière produits de la mer

Bibliomer n° : 26 – Juin 2004


Thème : 3 – Qualité Sous-thème : 3 – 3 Critères de qualité

Notice n° : 2004-2634

Saumon fumé : Préférences des consommateurs européens. Amélioration de la qualité du saumon fumé pour le consommateur européen

Matra - IMR - Ifremer - Adriant - Enitiaa

Programme "Qualité de la Vie et Gestion des Ressources Vivantes" de la Communauté Européenne, 2004, n° QLK1-2000-01575 - EUROSALMON ; 120 €, p. 1-131

 *A commander à* : Adriant, rue Pierre Adolphe Bobierre, BP 62303 ; 44323 Nantes cedex 3

◆ Analyse

Un projet européen (QLK1-2000-01575-Eurosalmon) mené par trois Instituts de Recherche (MATRA, IMR, IFREMER) et une entreprise privée spécialisée dans les études consommateurs (ADRIANT) a permis, en collaboration avec l'ENITIAA d'établir une cartographie des préférences des consommateurs européens pour le saumon fumé.

Cette étude s'est déroulée en deux phases. La première a permis la caractérisation physique, chimique, sensorielle et microbiologique de saumons fumés, fabriqués dans six pays européens (la Belgique, le Danemark, la France, l'Allemagne, l'Italie et la Grande Bretagne) et la mise en évidence de différentes catégories de produits. Onze groupes ont ainsi été identifiés en fonction de leurs propriétés sensorielles. Pour la deuxième phase de l'étude, un sous-échantillon de 30 saumons fumés représentatifs de la gamme des produits initialement testés a été choisi et présenté à plus de 1000 consommateurs, de façon à étudier leurs préférences.

Cinq pays de consommation ont participé à l'étude : l'Allemagne, la Belgique, la France, l'Italie et le Royaume Uni. Dans chacun de ces pays, 200 personnes sélectionnées selon leur fréquence de consommation, ont donné une appréciation globale sur les 30 produits proposés. Jamais une telle étude n'avait jusqu'alors été menée à l'échelle européenne. Les principaux résultats montrent que cinq groupes de consommateurs ayant des préférences différentes peuvent être identifiés. Chaque groupe représente approximativement 20% de la population étudiée.

Le **groupe 1** recherche plutôt une odeur et un goût fumés (tous types de note fumée) ; le **groupe 2** aime des produits peu salés et apparaît peu sensible à des notes d'altération sensorielle ; le **groupe 3** a des préférences marquées pour les saumons peu salés, peu fumés et privilégie la note « poisson » ; le **groupe 4** aime des produits salés et ayant un goût de fumée spécifique « feu de bois » ; enfin, les consommateurs du **groupe 5** établissent leurs préférences en fonction de l'aspect (de préférence homogène) et de la couleur des tranches (de préférence orange). L'effet du pays d'origine du consommateur, même s'il existe, ne semble pas prépondérant dans le choix exprimé.

Cette étude sur les préférences des consommateurs est complétée par un questionnaire sur leurs habitudes de consommation ainsi que par l'exploitation d'une enquête déclarative sur les procédés mis en œuvre pour la fabrication des produits testés.

L'existence de classes de consommateurs dont les préférences sont diverses laisse penser qu'une meilleure communication, au travers de l'étiquetage, sur les caractéristiques du produit (niveau de fumage, niveau de salage en particulier) pourrait permettre aux consommateurs de mieux se repérer dans la gamme des produits proposés et de faire un choix selon des critères identifiables.

Analyse réalisée par : Cardinal M. / IFREMER