

BIBLIOMER

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

Bibliomer n° : 32 – Décembre 2005

Thème : 5 – Consommation et marchés Sous-thème : 5 – 3 Economie et consommation

Notice n° : 2005-3349

SEAFOODplus : les besoins et les intérêts des consommateurs vis-à-vis de la traçabilité des produits de la mer

SEAFOODplus - Consumer needs and interest in traceability of seafood

Verbeke W.*, Pieniak Z., and Brunso K.

Ghent University, Belgique

Communication pour le colloque « Second SEAFOODplus Conference », Granville, 2005-10-05, document Powerpoint, p. 1-17 - *Texte en Anglais*

● Résumé

Cette communication dresse le bilan d'une enquête menée fin 2004 auprès de 4786 personnes en Belgique, Pologne, Espagne, Pays-Bas et Danemark dans le cadre du projet SEAFOODplus. Différentes classes d'âge et régions étaient représentées. Les questions visaient à comprendre les comportements des consommateurs, leurs motivations et leurs freins pour les produits de la mer, leur intérêt vis-à-vis de la traçabilité,...

Il ressort globalement que le poisson dégage différents aspects positifs pour les consommateurs (aliment bon pour la santé, bon au niveau du goût et de l'apport nutritionnel), malgré quelques aspects négatifs (prix élevé, présence d'arêtes). C'est un produit qui est consommé principalement à la maison dans tous les pays. Toutefois, la fréquence de consommation révèle de fortes disparités d'un pays à l'autre : plus de 2,5 fois par semaine en Espagne, contre moins d'une fois aux Pays-Bas.

L'impact des voies de communication a été investigué : les consommateurs font confiance aux médecins, diététiciens, scientifiques et associations de consommateurs, ce qui laisserait penser qu'il faudrait davantage utiliser ces voies pour communiquer autour de ces produits. En revanche, la diffusion par la télévision, les supermarchés et les publicités sont trop utilisées alors que les consommateurs leur font assez peu confiance.

De la même façon, en termes de traçabilité, il apparaît que les gens ne s'intéressent pas tellement aux données de traçabilité pures (numéro de lot, alimentation durant l'élevage, origine,...) vraisemblablement parce qu'elles leur sont peu familières et moins facilement interprétables. Toutefois, l'intérêt direct pour la traçabilité était variable entre les pays, entre les catégories sociales,... Globalement, il existe une volonté mitigée d'accéder à plus d'information, même plutôt négative si cette documentation devait faire augmenter le coût de la marchandise. En revanche, les consommateurs souhaitent que le commerçant ait ces informations sur la traçabilité et puisse leur répondre s'ils ont des questions sur l'origine,...

D'après les personnes interrogées, la traçabilité permettrait d'avoir plus confiance dans les produits de la mer, d'avoir un produit plus sûr/sain, contribuerait à une exploitation durable de cette ressource mais permettrait également de consommer des poissons en meilleure santé, de meilleure qualité. Toutefois, ils ne pensent pas qu'une meilleure traçabilité permettrait d'avoir des poissons aux qualités nutritionnelles améliorées, ni avec un meilleur goût.

Il ressort globalement que les consommateurs utilisent les informations sur la traçabilité pour lesquelles ils ont une connaissance et par conséquent confiance. En effet, la traçabilité, en l'absence d'informations exploitables, en lien avec la qualité, a peu d'intérêt et de valeur pour eux.