

BIBLIOMER

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

Bibliomer n° : 37 – Mars 2007

Thème : 5 – Consommation et marchés

Sous-thème : 5 – 3 Consommation

Notice n° : 2007-3898

Différenciation et acceptabilité de six espèces de crevettes par des consommateurs de différentes classes démographiques

Consumer differentiation, acceptance, and demographic patterns to consumption of six varieties of shrimps

Erickson M.C.*, Bulgarelli M.A., Resurrection A.V.A., Vendetti R.A., and Gates K.A.

* Center for Food Safety and Department of Food Science and Technology, University of Georgia, 1109 Experiment Street, Griffin, GA 30223 ; E-mail : mericks@griffin.uga.edu

Journal of Aquatic Food Product Technology, 2006, 15 (4), p. 35-51 - *Texte en Anglais*

● Résumé

L'acceptabilité de six lots commerciaux de crevettes congelées a été évaluée par un panel de consommateurs. A l'exception de la crevette blanche de Chine dont l'apparence était jugée inférieure, aucun des lots ne s'est différencié de façon significative. Les résultats montrent que les consommateurs ne sont pas capables de différencier des crevettes d'espèces différentes (blanche, marron, tigrée) ni les origines (pêche, élevage). Bien que les consommateurs identifient la saveur comme le facteur le plus important dans leur consommation de crevettes, les différences dans les notes d'acceptabilité globale montrent également l'influence de l'arôme, de l'aspect et de la couleur.

Les réponses obtenues sur les modes de consommation et les attitudes face au « produit crevette » montrent que l'âge, le sexe et le niveau de revenu influencent la fréquence de consommation. Une majorité de consommateurs indiquent qu'ils peuvent différencier des crevettes fraîches des congelées, mais ne peuvent pas distinguer des espèces différentes. 50 % des consommateurs achèteraient des crevettes à la fois « certifiées » et pêchées localement ; la plupart serait prête à payer plus cher pour le premier critère mais pas pour le second. La fréquence de consommation et la capacité à différencier les crevettes sont les facteurs clés qui font que le consommateur accepte de payer plus cher les crevettes. D'autre part les consommateurs semblent plutôt préoccupés par les risques chimiques que microbiologiques.