

Bibliomer

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

Bibliomer n° : **S1 – Décembre 2008**

Thème : **5 – Consommation et marchés** Sous-thème : **5 – 3 Consommation**

Thème n° spécial : **2 - Produits de la mer, comportement du consommateur et bien-être**

Sous-thème n° spécial : **2 - 4 Consumerevaluated**

Notice n° : **2008-048S**

Effet de la connaissance du consommateur en terme de diversité des produits d'une gamme donnée sur la consommation du poisson

The role of consideration set size in explaining fish consumption

Rortveit A.W.* and Olsen S.O.

* Department of Social Science and Marketing, Norwegian College of Fishery Science, University of Tromsø, NO-9037 Tromsø, Norway ; Tél.: +4777.64.60.00 ; Fax: +4777.64.60.20 ; E-mail : asbjorn.rortveit@nfh.uit.no

Appetite, 2007, 49 (1), p. 214-222 - *Texte en Anglais*

✉ à commander à : l'éditeur ou à l'INIST

● **Résumé**

Cette étude tente d'analyser les effets que peuvent avoir sur la fréquence de consommation du poisson, trois facteurs : la connaissance générale sur le poisson, l'attitude du consommateur envers le poisson et ce que connaît le consommateur en terme de diversité de produits au sein de la gamme poisson.

Il semble que la connaissance de la diversité des produits influe sur la fréquence de consommation, mais moins directement que les variables d'attitude vis-à-vis de la consommation du poisson et les connaissances générales sur le poisson. En d'autres termes, plus une gamme de produits est large, plus il y a de chances que le consommateur fasse son choix dans cette gamme.