

Bibliomer

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

Bibliomer n° : 56 – Mars 2011

Thème : 5 – Consommation et marchés

Sous-thème : 5 – 3 Consommation

Notice n° : 2011-5576

Connaissances et croyances liées à la santé comme déterminants de la consommation de poisson

Health-related beliefs and consumer knowledge as determinants of fish consumption

Pieniak * Z., Verbeke W. and Scholderer J.

* Department of Agricultural Economics, Ghent University, Coupure links 653, 9000 Gent, Belgium ; Tél.: +32.9.264 62 04 ; Fax: +32.9.264.62.46 ; E-mail : Zuzanna.Pieniak@UGent.be

Journal of Human Nutrition and Dietetics, 2010, 23 (5), doi :10.1111/j.1365-277X.2010.01045.x, p. 480-488 -

Texte en Anglais

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

● Résumé

Malgré l'évidence scientifique des effets positifs de la consommation des produits de la mer sur la santé humaine, la consommation de poisson reste, pour la majorité des Européens, en dessous des niveaux de consommation recommandés. A partir de données obtenues dans cinq pays européens, l'étude avait pour but d'explorer l'effet des différences culturelles sur les déterminants potentiels de la consommation de poisson : en particulier, la connaissance du consommateur et ses croyances relatives à l'effet bénéfique sur la santé ainsi que la relation entre ces variables, les données socio-démographiques et la fréquence de consommation du poisson.

Une enquête a été menée en 2004 auprès de foyers représentatifs en Belgique, aux Pays Bas, au Danemark, en Pologne et en Espagne. Au total 4 786 personnes entre 18 et 84 ans, en charge des courses alimentaires et de la préparation des repas du foyer ont été interrogées. Il ressort de façon générale que les consommateurs européens ont le sentiment très fort que manger du poisson est bon pour la santé. La fréquence de consommation du poisson est influencée, faiblement mais de façon positive, par le fait que les consommateurs pensent que manger du poisson est sain, par leur intérêt pour une alimentation saine et leur connaissance nutritionnelle vis-à-vis de la consommation de poisson.

La connaissance subjective (c'est à dire l'impression exprimée par le consommateur ou son entourage sur sa connaissance vis à vis de la qualité ou de la préparation du poisson) semble pouvoir prédire plus fortement que les variables précédentes la fréquence de consommation du poisson. L'âge et le niveau d'éducation sont deux facteurs qui expliquent directement et indirectement au travers des connaissances, le comportement par rapport à la consommation de poisson.

Cependant les coefficients du modèle d'estimation sont faibles, ce qui indique que la fréquence de consommation du poisson est également déterminée par des facteurs autres que la connaissance du consommateur et sa perception des aspects santé. Les résultats de l'étude indiquent que la communication vers le consommateur devrait être ciblée sur d'autres critères que le bénéfice pour la santé. Dire simplement que la consommation du poisson est bonne pour la santé et insister sur ses effets bénéfiques (ce qui est déjà fait lors de campagnes de promotion) n'est pas suffisant pour atteindre le niveau de consommation recommandé.