

Comportement, besoins et attentes des consommateurs

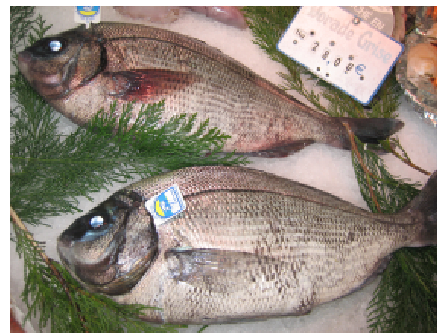


9^e forum halieumétrique de l'AFH
30 juin – 1, 2 juillet 2009
Lucile Mesnildrey
AGROCAMPUS OUEST Pôle halieutique



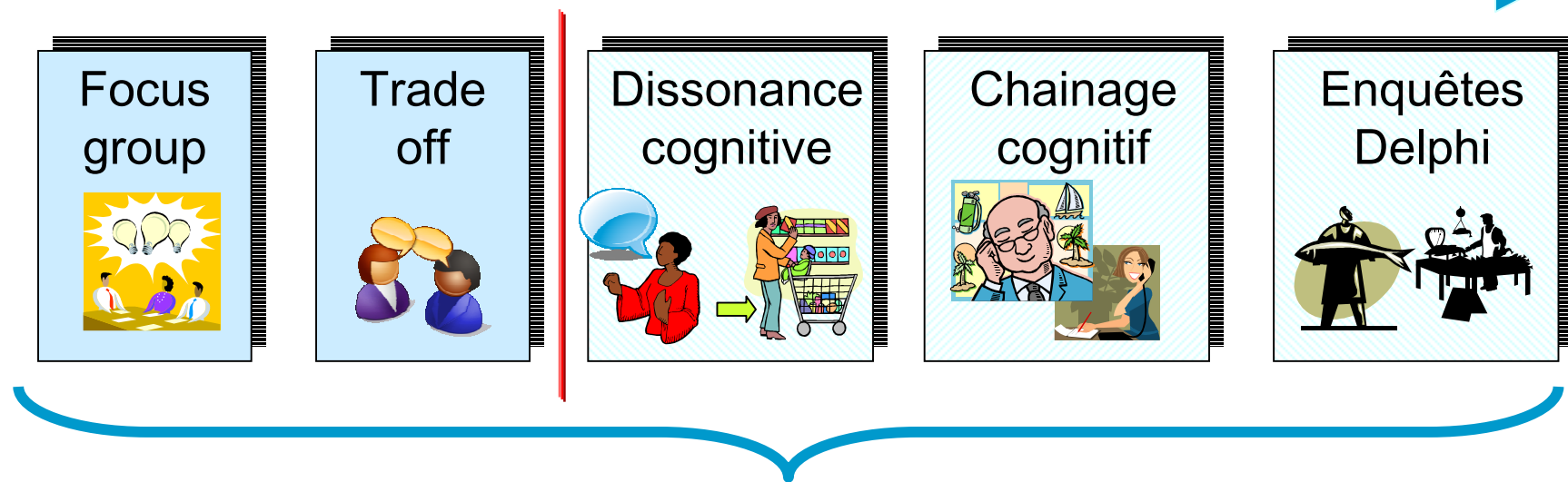
Objectifs de COGEPECHE (phase 1)

- 1) Évaluer les attentes des consommateurs et leurs comportements d'achats selon les circuits de distribution
- 2) Proposer des pistes de valorisation des produits de la mer frais



Méthodologie

Méthodologie originale regroupant différentes analyses



Analyse des attentes des consommateurs

- ✓ Focus group : Réunions de groupe pour comprendre les habitudes d'achat, de consommation et les réactions des consommateurs face aux produits de la mer frais (18 focus group de 6 à 10 personnes à chaque fois)
- ✓ Trade off : Entretiens directs déterminants le poids des différentes caractéristiques intrinsèques et extrinsèques de produits de la mer frais (850 personnes interrogées)

L'étiquette idéale

Produit de la mer idéal

- 1° Origine sauvage
- 2° Poisson maigre
- 3° Poisson découpé
- 4° Sans arêtes
- 5° Frais (non surgelé)



Dissonance

Exemple d'achat réel

1^{re} espèce consommée
en France

Saumon



Origine: élevage
Poisson gras
(riche en oméga 3)

Source: Ofimer, 2007



Merci de votre attention...



COGEPECHE

Lucile Mesnildrey
AGROCAMPUS OUEST
CFR Rennes – Pôle halieutique



Et:

- Capitaine Cook, Moulin de Loctudy, Le Venec (Concarneau),
Lechat (Lorient), Porsguen, PROMA