



Nous venons d'aborder longuement les intérêts nutritionnels de la viande et plus particulièrement de la viande d'agneau. Mais, en finalité, « monsieur tout le monde » prête-t-il attention à ses aspects nutritionnels lorsqu'il achète sa viande ? Et si oui, à quels aspects en particulier ? Et si non, comment choisit-il ses aliments et sa viande ? Passons en revue des études s'étant récemment penchées sur la question...

LE CONSOMMATEUR ET LE CHOIX DE SES ALIMENTS...

Christel Daniaux – FICOW

La vitamine, mon amie...

En rapport avec l'aspect nutritionnel, à la question « il est important pour moi que la nourriture que je consomme quotidiennement soit ... », le consommateur belge répond (en ordre décroissant):

1. Riche en vitamines et minéraux
2. Pauvre en graisses saturées
3. Pauvre en graisses
4. Pauvre en sucres
5. Riche en fibres
6. Pauvre en sel
7. Pauvre en calories

Retenons donc que le premier intérêt du consommateur se porte sur des aliments de « qualité », riches en vitamines et minéraux, et non sur des aliments « light ». Apprenons donc à mettre en avant ces atouts dans nos produits tels que la viande d'agneau.

Je cuisine pour faire plaisir aux autres...

Au-delà des aspects « santé », la première motivation du consommateur vis-à-vis de la nourriture est son aspect convivial : 50 % des consommateurs belges y accordent une grande importance. Ces consommateurs considèrent la nourriture et les repas avant tout comme un outil de cohésion sociale, un moyen de se faire plaisir mais surtout de faire plaisir aux autres. Manger est un plaisir et un prétexte à se réunir ! Ces consommateurs sont principalement représentés par des femmes francophones, responsables des achats, âgées de 30 à 49 ans, appartenant aux groupes sociaux moyens et faisant partie d'un ménage de 4 ou 5 personnes.

Les consommateurs sensibles à cet aspect convivial aiment généralement préparer les aliments... Un élément qui devrait être mis en avant dans nos secteurs ! La vulgarisation de recettes simples mais savoureuses constitue généralement un at-

trait pour le consommateur. L' « Agneau Presto » l'a d'ailleurs bien compris, la publication et la démonstration de recettes au goût du jour étant 2 éléments clés de son concept (voir article suivant)!

Je veux de la qualité à faible prix...

La motivation vis-à-vis de la nourriture est une chose, les critères d'achat des aliments en sont une autre. Parmi ceux-ci, on distingue des attributs saillants, à savoir les critères qui servent à la décision du consommateur, et des attributs déterminants, à savoir des critères d'évaluation et d'appréciation du produit.

Actuellement, les critères de choix (attributs saillants) sont, par ordre d'importance :

1. Le prix
2. La qualité
3. La fraîcheur

Quant aux critères d'évaluation (attributs déterminants), on voit, selon le même ordre :

1. Le goût
2. La sécurité
3. L'odeur
4. Le respect de l'environnement

Si la viande d'agneau, qui plus est sa production locale, ne peut être compétitive sur l'aspect prix, elle a des atouts quant à sa qualité et à sa fraîcheur (l'agneau néo-zélandais n'est jamais de la viande fraîche !). Elle peut aussi facilement « fidéliser » son consommateur de par son goût, la sécurité qu'elle offre par rapport à de la viande importée, et l'image « respectueuse de l'environnement » qu'elle suscite.

La viande d'agneau n'est pas en marge des principaux choix alimentaires de « monsieur tout le monde » !