

Le lieu de vente est-il un meilleur indicateur de qualité que le label ?

18 mars 2010

Les premiers résultats de recherches qualitatives effectuées par un consortium de chercheurs asiatiques sous l'égide de la FAO montrent que les consommateurs urbains dans quatre pays limitrophes du fleuve Mékong en Asie du Sud-est utilisent **le lieu de vente comme critère principal de différenciation de la qualité des produits alimentaires de base**. Les signes officiels de qualité, les labels et les marques demeurent importants mais ne sont pas des éléments assez discriminants pour que le consommateur effectue son choix. Les résultats des études quantitatives du consortium permettront de quantifier la part relative de ces différents attributs de qualité dans le choix des consommateurs urbains en Thaïlande, au Viet Nam, au Laos et dans la province chinoise du Yunnan.

L'objectif du projet est d'aider les producteurs et les agents des administrations de la région à mieux comprendre les attentes des consommateurs, afin de proposer des stratégies d'investissement et de développement répondant mieux à ces attentes.

Lire [l'analyse des premiers résultats de ce projet](#) de recherche-développement par Jo Cadilhon (CEP), 2 pages.