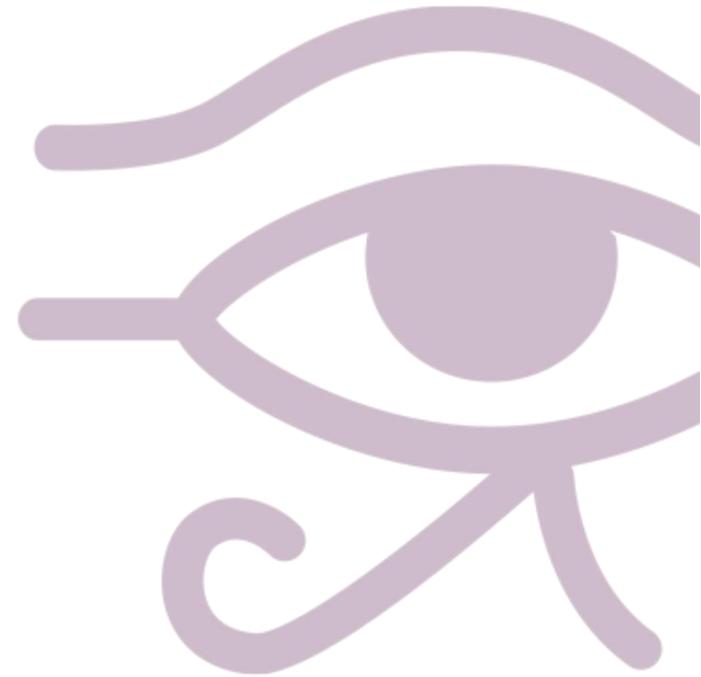


Baromètre d'image des produits aquatiques

Rapport d'étude

Vague 2 -2020

Décembre 2020

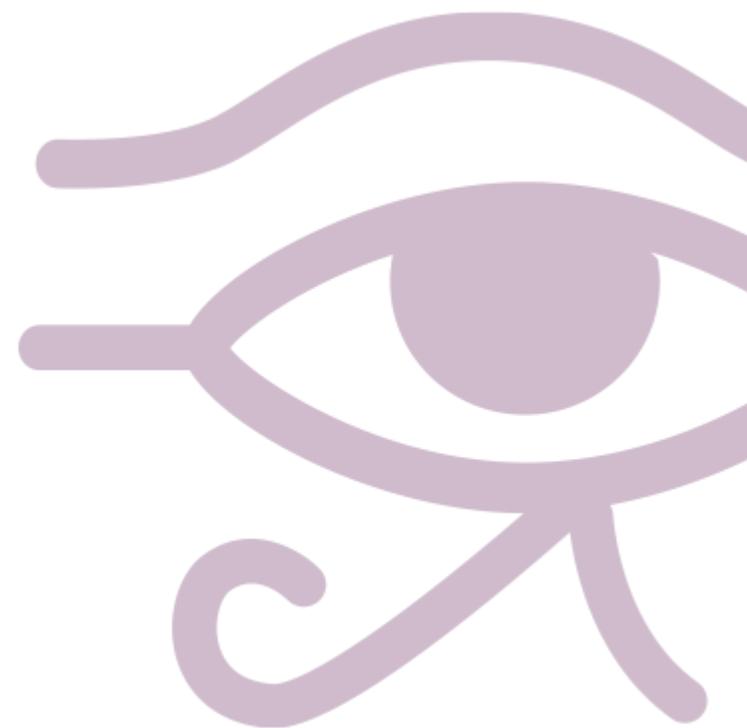




SOMMAIRE

• PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	p.3
• PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS	p.6
• RÉSULTATS DÉTAILLÉS	p.11
✓ Profil des répondants	p.12
✓ Perception des produits aquatiques	P,16
✓ Image et confiance	p.17
✓ Image détaillée par espèces	p.22
✓ Perception des modes de production	P,68
✓ Perception de la pêche	p.69
✓ Perception de l'aquaculture	p.77
✓ Consommation des produits aquatiques et de la viande	p.84
✓ Impact de la crise du COVID-19 sur le comportement d'achat des consommateurs	P,87
• ANNEXES	p.95

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE



CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE



Deux fois par an, FranceAgriMer réalise un **baromètre d'image des produits aquatiques**.

Ce baromètre a pour but de :

- 1. Réaliser un état des lieux** de la connaissance et de la perception des différents types de production, de leur durabilité, des produits de pêche et d'aquaculture, mais aussi de la consommation.
- 2. Suivre l'évolution d'indicateurs généraux** concernant cette connaissance et cette perception, mais aussi la confiance pour une série d'espèces de la pêche et de l'aquaculture.
- 3. Repérer les changements de tendance, d'opinion et de comportement** à l'égard d'un ou plusieurs de ces produits suite à un événement, à une rupture d'approvisionnement ou de consommation.
- 4. Connaître et comprendre l'opinion** des consommateurs français métropolitains sur des diverses questions et éléments liés à la consommation de produits aquatiques où à l'actualité (par exemple, l'influence des labels qualité dans la démarche d'achat, perception des recommandations de consommation, le contexte de crise...).

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



Terrain réalisé du **12 novembre** au **4 décembre 2020**



Échantillon représentatif de la population française métropolitaine sur les critères suivants :
âge, sexe, CSP, région.
1000 personnes de plus de 18 ans



Diffusion de l'enquête via un emailing auprès de panélistes



Le questionnaire dure une vingtaine de minutes et se décompose en différentes parties :

- Une 1ère partie sur l'image des types de production, leur durabilité et le bien-être animal
- Une 2ème partie sur l'image et la confiance des espèces
- Une 3ème partie événementielle

Pour cette vague, la partie événementielle traite de l'impact de la crise du COVID-19 sur le comportement d'achat des consommateurs.

➔ *Ce thème a été conservé sur les 2 vagues 2020.*

Les répondants sont interrogés sur 10 espèces (ou famille)

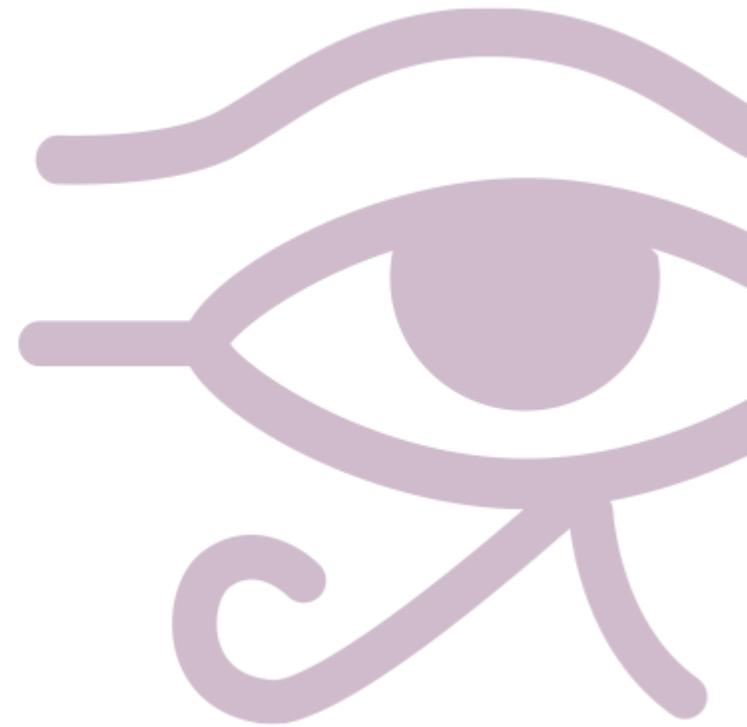
- Saumon
- Cabillaud
- Poissons blancs (lieu, merlu, lotte, sole...)
- Poissons bleus (sardine, maquereau, hareng...)
- Coquillages (Moules, coquilles Saint-Jacques...)
- Crustacés (Crevettes, crabes, langoustines...)
- Thon
- Truite
- Bar
- Huîtres



Afin de ne pas alourdir le rapport, uniquement les intitulés de famille seront présentés par la suite.



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



Quelle est la perception des produits aquatiques ?

Stabilité des indicateurs d'image et de confiance entre ces deux vagues 2020, avec tout de même une légère tendance globale à la hausse :

Seul le bœuf et le saumon voient leur note de confiance évoluer de façon significative. Ce dernier obtient, lors de cette vague une note de confiance supérieure à celle des huîtres.

Les produits de la mer conservent un niveau d'image et de confiance supérieur à celui de la viande.

Le porc, comme pour la vague 1-2020 reste en deçà, avec des notes d'image et de confiance inférieures aux autres produits carnés. Concernant les produits aquatiques, les résultats varient en fonction de l'indicateur étudié :

- Les coquillages restent l'espèce la mieux perçue par la population avec des notes d'image et de confiance supérieures à celles des poissons en général. Ses qualités gustatives, tout comme la qualité globale du produit viennent conforter cette vision positive.
- L'image du saumon, du thon et des huîtres est elle plus en retrait avec des notes d'image inférieures à celle du bœuf et du poulet. Notons tout de même que le saumon est particulièrement en deçà avec une note inférieure à 2. La qualité de produit mise en avant par les consommateurs ne contrebalance pas les aspects plus négatifs tels que les méthodes de pêche et d'élevage ou encore les garanties sanitaires.
- Dans un même temps, le degré de confiance accordé au saumon (bien qu'en hausse sur cette vague) et aux huîtres est plus bas que pour les autres espèces avec des notes inférieures à 3.
- Les poissons blancs, tout comme les bleus, le cabillaud et les crustacés inspirent, eux, tout comme pour la vague 1-2020 davantage confiance aux consommateurs avec une note supérieure à celle attribuée au poisson en général.

Une quantité d'informations variable selon l'espèce étudiée :

Les consommateurs estiment que le saumon, les huîtres et les coquillages restent les espèces pour lesquelles ils ont le plus d'information disponible, soit un résultat identique à la vague précédente.

Quelle que soit l'espèce étudiée, les décisions d'achat sont principalement dictées par le prix et la provenance du produit. Les consommateurs les plus âgés sont néanmoins particulièrement attentifs à la provenance du produit et aux signes de qualité et d'origine lorsqu'ils décident d'acheter des produits aquatiques. Les qualités gustatives du produit, tout comme les opportunités présentes sur le rayon au moment de l'achat font, eux aussi parti des critères ayant une importance dans cette décision mais de manière plus secondaire. Une baisse de l'importance des signes officiels de qualité et d'origine est à noter. Cette tendance sera donc à étudier lors de la prochaine vague afin de voir si elle se confirme.

De quelle manière les types de production sont-ils perçus ?

LA PÊCHE

La vision de la pêche reste relativement stable sur cette vague : les consommateurs sont toujours relativement positifs sur cette pratique, même si des attentes sont encore présentes concernant la compatibilité de celle-ci avec le bien-être animal

Les 50-64 ans sont d'ailleurs bien plus critiques à l'égard de ce point et estiment que la pêche est incompatible avec une prise en compte du bien être animal. Notons aussi que la part de personne indécise à ce sujet s'est significativement réduite au profit de ceux estimant que la filière prend déjà en compte ce sujet.

Les impacts de cette pratique sont variables en fonction du type de pêche étudiée :

- **Les aspects économiques sont particulièrement mis en avant par la population lorsqu'on évoque la petite pêche et la pêche côtière**, à savoir leur participation à l'économie locale ou encore la création et le maintien de l'emploi. La petite pêche est également perçue de manière positive concernant les aspects environnementaux, notamment via la préservation de la ressource marine. Cet aspect, bien qu'en hausse reste moindre pour la pêche côtière pour laquelle les aspects « négatifs sur l'environnement » priment. La surpêche et la pression sur la ressource halieutique sont particulièrement mis en avant par la population plus jeune.
- **Les aspects « négatifs » sur l'environnement particulièrement cités par la population pour la pêche au large et la grande pêche** : notamment sur la surpêche, la pression sur la ressource halieutique, la destruction des milieux ou des habitats. Des critères économiques tels que la création et le maintien de l'emploi sont eux aussi mis en avant pour ces types de pêche mais dans une moindre mesure.

L'AQUACULTURE

La pisciculture reste la pratique la moins bien perçue. Une meilleure prise en compte du bien-être animal est notamment attendue, tout particulièrement chez les 50-64 ans. Notons tout de même une hausse de la part de consommateurs estimant que la pisciculture prend déjà en compte le bien-être animal.

La conchyliculture, pratique la mieux perçue par la population française

Les retraités, tout comme la population habitant proche des côtes sont davantage conquis par cette pratique, sans doute parce qu'ils en ont une meilleure connaissance.

Ces 2 types de production, tout comme nous l'avions constaté lors de la vague 1- 2020, sont perçus positivement concernant leurs impacts économiques (participation à l'économie locale ainsi que la création et le maintien de l'emploi) **mais également environnementaux** (préservation de la ressource marine et son effet neutre sur l'environnement).

Les retraités ont tendance à davantage plébisciter les aspects économiques de l'aquaculture. Au contraire, les 25-34 ans et les professions intermédiaires sont eux plus critiques et mettent davantage en avant les aspects « négatifs » sur l'environnement de la pisciculture

Quel comportement de consommation durant le 2nd confinement ? Quelles perspectives pour les prochains mois ?

Durant le 2^{ème} confinement, 65% des consommateurs ont déclaré maintenir leur consommation de produits de la mer et aquatiques frais et de longue conservation

Ce constat est encore plus prononcé chez les hommes et les habitants des zones périurbaines. Les habitudes de consommation prises avant ce 2^{ème} confinement perdure pour les consommateurs réguliers de poisson qui maintiennent leur consommation.

Notons tout de même, que 10% de la population déclarent réduire leur consommation de produits aquatiques frais pendant ce 2^{ème} confinement

Ce constat est particulièrement vrai pour les femmes. Cette baisse déclarée de la consommation de produits aquatiques frais est justifiée par une réduction de budget pour 37% d'entre eux. 24% ont également évoqués une substitution de produits en privilégiant les produits de longue conservation.

Pour les prochains mois, plus de 7 répondants sur 10 déclarent qu'ils maintiendront leur consommation de produits aquatiques frais et de longue conservation. Notons tout de même une hausse significative de population ayant l'intention de réduire leur consommation de produits frais. Cette hausse se fait au détriment de ceux qui ont l'intention d'augmenter.

En outre, les personnes habitant à plus de 25km de la côte, tout comme les femmes auront, eux, tendance à stopper la consommation de ces produits.

Est-ce que la crise sanitaire modifie le comportement des consommateurs ?

Tout comme nous l'avions constaté lors de la première vague, la crise sanitaire actuelle semble pousser les consommateurs à recentrer leurs achats sur des produits aquatiques nationaux et locaux et à cuisiner les choses eux-mêmes :

- Près de 8 répondants sur 10 préfèrent consommer des produits français
- 60% déclarent cuisiner davantage à la maison
- Près de 6 répondants sur 10 privilégient les achats auprès de producteurs locaux

Les bretons, tout comme les 65 ans et plus, sont des cibles particulièrement sensibles à la consommation de produits nationaux et locaux. Cette région étant bordée par la mer, ces populations se sentent plus concernées par leur soutien et ont un accès facilité à ces produits.

L'achat de produits aquatiques en drive n'est pas l'option privilégiée des consommateurs.

De plus, comme certains le précisent pour justifier leur baisse de consommation de produits aquatiques frais, les drives ont, en général, une offre plus allégée sur ce genre de produit induisant de ce fait un déplacement en magasin pour des achats de ce type.

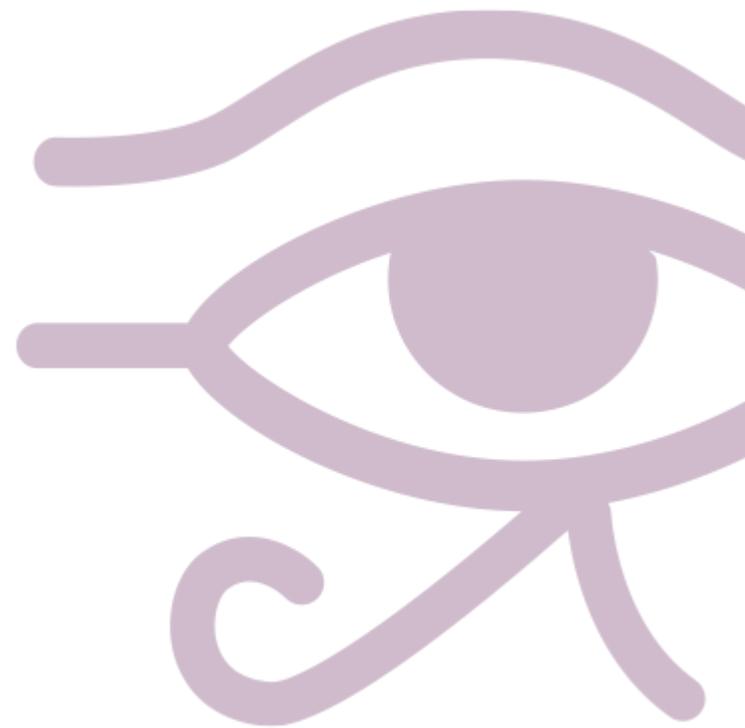
Néanmoins, certaines populations, telles que les 25-49 ans, les employés, les ouvriers ou encore les personnes habitant à plus de 25km de la côte sont plus friands des achats via drives. Peut-être est ce une solution de facilité pour eux.

Les français sont plus partagés lorsqu'il s'agit d'acheter des produits pré-emballés : l'aspect plus hygiénique favorisé durant le confinement, ne semble pas faire partie des emballages privilégiés avec près de la moitié des répondants ni d'accord ni pas d'accord avec cette pratique.

Concernant la perspective de réduction du budget sur ces denrées, les consommateurs sont partagés, le climat économique, toujours incertain doit y contribuer. Les jeunes et les CSP-, potentiellement plus touchées par la crise actuelle semble en effet plus enclin à chercher à réduire leur budget.

➡ Le constat reste relativement stable entre les 2 vagues de 2020. Bien qu'interrogée à des périodes différentes, les consommateurs abordent les choses de façon similaire, le contexte de crise sanitaire et de climat économique instable sur ces deux périodes ayant sans doute son effet.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



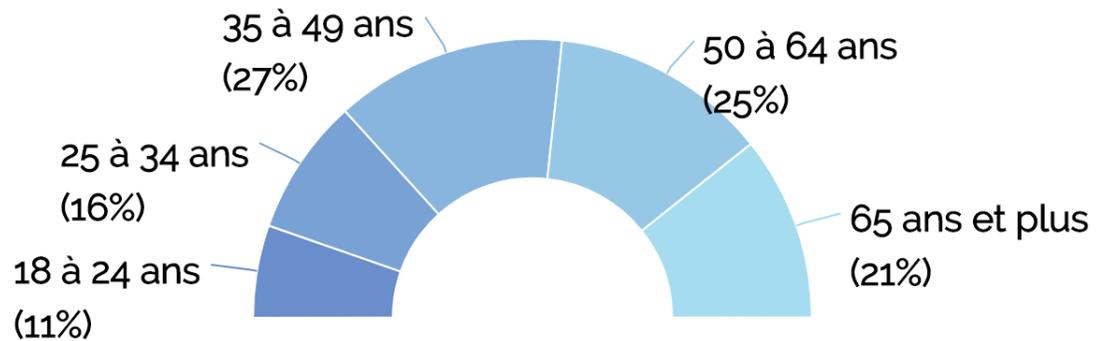
PROFIL DES RÉPONDANTS



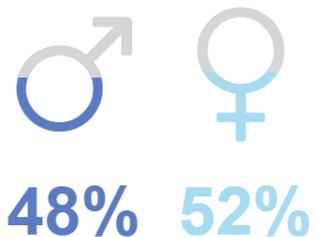


Un échantillon représentatif de la population française...

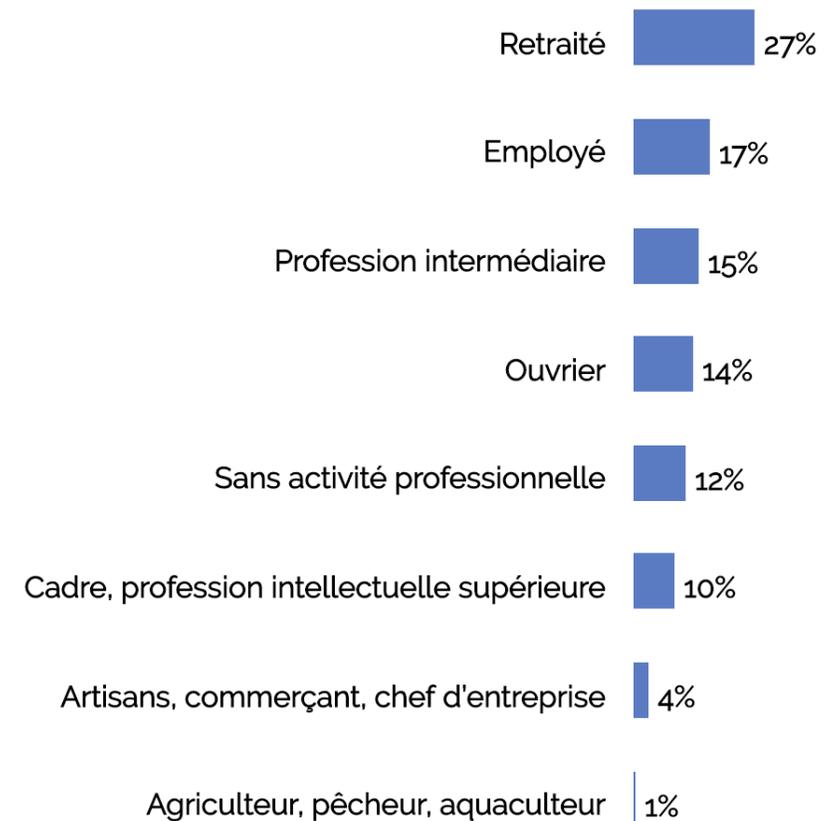
Tranche d'âge :



Genre

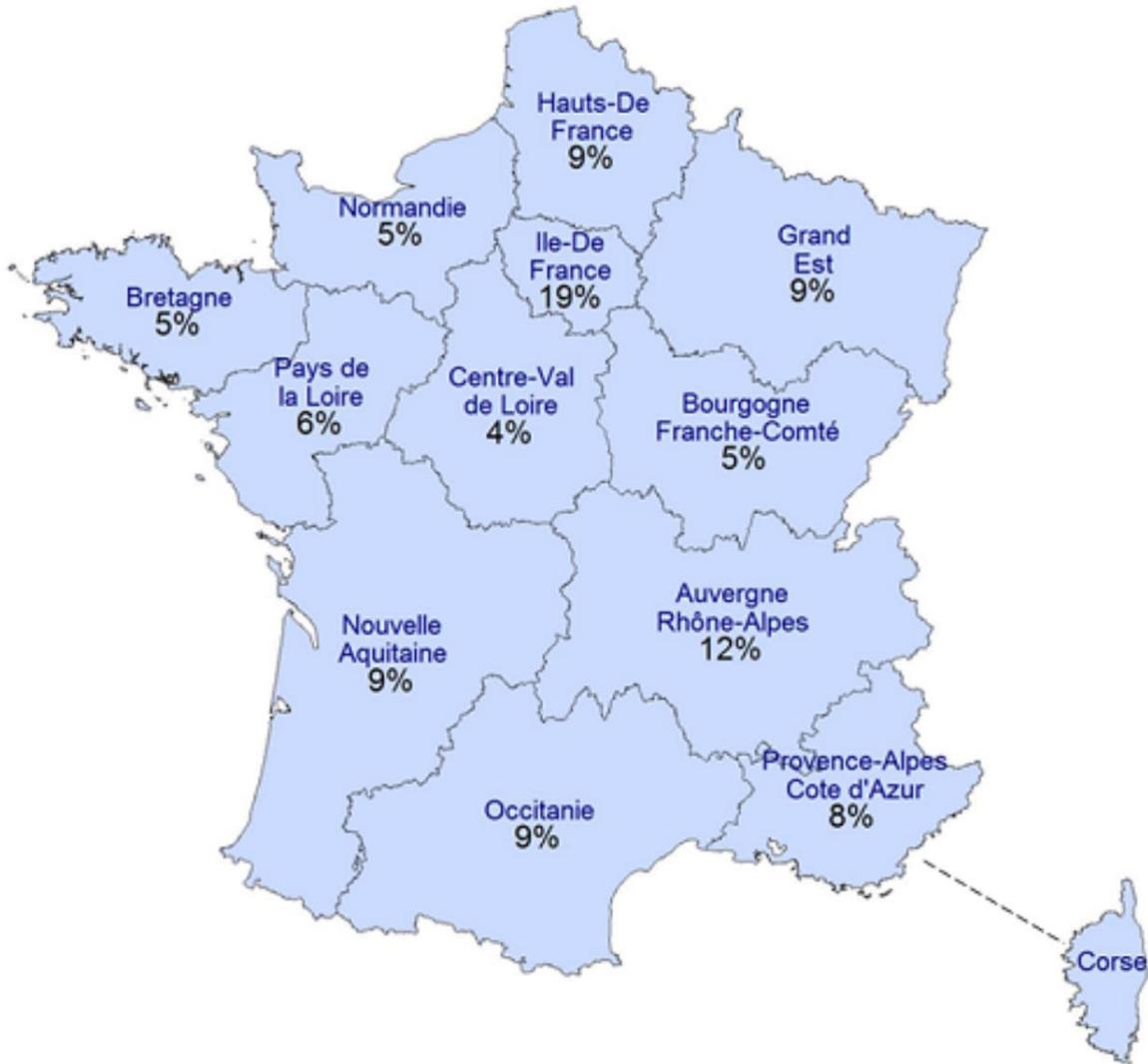


Quelle est votre profession ?

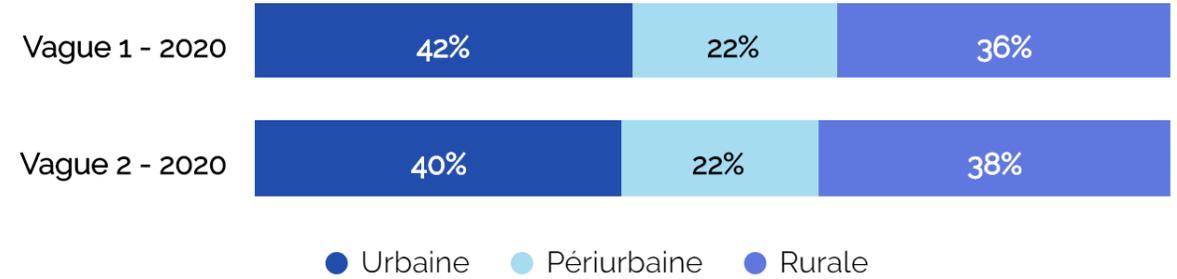




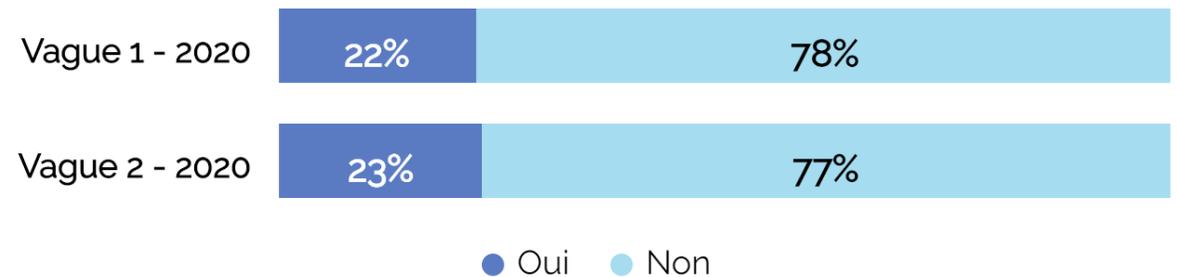
... habitant majoritairement dans les terres



Votre logement se situe dans une zone

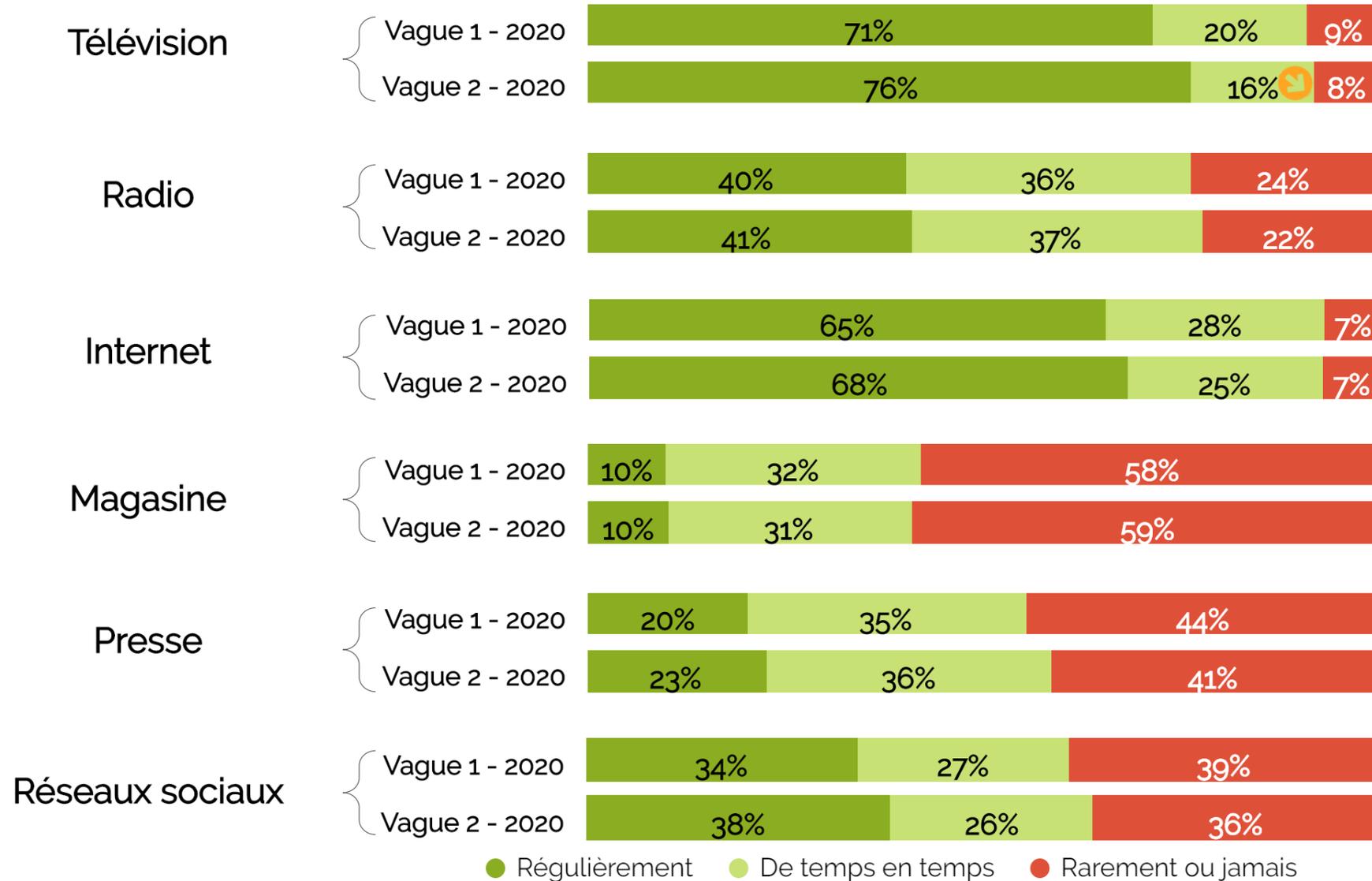


Votre logement se situe-t-il à moins de 25km de la côte ?





La télévision, internet et la radio restent les principales sources d'information des consommateurs





PERCEPTION DES PRODUITS AQUATIQUES





IMAGE
ET
CONFIANCE

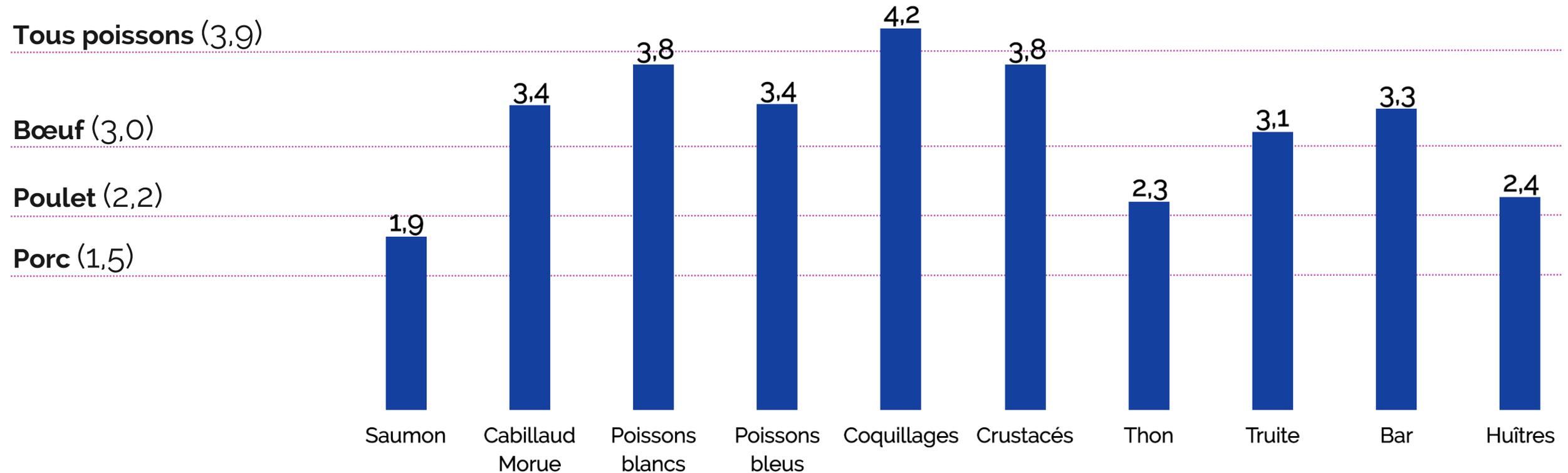




Les coquillages restent l'espèce la mieux perçue par les consommateurs

En revanche, le saumon, le thon et les huîtres sont, elles, plus en retrait

Globalement, quelle image avez-vous des produits alimentaires suivants ?
Vague 2 -2020



Les notes sont comprises entre -10 et 10.

Rappel : 5 = image plutôt bonne, -10 = Très mauvaise image



Une image stable des espèces sur l'année 2020

L'image du poisson reste supérieure à celle de la viande

Globalement, quelle image avez-vous des produits alimentaires suivants ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Poissons	3,7	3,9
Bœuf	2,8	3,0
Poulet	1,9	2,2
Porc	1,3	1,5
Coquillages	3,9	4,2
Crustacés	3,6	3,8
Poissons blancs	3,5	3,8
Poissons bleus	3,2	3,4
Cabillaud Morue	3,2	3,4
Bar	3	3,3
Truite	2,8	3,1
Huîtres	2,4	2,4
Thon	2,0	2,3
Saumon	1,6	1,9

Aucune différence significative n'est à noter entre les deux vagues



Les notes sont comprises entre -10 et 10.

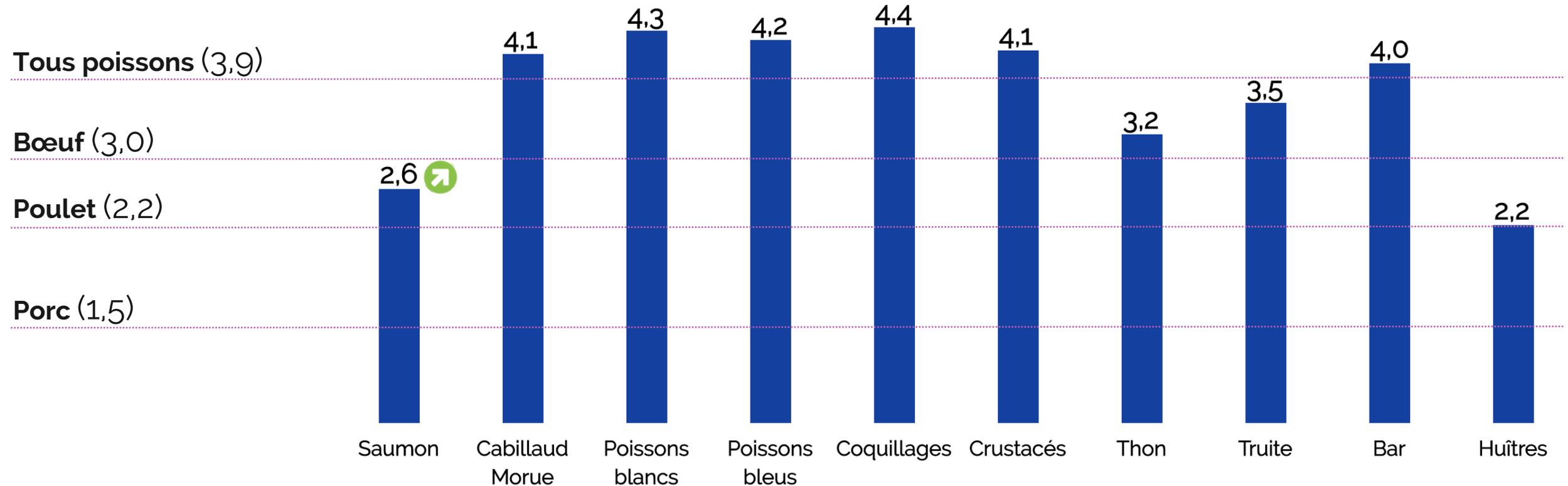
Rappel : 5 = image plutôt bonne, -10 = Très mauvaise image



Une confiance accrue dans certaines espèces

La confiance envers le poisson reste également supérieure à celle de la viande
Le saumon et les huitres disposent d'un déficit de confiance par rapport aux autres espèces bien que la confiance pour le saumon est en hausse significative.

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?
Vague 2 -2020



i Les notes sont comprises entre -10 et 10.
Rappel : 5 = Plutôt confiance, -10 = Pas du tout confiance



Stabilité de la confiance entre les 2 vagues 2020

Le saumon voit son niveau de confiance remonter sur cette vague 2 -2020, mais reste tout de même en deçà de 2019

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Poissons	3,6	4,0
Boeuf	3,3	3,8 ↗
Poulet	2,4	2,7
Porc	1,8	2,0
Coquillages	4,1	4,4
Poissons blancs	4,1	4,3
Poissons bleus	3,9	4,2
Crustacés	3,9	4,1
Cabillaud Morue	3,9	4,1
Bar	3,6	4,0
Truite	3,3	3,5
Thon	3,0	3,2
Saumon	2,1	2,6 ↗
Huîtres	2,3	2,2

Seul le saumon et le boeuf voient leur note de confiance augmenter de façon significative

 Les notes sont comprises entre -10 et 10. Rappel : 5 = Plutôt confiance, -10 = Pas du tout confiance

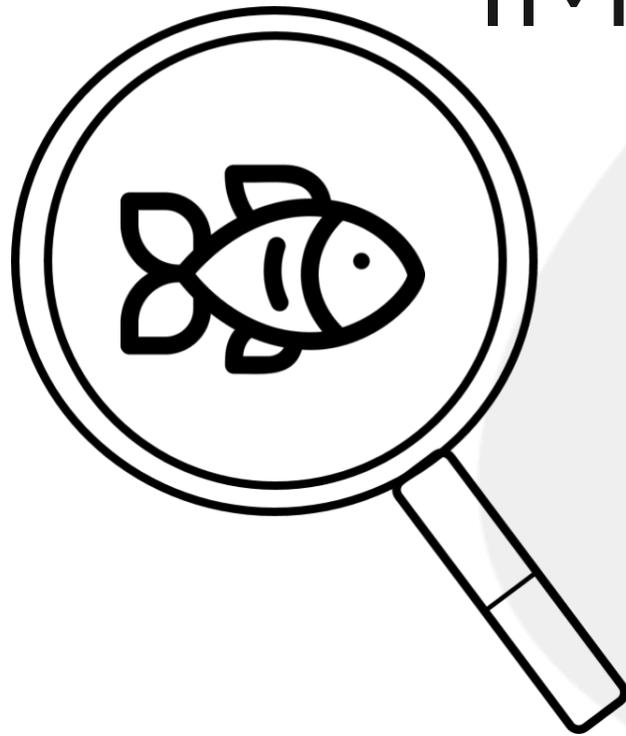


IMAGE DÉTAILLÉE PAR ESPÈCE





D'après les consommateurs, l'information disponible est toujours plus conséquente pour le saumon, les huîtres et les coquillages que pour les autres espèces

Sur cette vague, les huîtres arrivent en deuxième position, surpassant ainsi les coquillages.

Quelles sont les trois espèces pour lesquelles vous estimez avoir le plus d'informations disponible ?

	<i>Rappel V1 -2020</i>	%	% (RANG 1)	% (RANG 2)	% (RANG 3)
Saumon	48%	 50%	24%	13%	13%
Huîtres	41%	 48%	22%	17%	9%
Coquillages	50%	 42%	12%	15%	16%
Crustacés	29%	 29%	6%	10%	13%
Thon	25%	 28%	9%	10%	9%
Poissons blancs	19%	 24%	6%	8%	10%
Truite	29%	 21%	7%	6%	7%
Poissons bleus	23%	 21%	7%	7%	7%
Cabillaud / Morue	18%	 19%	5%	7%	7%
Bar	10%	 9%	3%	3%	3%

Aucune différence significative n'est à noter entre les deux vagues



NOTE DE LECTURE – Image détaillée

➔ Dans le cadre de cette analyse par espèce, une matrice a été mise en place.

La **matrice image globale - image détaillée** permet de mettre en perspective l'image globale d'une espèce avec les critères d'image détaillée. Cette analyse conduit à la production d'une carte où chaque critère est placé sur deux dimensions :

- **Horizontalement** : on y trouve la note moyenne de chaque item, soit l'image mesurée d'une espèce.
- **Verticalement** : il s'agit du coefficient de corrélation entre l'image détaillée du critère et l'image globale de l'espèce.

Cette matrice permet ainsi de positionner chaque critère selon son impact sur l'image globale de l'espèce :

Les PRIORITÉS D'ACTION en haut à gauche : nous indique les critères qui impactent fortement la note d'image globale et qui sont insuffisamment bien perçus par les répondants

Les FORCES À RETENIR en haut à droite : Ceux sont les critères jugés positivement et qui ont un impact fort sur l'image globale de l'espèce.

Les POINTS DE VIGILANCE en bas à gauche : les critères ne sont pas très bien perçus mais qui n'ont que peu d'impact sur la note d'image globale de l'espèce.

La VALEUR AJOUTÉE en bas à droite : ces critères sont bien évalués mais ils sont d'une importance moindre pour la note d'image globale de l'espèce.



NOTE DE LECTURE – Ecart de perception des sous-cibles

Dans les slides suivantes, nous avons mis en avant les écarts de perception selon les cibles, à savoir les différences significatives à 95% d'une cible par rapport à

l'ensemble de l'échantillon.

Seules les cibles ayant une note ou un pourcentage **significativement supérieur** à l'échantillon total sont présentés.

Différents types de différences seront mises en évidence :

Différence sur les % :

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	-
Autant d'origine française que d'importation	25-34 ans
Plus d'importation que d'origine française	Homme
Je ne sais pas	Ouvrier

Exemple d'interprétation :

Les hommes ont davantage une réponse « plus d'importation que d'origine française » à la question « Le cabillaud vendu dans le commerce est : »

Différence de moyenne :

Note d'image globale	18-24 ans Employés
Note de confiance	Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte



Lorsque les différences sont exposées sous forme de tableau, une note de bas de page précise quel type de différence est présentée



NOTE DE LECTURE – Variation entre les 2 vagues étudiées

Dans les slides suivantes, nous avons mis en avant les variations entre les deux vagues de 2020

Seules les variations **significatives** sont mises en évidence.

Cela se présente sous la forme suivante :



Hausse très significative
(Seuil 1%)



Baisse significative
(Seuil 5%)



Hausse significative
(Seuil 5%)



Baisse très significative
(Seuil 1%)



Afin de ne pas alourdir le rapport, la légende ne sera pas présente sur la totalité des slides.

NB :

Pour la question « Lors de vos achats de ...(espèces), quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ? » la réponse « Je n'en achète pas/consomme pas » a été intégrée comme modalité de réponse lors de cette vague 2 – 2020, pouvant ainsi avoir une incidence sur les évolutions significatives.



Le saumon, un produit de qualité...

... tout de même fragilisé par les **méthodes de pêche et d'élevage** ainsi que les **garanties sanitaires**. Ces aspects, bien que moins satisfaisants pour les consommateurs ne ternissent pas la confiance qu'en ont les consommateurs, en hausse sur cette vague.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

Forces à retenir

Produit de qualité

Points de vigilance

Rapport qualité - prix

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente
Qualités gustatives

Note d'image globale

1,9
(1,6)

Note de confiance

2,6 ↗
(2,1)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant le SAUMON ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité - prix	1,2	1,3
Disponibilité en points de vente	4,9	5,0
Produit de qualité	3,0	3,3
Garanties sanitaires	1,4	1,7
Méthodes de pêche ou d'élevage	-0,3	-0,1
Qualités gustatives	4,5	4,8

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



Le saumon, une espèce majoritairement importée

Le prix du produit, tout comme sa provenance restent les principaux critères lors de la décision d'achat.

Le saumon vendu dans le commerce est :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE SAUMON, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Provenance du produit	61%	62%
Prix	60%	62%
Signe officiel de qualité et d'origine	52%	43%
Qualités gustatives	37%	33%
Opportunité sur le rayon	28%	25%
Prise en compte du développement durable	22%	19%
Qualités nutritionnelles	19%	18%
Autre	2%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	1%	6% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Le saumon, une espèce particulièrement appréciée des employés.

Note d'image globale	Employés
Note de confiance	Employés

i Spécificités
Mise en
évidence des
différences
de moyenne

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Employés
Disponibilité en points de vente	Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Produit de qualité	18-24 ans Employés Sans activité professionnelle Habitant dans les Hauts-de-France
Garanties sanitaires	Employés Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	Employés / Ouvriers Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	18-24 ans Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur



Zoom sur les écarts de perception

Les retraités sont soucieux de la provenance du produit et s'intéressent particulièrement au signe officiel de qualité et d'origine du produit.

ORIGINE DU PRODUIT

i Spécificités – Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**

Plus d'origine française que d'importation	-
Autant d'origine française que d'importation	25-34 ans
Plus d'importation que d'origine française	50-64 ans / 65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure Homme Habitant en zone périurbaine / Habitant à plus de 25km de la côte
Je ne sais pas	Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Ouvrier / Sans activité professionnelle
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	35-49 ans Femme
Qualités gustatives	18-24 ans
Provenance du produit	Retraités
Prise en compte du développement durable	-



Le cabillaud possède de bonnes qualités gustatives et des garanties sanitaires satisfaisantes, faisant ainsi de lui un produit de qualité.

Attention tout de même aux **méthodes de pêche et d'élevage** qui restent le point noir de l'espèce.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente
Rapport qualité / prix

Note d'image globale

3,4
(3,2)

Note de confiance

4,1
(3,9)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant le CABILLAUD ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	3,1	3,4
Disponibilité en points de vente	3,8	4,1
Produit de qualité	3,8	4,0
Garanties sanitaires	3,0	3,3
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,3	1,6
Qualités gustatives	4,2	4,3

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

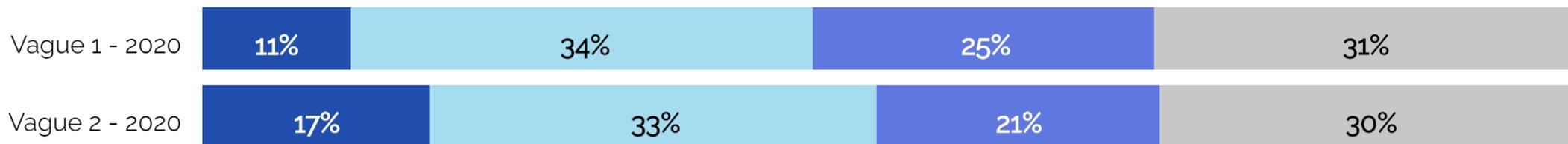
Forte →



Des consommateurs plus tranchés sur l'origine du cabillaud

Le prix du produit reste le facteur d'influence principal lors de l'acte d'achat

Le cabillaud vendu dans le commerce est :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas

★ 1er choix (Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE CABILLAUD, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	67%	65%
Provenance du produit	54%	48%
Signe officiel de qualité et d'origine	38%	32%
Qualités gustatives	37%	30%
Opportunité sur le rayon	34%	30%
Qualités nutritionnelles	25%	25%
Prise en compte du développement durable	21%	19%
Autre	2%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	1%	10% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Une meilleure perception / vision globale du cabillaud pour les 65 ans et plus

Note d'image globale	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	-
Disponibilité en points de vente	-
Produit de qualité	-
Garanties sanitaires	65 ans et plus
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant en zone urbaine
Qualités gustatives	Agriculteurs, pêcheur, aquaculteur



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes, une cible soucieuse de la prise en compte du développement durable lorsqu'ils achètent du cabillaud

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Employés Habitant en zone urbaine Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Plus d'importation que d'origine française	Homme
Je ne sais pas	18-24 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus
Opportunité sur le rayon	65 ans et plus
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	18-24 ans
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	Homme



Les coquillages, produit de qualité porté par ses qualités gustatives

Au contraire, les **garanties sanitaires** du produit et les **méthodes de pêche et d'élevage** restent des critères moins bien perçus. Il faut aussi rester vigilant sur le **rapport qualité/prix** et la **disponibilité du produit en points de vente**.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité

Points de vigilance

Rapport qualité / prix
Disponibilité en points de vente

Valeur ajoutée

Note d'image globale

4,2
(3,9)

Note de confiance

4,4
(4,1)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les COQUILLAGES ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	1,4	1,9
Disponibilité en points de vente	2,5	3,1
Produit de qualité	4,2	4,7
Garanties sanitaires	2,7	3,2
Méthodes de pêche ou d'élevage	2,7	3,1
Qualités gustatives	4,2	4,7

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE
Faible

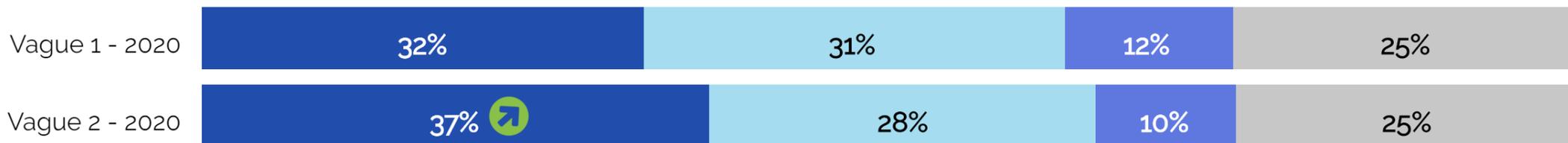
IMAGE MESURÉE

Forte →



L'origine des coquillages est plus tranchée sur cette vague avec plus d'un tiers de la population qui estime qu'ils sont davantage d'origine française que d'importation

Les coquillages vendus dans le commerce sont :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE COQUILLAGES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	63%	60%
Provenance du produit	57%	51%
Signe officiel de qualité et d'origine	41%	29%
Qualités gustatives	40%	34%
Opportunité sur le rayon	34%	30%
Qualités nutritionnelles	22%	16%
Prise en compte du développement durable	20%	15%
Autre	2%	1%
Je n'en achète/consomme pas	1%	15%



Zoom sur les écarts de perception

Les personnes habitant en Normandie, tout comme les 65 ans et plus sont particulièrement soucieux des garanties sanitaires du produit

Note d'image globale	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	-
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25 km de la côte
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Normandie ou en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant en zone périurbaine Habitant à moins de 25 km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant en Normandie
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant en Bretagne ou en Normandie Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Occitanie ou en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant en zone périurbaine Habitant à moins de 25 km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

Les qualités nutritionnelles des coquillages, critère d'achat important pour les employés

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Homme Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	-
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	18-24 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant en Ile-de-France Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité Homme Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	Employé
Qualités gustatives	Habitant en zone périurbaine
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	-

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Les qualités gustatives, force des crustacés

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage**, tout comme les **garanties sanitaires** viennent entacher cette perception. La rapport qualité/prix est lui aussi un critère sur lequel il faut rester vigilant.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité

Points de vigilance

Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente

Note d'image globale

3,8
(3,6)

Note de confiance

4,1
(3,9)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les CRUSTACÉS ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	1,0	1,6 ↗
Disponibilité en points de vente	2,9	3,3
Produit de qualité	4,2	4,4
Garanties sanitaires	2,6	3,0 ↗
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,7	1,9
Qualités gustatives	4,3	4,7 ↗

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



L'origine des crustacés, peu connue de la population

Pour les crustacés, le prix reste le principal critère d'influence lors de l'acte d'achat, les signes officiels de qualité et d'origine moins pris en compte

Les crustacés vendus dans le commerce sont :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE CRUSTACES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	63%	62%
Provenance du produit	53%	49%
Qualités gustatives	40%	35%
Signe officiel de qualité et d'origine	37%	29% ↓
Opportunité sur le rayon	36%	33%
Qualités nutritionnelles	23%	16% ↓
Prise en compte du développement durable	21%	17%
Autre	3%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	1%	13% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les 25-34 ans, particulièrement attentifs au rapport qualité prix des crustacés

Note d'image globale	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	25-34 ans
Disponibilité en points de vente	Habitant en Bretagne ou en Normandie
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant en Bretagne ou en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Normandie ou en Provence-Alpes- Côte-D'Azur Habitant à moins de 25km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

La provenance des crustacés, critère d'influence particulièrement prononcé chez les retraités

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus Habitant en zone rurale
Plus d'importation que d'origine française	50-64 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure Homme
Je ne sais pas	18-24 ans / 35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Ouvrier
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus Homme
Opportunité sur le rayon	Retraité
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	25-34 ans Homme

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



La perception du thon reste mitigée avec toutefois les forces de ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage** sont elles, bien en deçà avec une note moyenne tout juste positive. Le **rapport qualité/prix** reste aussi un point de vigilance pour cette espèce.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente

Note d'image globale

2,3
(2,0)

Note de confiance

3,2
(3,0)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant le THON ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	1,8	1,9
Disponibilité en points de vente	2,3	2,3
Produit de qualité	3,6	3,8
Garanties sanitaires	2,4	2,7
Méthodes de pêche ou d'élevage	-0,1	0,1
Qualités gustatives	4,2	4,3

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



Plus d'un tiers de la population estime que le thon est davantage un produit importé

Le prix et l'origine guident principalement la décision d'achat, le signe officiel de qualité intervient moins qu'à la vague précédente

Le thon vendu dans le commerce est :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE THON, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

VAGUE

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	64%	59%
Provenance du produit	50%	45%
Signe officiel de qualité et d'origine	40%	27% ↓
Qualités gustatives	36%	31%
Opportunité sur le rayon	35%	31%
Qualités nutritionnelles	24%	19% ↓
Prise en compte du développement durable	23%	18% ↓
Autre	2%	2% ↓
Je n'en achète/consomme pas	1%	16% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les garanties sanitaires, critère mis en avant par les employés et les hommes

Note d'image globale	-
Note de confiance	65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	18-24 ans / 25-34 ans Agriculteurs, pêcheurs, aquaculteur / Employés
Disponibilité en points de vente	18-24 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure / Employés / Sans activité professionnelle Habitant en Ile-de-France
Produit de qualité	Habitant en Occitanie ou en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Garanties sanitaires	Employé Homme
Méthodes de pêche ou d'élevage	Employés Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes, tout comme les retraités prennent davantage en compte les signes officiels de qualité et d'origine du produit lors de leur décision d'achat

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Habitant en zone périurbaine
Autant d'origine française que d'importation	Employés
Plus d'importation que d'origine française	50-64 ans Homme
Je ne sais pas	Sans activité professionnelle Femme

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité Homme
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	25-34 ans
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	Homme

i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



Les garanties sanitaires, tout comme ses qualités gustatives, font de la truite un produit perçu comme de qualité

Les **méthodes d'élevage** viennent toutefois ternir son image

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action
Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir
Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance
Disponibilité en points de vente

Valeur ajoutée
Rapport qualité / prix

Note d'image globale

3,1
(2,8)

Note de confiance

3,5
(3,3)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant la TRUITE ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	2,8	3,3 ↗
Disponibilité en points de vente	2,3	2,3
Produit de qualité	3,4	3,8 ↗
Garanties sanitaires	2,4	2,9 ↗
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,5	1,6
Qualités gustatives	3,9	4,0

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

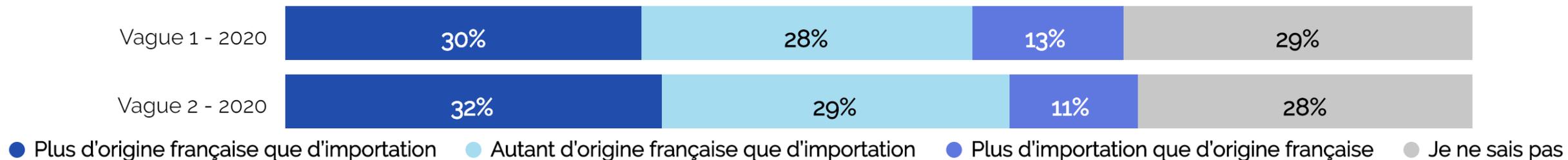
Forte →



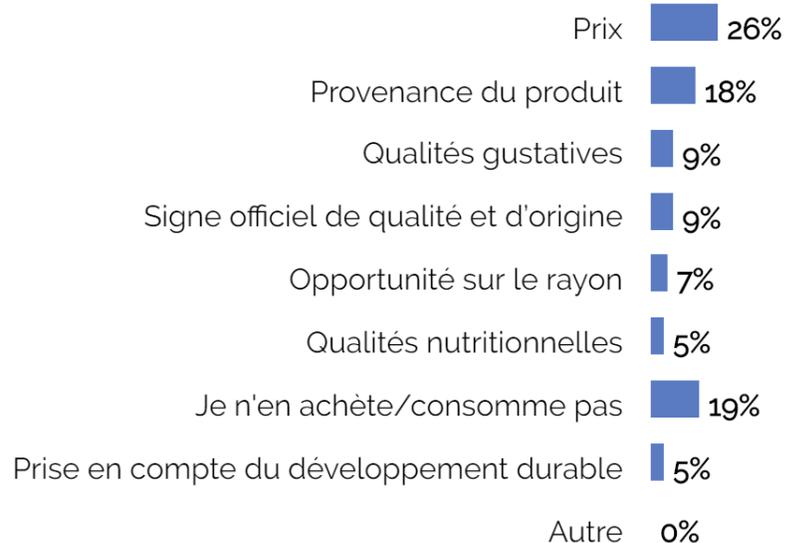
Aux yeux de la population, la truite est une espèce majoritairement française

Le prix du produit, tout comme sa provenance sont les critères qui influencent le plus les consommateurs au moment de l'achat.

La truite vendue dans le commerce est :



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE TRUITE, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	61%	55%
Provenance du produit	55%	46%
Signe officiel de qualité et d'origine	40%	29% ↓
Qualités gustatives	35%	30%
Opportunité sur le rayon	32%	28%
Prise en compte du développement durable	23%	17% ↓
Qualités nutritionnelles	22%	19%
Autre	3%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	3%	19% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les personnes habitant en Normandie, particulièrement attentives aux méthodes de pêche et d'élevage de la truite

Note d'image globale	-
Note de confiance	-

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Agriculteurs, pêcheur, aquaculteur Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Disponibilité en points de vente	-
Produit de qualité	-
Garanties sanitaires	-
Méthodes de pêche ou d'élevage	Habitant en Normandie
Qualités gustatives	-



Zoom sur les écarts de perception

La provenance du produit, critère important lors de l'achat pour les retraités

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes ou en Nouvelle Aquitaine
Autant d'origine française que d'importation	-
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus Homme
Opportunité sur le rayon	Cadre et profession intellectuelle supérieure
Qualités nutritionnelles	Employés Femme Habitant en zone urbaine
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	-

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Le bar, produit particulièrement apprécié pour ses garanties sanitaires et ses qualités gustatives

Au contraire, les **méthodes de pêche et d'élevage** sont elles, moins bien perçues par la population. Il faut aussi veiller au **rapport qualité/prix** et à la **disponibilité du produit**, qui sont, à l'heure actuelle, des points de vigilance

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Disponibilité en points de vente
Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Note d'image globale

3,3
(3,0)

Note de confiance

4,0
(3,6)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant le BAR ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	1,5	1,8
Disponibilité en points de vente	1,0	1,4
Produit de qualité	3,9	4,0
Garanties sanitaires	2,7	3,0
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,6	1,9
Qualités gustatives	3,8	4,1

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

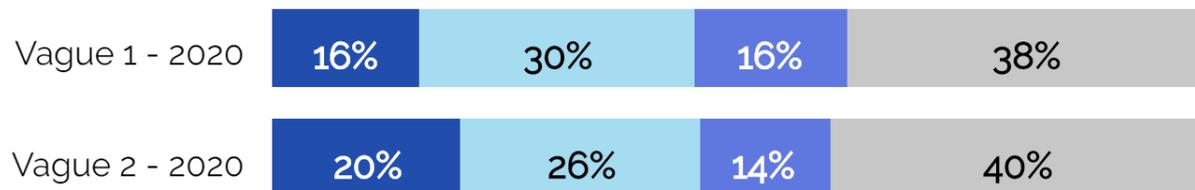
Forte →



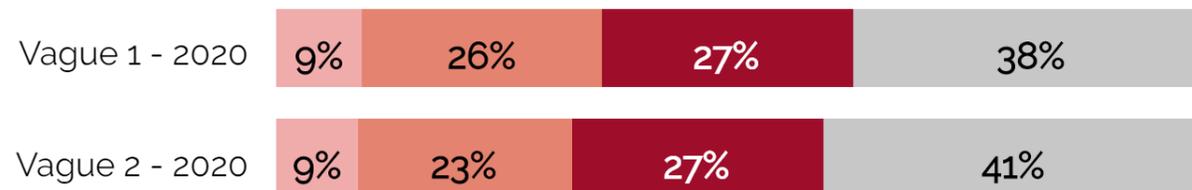
Des avis peu tranchés concernant l'origine du bar

L'acte d'achat est principalement dicté par le prix du produit

Le bar vendu dans le commerce est :



Le bar vendu dans le commerce est :



● Plus d'origine française que d'importation
 ● Autant d'origine française que d'importation
● Plus d'importation que d'origine française
 ● Je ne sais pas

● Plus sauvage que d'élevage
 ● Autant sauvage que d'élevage
● Plus d'élevage que sauvage
 ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE BAR, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	62%	50%
Provenance du produit	49%	40%
Signe officiel de qualité et d'origine	40%	24% ↓
Qualités gustatives	36%	26% ↓
Opportunité sur le rayon	35%	28% ↓
Qualités nutritionnelles	23%	14% ↓
Prise en compte du développement durable	19%	16%
Autre	4%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	3%	28% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus affectionnent particulièrement le bar

Note d'image globale	65 ans et plus
Note de confiance	65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	25-34 ans Employés Habitant à moins de 25km de la côte
Disponibilité en points de vente	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Employés Habitant en Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes, tout comme la population habitant à moins de 25 km de la côte estiment que le bar est autant d'élevage que sauvage

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	18-24 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25km de la côte

PROVENANCE DU PRODUIT

Plus sauvage que d'élevage	-
Autant d'élevage que sauvage	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Plus d'élevage que sauvage	50-64 ans / 65 ans et plus Retraité Homme Habitant en Ile-de-France
Je ne sais pas	18-24 ans / 35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant dans le Grand-Est Habitant à plus de 25km de la côte

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Zoom sur les écarts de perception

Les employés achètent du bar pour ses qualités nutritionnelles alors que les professions intermédiaires prennent eux, davantage en compte le développement durable

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Habitant en Occitanie
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	Employé
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Profession intermédiaire

i Spécificités – Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



Les poissons blancs, famille portée par ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires

Attention toutefois aux **méthodes de pêche** qui sont elles, beaucoup moins bien perçues.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action
Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir
Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Valeur ajoutée
Disponibilité en points de vente
Rapport qualité / prix

Note d'image globale

3,8
(3,5)

Note de confiance

4,3
(4,1)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les POISSONS BLANCS ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	3,0	3,3
Disponibilité en points de vente	3,9	4,2
Produit de qualité	3,2	3,8
Garanties sanitaires	2,6	3,3
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,5	1,8
Qualités gustatives	3,4	4,2

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

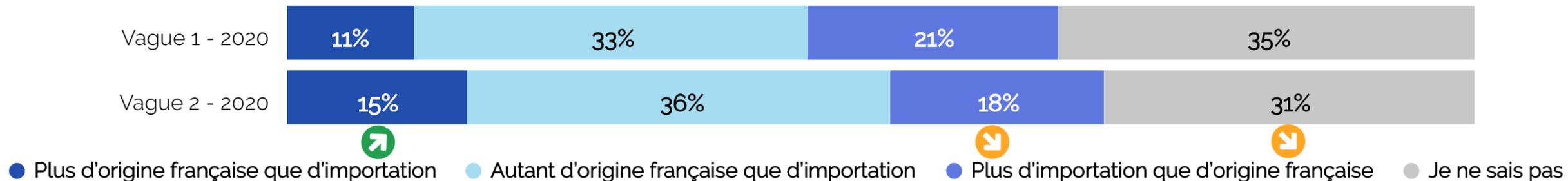
Forte →



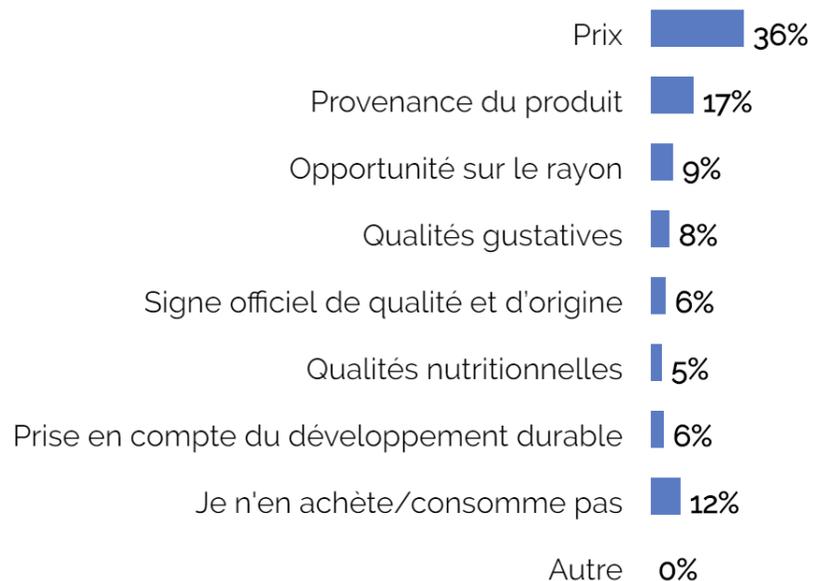
Une population relativement indécise quant à l'origine du produit

Le prix et la provenance du produit comme principaux critères impactant l'achat

Les poissons blancs vendus dans le commerce sont :



★ **1er choix**
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE POISSONS BLANCS, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	64%	64%
Provenance du produit	50%	46%
Qualités gustatives	38%	32%
Opportunité sur le rayon	37%	34%
Signe officiel de qualité et d'origine	35%	28% ↘
Qualités nutritionnelles	25%	20% ↘
Prise en compte du développement durable	21%	20%
Autre	3%	1% ↘
Je n'en achète/consomme pas	1%	12% ↗



Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus ont une meilleure perception des poissons blancs que la population globale

Note d'image globale	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25 km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25 km de la côte
Disponibilité en points de vente	Cadre, profession intellectuelle supérieure
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25 km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25 km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	-
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

Les signes officiels de qualité et d'origine, critère qui touchent particulièrement les 65 ans et plus

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	18-24 ans Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus
Opportunité sur le rayon	Retraité
Qualités nutritionnelles	Habitant en zone urbaine
Qualités gustatives	Ouvrier
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	Habitant à plus de 25 km de la côte

i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



Les poissons bleus, famille de produits particulièrement appréciée pour ses qualités gustatives, ses garanties sanitaires mais aussi son rapport qualité/prix

Seules les **méthodes de pêche** viennent ternir l'image globale de cette famille de produit.

Bilan d'image (Vague 2 - 2020)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Rapport qualité / prix
Qualités gustatives
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente

Note d'image globale

3,4
(3,2)

Note de confiance

4,2
(3,9)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les POISSONS BLEUS ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	2,5	3,9
Disponibilité en points de vente	2,1	3,1
Produit de qualité	2,7	3,6
Garanties sanitaires	2,4	3,1
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,3	1,7
Qualités gustatives	3,1	3,9

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

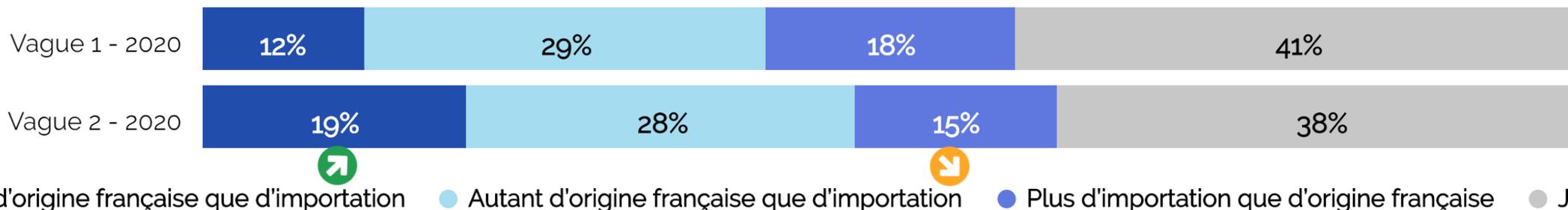
IMAGE MESURÉE

Forte →



L'acte d'achat des poissons bleus est particulièrement orienté par le prix

Les poissons bleus vendus dans le commerce sont :



★ **1er choix**
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS DE POISSONS BLEUS, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	62%	53%
Provenance du produit	49%	39%
Qualités gustatives	37%	28% ↓
Opportunité sur le rayon	35%	30%
Signe officiel de qualité et d'origine	34%	23% ↓
Qualités nutritionnelles	24%	21%
Prise en compte du développement durable	21%	15% ↓
Autre	5%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	2%	23% ↑



Zoom sur les écarts de perception

La disponibilité en point de vente mise en avant par les hommes

Note d'image globale	50-64 ans / 65 ans et plus Habitant en Occitanie Habitant à moins de 25km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Habitant en Bretagne ou en Provenance-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte
Disponibilité en points de vente	Homme
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant en Provenance-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus, davantage soucieux de la provenance des poissons bleus lors de leurs achats

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Habitant en zone périurbaine Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus Homme
Plus d'importation que d'origine française	Homme
Je ne sais pas	18-24 ans Ouvrier / sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	35-49 ans Habitant en Ile-de-France
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	-

i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



les huîtres, un produit à l'image ternie par la disponibilité en point de vente et par le rapport qualité/prix

Bien que moins important à leurs yeux, les consommateurs mettent toutefois en avant les **qualités gustatives** du produit mais aussi ses **méthodes d'élevage** et ses **garanties sanitaires**

Bilan d'image
(Vague 2 - 2020)

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE
Faible



IMAGE MESURÉE

Forte →

Note d'image globale

2,4
(2,4)

Note de confiance

2,2
(2,3)

A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les HUITRES?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Rapport qualité / prix	1,6	2,0
Disponibilité en points de vente	2,0	2,2
Produit de qualité	4,8	4,9
Garanties sanitaires	3,5	3,7
Méthodes de pêche ou d'élevage	3,9	4,1
Qualités gustatives	4,2	4,3



Les huîtres, un produit d'origine française

Le prix et la provenance du produit facteur d'influence principaux de la décision d'achat

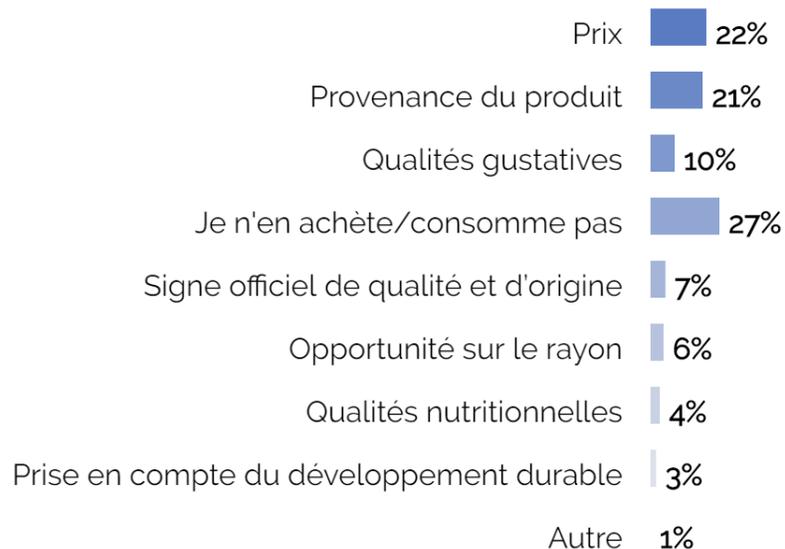
Les huîtres vendues dans le commerce sont :



● Plus d'origine française que d'importation ● Autant d'origine française que d'importation ● Plus d'importation que d'origine française ● Je ne sais pas



1er choix
(Vague 2 - 2020)



LORS DE VOS ACHATS D'HUITRES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2020	VAGUE 2 - 2020
Prix	62%	48% ↓
Provenance du produit	58%	47%
Signe officiel de qualité et d'origine	43%	23% ↓
Qualités gustatives	40%	34%
Opportunité sur le rayon	27%	22%
Qualités nutritionnelles	21%	15% ↓
Prise en compte du développement durable	17%	13% ↓
Autre	6%	1% ↓
Je n'en achète/consomme pas	1%	27% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les 18-24 ans apprécient tout particulièrement les huîtres

Note d'image globale	18-24 ans / 25-34 ans Agriculteur, pêcheur et aquaculteur Sans activité professionnelle
Note de confiance	18-24 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Habitant en Bretagne ou en Centre Val de Loire ou Pays de la Loire Habitant à moins de 25km de la côte
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus Homme Habitant en Bretagne ou en Occitanie Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur Habitant à moins de 25km de la côte

i Spécificités –
Mise en
évidence des
**différences
de moyenne**



Zoom sur les écarts de perception

Les signes officiels de qualité et d'origine, tout comme la provenance du produit ont davantage d'importance pour les 65 ans et plus

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65-64 ans / 65 ans et plus Habitant en Nouvelle Aquitaine Habitant en zone rurale
Autant d'origine française que d'importation	25-34 ans Employés Habitant à moins de 25 km de la côte
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	18-24 ans / 25-34 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25km de la côte

i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus Homme
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	25-34 ans
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Homme



PERCEPTION DES MODES DE PRODUCTION



PERCEPTION DE LA PÊCHE

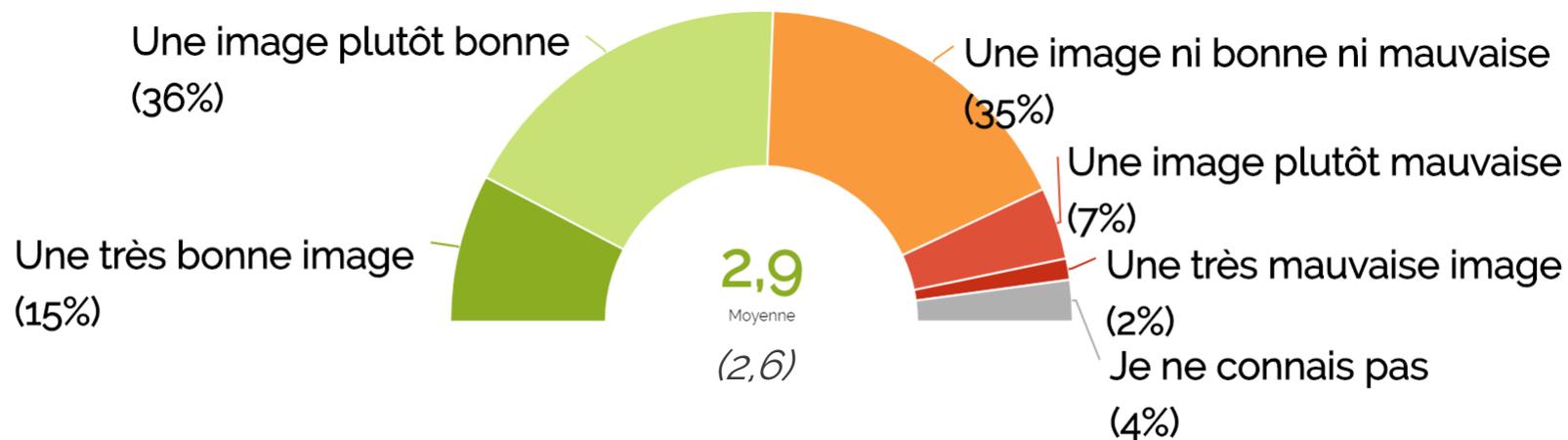




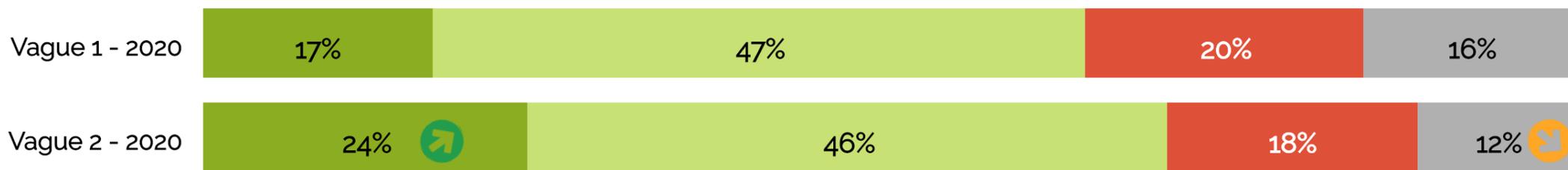
La pêche reste une pratique bien perçue par les français de manière globale

Il faut néanmoins poursuivre les efforts sur la prise en compte du bien-être animal

Image de la pêche



Compatibilité de la pêche avec le bien-être animal



- Oui, cette filière prend déjà en compte ce sujet
- Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques
- Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal
- Sans opinion



Une meilleure perception de la pêche pour les plus âgés et la population habitant près des côtes

Les 50-64 ans sont particulièrement critique quant à la compatibilité de la pêche et du bien-être animal

Note d'image de la pêche	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
---------------------------------	---

i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur la moyenne**

COMPATIBILITE AVEC LE BIEN-ETRE ANIMAL

Oui, cette filière prend déjà en compte ce sujet	-
Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques	Habitant dans une zone périurbaine
Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal	50-64 ans
Sans opinion	-

i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



Des effets variables en fonction du type de pêche étudiée

D'après vous, quels sont les effets de ces modes de pêche ?

(Vague 2 – 2020)

	Petite pêche	Pêche côtière	Pêche au large	Grande pêche
Aspects économiques	77%	60%	39%	27%
Participation à l'économie locale	59%	42%	20%	9%
Création et maintien de l'emploi	56%	44%	29%	23%
Aspects environnementaux	44%	26%	13%	10%
Préservation de la ressource marine	35%	17%	6%	4%
Aucun effet environnemental	19%	11%	6%	4%
Atténuation du réchauffement climatique	8%	5%	3%	2%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	10%	34%	61%	71%
Désagréments directs de proximité	3%	8%	11%	14%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%	27%	50%	59%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	14%	32%	43%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	8%	10%	10%	11%

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets**, quel que soit le mode de pêche étudié.



Le caractère économique de la petite pêche particulièrement mis en avant par la population

Les habitants résidant près de la côte sont, eux, plus sensibles aux aspects « négatifs » sur l'environnement de la petite pêche.

D'après vous, quels sont les effets de la **petite pêche** ?

	Vague 1 -2020	Vague 2 -2020
Aspects économiques	74%	77%
Participation à l'économie locale	60%	59%
Création et maintien de l'emploi	48%	56%
Aspects environnementaux	42%	44%
Préservation de la ressource marine	32%	35%
Aucun effet environnemental	17%	19%
Atténuation du réchauffement climatique	7%	8%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	12%	10%
Désagréments directs de proximité	5%	3% 
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%	5%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	5%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	11%	8% 

Habitant en zone urbaine
Habitant à moins de 25 km de la côte

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets** pour la petite pêche



La grande majorité de la population met en avant les aspects économiques de la pêche côtière

Les 25-49 ans sont eux plus critiques et pointent du doigt les aspects « négatifs » sur l'environnement

D'après vous, quels sont les effets de la pêche côtière ?

	Vague 1 -2020	Vague 2 -2020
Aspects économiques	55%	60%
Participation à l'économie locale	41%	42%
Création et maintien de l'emploi	38%	44%
Aspects environnementaux	20%	26% 
Préservation de la ressource marine	13%	17% 
Aucun effet environnemental	8%	11% 
Atténuation du réchauffement climatique	3%	5% 
Aspects "négatifs" sur l'environnement	33%	34%
Désagréments directs de proximité	8%	8%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	25%	27%
Destruction des milieux ou des habitats	17%	14%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	15%	10% 

Retraités

25-34 ans
35-49 ans

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets** pour la pêche côtière



Les aspects « négatifs » sur l'environnement particulièrement visibles lorsqu'on évoque la pêche au large

Les répondants mettent toutefois en avant la création et le maintien de l'emploi induit par cette pratique

D'après vous, quels sont les effets de la pêche au large ?

	Vague 1 -2020	Vague 2 -2020
Aspects économiques	33%	39%
Participation à l'économie locale	17%	20%
Création et maintien de l'emploi	24%	29% 
Aspects environnementaux	12%	13%
Préservation de la ressource marine	5%	6% 
Aucun effet environnemental	5%	6% 
Atténuation du réchauffement climatique	4%	3%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	59%	61%
Désagréments directs de proximité	10%	11%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	49%	50%
Destruction des milieux ou des habitats	31%	32%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	16%	10% 

Femme

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets** pour la pêche au large



La grande pêche, pratique pointée du doigt pour ses aspects « négatifs » sur l'environnement

Les hommes, sont eux, plus attentifs aux aspects environnementaux de cette pratique

D'après vous, quels sont les effets de la grande pêche ?

	Vague 1 -2020	Vague 2 -2020
Aspects économiques	23%	27%
Participation à l'économie locale	10%	9%
Création et maintien de l'emploi	17%	23%
Aspects environnementaux	9%	10%
Préservation de la ressource marine	3%	4%
Aucun effet environnemental	4%	4%
Atténuation du réchauffement climatique	3%	2%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	68%	71%
Désagréments directs de proximité	13%	14%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	57%	59%
Destruction des milieux ou des habitats	40%	43%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	16%	11%

Homme

65 ans et plus

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets** pour la grande pêche.



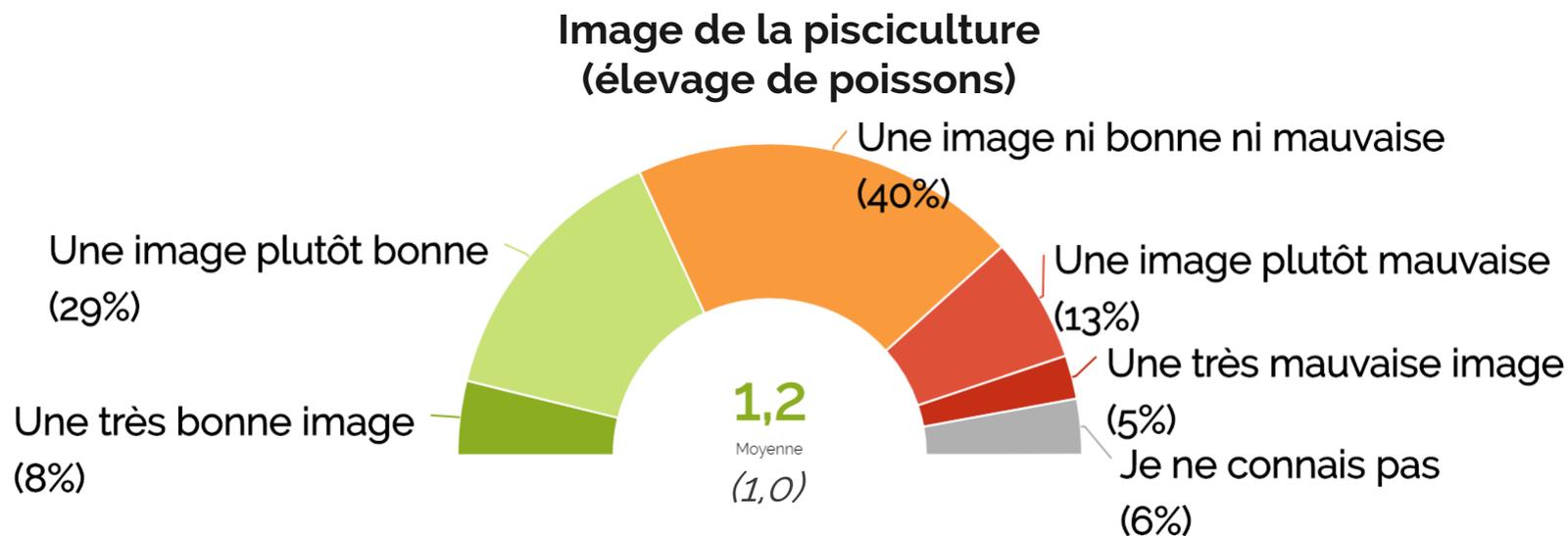
PERCEPTION DE L'AQUACULTURE



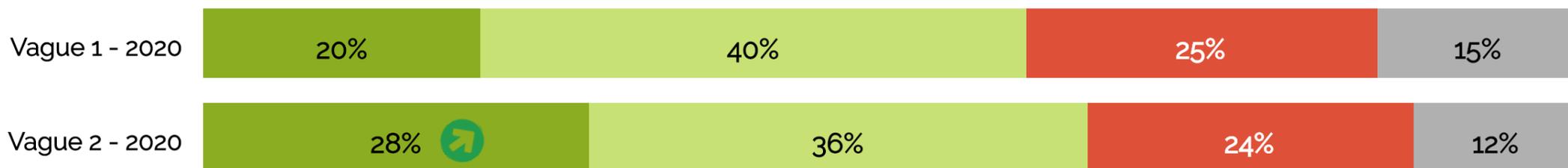


Légère amélioration pour la pisciculture, qui reste tout de même un procédé moins bien perçu

La prise en compte du bien-être animal : une vision qui s'est améliorée entre les deux vagues



Compatibilité de la pisciculture avec le bien-être animal



- Oui, cette filière prend déjà en compte ce sujet
- Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques
- Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal
- Sans opinion



Les 50-64 ans estiment que la pisciculture a encore des progrès à faire pour être compatible avec le bien-être animal

Note d'image de la pisciculture	-
---------------------------------	---

i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur la moyenne**

COMPATIBILITE AVEC LE BIEN-ETRE ANIMAL – Pour la pisciculture

Oui, cette filière prend déjà en compte ce sujet	-
Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques	50-64 ans
Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal	-
Sans opinion	-

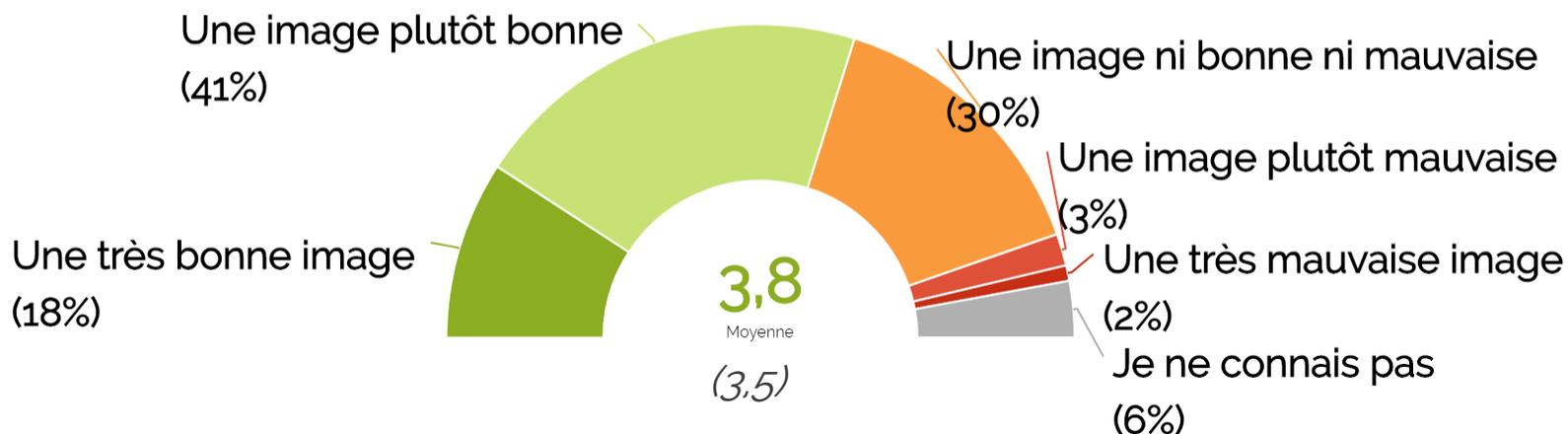
i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



La conchyliculture reste la pratique la mieux perçue

Les consommateurs habitant à moins de 25km de la côte sont davantage conquis par ce procédé

Image de la conchyliculture (élevage d'huîtres, de moules et autres coquillages)



Note d'image de la conchyliculture

65 ans et plus
Habitant en Pays de la Loire
Habitant à moins de 25km de la côte



Spécificités Mise en évidence des **différences sur la moyenne**



L'aquaculture, une pratique qui impacte l'économie locale et son l'emploi

Une connaissance accrue de ce type de pratique pour cette vague

D'après vous, quels sont les effets de l'aquaculture ?

(Vague 2 – 2020)

	Pisciculture	Conchyliculture
Aspects économiques	60%	77%
Participation à l'économie locale	44%	60%
Création et maintien de l'emploi	41%	58%
Aspects environnementaux	46%	44%
Préservation de la ressource marine	34%	32%
Aucun effet environnemental	15%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	4%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	24%	11%
Désagréments directs de proximité	14%	4%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	7%	4%
Destruction des milieux ou des habitats	9%	4%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	8%	7%

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets**, quel que soit le mode de production étudié.



Les aspects économiques engendrés par la pisciculture priment sur les autres aspects

Notons tout de même une hausse des consommateurs ayant mis en avant un aspect environnemental ou encore un aspect « négatif » sur l'environnement

D'après vous, quels sont les effets de la pisciculture ?

	Vague 1 -2020	Vague 2 - 2020
Aspects économiques	56%	60%
Participation à l'économie locale	40%	44%
Création et maintien de l'emploi	39%	41%
Aspects environnementaux	39%	46%
Préservation de la ressource marine	27%	34%
Aucun effet environnemental	16%	15%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	20%	24%
Désagréments directs de proximité	10%	14%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%	7%
Destruction des milieux ou des habitats	7%	9%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	15%	8%

Retraités

25-34 ans
Profession intermédiaire

Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets**, quel que soit le mode de production étudié.



Les effets économiques de la conchyliculture clairement mis en avant par les consommateurs

La population habitant à plus de 25km de la côte sont eux plus en retrait avec une connaissance moindre de la conchyliculture

D'après vous, quels sont les effets de Conchyliculture ?

	Vague 1 - 2020	Vague 2 - 2020
Aspects économiques	67%	77% 
Participation à l'économie locale	51%	60% 
Création et maintien de l'emploi	48%	58% 
Aspects environnementaux	41%	44%
Préservation de la ressource marine	28%	32% 
Aucun effet environnemental	19%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	4%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	10%	11%
Désagréments directs de proximité	5%	4%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%	4%
Destruction des milieux ou des habitats	3%	4%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	14%	7% 

Retraités
Habitant en Occitanie

Habitant à plus de 25 km de la côte

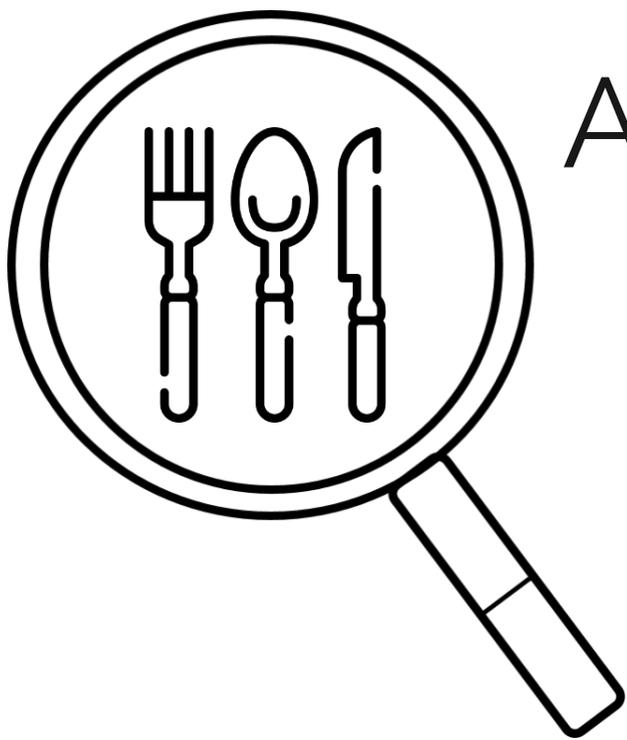
Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux effets**, quel que soit le mode de production étudié.

LA CONSOMMATION DE PRODUITS AQUATIQUES ET DE VIANDE

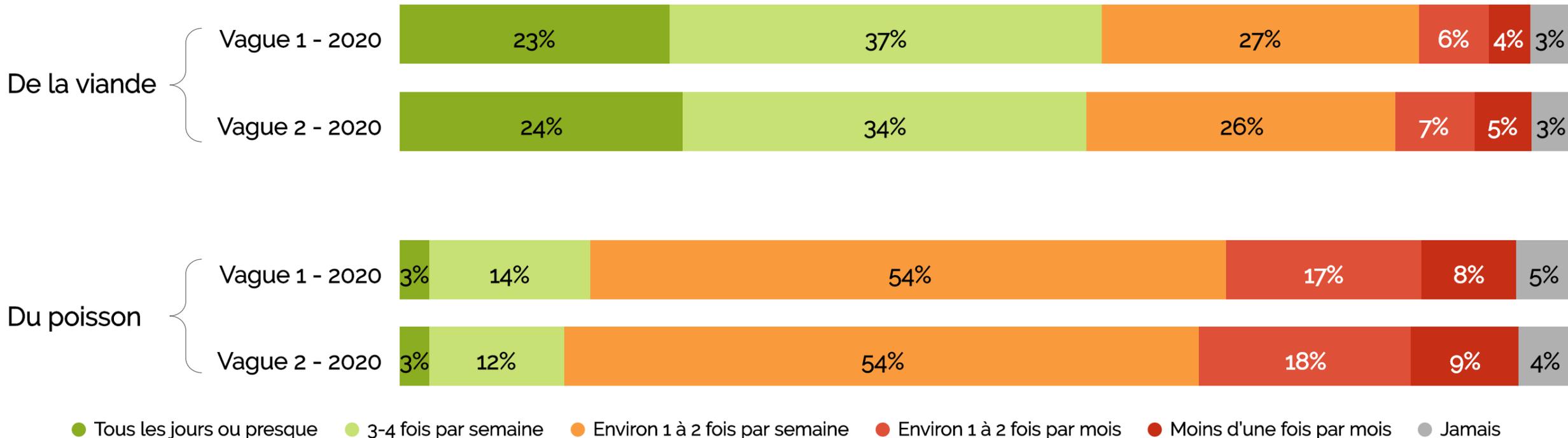




Une consommation de poisson stable, soit environ une à 2 fois par semaine pour la majorité des français

De façon générale, les français consomment de la viande bien plus régulièrement (3-4 fois par semaine, voire tous les jours)

A quelle fréquence consommez-vous de la viande et du poisson chez vous ou en dehors de votre domicile ?
(par exemple au restaurant ou sur votre lieu de travail)



Aucune différence significative n'est à noter entre les deux vagues



Les 18-24, population très friande de viande, avec une consommation quasi quotidienne

FREQUENCE DE CONSOMMATION DE LA VIANDE

Tous les jours ou presque	18-24 ans Employé Habitant en zone rurale
3-4 fois par semaine	65 ans et plus Homme
Environ 1 à 2 fois par semaine	-
Environ 1 à 2 fois par mois	Femme Habitant en zone urbaine
Moins d'une fois par mois	-
Jamais	-

FREQUENCE DE CONSOMMATION DU POISSON

Tous les jours ou presque	-
3-4 fois par semaine	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Environ 1 à 2 fois par semaine	65 ans et plus Habitant en zone périurbaine
Environ 1 à 2 fois par mois	Sans activité professionnelle
Moins d'une fois par mois	Femme Habitant à plus de 25km de la côte
Jamais	Habitant à plus de 25km de la côte

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 SUR LE COMPORTEMENT D'ACHAT DES CONSOMMATEURS





La population française souhaite maintenir sa consommation de produits aquatiques et de la mer frais malgré le contexte

Ce constat est le même pour les produits de longue conservation

Durant ce 2ème confinement, pensez-vous réduire, maintenir ou augmenter votre consommation des produits suivants ?
(Vague 2 - 2020)

Produits de la mer et aquatiques
frais



Produits de la mer et aquatiques
de longue conservation (surgelé,
conserves...)



● J'augmente ● Je maintiens ● Je réduis ● Je n'en consomme pas ● Je consomme autrement*

Rappel : La question pour la vague 1 -2020 était la suivante : « **Durant le confinement, avez-vous réduit, maintenu ou augmenté votre consommation des produits suivants ?** »

Les modalités de réponses étaient les suivantes : ● J'ai augmenté ● J'ai maintenu ● J'ai réduit ● Je n'en ai pas consommé ● J'ai consommé autrement*

➔ Les résultats ne sont donc pas tout à fait comparables entre les deux vagues.



Les 65 ans et plus, tout comme les hommes et la population habitant en zone périurbaine maintiennent davantage leur consommation de produits aquatiques frais

CONSOMMATION PRODUITS DE LA MER ET AQUATIQUES FRAIS

J'augmente	-
Je maintiens	65 ans et plus Homme Habitant en zone périurbaine Consommateur régulier de poisson (1 à 2 fois par semaine)
Je réduis	Femme
Je n'en consomme pas	Femme Habitant à plus de 25km de la côte
Je consomme autrement	-

CONSOMMATION PRODUITS DE LA MER ET AQUATIQUES DE LONGUE CONSERVATION

J'augmente	Habitant à moins de 25km de la côte
Je maintiens	50-64 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure Homme Habitant en zone périurbaine Consommateur régulier de poisson (1 à 2 fois par semaine)
Je réduis	Habitant en zone urbaine
Je n'en consomme pas	Femme
Je consomme autrement	-

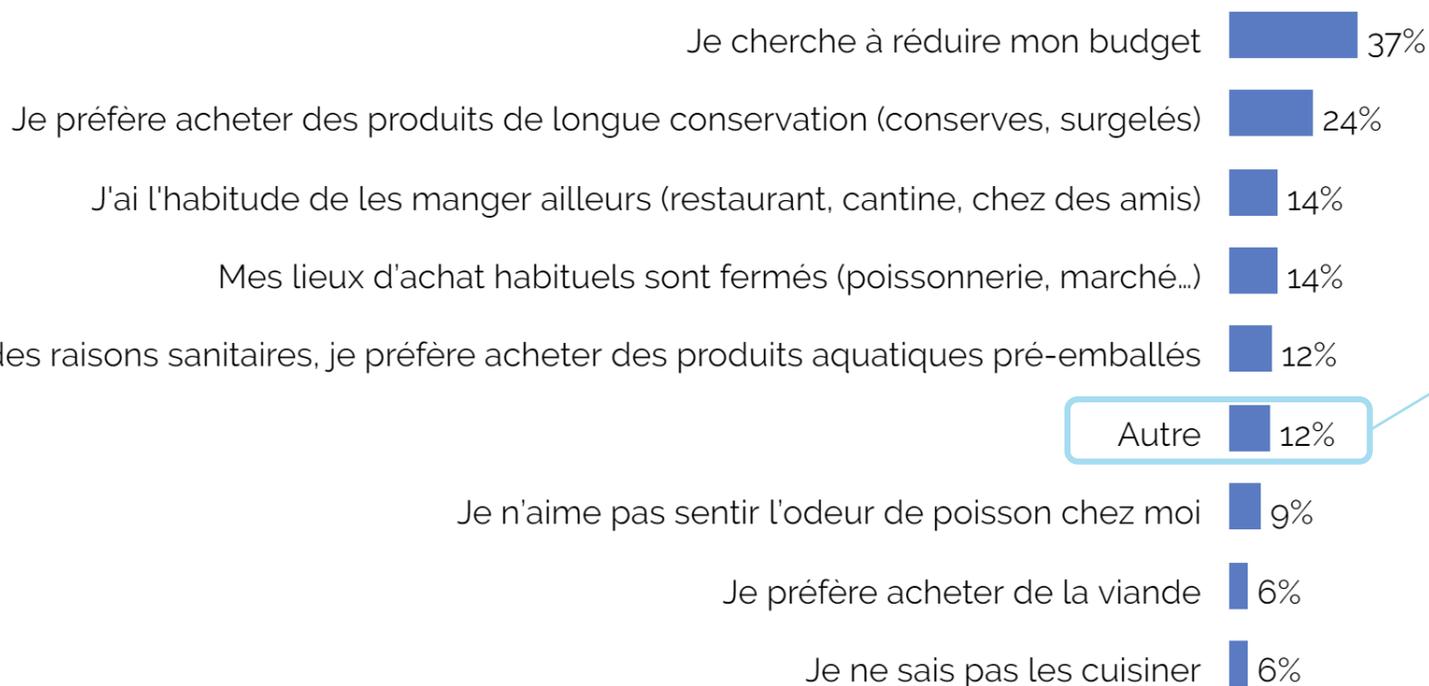
i Spécificités –
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**

Une baisse de consommation des produits frais principalement dû à une réduction de budget sur ce type de denrée

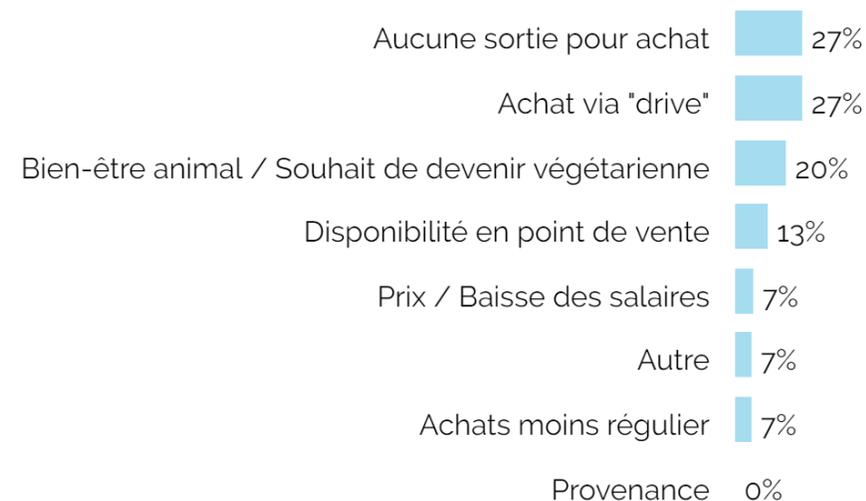
Le contexte économique actuel tend à réduire le budget alimentaire d'une part de la population

16% des répondants envisagent de réduire leur consommation de produits de la mer et aquatiques

Pour quelles raisons réduisez-vous votre consommation de produits aquatiques frais durant cette période ?



Précisions

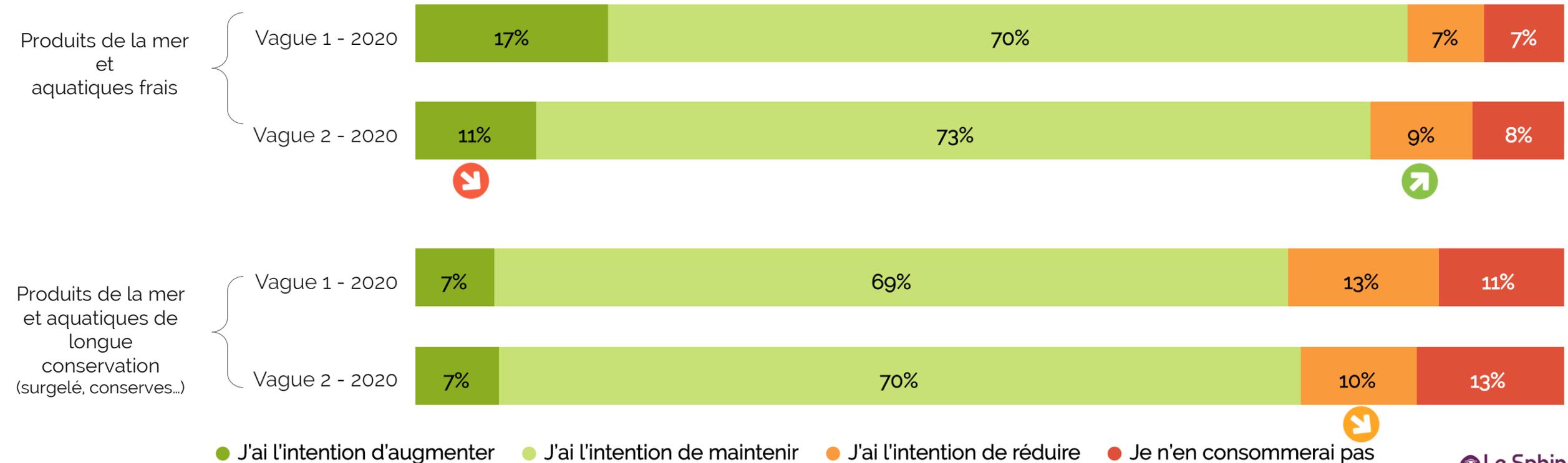


Les modalités de réponse ayant été modifiées, la comparaison n'est pas possible entre les deux vagues

La grande majorité des français ont l'intention de maintenir leur consommation de produits de la mer et aquatiques (frais comme surgelés)

Notons tout de même une hausse de ceux souhaitant réduire leur consommation de produits de la mer frais au détriment de ceux qui ont l'intention d'augmenter

Dans les PROCHAINS MOIS avez-vous l'intention d'augmenter, de maintenir ou de réduire votre consommation des produits suivants ?



● J'ai l'intention d'augmenter ● J'ai l'intention de maintenir ● J'ai l'intention de réduire ● Je n'en consommerai pas



Les 25-34 ans, tout comme la population habitant en zone urbaine ont l'intention d'augmenter leur consommation de produits aquatiques frais

INTENTION DE CONSOMMATION - Produits de la mer et aquatiques frais

J'ai l'intention d'augmenter	25-34 ans Habitant en zone urbaine
J'ai l'intention de maintenir	65 ans et plus Homme Habitant en Occitanie ou en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
J'ai l'intention de réduire	Femme
Je n'en consommerai pas	Femme Habitant à plus de 25km de la côte

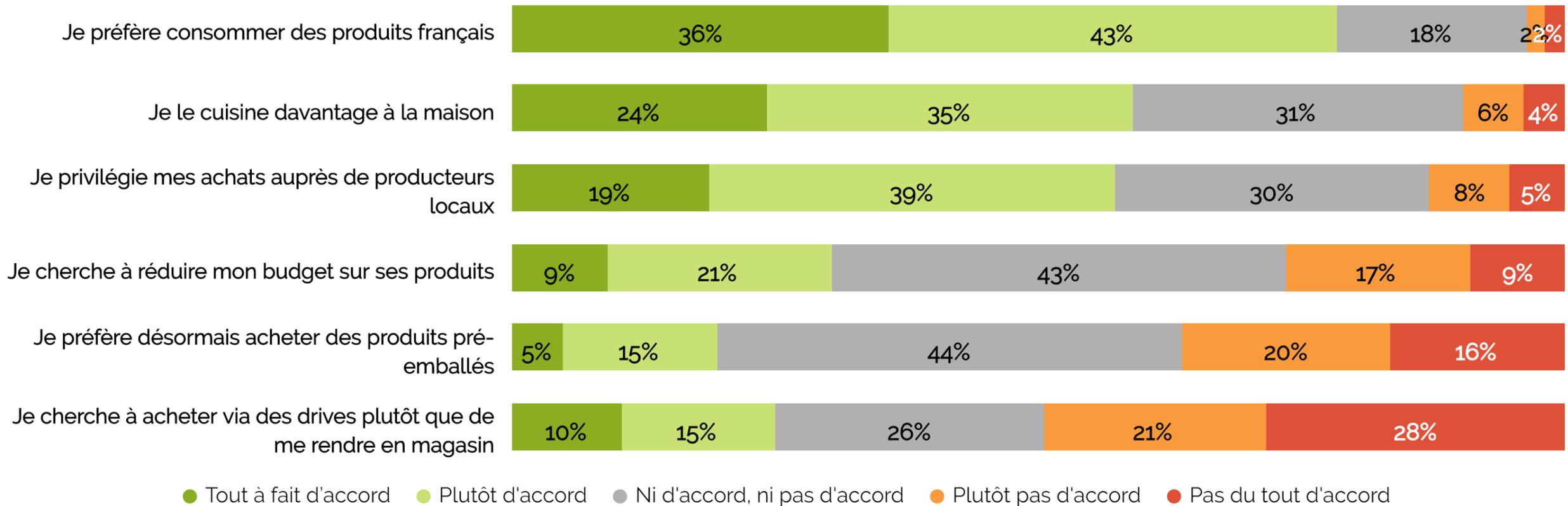
INTENTION DE CONSOMMATION - Produits de la mer et aquatiques de longue conservation

J'ai l'intention d'augmenter	-
J'ai l'intention de maintenir	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
J'ai l'intention de réduire	Habitant en zone urbaine
Je n'en consommerai pas	Femme Habitant en zone rurale

i Spécificités
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages

L'appétence à la consommation de produit français se poursuit sur cette vague

Dans le contexte actuel, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les produits aquatiques uniquement ?
Vague 2 -2020

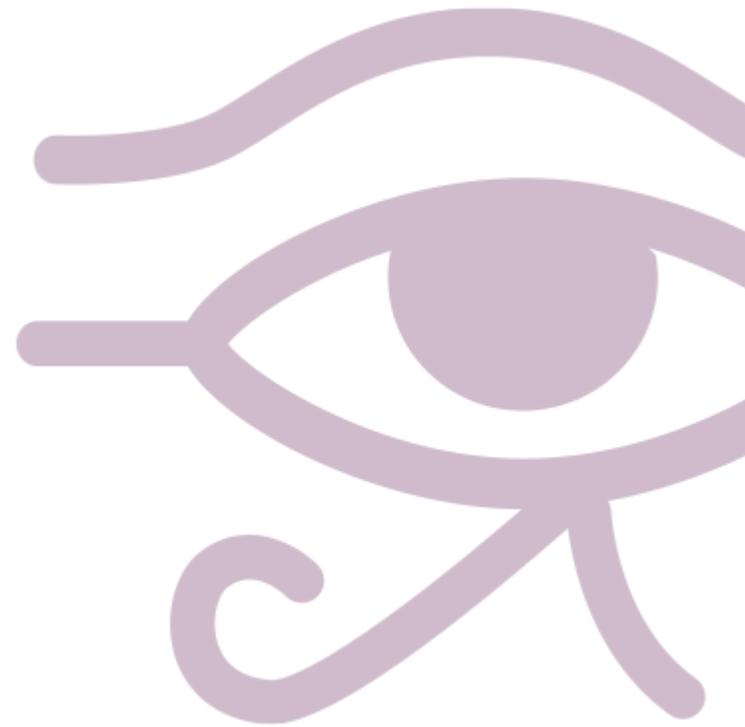


La consommation de produit français est toujours privilégiée, en revanche les achats aux producteurs locaux en baisse par rapport à la dernière mesure

Dans le contexte actuel, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les produits aquatiques uniquement ?

	<i>Vague 1 2020</i>	<i>Vague 2 2020</i>	<i>Profils spécifiques +</i>
Je préfère consommer des produits français	5,0	5,4 	65 ans et plus Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte
Je le cuisine davantage à la maison	3,1	3,5	-
Je privilégie mes achats auprès de producteurs locaux	3,4	2,9 	65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte
Je cherche à réduire mon budget sur ses produits	0,2	0,2	25-34 ans Employés / Ouvrier
Je préfère désormais acheter des produits pré-emballés	-1,7	-1,4	35-49 ans Employés
Je cherche à acheter via des drives plutôt que de me rendre en magasin	-2,6	-2,1	25-34 ans / 35-49 ans Employés / Ouvrier Habitant à moins de 25km de la côte

ANNEXES





Des annexes en ligne sont disponibles pour ce rapport.
Vous pouvez les consulter à tout moment via le lien suivant :
<https://s1.sphinxonline.net/tiny/v/BEiE8cnloZ>

ANNEXES

 Cliquer sur chaque pavé pour accéder aux résultats détaillés

Résultats consolidés des différentes espèces

Rapport qualité prix

Disponibilité en points de vente

Produit de qualité

Garanties sanitaires

Méthodes de pêche ou d'élevage

Qualité gustatives

Origine du produit

Motivations à la consommation
de produits aquatiques

Freins à la consommation
de produits aquatiques

Résultats par espèces

Détails
Saumon

Détails
Cabillaud / Morue

Détails
Coquillages

Détails
Crustacés

Détails
Thon

Détails
Truite

Détails
Bar

Détails
Poissons blancs

Détails
Poissons bleus

Détails
Huitres



En arrivant sur ces annexes, les résultats visibles seront ceux de l'année 2020 au global. Si vous souhaitez voir uniquement les résultats de la vague 2 - 2020, il faut filtrer les résultats avec la variable « Vague » présente dans le bandeau du haut. Cf capture à droite.