

# Baromètre d'image des produits aquatiques

Synthèse des résultats  
*Décembre 2019*



FranceAgriMer

**Contacts :**  
Mathilde HERVE  
Chloé MARCHENAY

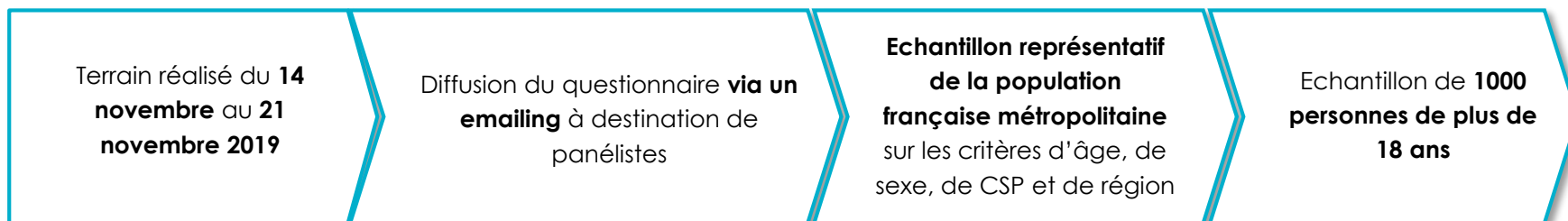
## CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

FranceAgriMer réalise un baromètre d'image des produits aquatiques tous les 6 mois.

Ce baromètre a pour objectifs de mettre à la disposition des professionnels du secteur un suivi régulier **de la perception des consommateurs sur les produits aquatiques** mais également de quelques produits carnés, concurrents directs des produits aquatiques, et également d'un suivi de **la consommation de différentes espèces**

Ce baromètre permet également de faire un **focus sur certaines problématiques évènementielles**, pour cette vague, un zoom a été fait sur **l'influence des démarches de qualité et d'étiquetage**.

## MÉTHODOLOGIE



Le questionnaire dure une vingtaine de minutes et se décompose en 1 partie de référence posée à chaque vague et une partie modulable qui portait pour cette vague sur la perception des métiers de la filière. 75 espèces sont évaluées au global mais chaque interviewé en évalue au maximum 20. Nous nous focaliserons dans ce document sur les 20 espèces les plus connues.

Pour faciliter la lecture des résultats, les échelles de réponses seront analysées sous forme de notre moyenne après application du barème suivant :

Barème	10	5	0	-5	-10
<b>Image globale</b>	Une très bonne image	Une image plutôt bonne	Une image ni bonne ni mauvaise	Une image plutôt mauvaise	Une très mauvaise image
<b>Image détaillée</b>	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
<b>Confiance</b>	Tout à fait confiance	Plutôt confiance	Moyennement confiance	Plutôt pas confiance	Pas du tout confiance

## PERCEPTION DE LA VIANDE VS LES PRODUITS AQUATIQUES

« Globalement, quelle image avez-vous des produits alimentaires suivants ? » → Note entre -10 et 10	Note image Vague 2 - 2018	Note image Vague 2 - 2019
Tous poissons, coquillages, crustacés et céphalopodes	5,4	5,3
Poulet	5,7	5,7
Viande de bœuf	5,8	5,4
Viande de porc	4,3	4,0

« Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ? » → Note entre -10 et 10	Note confiance Vague 2 - 2018	Note confiance Vague 2 - 2019
Tous poissons, coquillages, crustacés et céphalopodes	3,6	3,7
Poulet	3,5	3,9
Viande de bœuf	4,1	4,1
Viande de porc	3,0	2,7

 **Résultats stables entre les 2 vagues**  
(Vague 2 - 2018 et Vague 2 - 2019)

**L'image des produits aquatiques reste constante : pour cette vague encore, l'image des produits aquatiques reste positive.** Comme pour la vague 2 – 2018, les produits aquatiques obtiennent une meilleure note d'image que la viande de porc.

**Un niveau de confiance des produits aquatiques semblable à celui de la vague 2 - 2018.** Cette tendance se retrouve aussi sur la viande (poulet, bœuf et porc).

## CONSOMMATION DE LA VIANDE VS LES PRODUITS AQUATIQUES

Avez-vous consommé les produits suivants au cours des 4 dernières semaines ? → % de « Oui plusieurs fois » et « Oui une fois »	Taux de consommation au cours des 4 dernières semaines Vague 2 - 2018	Taux de consommation au cours des 4 dernières semaines Vague 2 - 2019
Tous poissons, coquillages, crustacés et céphalopodes	51%	52%
Poulet	93%	83%
Viande de bœuf	91%	90%
Viande de porc	83%	84%

Dans les PROCHAINS MOIS avez-vous l'intention d'augmenter, de maintenir ou de réduire votre consommation des produits suivants ? → Explication du calcul du taux en page 11	Evolution de la consommation pour les prochains mois Vague 2 - 2018	Evolution de la consommation pour les prochains mois Vague 2 - 2019
<b>Tous poissons, coquillages, crustacés et céphalopodes</b>	5%	5%
<b>Viande de bœuf</b>	1%	-2%
<b>Poulet</b>	-12%	-12%
<b>Viande de porc</b>	-11%	-10%

 **Résultats stables entre les 2 vagues**  
(Vague 2 - 2018 et Vague 2 - 2019)

**La consommation de produits aquatiques reste, pour cette vague encore, bien en deçà de la consommation de viande.**

24% consomment de la viande tous les jours, contre seulement 2% pour le poisson. 86% consomment de la viande au moins 1 fois par semaine vs 72% pour le poisson et 10% des répondants déclarent ne consommer que très peu de poisson (moins d'une fois par mois), voire pas du tout, contre 6% pour la viande.

**Le taux de consommation des produits aquatiques est, lui aussi, stable par rapport à la vague 2 – 2018.**

**Les prévisions de consommation sont, quant à elles, revues à la baisse pour cette vague encore.** En effet, seuls les produits aquatiques restent positifs. Le poulet, tout comme la viande de porc et celle de bœuf sont en baisse. (Respectivement -12%, -10% et -2%).

## IMAGE DETAILLEE DES DIFFÉRENTES ESPÈCES

Espèce	Rapport qualité/prix	Disponibilité dans le point de vente	Produit de qualité	Garanties sanitaires	Méthodes de pêche ou d'élevage	Informations à disposition	Qualités gustatives
	V2 2019	V2 2019	V2 2019	V2 2019	V2 2019	V2 2019	V2 2019
Saumon	1,1 🟡	4,8	3,1	1,3	-0,9	-0,1	4,9
Truite	3,3	2,1	3,6	3	1,8	0,6	4,2
Cabillaud	3,3	3,9	4	3	1,2	1	4,4
Merlu	2,6	1,8	3	2,3	1,1	0,5	3,4
Merlan	3,1	2,2	2,9	2,8	1,4	1	3,2
Lieu noir	2,8	2,6	3,1	2,4	1,3	0,6	3,2
Sardine	4,6	2,9	3,9	3,5	2,1	1,7	4,2
Maquereau	4,2 🟡	3	3,7 🟡	3	1,6	0,8	4
Bar	1,3	1,7	4,6	3	1,3	-0,1	4,7
Daurade	1,3	0,6	3,1 🟡	2,1	1	-0,1	3,4
Thon	1,7	3,1	3,9	2	-0,3	0,5	4,9
Panga	0,4	-0,8	-1,8	-2,3	-2,7	-1,5	-1,2
Lotte	0,3	1	5	2,7	1,5	0,4	4,5
Sole	0,5	0,4	5,3	3,5	0,8	0,6	5,2
Huître	1,3	2,1	4,5	3,2	3,6	2,6	3,4
Moule	4,7	3,8	4,2	3,5	3,6	2	4,9
Crevette	2,5	4,9	3,8	2,5	0,9	0,6	4,7
Langoustine	0,1	1	5,1	3	1,4	1,1	4,9
Coquille Saint Jacques	0,6	1,6	6	3,7	2,2	1,5	5,9
Poulpe/calmar/encornet/seiche	0,7	0,1	2	1,4	0,3	-0,8	1,8

### Impact du critère sur l'image globale :

Priorité d'action

Force à retenir

Point de vigilance

Valeur ajoutée



**Résultats stables entre les 2 vagues**  
(Vague 2 - 2018 et Vague 2 - 2019)

## PERCEPTION DES CONSOMMATEURS

### **Le niveau de confiance et d'image des produits aquatique reste stable pour cette vague :**

- L'image des différentes espèces reste stable, tout comme le niveau de confiance, excepté pour la daurade qui voit son niveau de confiance tendre à la baisse, la perception de la qualité du produit pourrait être une piste d'explication de cette diminution.
- Le panga obtient, encore pour cette vague une note de rapport qualité/prix positive.

### **Tout comme pour les vagues précédente, la consommation de poisson est plus basse que celle des produits carnés. La fréquence de consommation est elle aussi en deçà pour les produits aquatiques.**

La fréquence de consommation privilégiée pour le poisson est d'une à deux fois pas semaine contre 3 à 4 fois par semaine pour la viande, montrant ainsi des habitudes de consommation tenaces. En revanche, les projections de consommation tendent à la hausse pour le poisson, contrairement à la viande.

### **La grande surface reste le principal lieu d'achat pour la viande et le poisson, suivie du boucher / poissonnier :**

- Le bœuf reste la viande la plus achetée chez le boucher.
- L'achat sur le marché ou en vente directe de sardine a tendance à augmenter pour cette vague. En revanche, on note une hausse de consommation de maquereau au restaurant ou à la cantine.

## L'INFLUENCE DES DEMARCHES DE QUALITE ET D'ETIQUETAGE

### Les labels pour les produits aquatiques restent encore à plébisciter

#### **La provenance et les qualités gustatives influencent principalement le choix d'achat de produits aquatiques**

La provenance du produit, définie ici comme le fait que le produit soit proche ou non du lieu d'achat, tout comme les qualités gustatives du produit sont ainsi particulièrement prises en compte lors de l'acte d'achat. En complément, certains critères tels que les qualités nutritionnelles ou le signe officiel de qualité sont eux aussi pris en considération par les clients. Force est de constater que certains gages de qualité sont donc important aux yeux des consommateurs.

#### **Les labels et démarches, signe de reconnaissance officielle, aident parfois les consommateurs dans leur acte d'achat. Toutefois, les consommateurs n'ont pas toujours connaissance de ces appellations pour les produits aquatiques.**

Seulement 6% des consommateurs ne connaissent aucun des labels mis en place pour les produits aquatiques. Notons néanmoins que la part de client connaissant précisément ces appellations est relativement faible. En effet, quelque soit le label étudié, moins de 10% des français déclarent connaître cette indication pour les produits aquatiques et connaître son contenu.

#### **Le label rouge est l'appellation la plus visible aux yeux des consommateurs mais peu associé aux produits aquatiques**

91% le connaissant un minimum. La grande majorité des répondants indiquent connaître le label et son logo mais 9% d'entre eux sont au courant de cette indication pour les produits aquatiques et de son contenu.

Tout comme le Label Rouge, **Agriculture Biologique ou encore écolabel « pêche durable » ont de l'importance aux yeux des consommateurs et peuvent ainsi peser sur la décision d'achat.** Il est en ce sens important qu'ils soient davantage connus par plus de consommateurs, une plus forte communication semble donc nécessaire.