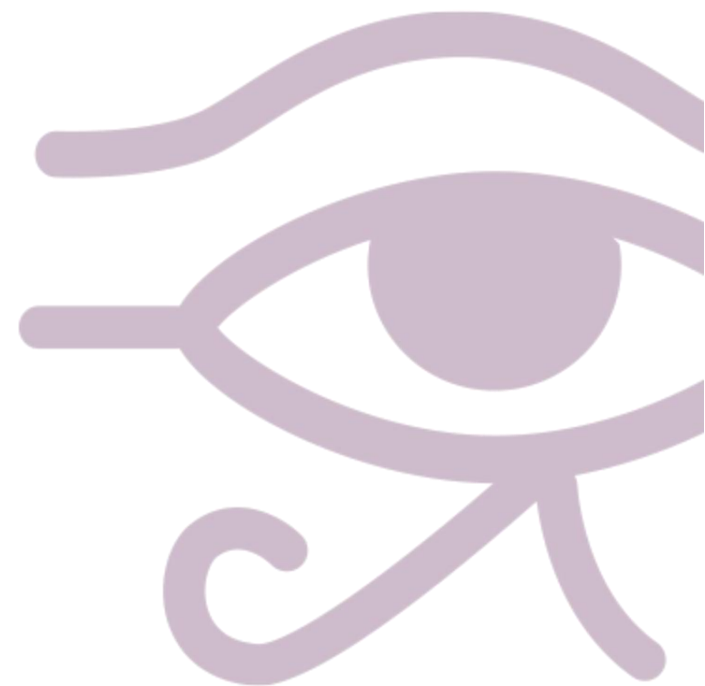


Baromètre d'image des produits aquatiques

Rapport d'étude

Vague 1 -2021

Juillet 2021

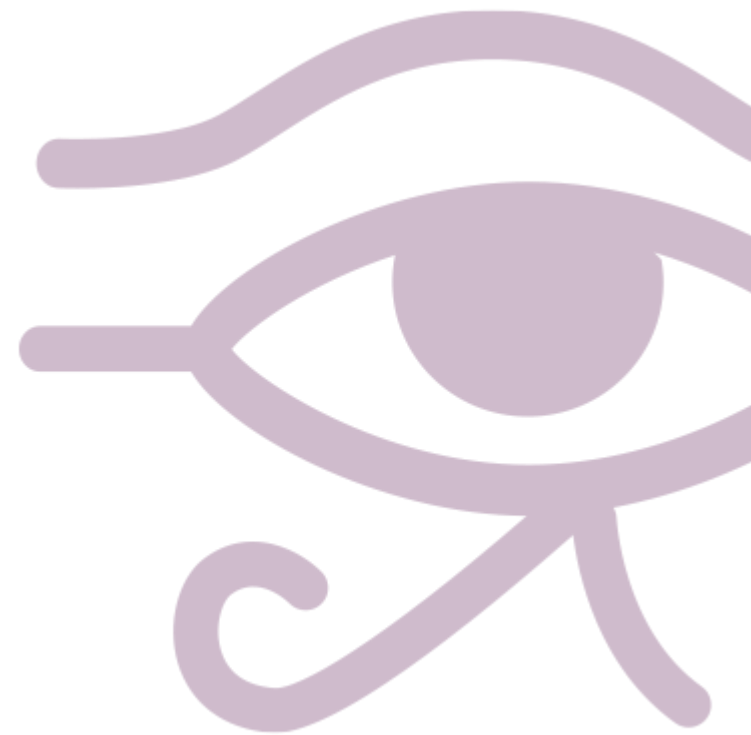




SOMMAIRE

• PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	<u>p.3</u>
• PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS	<u>p.6</u>
• RÉSULTATS DÉTAILLÉS	<u>p.10</u>
✓ Profil des répondants	<u>p.11</u>
✓ Perception des produits aquatiques	<u>p.15</u>
✓ Image et confiance	<u>p.16</u>
✓ Image détaillée par espèce	<u>p.21</u>
✓ Perception des modes de production	<u>p.67</u>
✓ Perception de la pêche	<u>p.68</u>
✓ Perception de l'aquaculture	<u>p.76</u>
✓ Consommation des produits aquatiques et de la viande	<u>p.83</u>
✓ Achat des produits aquatiques frais en libre service	<u>p.88</u>
• ANNEXES	<u>p.97</u>

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 évènement, 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 **3 au 25 juin**
2021



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'achat des produits aquatiques frais en libre service

Les répondants sont interrogés sur 10 espèces (ou famille)

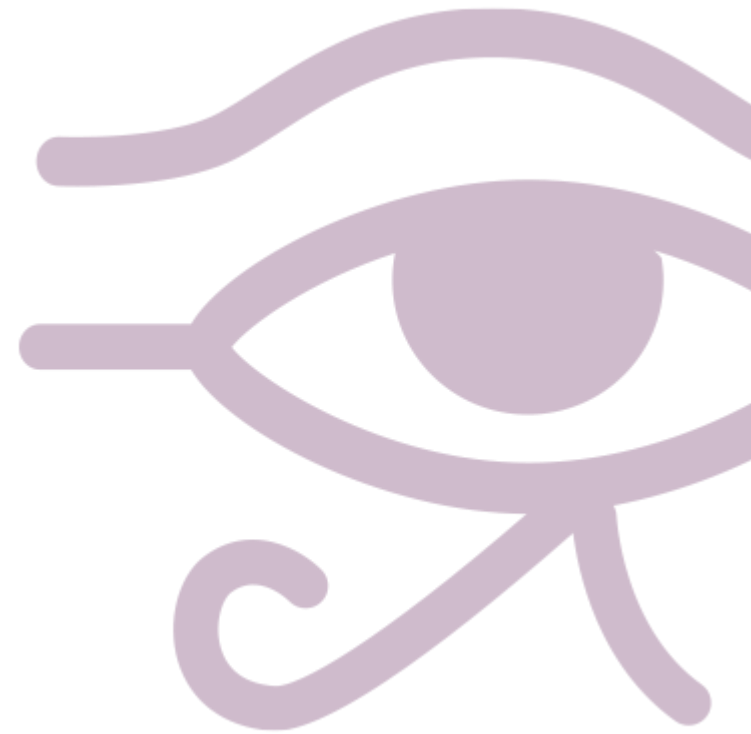
- Saumon
- Cabillaud
- Poissons blancs (lieu, merlu, lotte, sole...)
- Poissons bleus (sardine, maquereau, hareng...)
- Coquillages (Moules, coquilles Saint-Jacques...)
- Crustacés (Crevettes, crabes, langoustines...)
- Thon
- Truite
- Bar
- Huîtres



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 (V2 2020 & V1 2021), avec tout de même une tendance globale à la baisse :

Malgré une note de confiance bien au dessus de la majorité des autres espèces, nous notons sur cette vague une baisse significative de confiance pour les coquillages. Le constat est similaire pour les crustacés avec une note sur cette vague de 3,7 contre 4,1 en V2 2020.

Les produits de la mer conservent, sur cette vague encore, un niveau d'image et de confiance supérieur à celui de la viande.

Le bœuf reste le produit carné le mieux perçu par les consommateurs avec des notes d'image et de confiance supérieures. Concernant les produits aquatiques, les résultats varient en fonction de l'indicateur étudié :

- Malgré une baisse de confiance sur cette vague, 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. Les coquillages restent, aux yeux des consommateurs un produit de qualité notamment grâce à ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires.
- Sur cette vague encore, le saumon reste l'espèce la plus en retrait avec une note d'image et de confiance inférieures à celle du bœuf et du poulet. L'image du saumon est décriée avec une note inférieure à 2. Bien qu'étant considéré comme un produit de qualité grâce à ses qualités gustatives, les méthodes de pêche et d'élevage de celui-ci, tout comme ses garanties sanitaires viennent contrebalancer de façon négative son image.
- L'huître est, sur cette vague, l'espèce qui inspire le moins confiance aux consommateurs avec une note de 2,3, en deçà même de celle du saumon.
- Les poissons blancs, tout comme les bleus, le cabillaud et le bar inspirent, eux, davantage confiance aux consommateurs avec une note supérieure à celle attribuée au poisson en général.

Une quantité d'informations qui diffère selon l'espèce étudiée :

Tout comme pour la vague 2-2020, les consommateurs estiment que le saumon, les huîtres et les coquillages sont les espèces pour lesquelles le taux d'information disponible est le plus élevé.

Quelle que soit l'espèce étudiée, les décisions d'achat sont principalement dictées par le prix et la provenance du produit.

Néanmoins, bien que restant le principal critère d'influence sur cette vague encore, l'importance accordé au prix est en baisse sur certaines espèces telles que le saumon, le cabillaud, les coquillages ou encore les poissons bleus. Dans un même temps nous constatons que les français les plus âgés tiennent, eux, davantage compte des signes officiels de qualité lors de l'acte d'achat. Notons d'ailleurs une stabilité de ce critère, qui l'année dernière avait tendance à avoir moins d'influence lors de l'acte d'achat.

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

LA PÊCHE

L'image de la pêche reste constante sur cette vague. Les consommateurs conservent une vision positive de cette pratique. En revanche ils continuent d'avoir des attentes concernant une meilleure prise en compte du bien-être animal

Les français habitant plus loin de la côte sont, dans ce sens, plus critiques sur point puisqu'ils estiment que la pêche est un procédé incompatible avec une prise en compte du bien être animal.

Notons d'ailleurs que, tout comme lors de la vague précédente, les français ont un avis plus tranché, avec une baisse des sans opinion

Des impacts qui diffèrent en fonction du type de pêche étudié :

- **La petite pêche et la pêche côtière ont, selon les français, un impact économique non négligeable**, à savoir une participation à l'économie locale ou encore la création et le maintien de l'emploi. Notons tout de même que sur cette vague, la petite pêche est davantage pointée du doigt pour ses aspects « négatifs » sur l'environnement, notamment à travers les désagréments directs de proximité. Ce constat est principalement porté par la jeune population (18-34 ans)
- **Les aspects « négatifs » sur l'environnement particulièrement cités par les français pour la pêche au large et la grande pêche** : La surpêche, la pression sur la ressource halieutique tout comme la destruction des milieux ou des habitats sont essentiellement mises en avant. Les impacts économiques tels que la création et le maintien de l'emploi arrivent eux, en second plan lorsque l'on évoque ces types de pêche.

L'AQUACULTURE

La pisciculture, un mode de production moins bien perçu. Les français, qui cette année ont un avis plus tranché, en attendent davantage quant à la prise en compte du bien-être animal. Cette tendance est particulièrement vraie chez les femmes.

Les français sont davantage conquis par la conchyliculture

Les retraités, tout comme les français travaillant dans ce milieu ou encore les hommes ont une meilleure perception de ce mode de production. Les plus âgés ont par ailleurs une meilleure image des coquillages.

Comme nous l'avions déjà constaté sur les 2 dernières vagues, ces 2 modes de production sont mis en avant pour leur impact sur l'économie du pays (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). Notons tout de même que la part de français recensant des aspects « négatifs » sur l'environnement est en hausse sur cette vague. Ce constat est donc à étudier lors de la prochaine vague afin de voir s'il se confirme.

Les retraités ont tendance à davantage plébisciter les aspects économiques de l'aquaculture. À l'inverse, les jeunes français sont eux plus critiques et mettent davantage en avant les aspects « négatifs » sur l'environnement de la pisciculture.

Les consommateurs ont-ils l'habitude d'acheter leurs produits en libre-service ?

Au cours des 2 derniers mois, près des $\frac{3}{4}$ des français ont déjà acheté au moins une fois des produits aquatiques frais en libre-service, 10% déclarent même acheter la totalité de leur produit de cette façon.

Cette tendance est particulièrement visible pour les français habitant près des côtes. En revanche, certaines cibles telles que les plus âgés, les femmes, les Bretons ou encore les personnes habitant en zone rurale sont elles moins séduites par cette pratique.

Le poids (nombre de morceaux) et la présentation du produit sont les principaux critères d'achat des français utilisant le libre service.

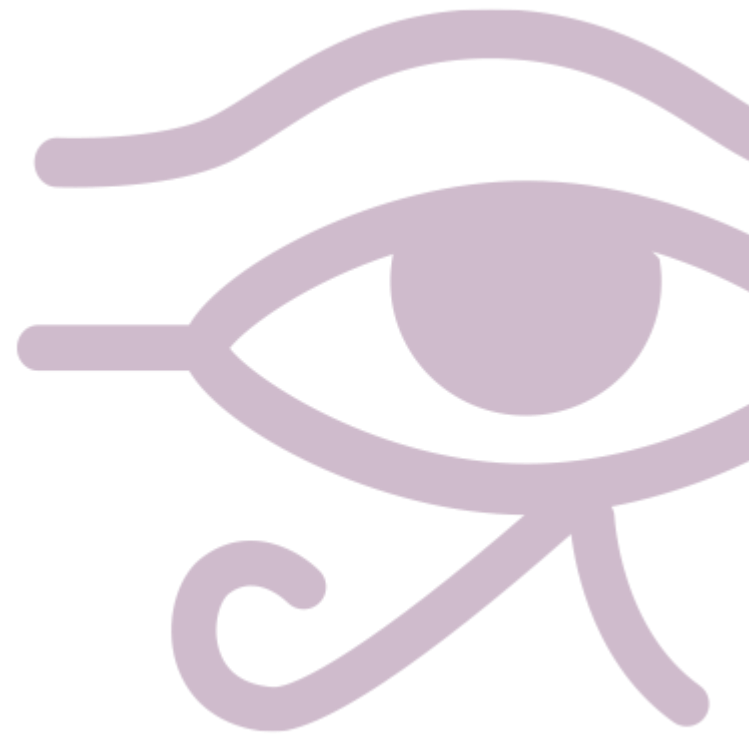
Les principales raisons mises en avant par les utilisateurs de ce type de services sont les suivants :

- La transparence sur le prix à payer
- La présence d'une DLC
- La possibilité de visualiser le produit acheté
- La praticité (transport, stockage)

Les jeunes français sont eux, davantage conquis par le fait que cela permet l'achat en livraison à domicile ou en drive. Cela les rassure notamment au vue du contexte de crise sanitaire dans lequel nous sommes plongés. Les 25-34 ans avancent, eux, leur préférence pour les produits disponibles sous ce format.

Les non utilisateurs invoquent, eux, leur préférence quant au fait d'avoir le conseil du poissonnier ou encore leurs habitudes de consommation. Ce premier argument est particulièrement mis en avant par les retraités.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



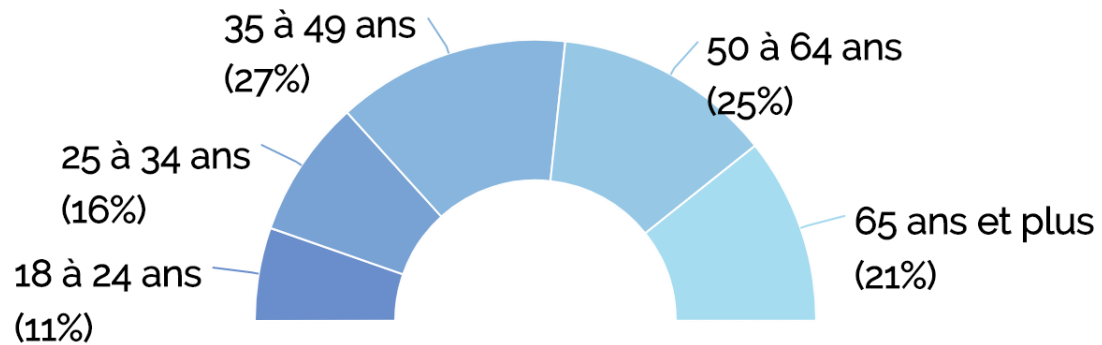
PROFIL DES RÉPONDANTS



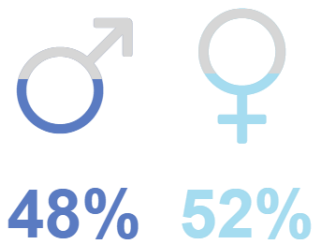


Un échantillon représentatif de la population française...

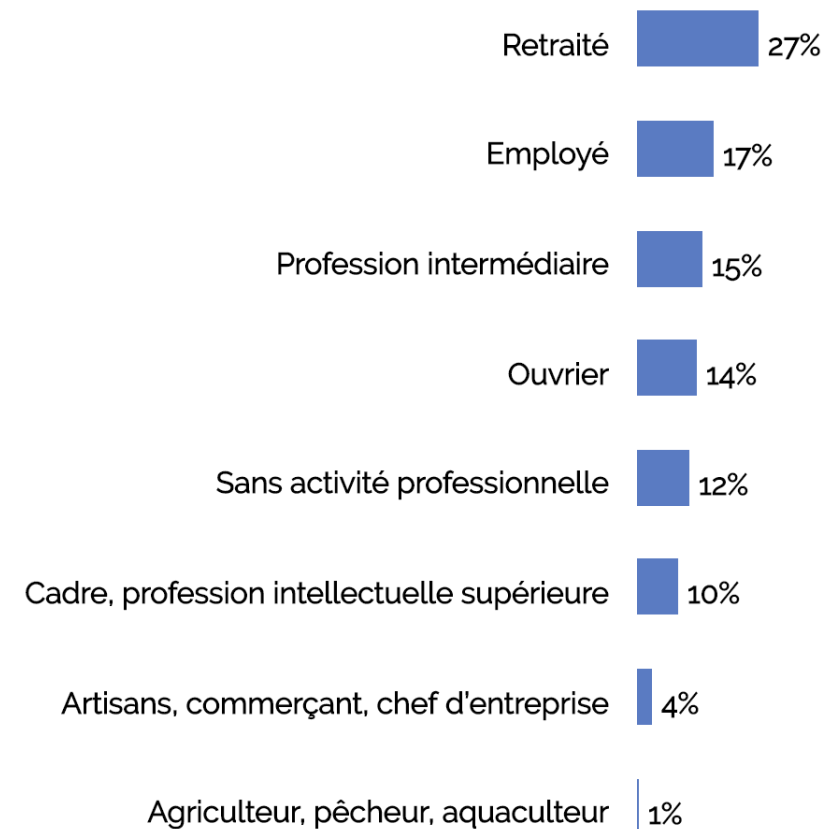
Tranche d'âge :



Genre

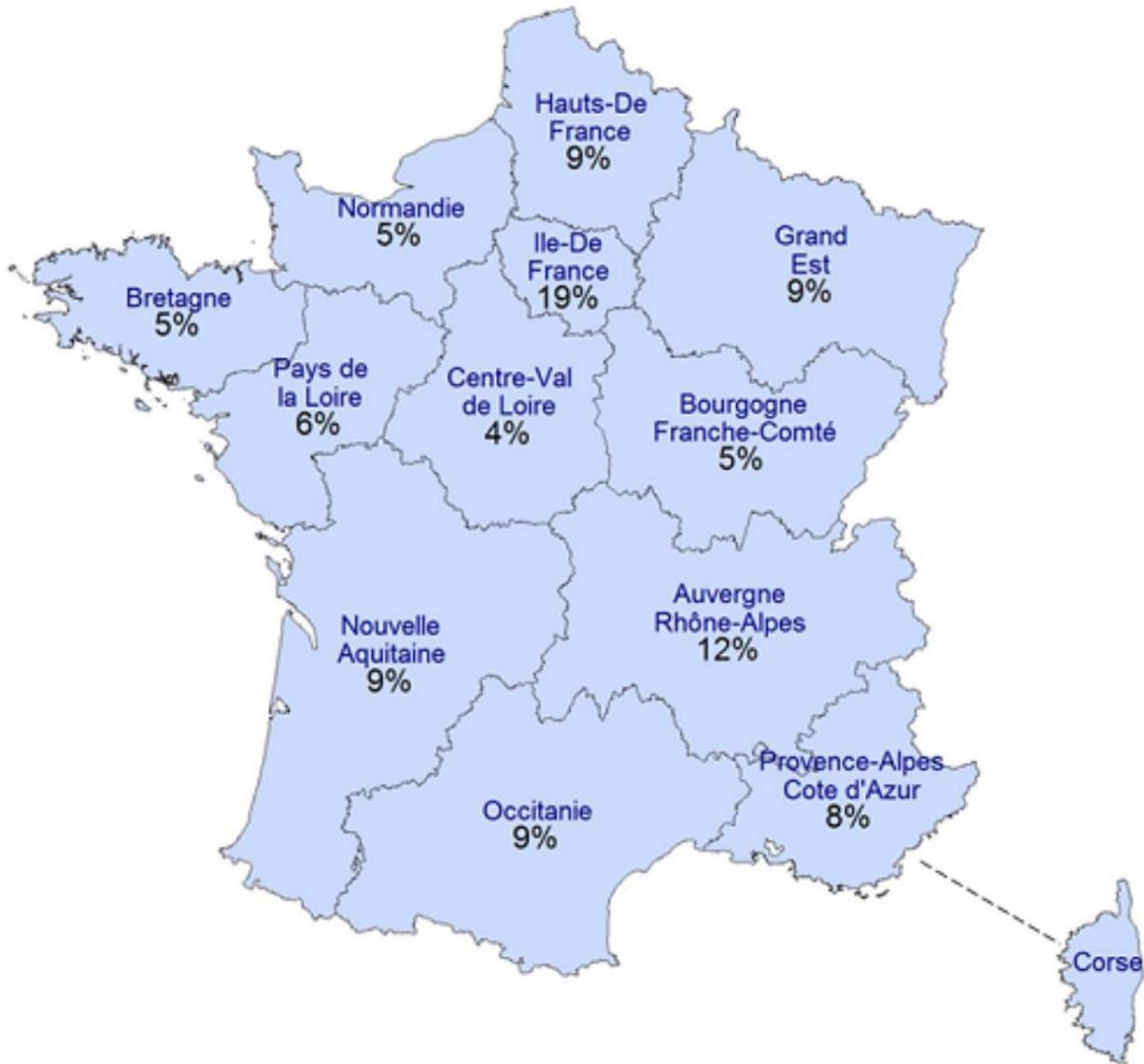


Quelle est votre profession ?

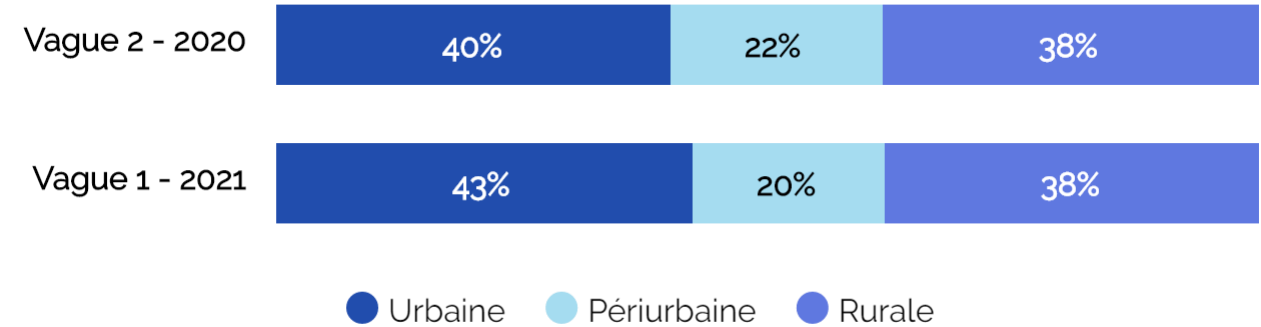




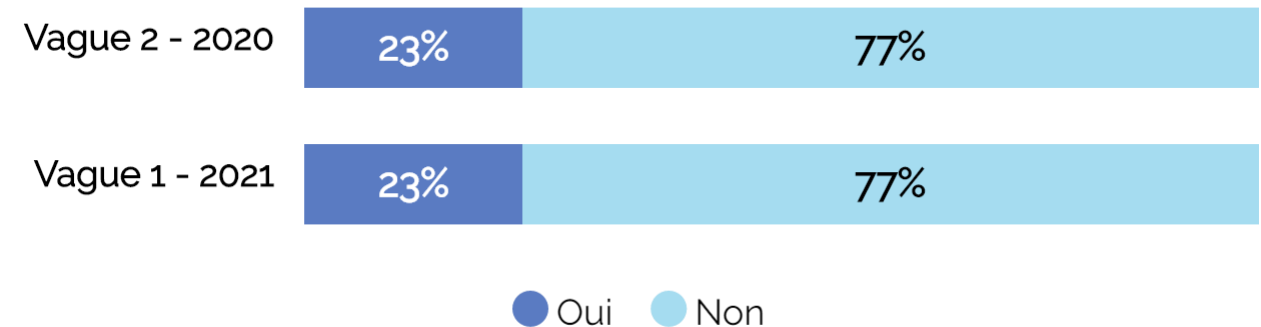
... habitant majoritairement dans les terres



Votre logement se situe dans une zone



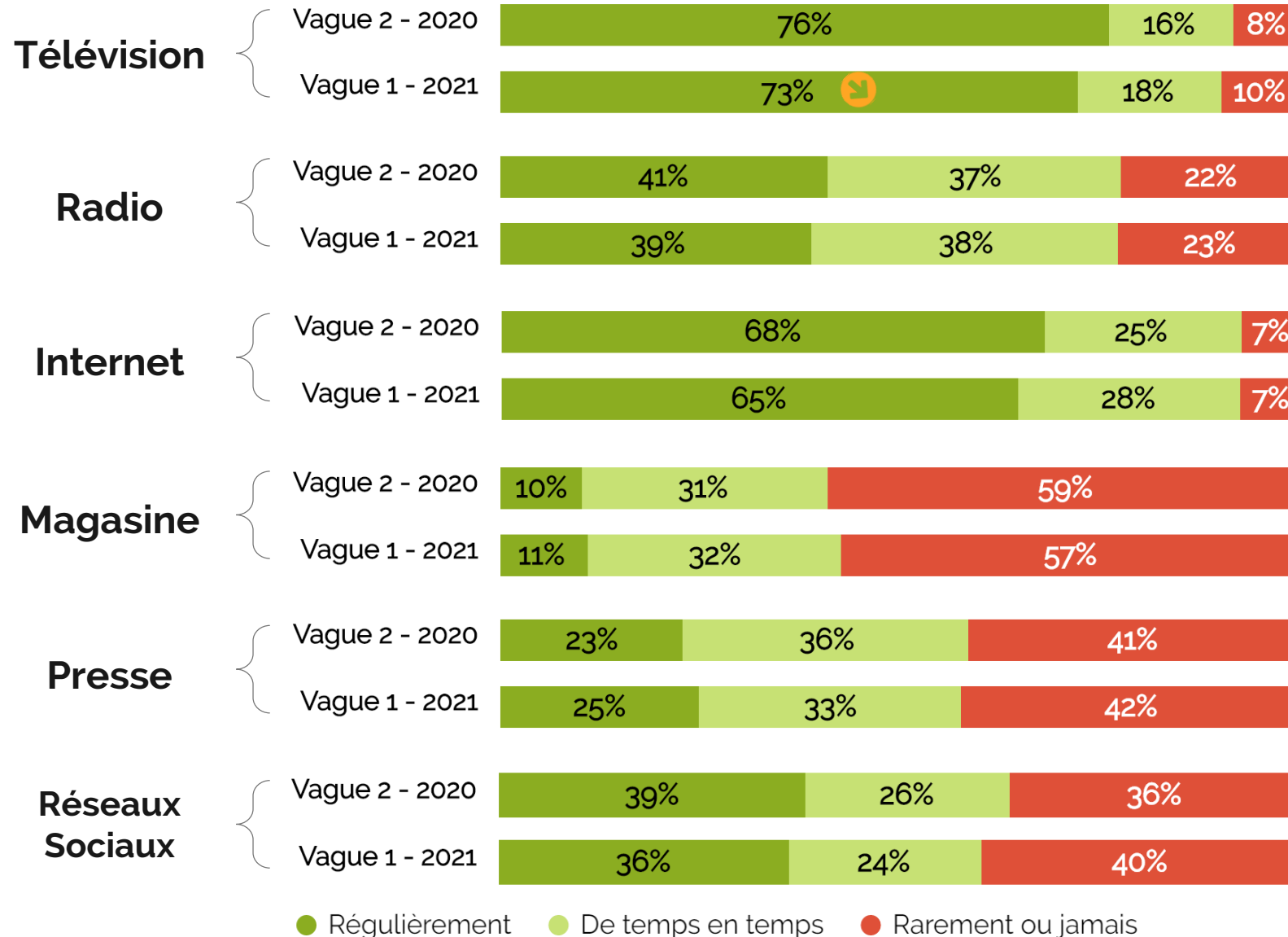
Votre logement se situe-t-il à moins de 25km de la côte ?





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

La radio et les réseaux sociaux sont, eux, des canaux moins utilisés par les français





PERCEPTION DES PRODUITS AQUATIQUES





IMAGE ET CONFIANCE

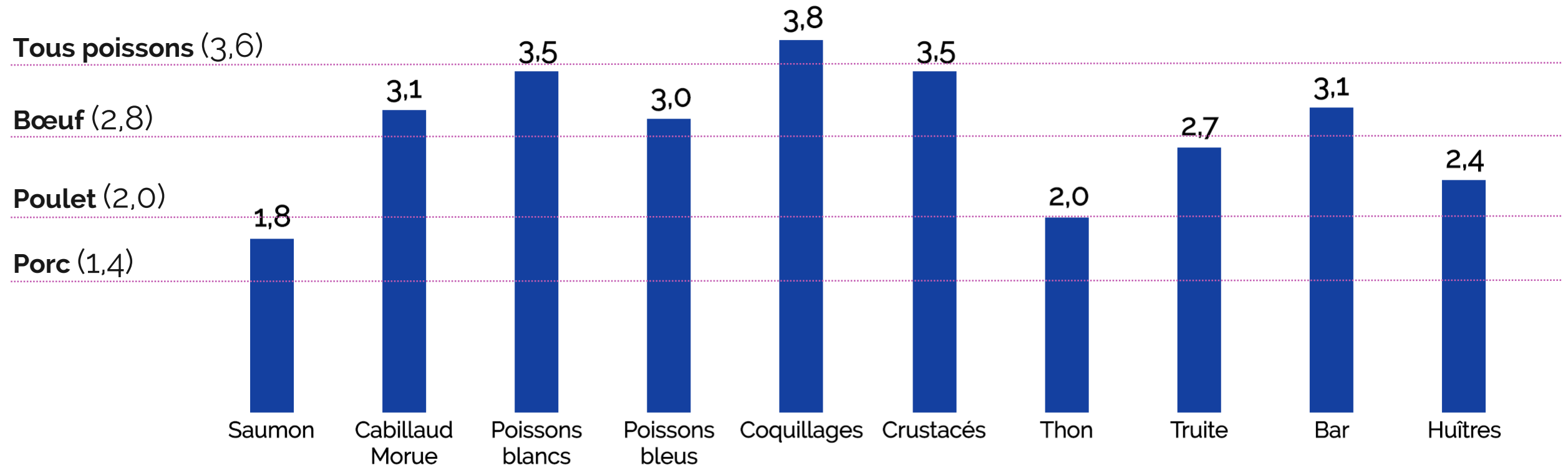




Les coquillages restent, sur cette vague encore, l'espèce la mieux perçue par les consommateurs

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

Globalement, quelle image avez-vous des produits alimentaires suivants ?
Vague 1 -2021



Les notes sont comprises entre -10 et 10.
Rappel : 5 = image plutôt bonne, -10 = Très mauvaise image



Une image relativement stable entre les deux vagues

Notons tout de même une légère tendance à la baisse pour la quasi-totalité des espèces

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Poissons	4,0	3,6
Bœuf	3,0	2,8
Poulet	2,2	2,0
Porc	1,5	1,4
Coquillages	4,2	3,8
Crustacés	3,8	3,5
Poissons blancs	3,8	3,5
Bar	3,3	3,1
Cabillaud Morue	3,4	3,1
Poissons bleus	3,4	3,0
Truite	3,1	2,7
Huîtres	2,4	2,4
Thon	2,3	2,0
Saumon	1,9	1,8

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

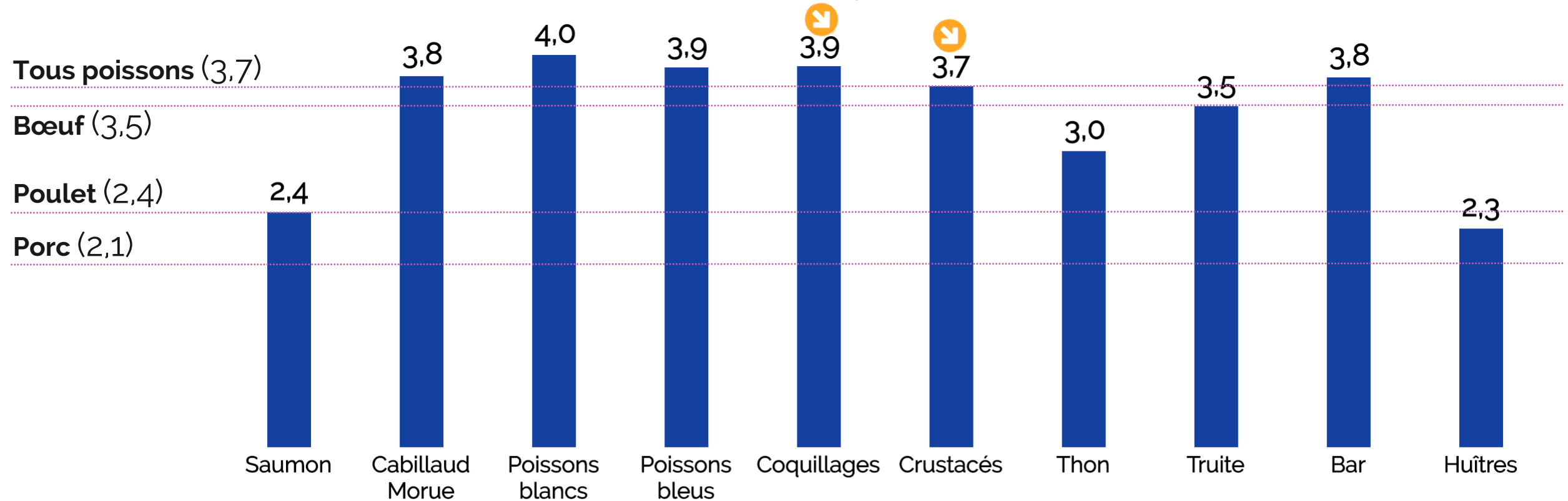


La confiance envers les coquillages et les crustacés en baisse significative sur cette vague

Le saumon et les huîtres disposent d'un déficit de confiance par rapport aux autres espèces.

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

Vague 1 -2021



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



Stabilité de la confiance entre les deux vagues

Notons toutefois une tendance globale à la baisse ainsi qu'une baisse significative de confiance à propos des coquillages et des crustacés

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Poissons	4,0	3,7
Bœuf	3,8	3,5
Poulet	2,7	2,4
Porc	2,0	2,1
Poissons blancs	4,3	4,0
Coquillages	4,4	3,9 ↓
Poissons bleus	4,2	3,9
Cabillaud Morue	4,1	3,8
Bar	4,0	3,8
Crustacés	4,1	3,7 ↓
Truite	3,5	3,5
Thon	3,2	3,0
Saumon	2,6	2,4
Huîtres	2,2	2,3

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

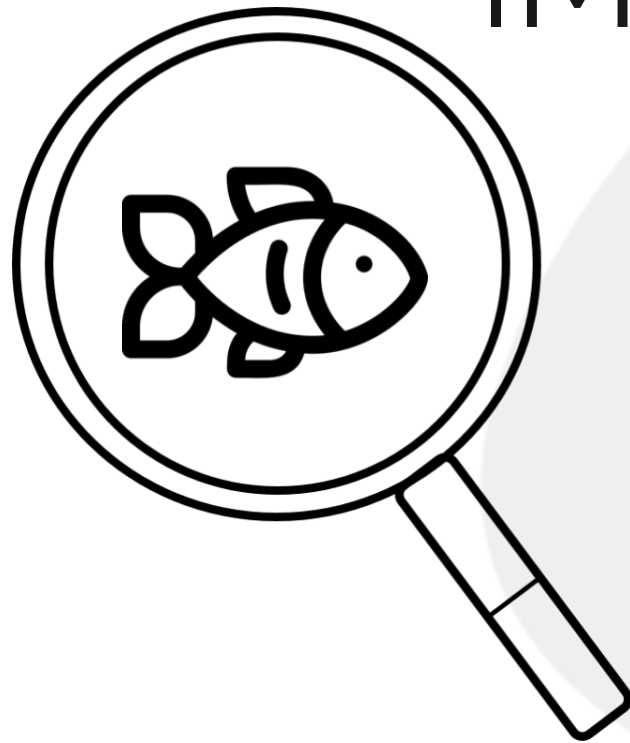


IMAGE DÉTAILLÉE PAR ESPÈCE





Le saumon, les huîtres et les coquillages restent les espèces pour lesquelles l'information disponible est jugée la plus conséquente.

Le bar reste lui bien en deçà, tendance déjà présente sur les autres vagues.

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

	<i>Rappel V2 -2020</i>	%	% (RANG 1)	% (RANG 2)	% (RANG 3)
Saumon	50%	48%	24%	13%	11%
Huîtres	48%	46%	20%	14%	12%
Coquillages	42%	37%	10%	14%	13%
Thon	28%	32%	11%	12%	9%
Crustacés	29%	29%	6%	10%	13%
Poissons blancs	24%	25%	8%	9%	9%
Truite	21%	24%	8%	9%	7%
Cabillaud / Morue	19%	19%	5%	6%	8%
Poissons bleus	21%	18%	6%	5%	7%
Bar	9%	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 présentées.

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 répondu « 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 la vague 2 2020 et la vague 1 2021
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.



Les qualités gustatives et la qualité de produit comme points forts pour le saumon

Les **méthodes de pêche et d'élevage**, tout comme les **garanties sanitaires** viennent tout de même fragiliser la perception des consommateurs à l'égard de celui-ci. Notons également une baisse de la disponibilité en point de vente sur cette vague.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

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

1,8
(1,9)

Note de confiance

2,4
(2,6)

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


	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité - prix	1,3	1,2
Disponibilité en points de vente	5,0	4,6 
Produit de qualité	3,3	3,1
Garanties sanitaires	1,7	1,6
Méthodes de pêche ou d'élevage	-0,1	0,0
Qualités gustatives	4,8	4,6

IMAGE MESURÉE

Forte →



Le saumon, une espèce majoritairement importée

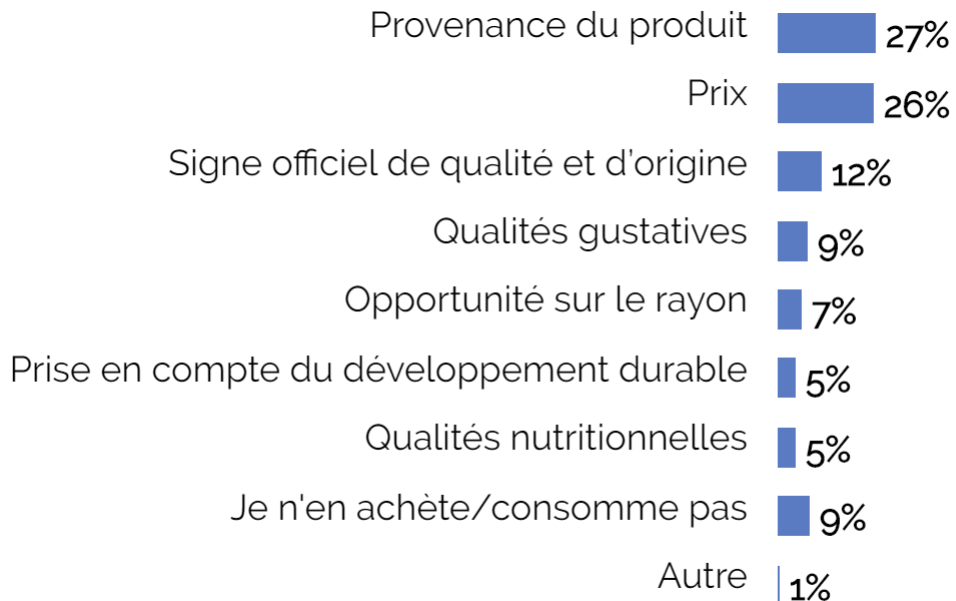
La provenance du produit, tout comme le prix restent les principaux critères lors de la décision d'achat malgré une baisse significative sur cette vague.

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

★ 1^{er} choix (Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE SAUMON, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	62%	57% ↓
Signe officiel de qualité et d'origine	43%	41%
Opportunité sur le rayon	25%	22% ↓
Qualités nutritionnelles	18%	18%
Qualités gustatives	33%	33%
Provenance du produit	62%	58% ↓
Prise en compte du développement durable	19%	20%
Je n'en achète/consomme pas	6%	9% ↑
Autre	1%	2%



Zoom sur les écarts de perception

Le saumon, une espèce particulièrement appréciée des hommes.

i Spécificités
Mise en
évidence des
différences
de moyenne

Note d'image globale	Homme
Note de confiance	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes / Normandie

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Homme
Disponibilité en points de vente	Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	25-34 ans Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Garanties sanitaires	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Méthodes de pêche ou d'élevage	Homme
Qualités gustatives	25-34 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure



Zoom sur les écarts de perception

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

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

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Employé
Autant d'origine française que d'importation	Habitant à moins de 25km de la côte
Plus d'importation que d'origine française	65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure
Je ne sais pas	18-24 ans / Sans activité professionnelle / Femme Habitant en Occitanie Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Habitant à plus de 25km de la côte
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus / Habitant en Normandie
Opportunité sur le rayon	35-49 ans
Qualités nutritionnelles	Habitant en zone urbaine
Qualités gustatives	Habitant dans les Hauts-de-France
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Profession intermédiaire / Habitant à moins de 25km de la côte



Le cabillaud est un produit de qualité, porté notamment par ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires.

Attention tout de même aux **méthodes de pêche et d'élevage** qui restent le point noir de l'espèce. Notons également une baisse significative sur certains critères tels que la disponibilité en points de vente et la qualité du produit.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)



Note d'image globale

3,1
(3,4)

Note de confiance

3,8
(4,1)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	3,4	3,1
Disponibilité en points de vente	4,1	3,6 
Produit de qualité	4,0	3,5 
Garanties sanitaires	3,3	3,0
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,6	1,5
Qualités gustatives	4,3	4,0

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

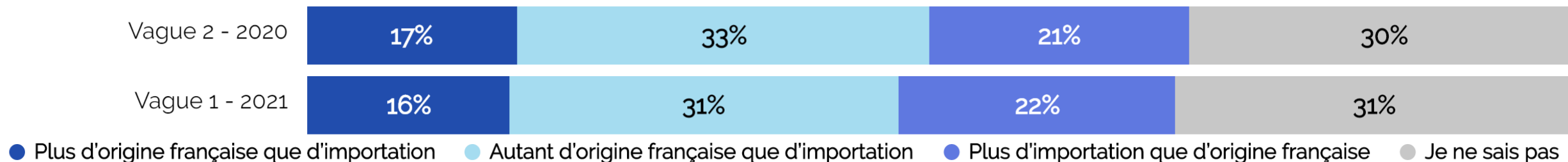
Forte →



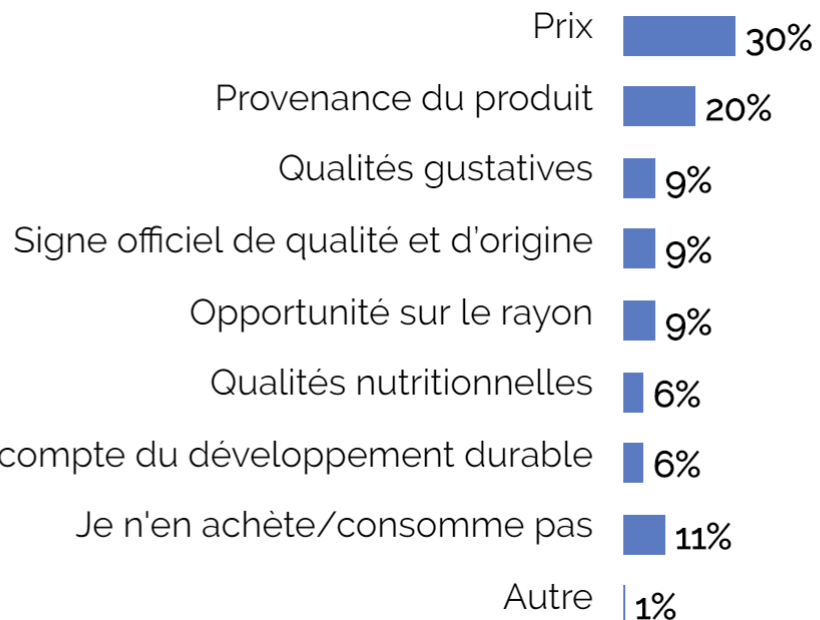
Le cabillaud, une espèce autant française qu'importée aux yeux des consommateurs.

Le prix du produit reste, malgré la baisse significative sur cette vague, le facteur d'influence principal lors de l'acte d'achat

Le cabillaud vendu dans le commerce est :



1^{er} choix
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE CABILLAUD, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	65%	60% ↓
Signe officiel de qualité et d'origine	32%	31%
Opportunité sur le rayon	30%	28%
Qualités nutritionnelles	25%	22%
Qualités gustatives	30%	31%
Provenance du produit	48%	49%
Prise en compte du développement durable	19%	18%
Je n'en achète/consomme pas	10%	11%
Autre	2%	2%



Zoom sur les écarts de perception

Les français habitant à moins de 25km de la côte ont une meilleure perception du cabillaud.

Note d'image globale	50- 64 ans / 65 ans et plus Homme 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	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus / Retraité Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	Retraité Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	Agriculteurs, pêcheurs, aquaculteur Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus / Retraité



Zoom sur les écarts de perception

Les retraités, cible particulièrement attentive à la provenance du produit

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Habitant en Bretagne
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus
Plus d'importation que d'origine française	Artisans, commerçants, chef d'entreprise / Ouvrier Homme
Je ne sais pas	35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant en Ile-de-France / Occitanie 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	-
Qualités nutritionnelles	Artisans, commerçants, chef d'entreprise Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	Retraité
Prise en compte du développement durable	Profession intermédiaire



Les coquillages, produits de qualité mis en avant grâce à leurs qualités gustatives et leurs garanties sanitaires

Au contraire, les **méthodes de pêche et d'élevage** restent un critère moins bien perçu. Il faut également rester vigilant sur le **rapport qualité/prix** et la **disponibilité du produit en points de vente**, **moins perçus sur cette vague.**

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

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
Disponibilité en points de vente

Valeur ajoutée





Note d'image globale

3,8
(4,2)

Note de confiance

3,9 
(4,4)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	1,9	1,5
Disponibilité en points de vente	3,1	2,5 
Produit de qualité	4,7	4,1 
Garanties sanitaires	3,2	2,9
Méthodes de pêche ou d'élevage	3,1	2,5 
Qualités gustatives	4,7	4,2 

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

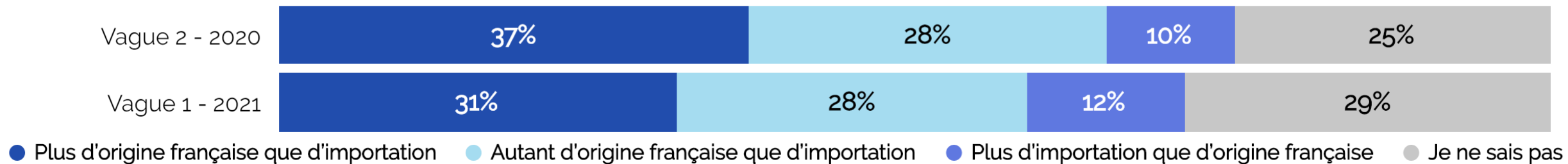
Forte →



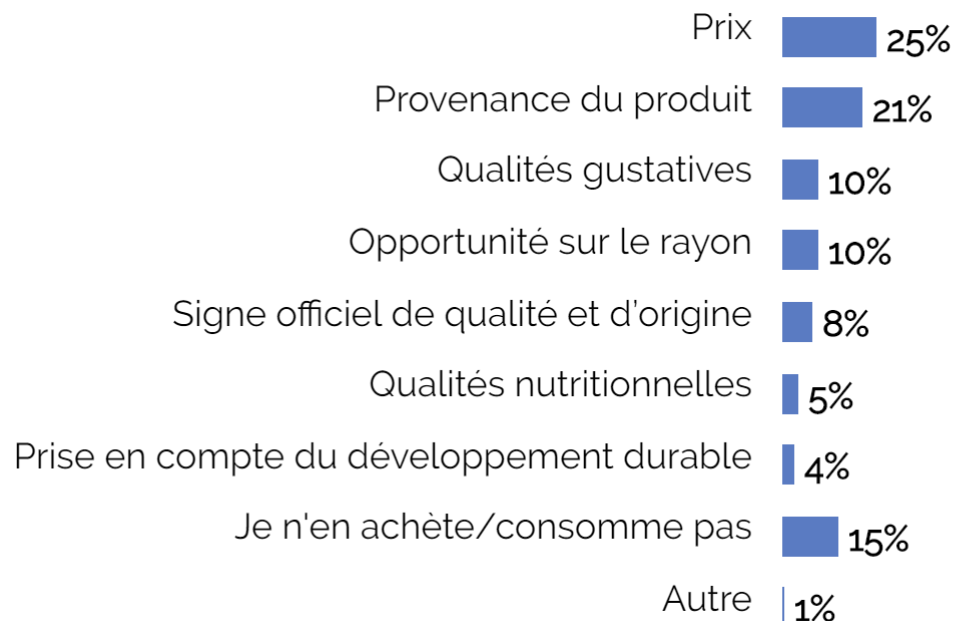
Les consommateurs sont plus tranchés quant à l'origine française des coquillages

Notons tout de même une tendance à la hausse des français n'ayant pas d'avis sur le sujet

Les coquillages vendus dans le commerce sont :



★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE COQUILLAGES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	60%	55% ↓
Signe officiel de qualité et d'origine	29%	27%
Opportunité sur le rayon	30%	31%
Qualités nutritionnelles	16%	19%
Qualités gustatives	34%	32%
Provenance du produit	51%	49%
Prise en compte du développement durable	15%	16%
Je n'en achète/consomme pas	15%	15%
Autre	1%	2%



Zoom sur les écarts de perception

La clientèle plus âgée ainsi que les habitants des zones côtières ont globalement une meilleure image des coquillages

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

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Homme
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 à moins de 25 km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

Le prix, un critère qui influence davantage les 50-64 ans lors de l'acte d'achat.

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	50-64 ans / 65 ans et plus Homme Habitant en Bretagne / Pays de la Loire Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Plus d'importation que d'origine française	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Habitant dans les Hauts-de-France
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	50-64 ans
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus / 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	-



Malgré une baisse sur cette vague, les qualités gustatives restent une force des crustacés

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage**, tout comme les **garanties sanitaires** viennent entacher cette perception.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

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

3.5
(3,8)

Note de confiance

3.7 ↘
(4,1)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	1,6	1,4
Disponibilité en points de vente	3,3	2,9
Produit de qualité	4,4	4,0
Garanties sanitaires	3,0	2,8
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,9	1,9
Qualités gustatives	4,7	4,4 ↘

↑
Fort
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

Faible

IMAGE MESURÉE

Fort →



Les français n'ont pas d'opinion tranchée sur l'origine des crustacés

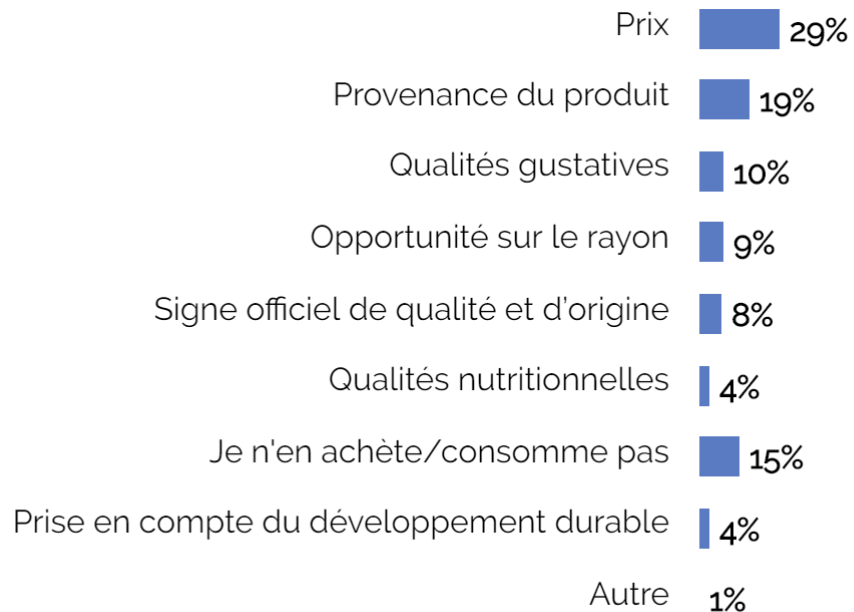
Le prix et la provenance restent les principaux critères d'influence lors de l'acte d'achat. La prise en compte du développement durable est elle en baisse.

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

★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE CRUSTACES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	62%	59%
Signe officiel de qualité et d'origine	29%	26%
Opportunité sur le rayon	33%	32%
Qualités nutritionnelles	16%	17%
Qualités gustatives	35%	34%
Provenance du produit	49%	46%
Prise en compte du développement durable	17%	14% ↓
Je n'en achète/consomme pas	13%	15% ↑
Autre	1%	2%



Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus, particulièrement attentifs à la disponibilité en point de vente et aux qualités gustatives lors de l'achat de crustacés

Note d'image globale	65 ans et plus Habitant en Pays-de-la-Loire / PACA 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 / Employé / Homme
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus
Produit de qualité	Retraité / Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	Homme Habitant en Bretagne / Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte



Zoom sur les écarts de perception

La prise en compte du développement durable particulièrement importante pour les 25-34 ans

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	50-64 ans Habitant en Bretagne / Pays de la Loire / Ile de France
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus
Plus d'importation que d'origine française	65 ans et plus Homme
Je ne sais pas	18-24 ans / 25-34 ans / 35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	65 ans et plus
Signe officiel de qualité et d'origine	-
Opportunité sur le rayon	Habitant en Auvergne Rhône Alpes
Qualités nutritionnelles	Habitant en Centre-Val-de-Loire
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus Habitant à moins de 25 km de la côte
Prise en compte du développement durable	25-34 ans

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



La perception du thon reste mitigée néanmoins les consommateurs estiment que c'est un produit de qualité possédant de bonnes garanties sanitaires

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage** sont elles, bien en deçà avec une note moyenne tout juste positive.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

Note d'image globale

2,0
(2,3)

Note de confiance

3,0
(3,2)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Qualités gustatives
Disponibilité en points de vente

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	1,9	2,0
Disponibilité en points de vente	2,3	2,3
Produit de qualité	3,8	3,5
Garanties sanitaires	2,7	2,3
Méthodes de pêche ou d'élevage	0,1	0,2
Qualités gustatives	4,3	4,1

↑
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

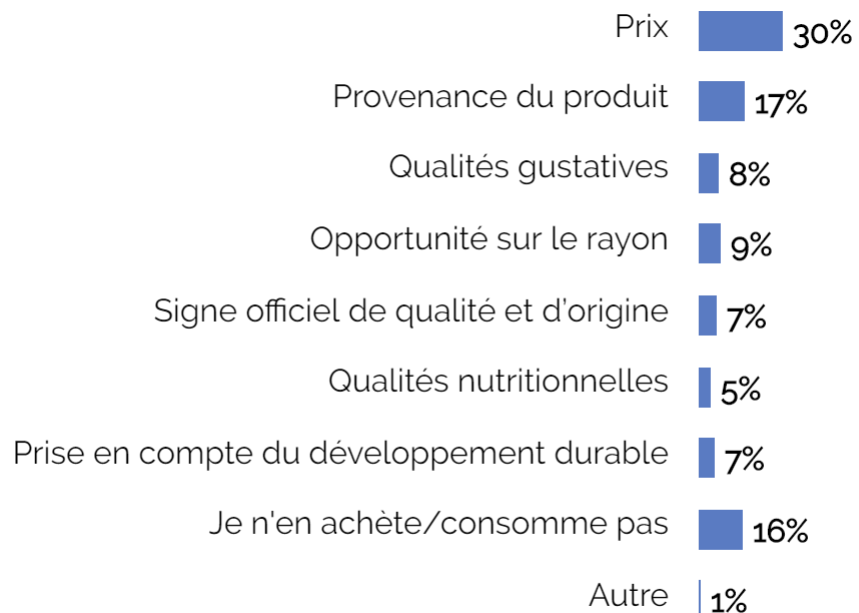
L'acte d'achat est principalement guidé par le prix et la provenance

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

★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	60%	57%
Signe officiel de qualité et d'origine	27%	27%
Opportunité sur le rayon	31%	29%
Qualités nutritionnelles	19%	20%
Qualités gustatives	31%	30%
Provenance du produit	45%	43%
Prise en compte du développement durable	18%	18%
Je n'en achète/consomme pas	16%	16%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Le thon, une espèce particulièrement bien perçue par les hommes

Note d'image globale	Homme
Note de confiance	Homme

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	18-24 ans Homme Habitant dans les Hauts-de-France
Disponibilité en points de vente	25 - 34 ans Homme
Produit de qualité	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Garanties sanitaires	Homme
Méthodes de pêche ou d'élevage	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Qualités gustatives	Homme



Zoom sur les écarts de perception

Les 35-49 ans, tout comme les ouvriers, sont particulièrement attentifs aux qualités gustatives du thon

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	25-34 ans / Employé / Homme Habitant en zone urbaine
Autant d'origine française que d'importation	Retraité / Homme
Plus d'importation que d'origine française	Cadre, profession intellectuelle supérieure Retraité / Homme
Je ne sais pas	Sans activité professionnelle / Femme Habitant en Normandie / Occitanie Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	-
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	25-34 ans / Homme Habitant en Centre-Val-de-Loire
Qualités gustatives	35-49 ans / Ouvrier
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Habitant en Occitanie

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Les qualités gustatives de la truite font d'elle un produit de qualité

Attention toutefois aux **méthodes d'élevage** et aux **garanties sanitaires** qui viennent ternir son image

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité

Points de vigilance

Disponibilité en points de vente

Valeur ajoutée

Rapport qualité / prix

Note d'image globale

2,7
(3,1)

Note de confiance

3,5
(3,5)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	3,3	2,8 ↘
Disponibilité en points de vente	2,3	2,3
Produit de qualité	3,8	3,3 ↘
Garanties sanitaires	2,9	2,6
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,6	1,5
Qualités gustatives	4,0	3,7

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

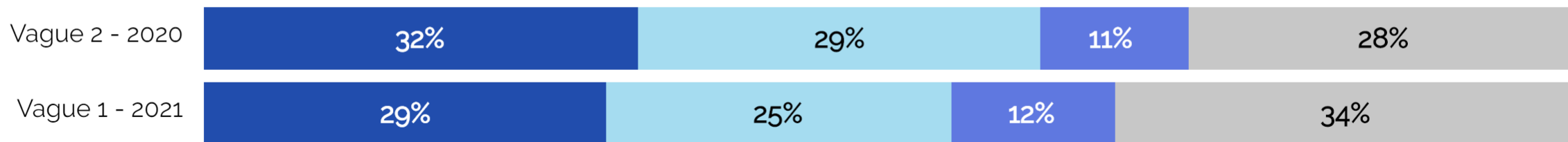
Forte →



La truite, une espèce majoritairement française aux yeux de la population

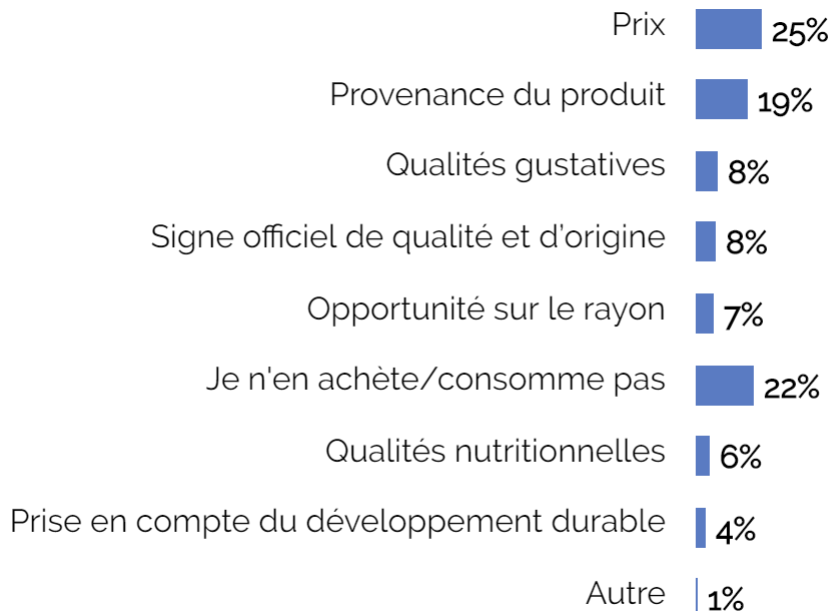
Notons toutefois que la part de français ne se positionnant pas sur l'origine de la truite a tendance à augmenter sur cette vague

La truite vendue 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

★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



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

VAGUE

	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	55%	52%
Signe officiel de qualité et d'origine	29%	25% ↓
Opportunité sur le rayon	28%	24% ↓
Qualités nutritionnelles	20%	20%
Qualités gustatives	30%	28%
Provenance du produit	46%	44%
Prise en compte du développement durable	17%	17%
Je n'en achète/consomme pas	19%	22%
Autre	1%	2%



Zoom sur les écarts de perception

La truite, une espèce particulièrement appréciée des hommes et des habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes

Note d'image globale	50-64 ans / Retraité / Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Note de confiance	Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Employé Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes / Grand Est
Disponibilité en points de vente	-
Produit de qualité	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	Employé Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à moins de 25km de la côte
Qualités gustatives	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes



Zoom sur les écarts de perception

La provenance du produit, critère important lors de l'achat pour les 65 ans et plus

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Autant d'origine française que d'importation	Habitant en Centre-Val-de-Loire / Grand Est
Plus d'importation que d'origine française	18-24 ans / 25-34 ans / 35-49 ans Profession intermédiaire / Habitant dans les Hauts-de-France
Je ne sais pas	35-49 ans / Ouvrier / Sans activité professionnelle Femme / Habitant en Ile-de-France / Occitanie Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	-
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	35-49 ans Habitant en Centre-Val-de-Loire / Hauts-de-France
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



Le bar 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 1 - 2021)

Note d'image globale

3,1
(3,3)

Note de confiance

3,8
(4,0)

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

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	1,8	1,6
Disponibilité en points de vente	1,4	1,1
Produit de qualité	4,0	4,0
Garanties sanitaires	3,0	2,7
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,9	1,6
Qualités gustatives	4,1	4,0

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

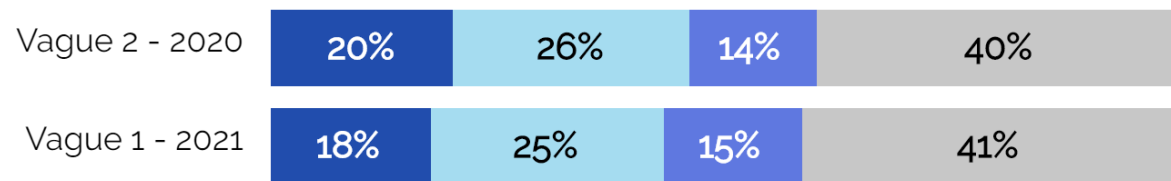
Forte →



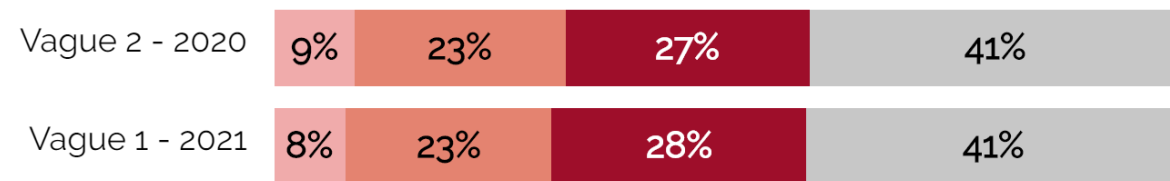
L'origine et le type de production du Bar restent floues

L'acte d'achat est principalement dicté par le prix et la provenance du produit même si près de 30% déclarent ne pas en consommer

Le bar vendu dans le commerce est :



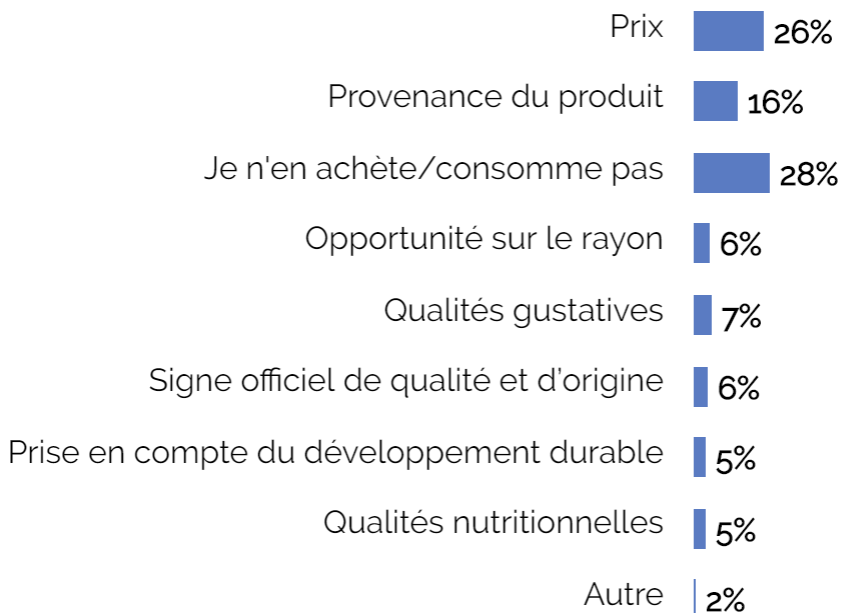
Le bar vendu dans le commerce est :



- 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

★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE BAR, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	50%	48%
Signe officiel de qualité et d'origine	24%	24%
Opportunité sur le rayon	28%	25%
Qualités nutritionnelles	14%	15%
Qualités gustatives	26%	25%
Provenance du produit	40%	38%
Prise en compte du développement durable	16%	16%
Je n'en achète/consomme pas	28%	28%
Autre	1%	2% ↗



Zoom sur les écarts de perception

Le bar, une espèce particulièrement bien perçue par les 65 ans et plus

Note d'image globale	65 ans et plus / Homme Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant à moins de 25km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	25-34 ans / Homme Habitant en Normandie
Disponibilité en points de vente	25-34 ans / Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Garanties sanitaires	65 ans et plus / Homme Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus / Homme
Qualités gustatives	65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure



Zoom sur les écarts de perception

Les français habitant à moins de 25km de la côte sont davantage à penser que le bar est plus sauvage que d'élevage

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Homme Habitant en Bretagne / Nouvelle-Aquitaine/Pays de la Loire / PACA Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus
Plus d'importation que d'origine française	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Homme Habitant en Bourgogne Franche Comté / Grand Est / Hauts de France
Je ne sais pas	18-24 ans / 35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle / Femme Habitant dans les Hauts-de-France / Habitant à plus de 25km de la côte

PROVENANCE DU PRODUIT

Plus sauvage que d'élevage	Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'élevage que sauvage	65 ans et plus / Homme
Plus d'élevage que sauvage	65 ans et plus
Je ne sais pas	35-49 ans Sans activité professionnelle Femme Habitant dans les Hauts-de-France 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 65 ans et plus principalement guidés par les signes officiels de qualité et d'origine, ainsi que par la provenance lorsqu'ils achètent du bar

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	Habitant dans le Grand Est
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 poissons blancs, famille particulièrement appréciée 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.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

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

3,5
(3,8)

Note de confiance

4,0
(4,3)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	3,3	3,2
Disponibilité en points de vente	4,2	4,0
Produit de qualité	3,8	3,7
Garanties sanitaires	3,3	3,1
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,8	1,7
Qualités gustatives	4,2	3,8 

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

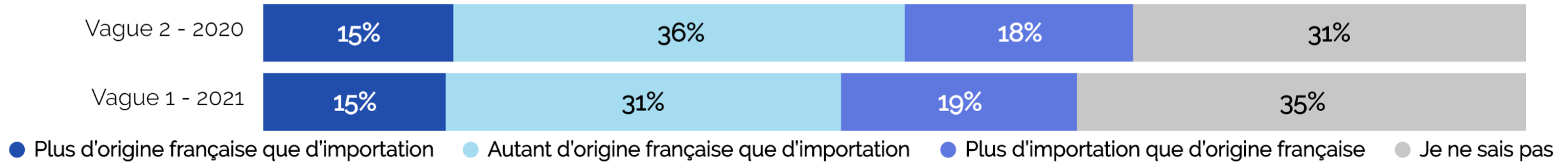
Forte →



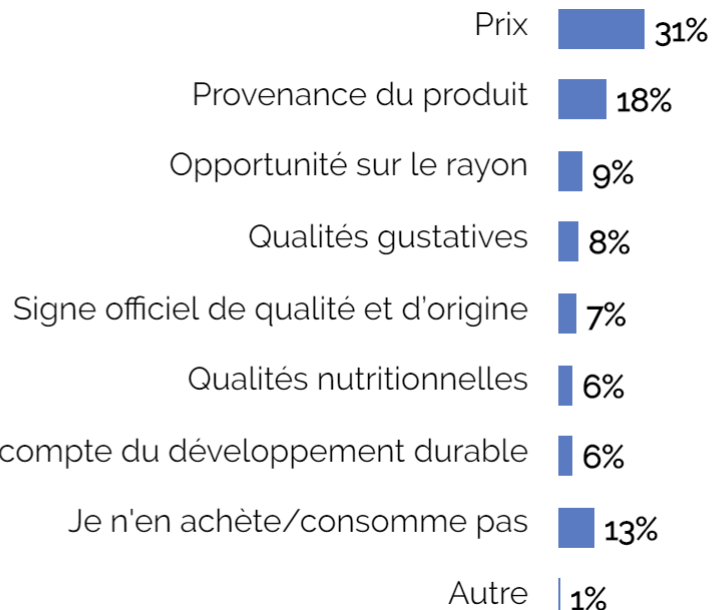
Les français estiment que les poissons blancs sont autant d'origine française que d'importation

L'achat principalement dicté par le prix et la provenance du produit

Les poissons blancs vendus dans le commerce sont :



★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE POISSONS BLANCS, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	64%	61%
Signe officiel de qualité et d'origine	27%	24% ↓
Opportunité sur le rayon	34%	33%
Qualités nutritionnelles	20%	20%
Qualités gustatives	32%	31%
Provenance du produit	46%	43%
Prise en compte du développement durable	19%	18%
Je n'en achète/consomme pas	12%	13%
Autre	1%	2%



Zoom sur les écarts de perception

Les français habitant en Bretagne, tout comme ceux habitant à moins de 25km de la côte et les 65 ans et plus sont davantage regardant sur la disponibilité en point de vente

Note d'image globale	65 ans et plus / Homme Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes 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	-
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 Auvergne-Rhône-Alpes
Garanties sanitaires	65 ans et plus
Méthodes de pêche ou d'élevage	Retraité Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant en Bretagne



Zoom sur les écarts de perception

La provenance du produit, critère qui touche particulièrement les 65 ans et plus

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Retraité Habitant en Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Retraité Homme
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	35-49 ans / Sans activité professionnelle / Femme Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Retraité Habitant en zone péri-urbaine
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	Employé Habitant en Centre-Val-de-Loire
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Habitant en Occitanie

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Les qualités gustatives, tout comme les garanties sanitaires et le rapport qualité/prix font des poissons bleus, une famille de produit de qualité

En revanche, les **méthodes de pêche** viennent ternir l'image globale de cette famille de produit.

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Qualités gustatives
Rapport qualité / prix
Produit de qualité
Garanties sanitaires

Points de vigilance

Valeur ajoutée

Disponibilité en points de vente

Note d'image globale

3,0
(3,4)

Note de confiance

3,9
(4,2)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	3,9	3,2 ↓
Disponibilité en points de vente	3,1	2,9
Produit de qualité	3,6	3,1 ↓
Garanties sanitaires	3,1	2,7 ↓
Méthodes de pêche ou d'élevage	1,7	1,6
Qualités gustatives	3,9	3,4 ↓

IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

↑
Forte

Faible

IMAGE MESURÉE

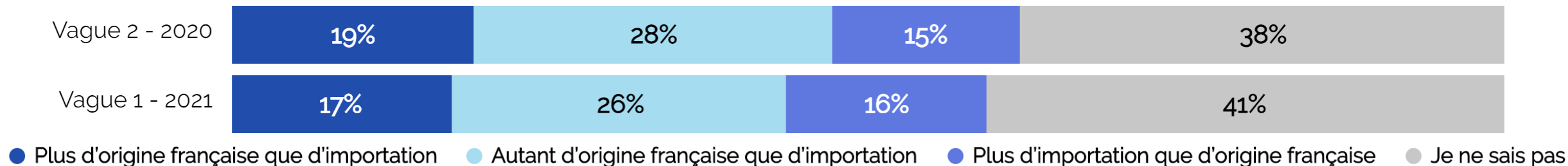
Forte →



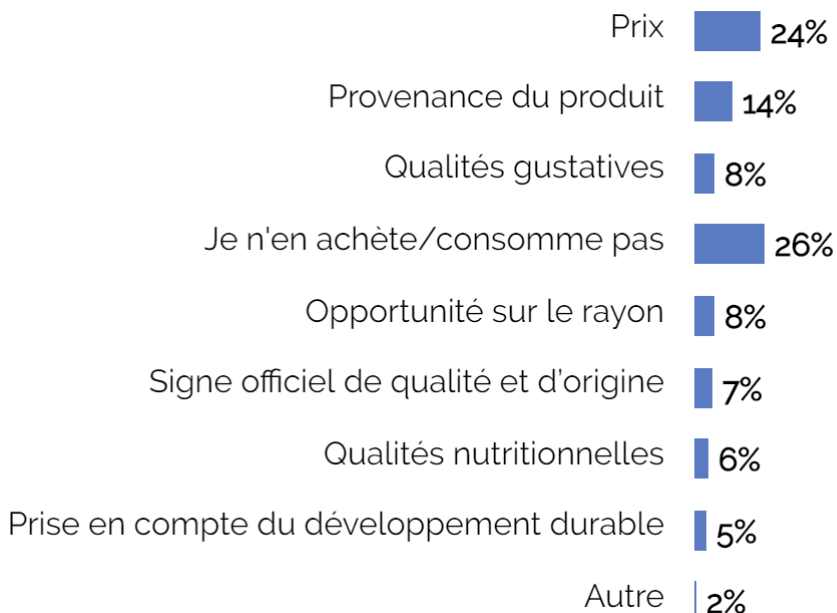
Une population relativement indécise quant à l'origine du produit

Bien que restant le critère principal, nous notons une baisse de la prise en compte du prix lors de l'acte d'achat

Les poissons bleus vendus dans le commerce sont :



★ **1^{er} choix**
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS DE POISSONS BLEUS, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	53%	47% ↓
Signe officiel de qualité et d'origine	23%	21%
Opportunité sur le rayon	30%	25% ↓
Qualités nutritionnelles	21%	20%
Qualités gustatives	28%	27%
Provenance du produit	39%	37%
Prise en compte du développement durable	15%	16%
Je n'en achète/consomme pas	23%	26%
Autre	1%	2% ↑



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes ont une bonne perception de cette famille de produits

Note d'image globale	65 ans et plus / Homme Habitant en Normandie / PACA Habitant à moins de 25km de la côte
Note de confiance	65 ans et plus / Cadre, profession intellectuelle supérieure Homme / Habitant en Normandie Habitant à moins de 25km de la côte

IMAGE DÉTAILLÉE

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



Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus, davantage attentif aux opportunités sur le rayon ainsi qu'à 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 Pays-de-la-Loire 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	Habitant en Bourgogne-Franche-Comté / dans les Hauts-de-France
Je ne sais pas	18-24 ans / 35-49 ans / Sans activité professionnelle Femme / Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

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

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



L'image des huîtres entachée par la disponibilité en point de vente et le rapport qualité/prix

Bilan d'image (Vague 1 - 2021)

Priorités d'action

Rapport qualité / prix
Disponibilité en points de vente

Forces à retenir

Points de vigilance

Valeur ajoutée
Produit de qualité
Qualités gustatives
Garanties sanitaires
Méthodes de pêche ou d'élevage


Note d'image globale

2,4
(2,4)

Note de confiance

2,3
(2,2)

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Rapport qualité / prix	2,0	1,6
Disponibilité en points de vente	2,2	2,1
Produit de qualité	4,9	4,7
Garanties sanitaires	3,8	3,6
Méthodes de pêche ou d'élevage	4,1	3,6 
Qualités gustatives	4,3	4,2

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



Un avis très tranché quant à l'origine française des huîtres

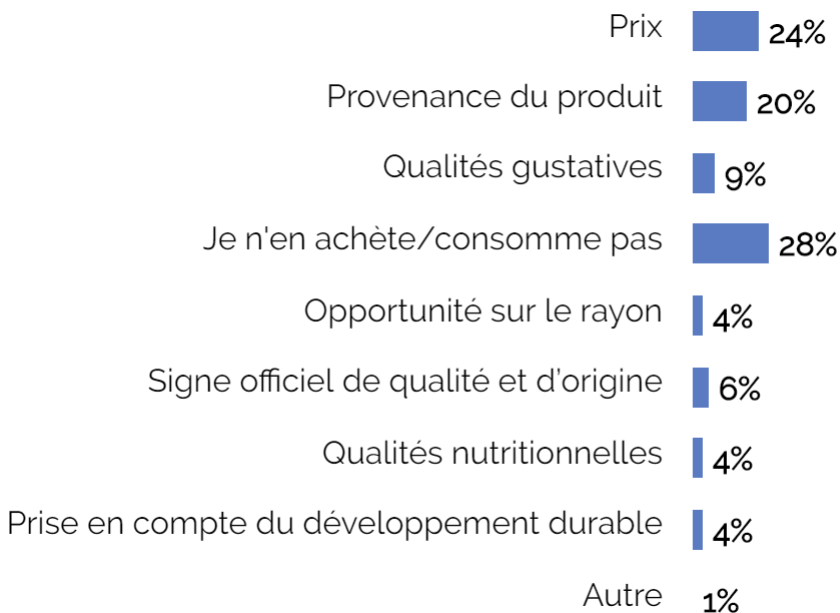
Les principaux facteurs d'influence restent, sur cette vague également le prix et la provenance du produit

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

1^{er} choix
(Vague 1 - 2021)



LORS DE VOS ACHATS D'HUITRES, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2020	VAGUE 1 - 2021
Prix	48%	48%
Signe officiel de qualité et d'origine	23%	22%
Opportunité sur le rayon	22%	23%
Qualités nutritionnelles	15%	14%
Qualités gustatives	34%	30% ↓
Provenance du produit	46%	44%
Prise en compte du développement durable	13%	13%
Je n'en achète/consomme pas	27%	28%
Autre	1%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Les « jeunes » français ont une bonne image des huîtres

Note d'image globale	18-24 ans / 25-34 ans Ouvriers / Sans activité professionnelle / Femme Non consommateur de produits aquatiques
Note de confiance	18-24 ans / 25-34 ans / 35-49 ans Ouvriers / Sans activité professionnelle / Femme Non consommateur de produits aquatiques

IMAGE DÉTAILLÉE

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

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



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes sont davantage à penser que les huîtres sont autant d'origine française que d'importation

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	50-64 ans / 65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant en Pays de la Loire
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	18-24 ans / 25-34 ans Agriculteurs, pêcheur, aquaculteur / Ouvrier
Je ne sais pas	18-24 ans / 35-49 ans Ouvrier / Sans activité professionnelle / Femme Habitant dans les Hauts-de-France Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	65 ans et plus
Signe officiel de qualité et d'origine	-
Opportunité sur le rayon	Habitant en Pays de la Loire
Qualités nutritionnelles	Habitant en Centre-Val-de-Loire
Qualités gustatives	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Habitant en zone périurbaine
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	25-34 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure Habitant en Bourgogne-Franche-Comté

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



PERCEPTION DES MODES DE PRODUCTION



PERCEPTION DE LA PÊCHE

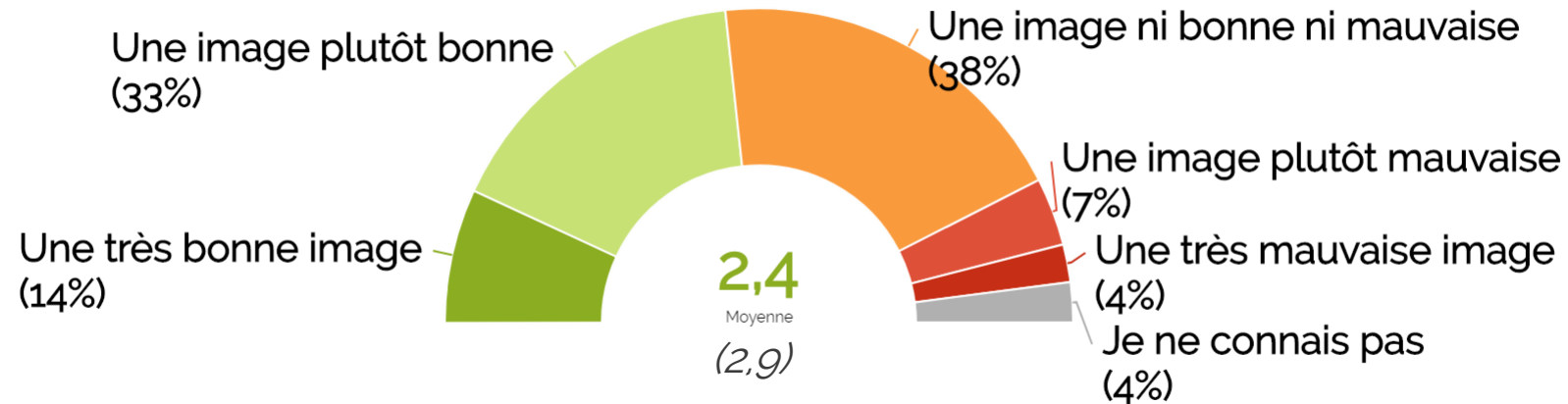




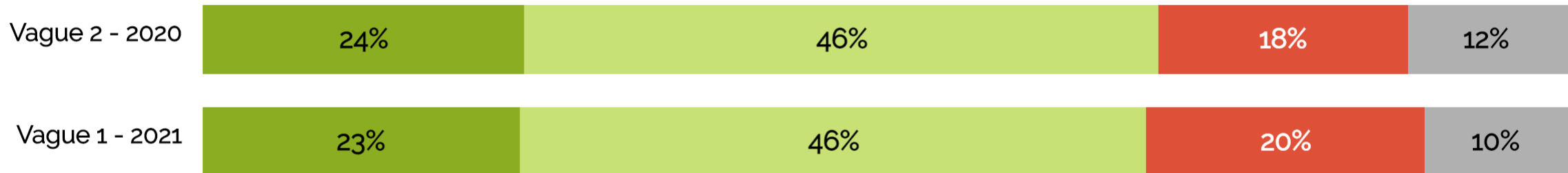
Malgré une tendance à la baisse, la pêche reste une pratique relativement bien perçue

Les français estiment toutefois qu'il faut 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



La population habitant près des côtes, tout comme les hommes et les plus âgés ont une meilleure perception de la pêche

Les cadres et professions intellectuelles supérieures et les hommes considèrent que la pêche prend déjà en compte le bien être animal

Note d'image de la pêche

65 ans et plus
Homme
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

Cadre, profession intellectuelle supérieure
Homme

Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques

-

Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal

Habitant à plus de 25km de la côte

Sans opinion

18-24 ans
Habitant en Normandie

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%	57%	41%	31%
Participation à l'économie locale	56%	38%	23%	14%
Création et maintien de l'emploi	51%	40%	29%	24%
Aspects environnementaux	41%	26%	15%	12%
Préservation de la ressource marine	30%	15%	6%	3%
Aucun effet environnemental	19%	12%	7%	6%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	5%	5%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	12%	34%	54%	66%
Désagréments directs de proximité	4%	8%	11%	14%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%	26%	43%	52%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	14%	28%	37%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	9%	11%	11%	13%

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.



Les aspects économiques particulièrement évoqués lorsqu'on mentionne la petite pêche

Les 18-34 ans exposent quant à eux davantage les aspects « négatifs » sur l'environnement

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

	Vague 2 -2020	Vague 1 -2021
Aspects économiques	77%	77%
Participation à l'économie locale	59%	56%
Création et maintien de l'emploi	56%	51%
Aspects environnementaux	44%	41%
Préservation de la ressource marine	35%	30%
Aucun effet environnemental	19%	19%
Atténuation du réchauffement climatique	8%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	10%	12% ↗
Désagréments directs de proximité	3%	4% ↗
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%	6%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	5%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	8%	9%

65 ans et plus

18-24 ans
25-34 ans

Ouvrier
Femme
Habitant à plus de 25km 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



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

Les 25-34 ans sont, sur ce type de pêche également, plus critiques et pointent du doigt les aspects « négatifs » sur l'environnement

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

	Vague 2 -2020	Vague 1 -2021
Aspects économiques	60%	57%
Participation à l'économie locale	42%	38%
Création et maintien de l'emploi	44%	40%
Aspects environnementaux	26%	26%
Préservation de la ressource marine	17%	15%
Aucun effet environnemental	11%	12%
Atténuation du réchauffement climatique	5%	5%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	34%	34%
Désagréments directs de proximité	8%	8%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	27%	26%
Destruction des milieux ou des habitats	14%	14%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	10%	11%

65 ans et plus

25-34 ans
Cadre, profession
intellectuelle supérieure
Habitant en Pays de la Loire

18-24 ans / 25-34 ans
Ouvrier
Sans activité professionnelle
Femme
Habitant à plus de 25km 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 pêche côtière



La majeure partie de la population met en avant les aspects « négatifs » de la pêche au large sur l'environnement

La création et le maintien de l'emploi reste toutefois un critère mis en avant mais en second plan

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

	Vague 2 -2020	Vague 1 -2021
Aspects économiques	39%	41%
Participation à l'économie locale	20%	23%
Création et maintien de l'emploi	29%	29%
Aspects environnementaux	13%	15%
Préservation de la ressource marine	6%	6%
Aucun effet environnemental	6%	7%
Atténuation du réchauffement climatique	3%	5% 
Aspects "négatifs" sur l'environnement	61%	54%
Désagréments directs de proximité	11%	11%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	50%	43%
Destruction des milieux ou des habitats	32%	28%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	10%	11%

Employé
Habitant en zone urbaine

Cadre, profession
intellectuelle supérieure

25-34 ans
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



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

Les 50-64 ans, tout comme les employés sont eux plus sensible aux aspects économique de la pratique

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

	Vague 2 -2020	Vague 1 -2021
Aspects économiques	27%	31%
Participation à l'économie locale	9%	14%
Création et maintien de l'emploi	23%	24%
Aspects environnementaux	10%	12%
Préservation de la ressource marine	4%	3%
Aucun effet environnemental	4%	6%
Atténuation du réchauffement climatique	2%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	71%	66%
Désagréments directs de proximité	14%	14%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	59%	52%
Destruction des milieux ou des habitats	43%	37%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	11%	13%

50-64 ans
Employé

35-49 ans
Agriculteur, pêcheur,
aquaculteur

65 ans et plus

Ouvrier
Femme
Habitant en Centre-Val-de-Loire
Habitant à plus de 25km 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 grande pêche.



PERCEPTION DE L'AQUACULTURE

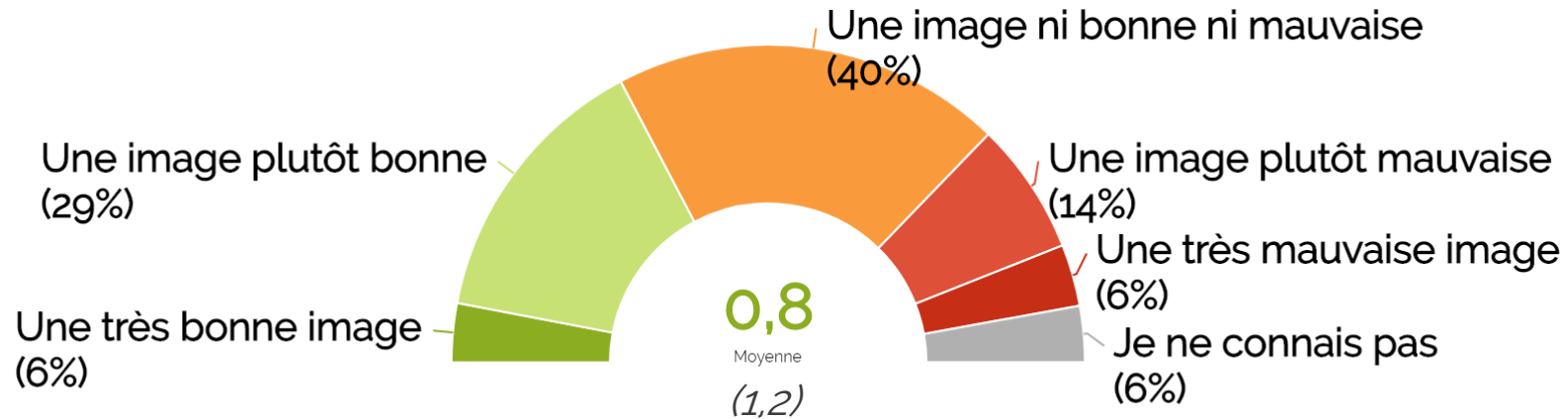




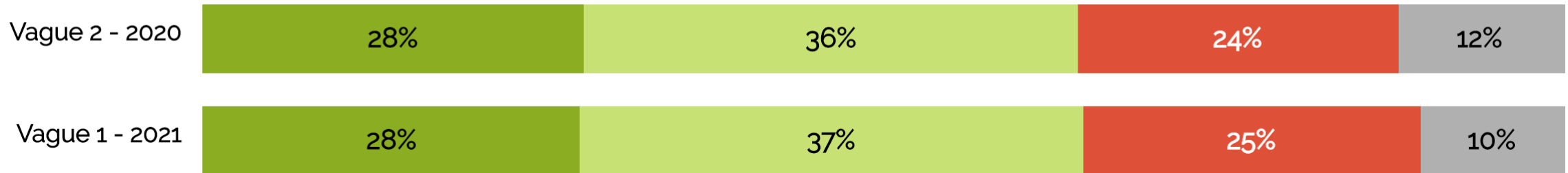
La pisciculture, un procédé moins bien perçue par la population française avec une note d'image en baisse sur cette vague atteignant son niveau le plus bas

La vision des français quant à la compatibilité entre la pisciculture et le bien-être animal reste stable

Image de la pisciculture (élevage de poissons)



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

() : Rappel note V2 - 2021



Les femmes considèrent davantage que la pisciculture est incompatible avec une prise en compte du bien-être animal

Note d'image de la pisciculture	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
--	-----------------------------------

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	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques	Cadre, profession intellectuelle supérieure
Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal	Femme
Sans opinion	Ouvrier Habitant à plus de 25km de la côte

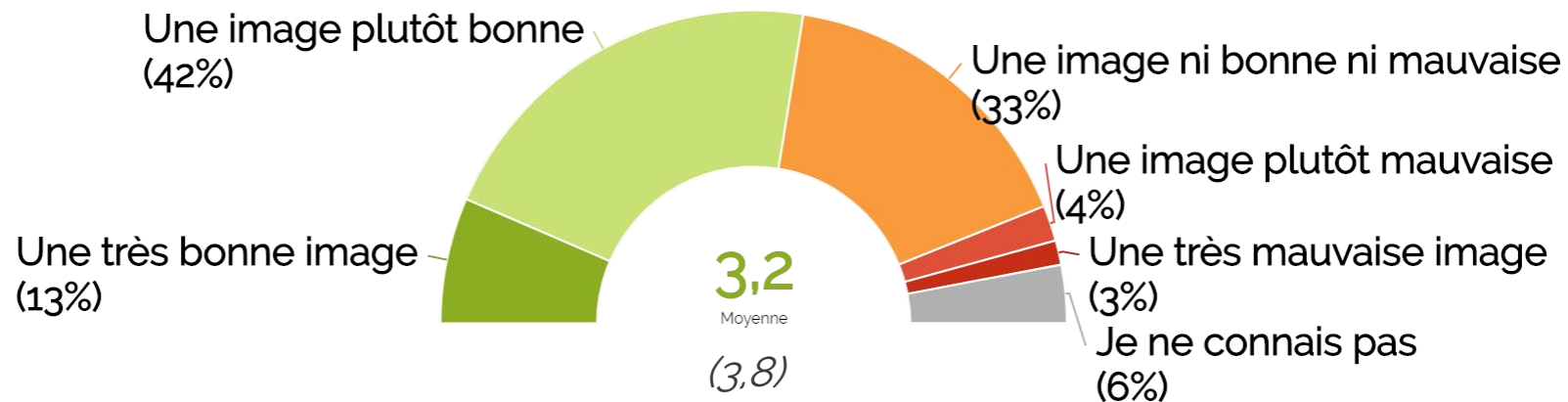
i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



Bien que moins bien notée sur cette vague, la conchyliculture reste la pratique la mieux perçue par la population

Les hommes et les plus âgés ont une meilleure perception de ce procédé

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



Note d'image de la conchyliculture

65 ans et plus
Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Homme



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



L'aquaculture, un mode de production aux aspects économiques non négligeables

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

(Vague 2 – 2020)

	Pisciculture	Conchyliculture
Aspects économiques	58%	74%
Participation à l'économie locale	41%	54%
Création et maintien de l'emploi	39%	54%
Aspects environnementaux	42%	42%
Préservation de la ressource marine	28%	29%
Aucun effet environnemental	16%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	7%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	29%	14%
Désagréments directs de proximité	13%	7%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	12%	7%
Destruction des milieux ou des habitats	13%	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 et environnementaux provoqués par la pisciculture particulièrement mis en avant par la population

La jeune population plus critique sur l'impact négatif sur l'environnement

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

	Vague 2 - 2020	Vague 1 - 2021
Aspects économiques	60%	58%
Participation à l'économie locale	44%	41%
Création et maintien de l'emploi	41%	39%
Aspects environnementaux	46%	42%
Préservation de la ressource marine	34%	28% 
Aucun effet environnemental	15%	16%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	7%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	24%	29% 
Désagréments directs de proximité	14%	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	7%	12% 
Destruction des milieux ou des habitats	9%	13% 
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	8%	8%

65 ans et plus

18-24 ans

Ouvriers

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, restent, clairement mis en avant par les consommateurs

Les jeunes français mettent particulièrement en avant les aspects négatifs de ce mode de production sur l'environnement

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

	Vague 2 - 2020	Vague 1 - 2021
Aspects économiques	77%	74%
Participation à l'économie locale	60%	54% 
Création et maintien de l'emploi	58%	54%
Aspects environnementaux	44%	42%
Préservation de la ressource marine	32%	29%
Aucun effet environnemental	20%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	4%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	11%	14% 
Désagréments directs de proximité	4%	7% 
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	4%	7% 
Destruction des milieux ou des habitats	4%	4%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	7%	7%

65 ans et plus

18-24 ans
25-34 ans
Sans activité professionnelle
Habitant en Ile-de-France
Habitant en zone urbaine

Habitant en Centre-Val-de-Loire

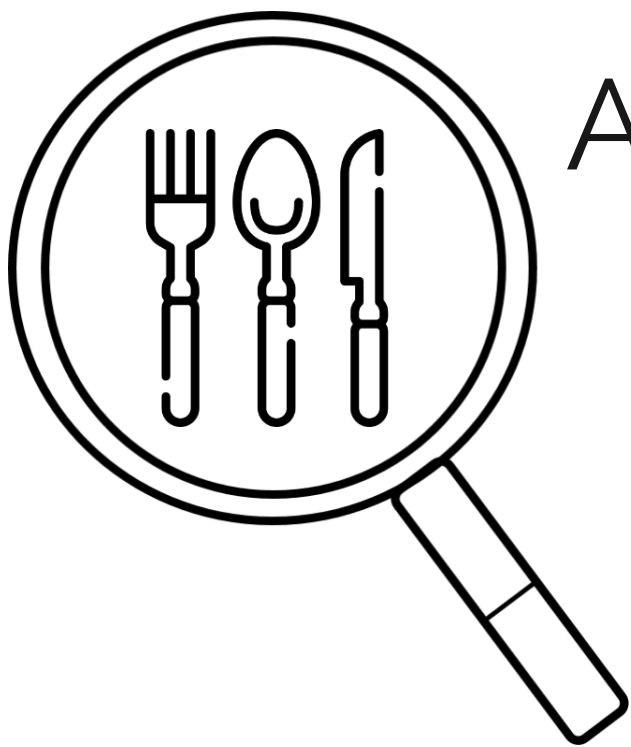
Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- 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

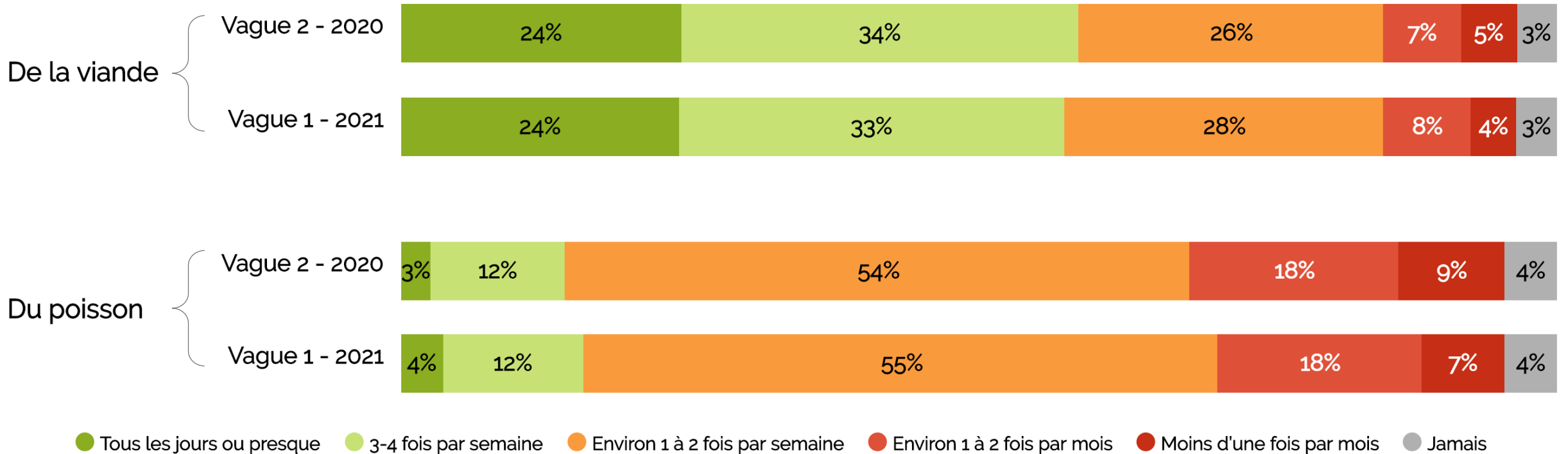




Une consommation de poisson stable, soit environ une à 2 fois par semaine pour la majorité des français

De façon générale, les français déclarent consommer 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 jeunes français déclarent consommer quasi quotidiennement de la viande

FREQUENCE DE CONSOMMATION DE LA VIANDE

Tous les jours ou presque	18-24 ans / 25-34 ans Employé / Sans activité professionnelle Habitant dans les Hauts-de-France
3-4 fois par semaine	Profession intermédiaire / Habitant en PACA
Environ 1 à 2 fois par semaine	-
Environ 1 à 2 fois par mois	Habitant à plus de 25km de la côte
Moins d'une fois par mois	Retraité
Jamais	18-24 ans Habitant en Ile-de-France / Habitant en zone urbaine

FREQUENCE DE CONSOMMATION DU POISSON

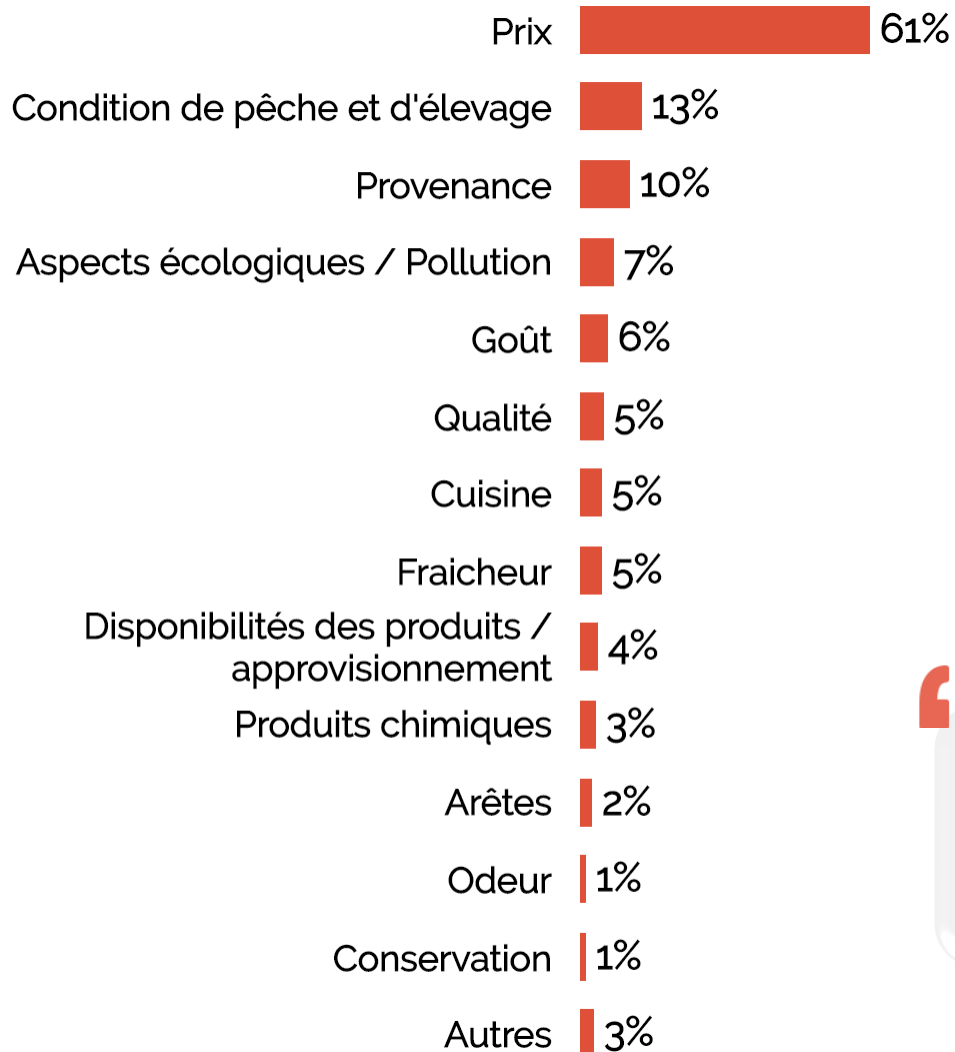
Tous les jours ou presque	25-34 ans Artisans, commerçant, chef d'entreprise / Employé Habitant en Centre-Val-de-Loire
3-4 fois par semaine	Habitant en Ile-de-France / Habitant en zone urbaine
Environ 1 à 2 fois par semaine	65 ans et plus / Retraité
Environ 1 à 2 fois par mois	35-49 ans
Moins d'une fois par mois	Femme
Jamais	18-24 ans / Sans activité professionnelle Habitant en zone urbaine

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



La consommation de poisson est freinée par le prix des produits...

Freins à la consommation de poisson



PRIX

Certains prix pour des variétés peu courantes.

Le poisson est plus cher que la viande.

Le prix élevé car je ne consomme pas de poissons d'élevage.



CONDITIONS DE PECHE ET D'ELEVAGE

Savoir que la surpêche peut entraîner la disparition de certaines espèces.

[...], les méthodes destructives de pêche.

La surpêche qui vide les océans. si personne n'en consomme, il y aura à nouveau des poissons dans la mer



PROVENANCE

Importation et le non-respect de nos normes.

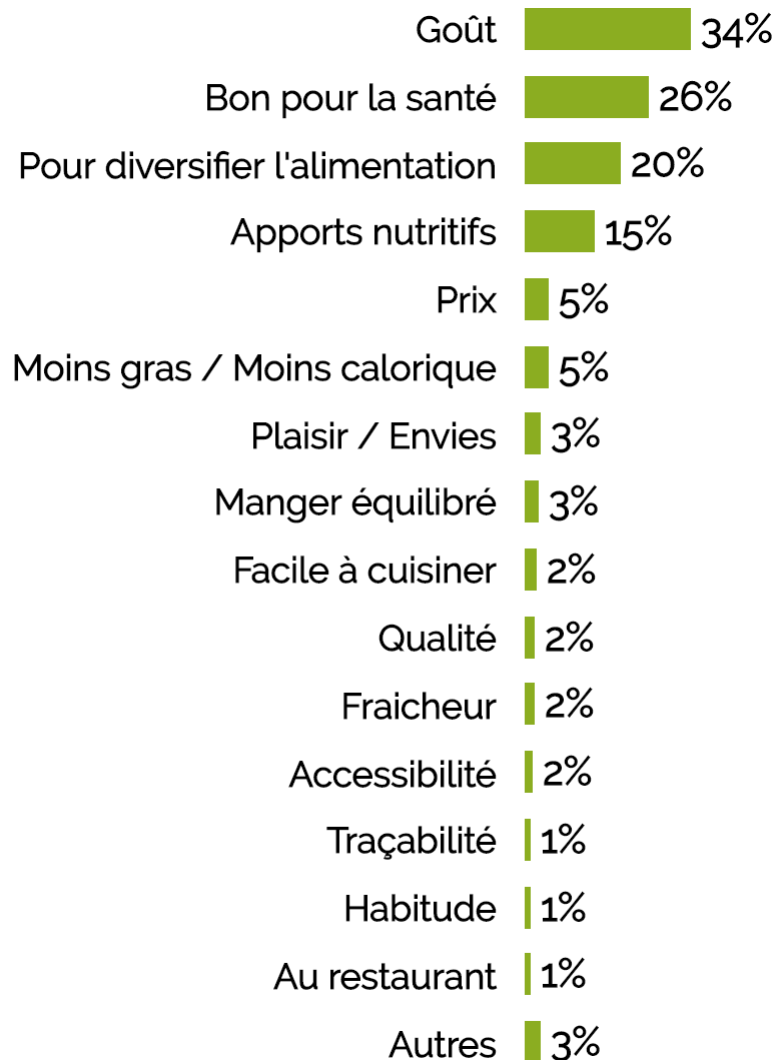
[...], on n'est pas toujours sûr de la provenance du produit.





Les consommateurs particulièrement attirés par les qualités gustatives du poisson

+ Motivations à la consommation de poisson



GOUT

J'adore le goût du poisson en général, je peux autant apprécier des poissons de mer que ceux d'eau douce.

[...] le goût lorsque le poisson est parfaitement préparé [...]

Bon goût, diverses textures et saveurs.

BON POUR LA SANTE

C'est très bien pour la santé.

Je pense que c'est bon pour la santé d'avoir différentes sources de protéines.

c'est bon pour la santé en termes de macro nutriments.

DIVERSIFIER L'ALIMENTATION

Recherche de variété dans l'alimentation.

J'aime bien et ça diversifie l'alimentation.

Aliment varié permettant un apport de protéines et différents minéraux sans avoir recours à la viande rouge.

L'ACHAT DES PRODUITS AQUATIQUES FRAIS EN LIBRE SERVICE





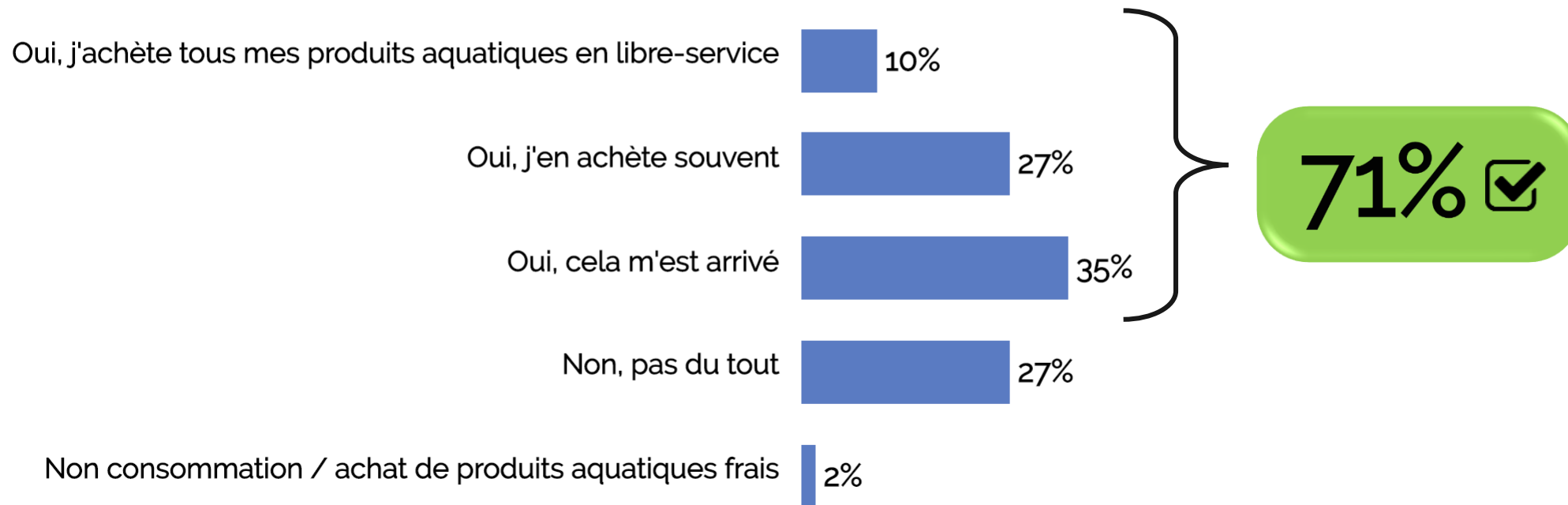
La grande majorité de la population française a déjà acheté des produits aquatiques frais en libre-service

10% achète la totalité de leur produits aquatiques de cette façon

Au cours des 2 derniers mois, avez-vous acheté, pour vous ou votre foyer, des produits aquatiques frais (produits de la pêche ou de l'aquaculture) en libre-service ?

Réponses effectives : 1 000

Taux de réponse : 100%





Les français habitant à moins de 25km de la côte, cible particulièrement attiré par ce mode d'achat

ACHAT DE PRODUITS AQUATIQUES EN LIBRE SERVICE

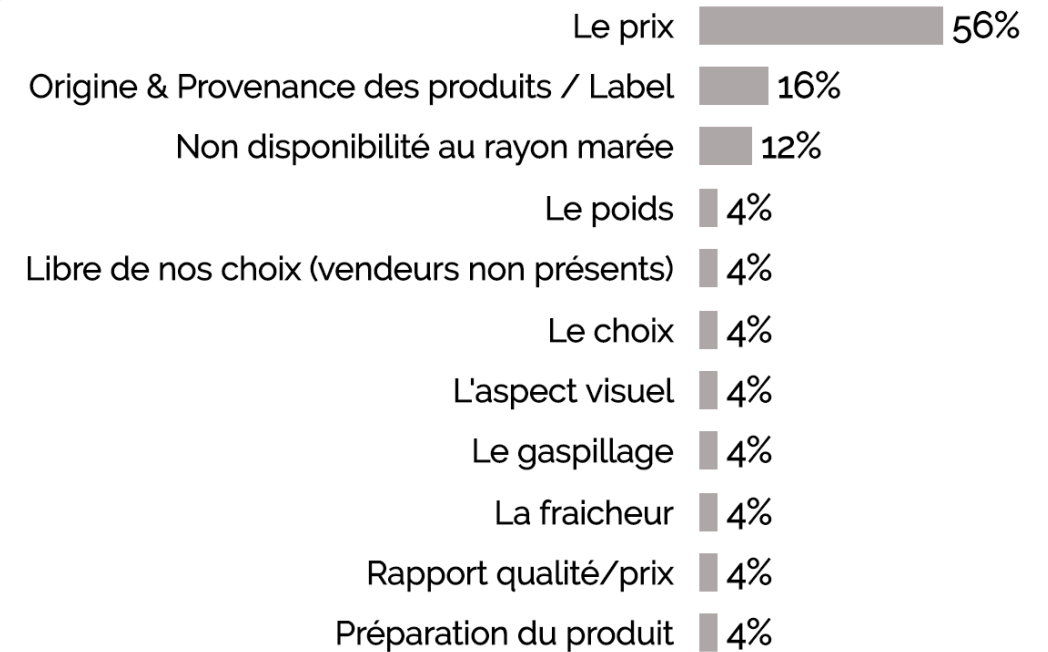
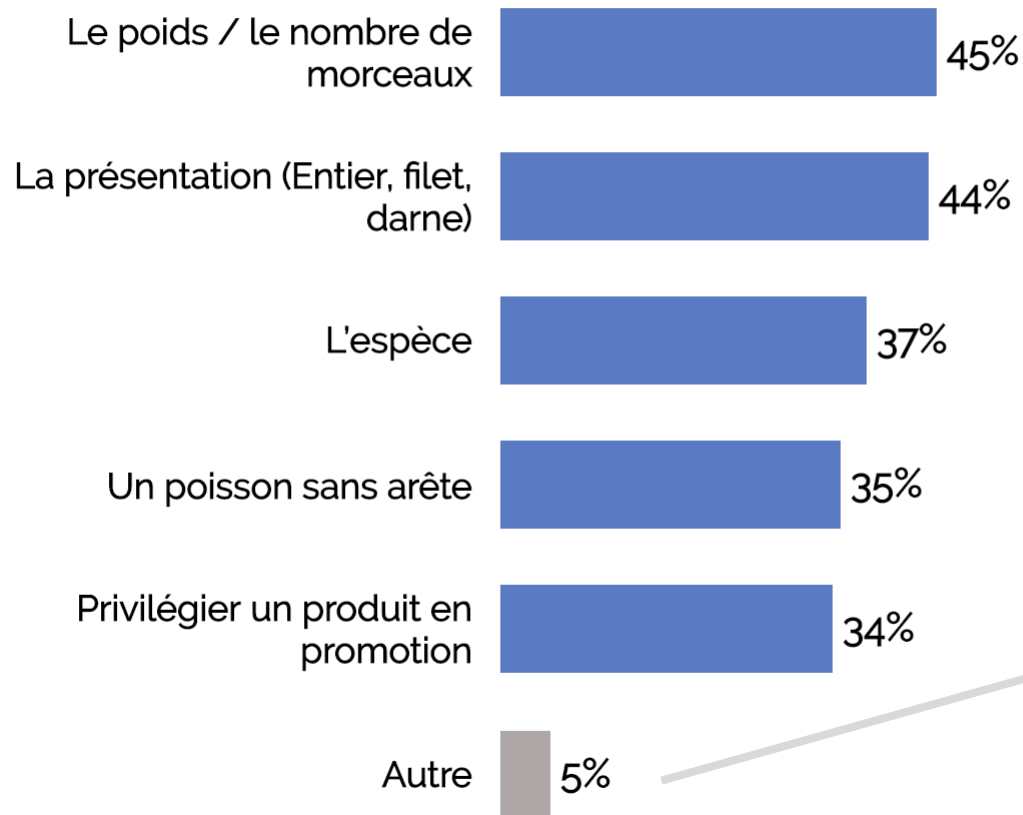
Oui, j'achète tous mes produits aquatiques en libre service	Habitant à moins de 25km de la côte
Oui, j'achète souvent	35-49 ans Cadre, profession intellectuelle supérieure Homme Habitant en Ile-de-France
Oui, cela m'est arrivé	50-64 ans
Non, pas du tout	65 ans et plus Femme Habitant en Bretagne Habitant en zone rurale
Non consommation / achat de produit aquatiques frais	Habitant en Normandie



Le poids et la présentation, principaux critères d'achat pour les produits aquatiques frais en libre service

71% ✓

Quels étaient vos critères d'achat ?



i En moyenne, les répondants ont sélectionnés **un seul critère d'achat.**



Les ouvriers, tout comme les français habitant à moins de 25km de la côte privilégient les poissons sans arête lorsqu'ils achètent en libre-service

CRITERES D'ACHAT DE PRODUITS AQUATIQUES EN LIBRE SERVICE

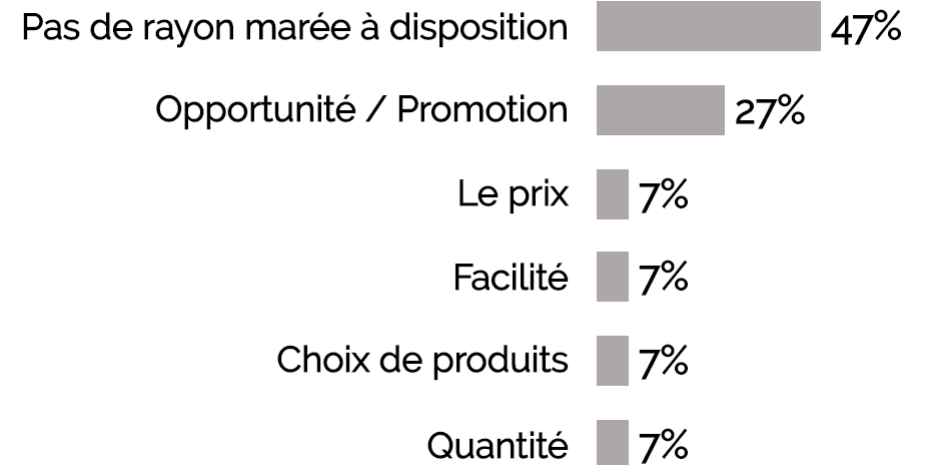
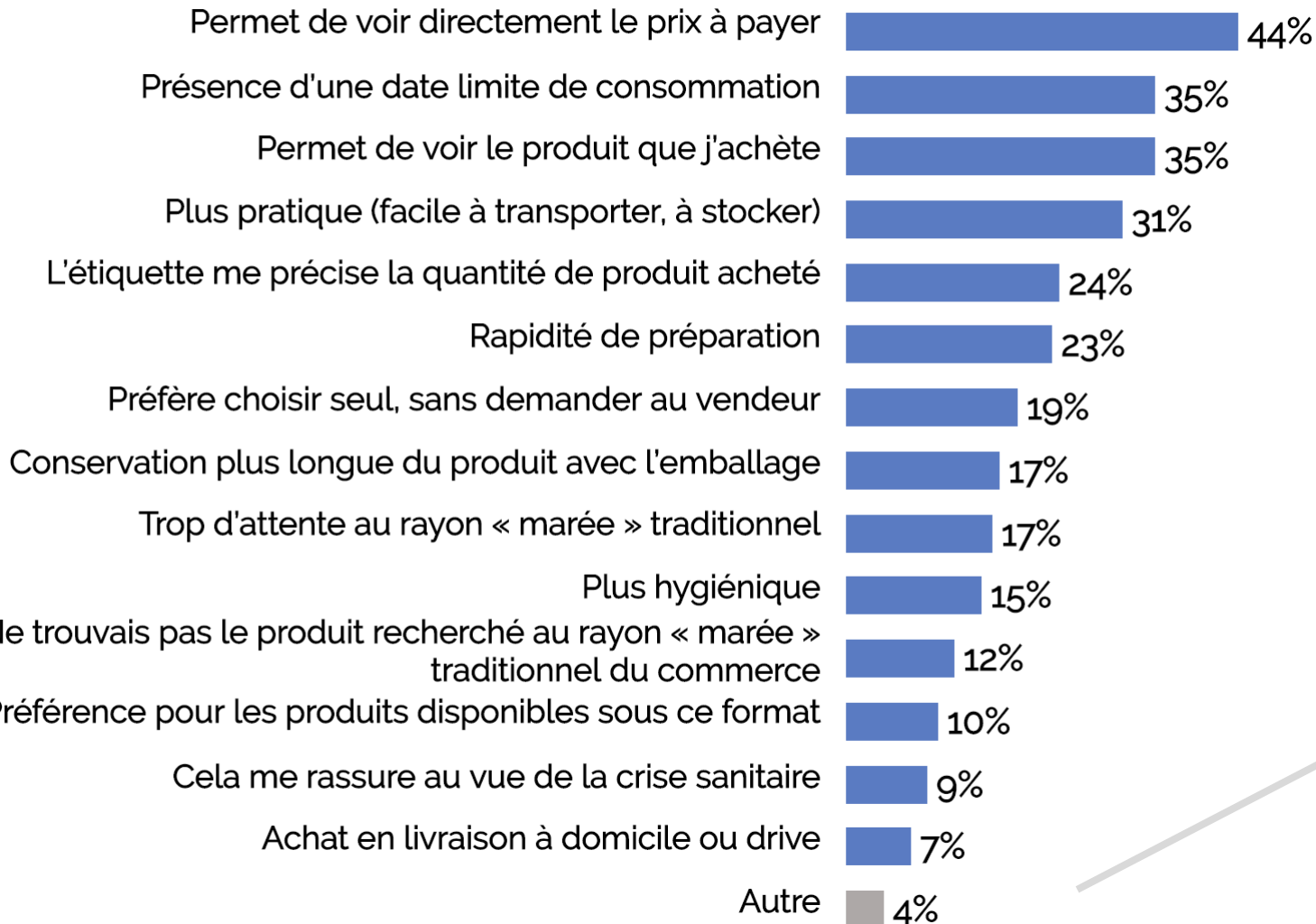
Le poids / le nombre de morceaux	-
La présentation (Entier, filet, dame...)	-
Privilégier un produit en promotion	-
Un poisson sans arête	Ouvrier Habitant à plus de 25km de la côte
L'espèce	-



L'affichage direct du prix, la DLC et la vision de près du produit sont les principales raisons d'achat en libre-service

71%

Pour quelles raisons ?



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **deux raisons**.



Les 65 ans et plus particulièrement attirés par la transparence liée à la quantité de produit acheté

RAISONS D'ACHAT DE PRODUITS AQUATIQUES EN LIBRE SERVICE

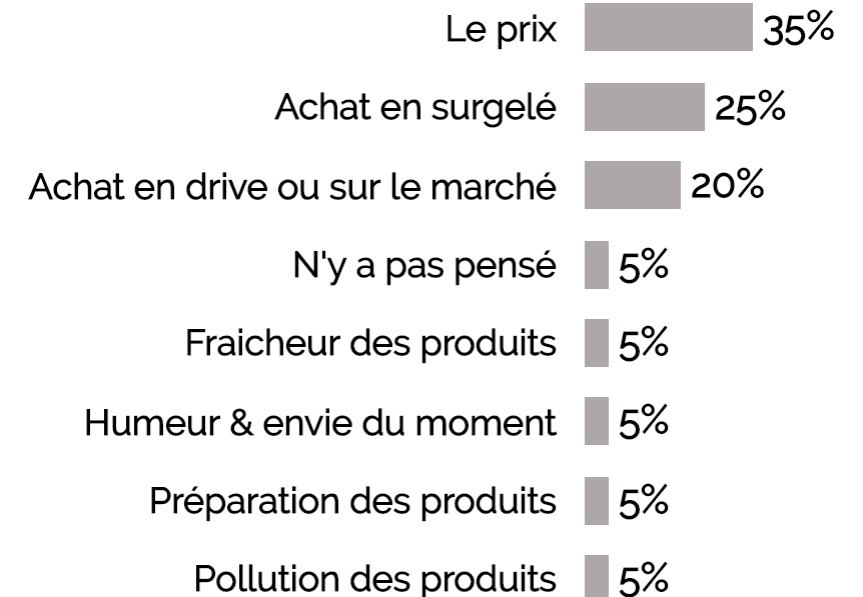
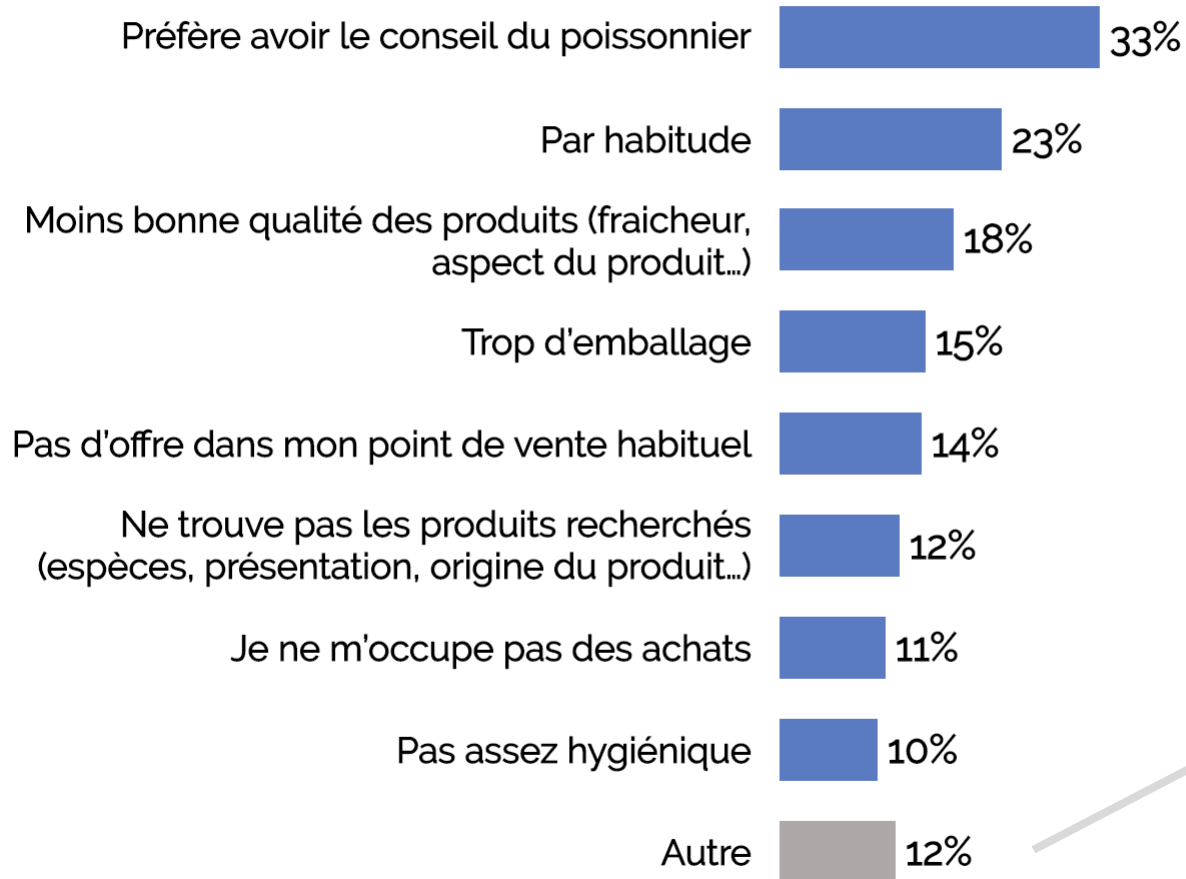
Ne trouvais pas le produit recherché au rayon « marée » traditionnel du commerce	-
Trop d'attente au rayon « marée » traditionnel	-
Plus pratique (facile à transporter, à stocker)	-
Plus hygiénique	-
Présence d'une date limite de consommation	-
L'étiquette me précise la quantité de produit acheté	65 ans et plus
Permet de voir le produit que j'achète	-
Préfère choisir seul, sans demander au vendeur	-
Permet de voir directement le prix à payer	-
Conservation plus longue du produit avec l'emballage	-
Rapidité de préparation	-
Cela me rassure au vue de la crise sanitaire	18 - 24 ans
Achat en livraison à domicile ou drive	18 - 24 ans 25 - 34 ans
Préférence pour les produits disponibles sous ce format	25 - 34 ans Sans activité professionnelle



Les conseils du poissonnier et les habitudes d'achat freinent certains consommateurs sur l'utilisation du libre-service

Pour quelles raisons n'achetez-vous pas en libre-service ?

27%



En moyenne, les répondants ont sélectionnés **une seule raison**.

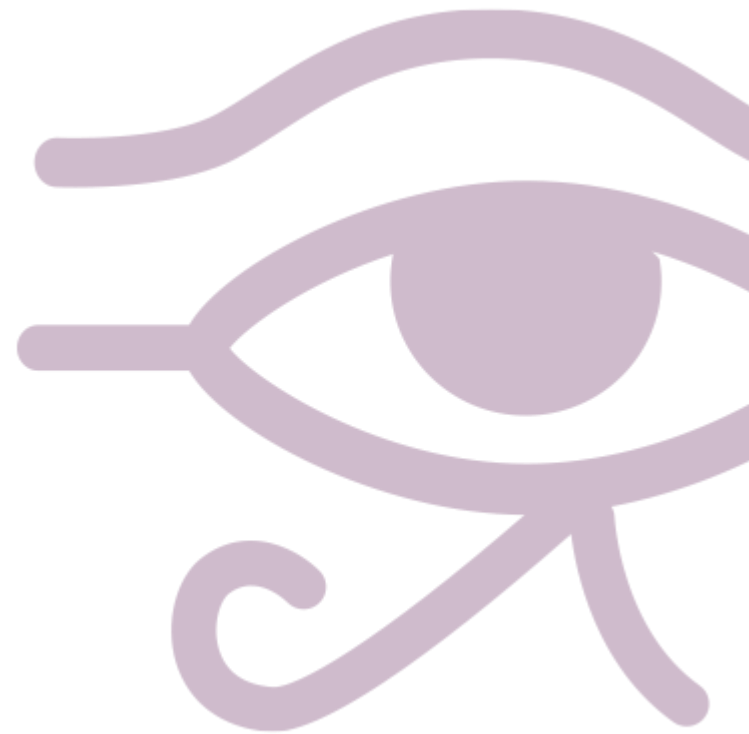


Les retraités considèrent davantage que les produits aquatiques en libre service sont de moins bonne qualité

RAISONS NON ACHAT DE PRODUITS AQUATIQUES EN LIBRE SERVICE

Pas d'offre dans mon point de vente habituel	-
Pas assez hygiénique	-
Trop d'emballage	-
Ne trouve pas les produits recherchés (espèces, présentation, origine du produit...)	Habitant à moins de 25km de la côte
Préfère avoir le conseil du poissonnier	Retraité
Par habitude	35 - 49 ans Habitant dans les Hauts-de-France Habitant à plus de 25km de la côte
Moins bonne qualité des produits (fraicheur, aspect du produit...)	Retraité
Je ne m'occupe pas des achats	18 - 24 ans Artisans, commerçants et chef d'entreprise Sans activité professionnelle Habitant en Centre-Val-de-Loire

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/2elY5N6Mt8>

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 des 3 vagues (Vague 1 et 2 de l'année 2020 et vague 1 2021).
Si vous souhaitez voir uniquement les résultats de la vague 1 - 2021, il faut filtrer les résultats avec la variable « Vague » présente dans le bandeau du haut.
Cf capture à gauche.