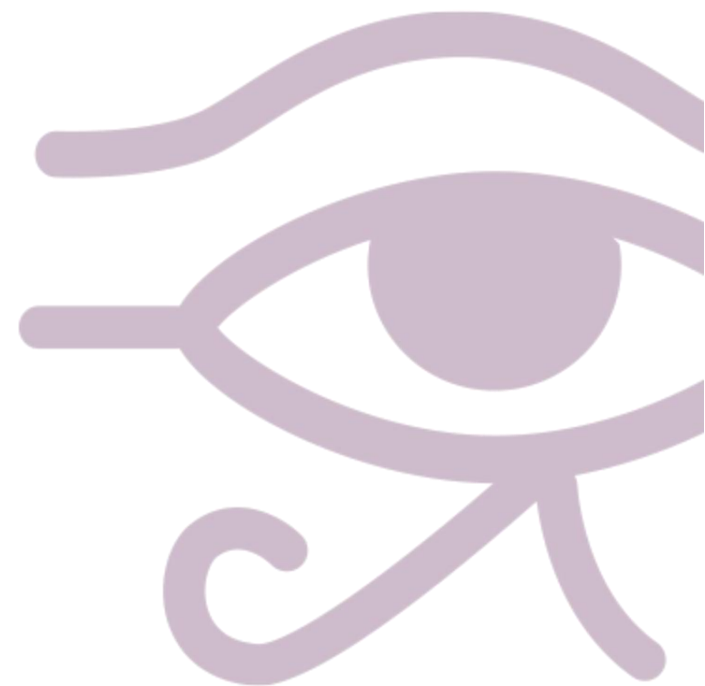


Baromètre d'image des produits aquatiques

Rapport d'étude

Vague 2 - 2021

Décembre 2021

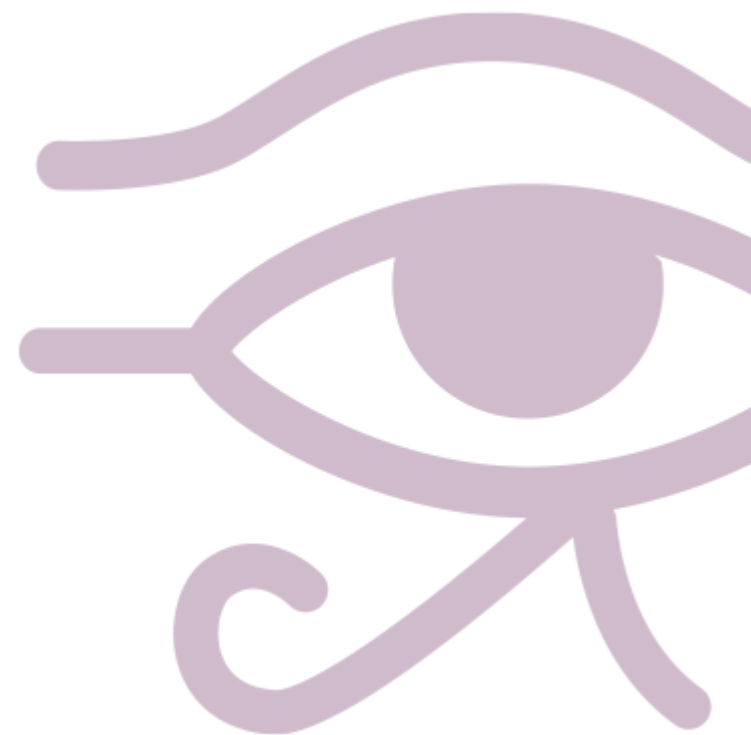




SOMMAIRE

• 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>
✓ Les produits français	<u>p.88</u>
• ANNEXES	<u>p.95</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 ou 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 **24**
novembre au 15
décembre 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 la définition des produits français du point de vue des consommateurs.

Les répondants sont interrogés sur 10 espèces (ou famille)

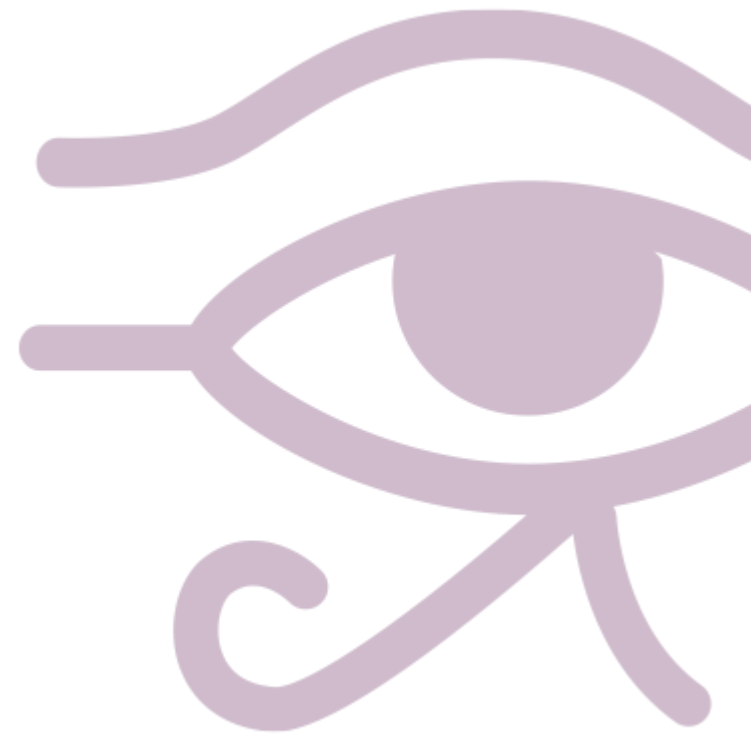
- Saumon
- Cabillaud
- Poissons blancs (lieu, merlu, lotte, sole...)
- Poissons bleus (sardine, maquereau, hareng...)
- Coquillages (Moules, coquilles Saint-Jacques...)
- Crustacés (Crevettes, crabes, langoustines...)
- Thon
- Truite
- Bar
- Huître



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 ?

Les indicateurs d'image et de confiance restent stables entre ces deux vagues (V1 2021 & V2 2021)

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

Le bœuf reste le produit carné le mieux perçu par les consommateurs et atteint d'ailleurs sur cette vague, le même niveau de confiance que celui accordé aux poissons. Les indicateurs d'image et de confiance varient considérablement en fonction des espèces aquatiques étudiées, ainsi :

- Les coquillages restent la catégorie la mieux perçue par les consommateurs avec une note d'image et de confiance de 4,0, soit supérieure aux notes obtenues par les poissons de façon générale. Les coquillages sont une famille de produits majoritairement française aux yeux des consommateurs. Ceux-ci estiment d'ailleurs que les coquillages sont un produit de qualité porté notamment par ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires. Ce sont des produits particulièrement appréciés par la clientèle la plus âgée.
- En revanche, les huîtres, le thon et le saumon restent, sur cette vague encore, des produits moins bien perçus des consommateurs Français avec des indicateurs d'image et de confiance inférieurs à 2,5.
Le saumon obtient une note d'image inférieure à 2, tout comme sur la vague précédente, malgré la mise en évidence de 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. Le thon est également pénalisé par ses méthodes de pêche et d'élevage. L'image des huîtres est, elle, ternie par la disponibilité en point de vente et le rapport qualité/prix.
- Certains produits tels que les poissons blancs, tout comme les poissons bleus, le cabillaud, le bar et les crustacés inspirent, eux, davantage confiance aux consommateurs, obtenant ainsi une note supérieure à celle attribuée au poisson en général.

La quantité d'information disponible varie en fonction de l'espèce étudiée

Ainsi, tout comme pour la vague 1-2021, les consommateurs estiment que le saumon, les huîtres et les coquillages sont les produits pour lesquels le taux d'information disponible est le plus élevé.

Les décisions d'achat principalement dictées par le prix et la provenance du produit

Notons que, sur cette vague, le prix a une importance plus conséquente pour le saumon. D'autre part, pour certains produits aquatiques tels que le cabillaud, le bar ou encore les poissons blancs, le développement durable a moins d'impact sur l'achat. Au contraire, certains critères tels que les signes officiels de qualité et d'origine sont davantage pris en compte pour l'achat de truite ou d'huître. Cela fait écho au manque de confiance accordé par les consommateurs aux huîtres. Les consommateurs mettent également en avant les opportunités sur les rayons, notamment sur le cabillaud et les poissons bleus.

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

LA PÊCHE

L'image de la pêche a tendance à augmenter sur cette vague pour revenir à un niveau proche de celui constaté en V2 2020. Les consommateurs continuent d'avoir une vision positive de cette pratique. Notons que sur cette vague, la perception des Français quant à la compatibilité de cette pratique avec le bien-être animal évolue de façon positive.

Ce dernier constat est d'autant plus visible auprès de la population la plus âgée. En revanche, les 25-34 ans estiment, eux, que cette pratique est incompatible avec une prise en compte du bien être animal.

Les effets diffèrent en fonction des modes de pêche étudiés :

- **Les Français sont davantage « séduits » par la petite pêche et la pêche côtière, notamment pour leur impact économique non négligeable.**

Selon les Français, ces modes de pêche participent à l'économie locale et permettent la création et le maintien de l'emploi. Notons tout de même que la pêche côtière, bien qu'impactant positivement l'économie est également pointée du doigt pour ses aspects négatifs sur l'environnement, notamment à travers la surpêche et la pression sur la ressource halieutique. Ce constat est principalement porté par la jeune population (25-34 ans)

- **La pêche au large et la grande pêche : modes de pêche décriés par les Français à cause des aspects « négatifs » sur l'environnement :** La surpêche, la pression sur la ressource halieutique tout comme la destruction des milieux ou des habitats sont les principales raisons évoquées. Les impacts économiques tels que la création et le maintien de l'emploi arrivent eux, en second plan et ne contrebalancent pas les aspects plus « négatifs ».

L'AQUACULTURE

La pisciculture reste le mode de production le moins bien perçu, malgré une tendance à la hausse sur cette vague.

Néanmoins, les Français, en attendent davantage quant à la prise en compte du bien-être animal. Les Bretons et les Français sans activité professionnelle sont d'ailleurs plus critiques à ce sujet en déclarant que cette pratique est incompatible avec une prise en compte du bien être animal

La conchyliculture, une pratique qui conquiert davantage les Français

Les Français les plus âgées, tout comme les hommes ont une meilleure perception de ce mode de production.

Ces 2 modes de production sont particulièrement mis en avant pour leur impact sur l'économie du pays, avant tout pour leur 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 que sur cette vague, la part de Français ayant mis en évidence les aspects négatifs sur l'environnement des deux modes de production est en baisse. Ce constat est particulièrement visible lorsque l'on zoome sur la surpêche et la pression sur la ressource halieutique de la pisciculture.

De quelle manière les consommateurs perçoivent-ils le produit aquatique français?

D'après la population de l'Hexagone, les deux principaux critères permettant de définir un « produit français » sont le lieu de pêche ou de culture ou encore le label de celui-ci. Le fait que le produit soit issu d'une marque française ou encore que celui-ci soit transformé en France sont des critères relégués en second plan.

Notons tout de même qu'un quart des Français ont déclaré que cet aspect n'était pas clair pour eux.

Après avoir défini le produit aquatique français, près de 65% de la population française déclarent en avoir acheté au moins un au cours de ces 6 derniers mois. Ce constat est particulièrement visible pour les Français les plus âgés ainsi que les habitants de Nouvelle Aquitaine ou des Pays de la Loire.

Parmi eux, plus de la moitié ont acheté des produits frais entiers (poissons ou coquillages) et plus de 45% déclarent avoir acheté des poissons frais transformés (filets, darnes...).

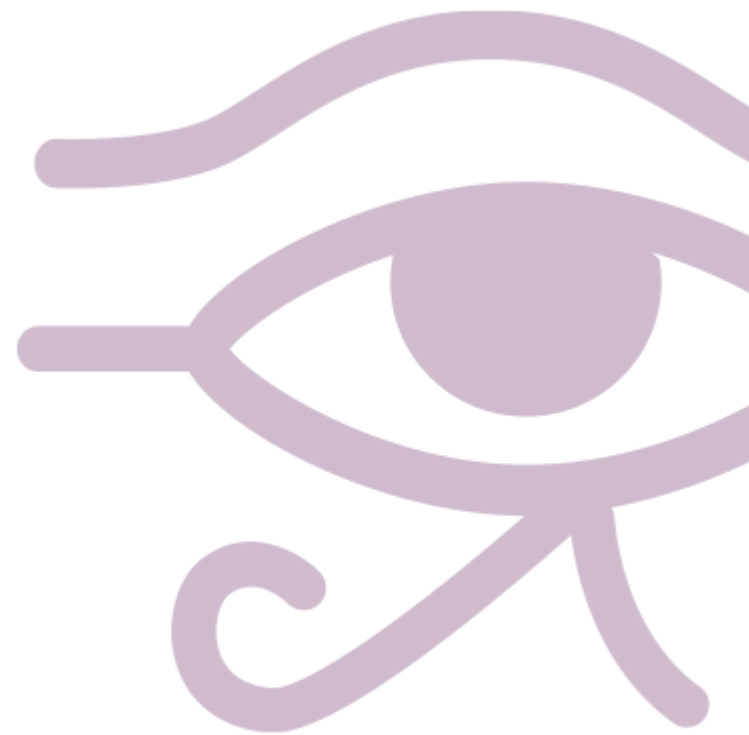
Les retraités ont privilégié les coquillages frais entiers alors que les 18-24 ans sont, eux, davantage friands de produits frais transformés.

Plus d'un tiers des consommateurs estiment que la valeur ajoutée d'un produit aquatique français est la qualité du produit.

L'entreprise française et les garanties que cela impliquent sont également mises en avant par les habitants de l'hexagone. Cette dernière valeur ajoutée est d'ailleurs particulièrement désignée par les plus 65 ans ainsi que les cadres et professions intellectuelles supérieures.

Le prix et la présence de labels et d'indication d'origine sont les principaux critères qui pourraient inciter les consommateurs à acheter un produit aquatique français. Cela va de paire avec le fait que le prix, la provenance du produit et les signes officiels de qualité et d'origine soient, pour la majorité des espèces étudiées, les critères qui influencent le plus lors de l'acte d'achat.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



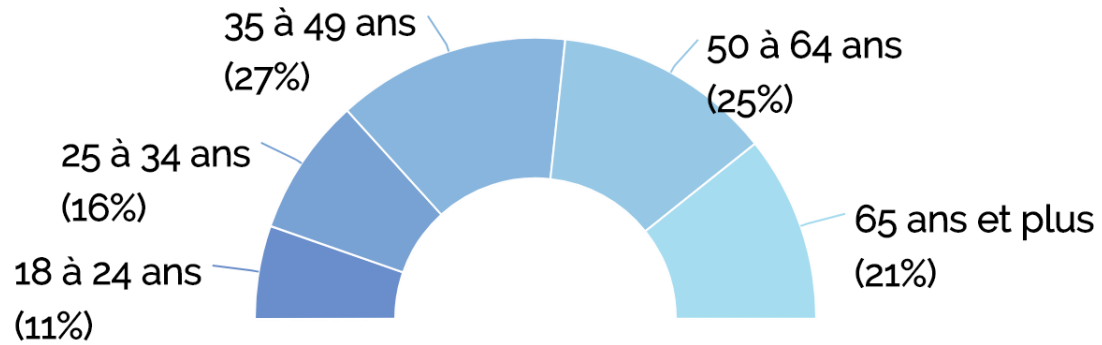
PROFIL DES RÉPONDANTS



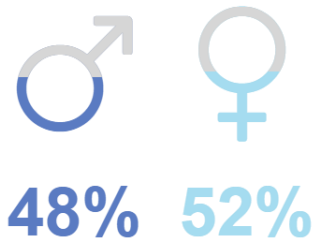


Un échantillon représentatif de la population française...

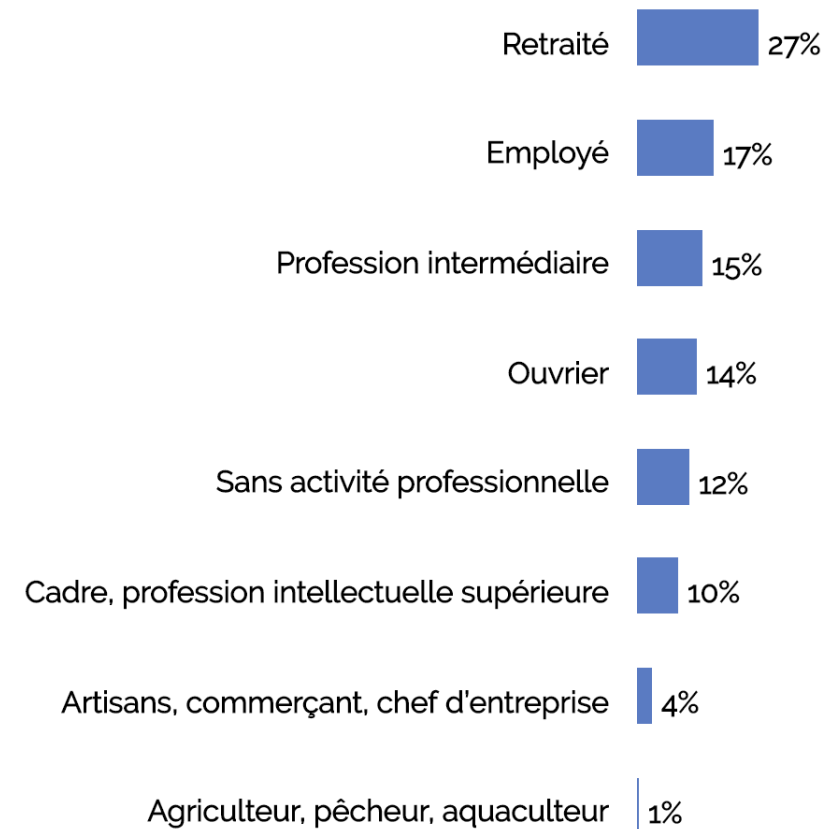
Tranche d'âge :



Genre

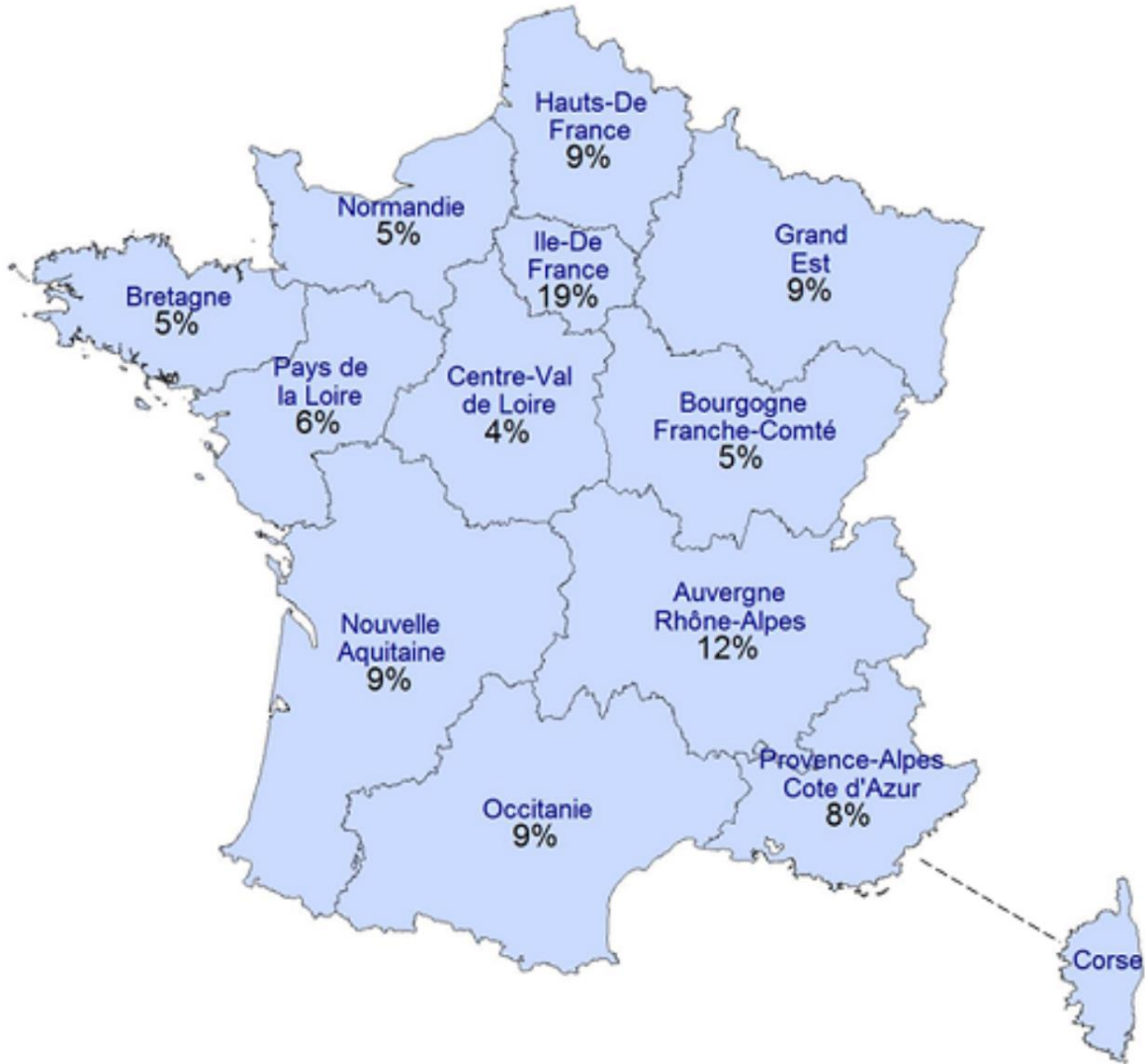


Quelle est votre profession ?

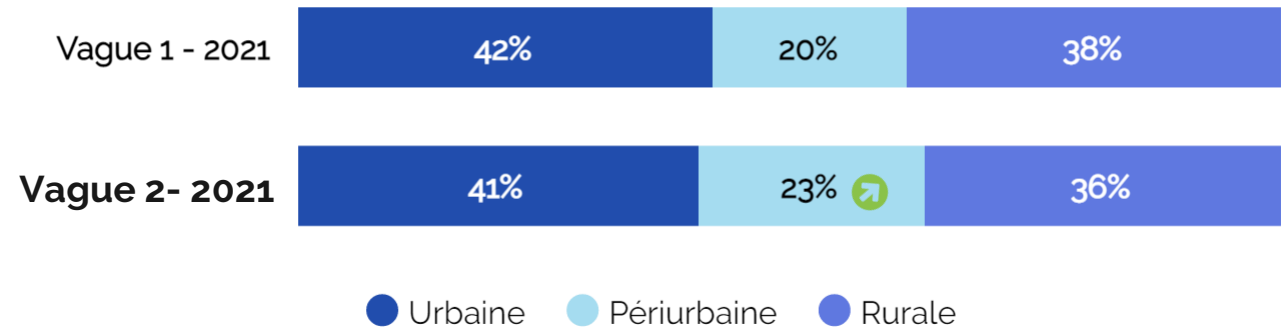




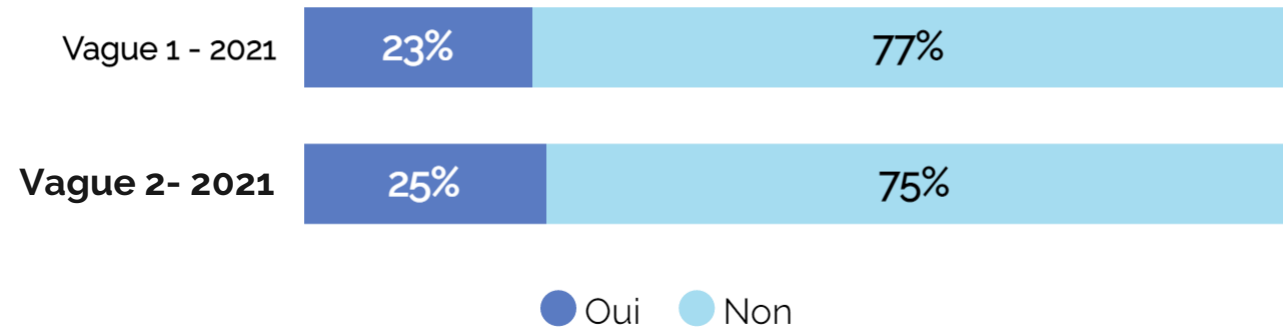
... habitant majoritairement dans les terres



Votre logement se situe dans une zone



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

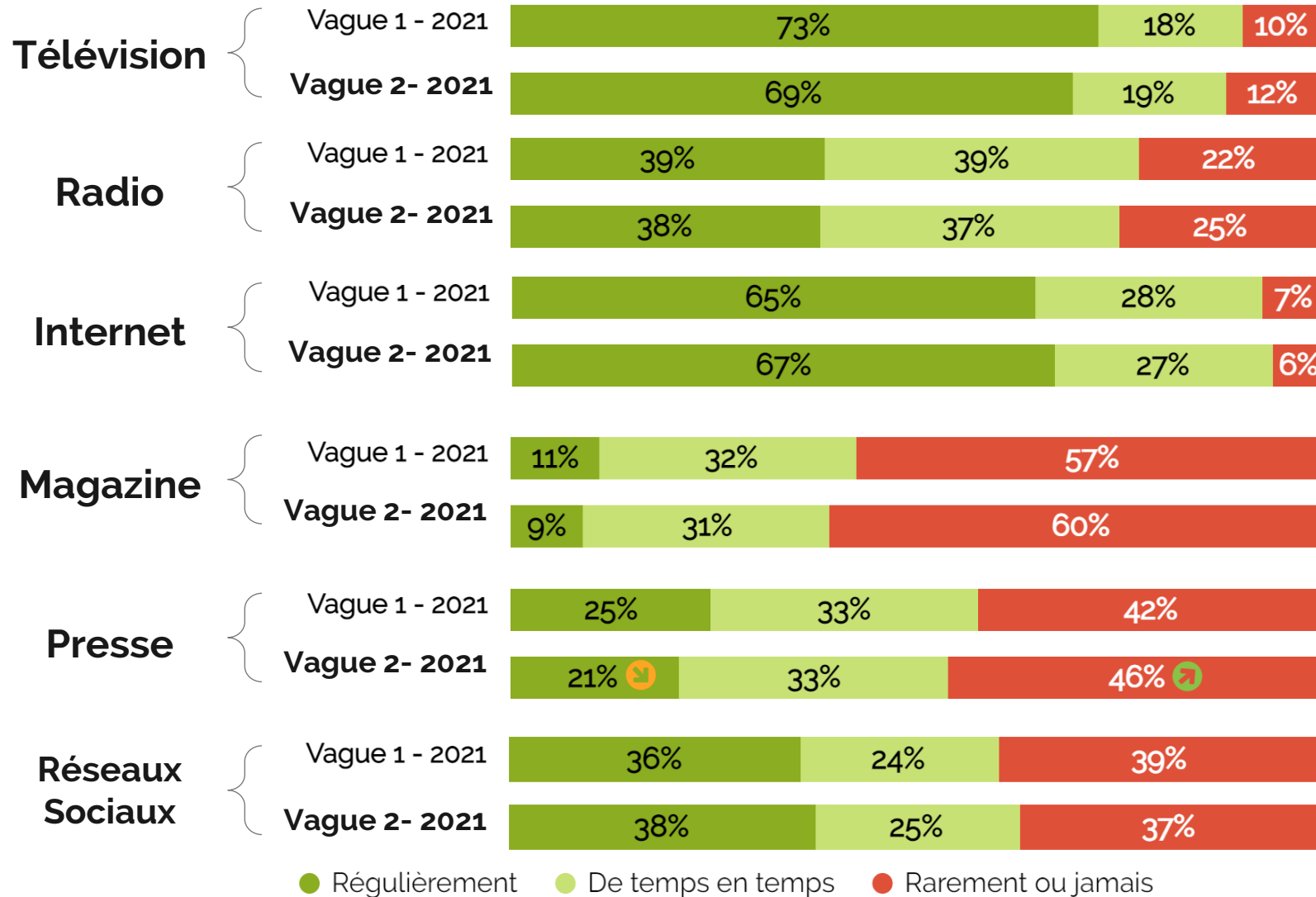




La télévision et internet restent sur cette vague encore, les principales sources d'information des Français

Notons sur cette vague, une baisse notable des Français utilisant régulièrement la presse pour leur information

Généralement, quels médias utilisez-vous pour votre information ?





PERCEPTION DES PRODUITS AQUATIQUES





IMAGE ET CONFIANCE



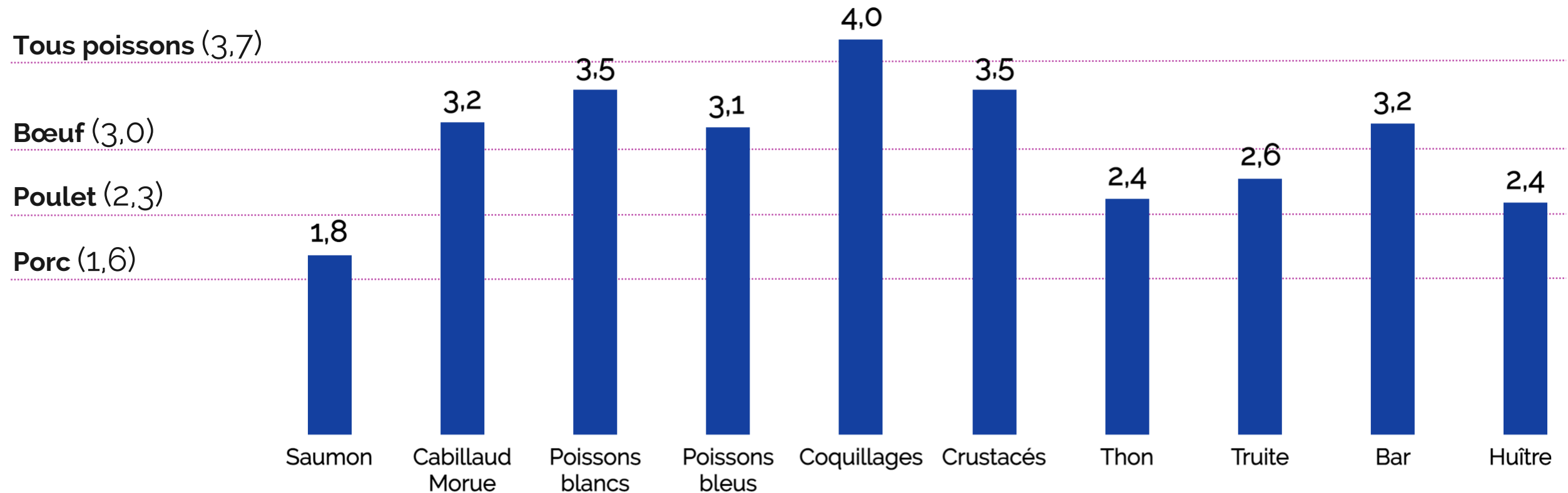


Tout comme sur les vagues précédentes, les coquillages sont l'espèce la mieux perçue par les consommateurs

Au contraire, certaines espèces telles que le saumon, le thon et l'huître restent plus en retrait avec des notes d'image inférieures à 2,5

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

Vague 2 -2021



Les notes sont comprises entre -10 et 10.

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



Une image stable entre les deux vagues de 2021

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

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

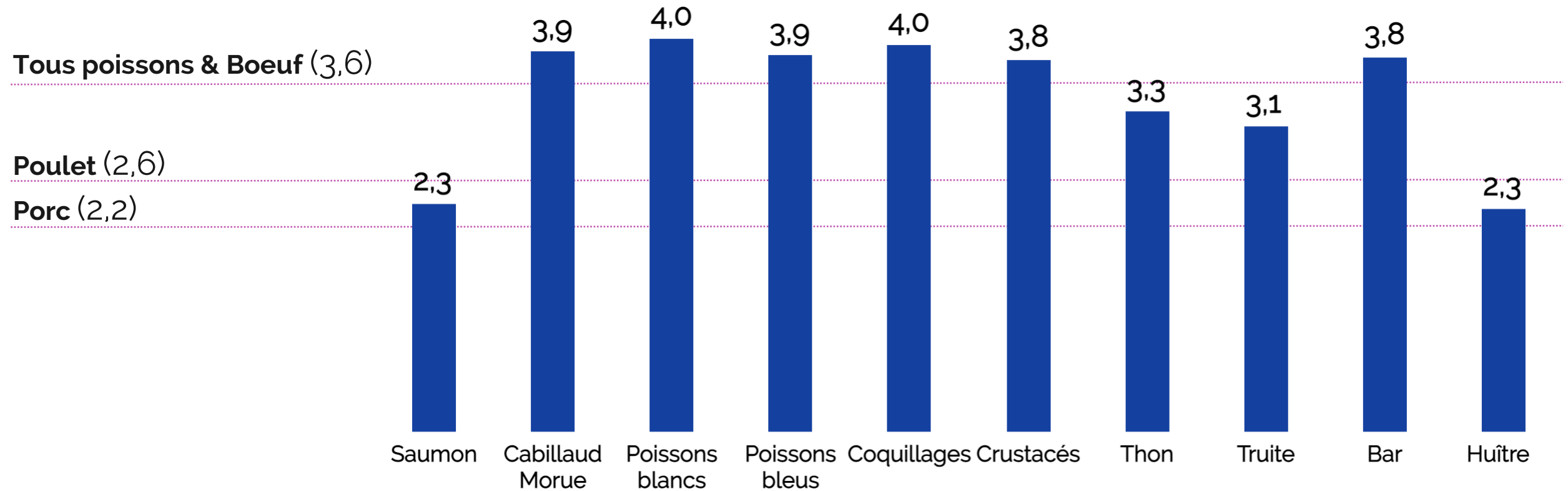


La confiance est particulièrement bonne envers les poissons blancs et les coquillages

En revanche, le saumon et l'huître disposent d'un déficit de confiance par rapport aux autres espèces.

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

Vague 2 -2021



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



Un niveau de confiance stable par rapport à la vague précédente

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

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

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

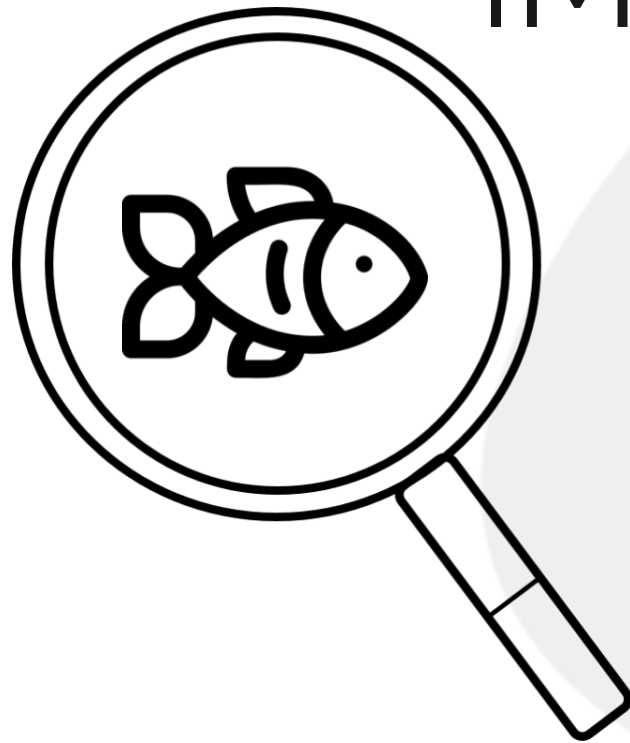


IMAGE DÉTAILLÉE PAR ESPÈCE















Plus d'un Français sur deux estime que le saumon est l'espèce pour laquelle l'information disponible est jugée la plus conséquente

Les huîtres et les coquillages sont également bien classés contrairement au bar qui reste lui bien en deçà.

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

	<i>Rappel V1 -2021</i>	%	% (RANG 1)	% (RANG 2)	% (RANG 3)
Saumon	48%	 51%	25%	15%	11%
Huîtres	46%	 44%	21%	12%	10%
Coquillages	37%	 40%	11%	16%	13%
Thon	32%	 31%	11%	10%	10%
Crustacés	29%	 28%	6%	10%	12%
Poissons blancs	25%	 25%	7%	8%	10%
Poissons bleus	18%	 21%	5%	6%	9%
Cabillaud / Morue	19%	 19%	6%	7%	7%
Truite	24%	 19%	6%	7%	6%
Bar	9%	 8%	2%	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 : Ce 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 qui 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 diapositives 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 diapositives suivantes, nous avons mis en avant les variations entre la vague 1 2021 et la vague 2 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.

NB : Au cours du rapport, nous pouvons également mettre en évidence des **tendances**.

Notons qu'une tendance ne met pas en évidence d'écart statistiquement significatif.

Le commentaire est donc à prendre avec prudence.

⇒ Ces résultats seront donc à confirmer sur la vague suivante.



Le saumon, un produit de qualité mis en avant à travers ses qualités gustatives.

La vision des consommateurs est toutefois ternie par les **méthodes de pêche et d'élevage** et les **garanties sanitaires** de l'espèce.

Bilan d'image (Vague 2 - 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
(1,8)

Note de confiance

2,3
(2,4)

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

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

IMAGE MESURÉE

Forte →



Le saumon reste une espèce majoritairement importée aux yeux des Français.

Le prix, un critère davantage considéré par les consommateurs sur cette vague lors de l'acte 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



1^{er} choix (Vague 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	58%	63%
Signe officiel de qualité et d'origine	41%	43%
Opportunité sur le rayon	22%	24%
Qualités nutritionnelles	18%	19%
Qualités gustatives	33%	33%
Provenance du produit	58%	58%
Prise en compte du développement durable	20%	17%
Je n'en achète/consomme pas	9%	7%
Autre	2%	2%



Zoom sur les écarts de perception

Les ouvriers, population ayant une confiance accrue dans le saumon

Note d'image globale	-
Note de confiance	Ouvrier



Spécificités
Mise en
évidence des
différences
de moyenne

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Disponibilité en points de vente	Habitant en Pays-de-la-Loire
Produit de qualité	18-24 ans Employé
Garanties sanitaires	Employé / Ouvrier
Méthodes de pêche ou d'élevage	Ouvrier
Qualités gustatives	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur



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

ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	18-24 ans / 25-34 ans Ouvrier Habitant en Centre-Val-de-Loire / à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	18-24 ans
Plus d'importation que d'origine française	Homme / 65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure / Artisans, commerçant, chef d'entreprise / Retraité
Je ne sais pas	Femme / 18-24 ans / Employé

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Ouvrier
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus / Cadre, profession intellectuelle supérieur / Retraité
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	Sans activité professionnelle
Qualités gustatives	18-24 ans
Provenance du produit	65 ans et plus / Retraité
Prise en compte du développement durable	-



Les qualités gustatives et les garanties sanitaires font du cabillaud un produit de qualité.

Notons tout de même que les **méthodes de pêche et d'élevage** restent le point noir de l'espèce avec une note moyenne bien en deçà des autres.

Bilan d'image (Vague 2 - 2021)

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

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

IMAGE MESURÉE

Forte →

Note d'image globale

3,2
(3,1)

Note de confiance

3,9
(3,8)

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

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



Les Français estiment que le cabillaud est une espèce autant française qu'importée.

Le prix & la provenance du produit comme principaux facteurs d'influence lors de l'acte d'achat. Notons aussi que, sur cette vague, les consommateurs sont particulièrement sensibles aux opportunités sur le rayon

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



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	60%	63%
Signe officiel de qualité et d'origine	31%	29%
Opportunité sur le rayon	28%	32% ↗
Qualités nutritionnelles	22%	23%
Qualités gustatives	31%	31%
Provenance du produit	49%	47%
Prise en compte du développement durable	18%	14% ↘
Je n'en achète/consomme pas	11%	12%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes ont une meilleure perception globale du cabillaud.

Note d'image globale	Homme / 65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Note de confiance	Homme 50 à 64 ans / 65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	-
Disponibilité en points de vente	Habitant en Pays-de-la-Loire
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Pays-de-la-Loire
Garanties sanitaires	Habitant en Pays-de-la-Loire
Méthodes de pêche ou d'élevage	Homme / Ouvrier
Qualités gustatives	65 ans et plus Habitant en Pays-de-la-Loire



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	Artisans, commerçants, chef d'entreprise
Je ne sais pas	Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES – ACHAT

Prix	Ouvrier
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité
Opportunité sur le rayon	35-49 ans
Qualités nutritionnelles	18-24 ans Habitant en Ile-de-France
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	-
Prise en compte du développement durable	-

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Les qualités gustatives et les garanties sanitaires font des coquillages un produit de qualité aux yeux des Français

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage** restent un critère moins bien perçu. Vigilance également sur le rapport qualité/prix du produit pour lequel nous notons une tendance à la baisse.

Bilan d'image (Vague 2 - 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

4,0
(3,8)

Note de confiance

4,0
(3,9)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE
Faible

IMAGE MESURÉE

Forte →

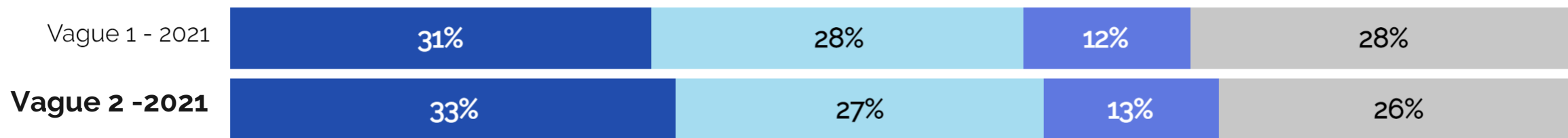


Les consommateurs estiment que les coquillages sont une famille de produit davantage française

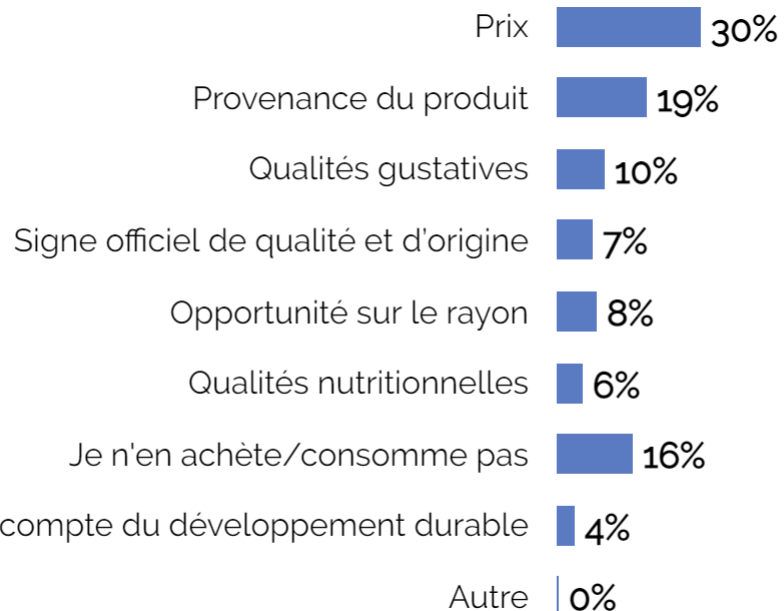
Le prix reste le principal critère d'influence lors de l'acte d'achat

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



★ 1^{er} choix (Vague 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	56%	58%
Signe officiel de qualité et d'origine	27%	29%
Opportunité sur le rayon	31%	28%
Qualités nutritionnelles	19%	18%
Qualités gustatives	32%	36%
Provenance du produit	49%	46%
Prise en compte du développement durable	16%	13%
Je n'en achète/consomme pas	15%	16%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Les coquillages, famille de produits particulièrement appréciée de la clientèle plus âgée

Note d'image globale	65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Habitant en Bretagne
Note de confiance	50-64 ans / 65 ans et plus

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Habitant en Pays-de-la-Loire
Disponibilité en points de vente	Habitant en Pays-de-la-Loire / Habitant en Normandie Habitant à moins de 25 km de la côte
Produit de qualité	65 ans et plus / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire
Garanties sanitaires	50-64 ans / 65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur / Retraité Habitant en Bretagne Habitant à moins de 25 km de la côte
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus / Retraité Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	50-64 ans / 65 ans et plus / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire Habitant à moins de 25 km de la côte



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Homme Habitant en Bretagne / Pays de la Loire / Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Habitant en Ile-de-France
Plus d'importation que d'origine française	18-24 ans Artisans, commerçant, chef d'entreprise / Sans activité professionnelle Habitant en Bourgogne-Franche-Comté
Je ne sais pas	35-49 ans / Employé / Femme Habitant dans les Hauts-de-France / Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES – ACHAT

Prix	Ouvrier Habitant en zone rurale
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité / Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	25-34 ans
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	18-24 ans / Habitant en zone urbaine

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Les crustacés, produits de qualité portés par leurs qualités gustatives.

La perception de cette famille de produit est toutefois entachée par les **méthodes de pêche et d'élevage** et les **garanties sanitaires**. Notons que le **rapport qualité/prix** est également un point sur lequel il faut rester vigilant.

Bilan d'image (Vague 2 - 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

3,5
(3,5)

Note de confiance

3,8
(3,7)

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

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

↑
Fort
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

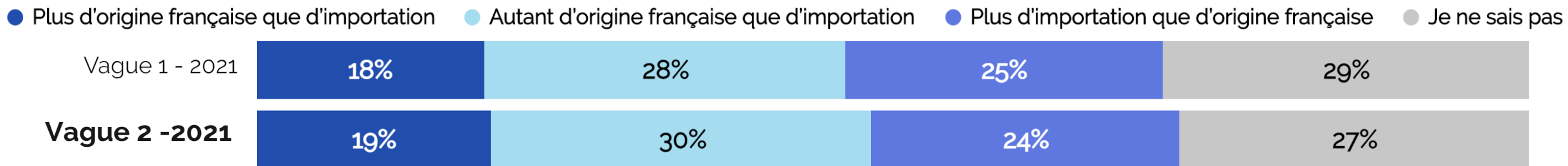
Fort →



L'opinion des Français est contrastée sur l'origine des crustacés

Le prix et la provenance restent les principaux critères d'influence lors de l'acte d'achat.

Les crustacés vendus dans le commerce sont :



★ **1^{er} choix**
(Vague 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	59%	59%
Signe officiel de qualité et d'origine	26%	29%
Opportunité sur le rayon	32%	30%
Qualités nutritionnelles	17%	17%
Qualités gustatives	34%	36%
Provenance du produit	46%	46%
Prise en compte du développement durable	14%	13%
Je n'en achète/consomme pas	15%	14%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Les Français les plus âgées apprécient davantage les crustacés. Les habitants des côtes ont une meilleure image au travers de leur proximité d'approvisionnement.

Note d'image globale	65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire
Note de confiance	65 ans et plus Homme

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Habitant en Bretagne
Disponibilité en points de vente	Habitant en Normandie / Pays-de-la-Loire
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant Pays-de-la-Loire
Garanties sanitaires	Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire
Méthodes de pêche ou d'élevage	-
Qualités gustatives	50-64 ans/ 65 ans et plus Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire Habitant en zone rurale
Autant d'origine française que d'importation	Habitant à moins de 25 km de la côte
Plus d'importation que d'origine française	Habitant dans le Grand-Est / PACA
Je ne sais pas	35 -49 ans / Employé Femme Habitant dans les Hauts-de-France / 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	Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Qualités nutritionnelles	Ouvrier Habitant en Provence-Alpes-Côte-d'Azur / Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Habitant en zone urbaine

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



Les Français ont une perception mitigée du thon mais mettent toutefois en avant ses garanties sanitaires.

Les **méthodes de pêche et d'élevage** altèrent l'image globale des Français, avec une note tout juste positive malgré une tendance à la hausse sur cette vague.

Bilan d'image (Vague 2 - 2021)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage

Forces à retenir

Garanties sanitaires

Points de vigilance

Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Qualités gustatives

Produit de qualité

Disponibilité en points de vente

Note d'image globale

2,4

(2,0)

Note de confiance

3,3

(3,0)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

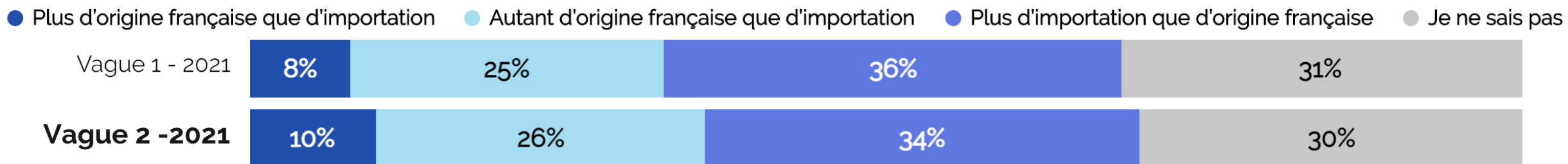
Forte →



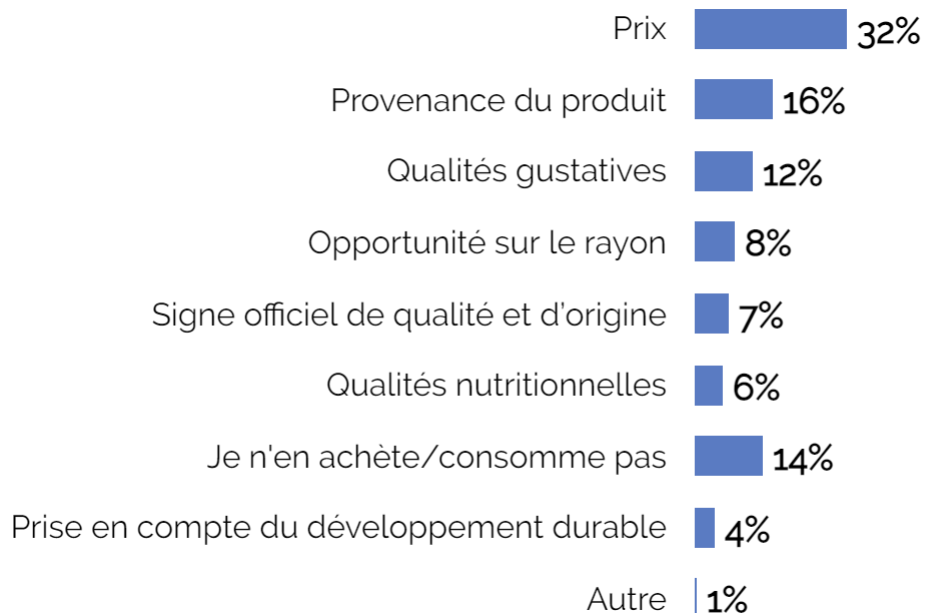
Plus d'un tiers de la population estime que le thon est davantage un produit importé

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

Le thon vendu dans le commerce est :



★ 1^{er} choix (Vague 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	57%	59%
Signe officiel de qualité et d'origine	27%	25%
Opportunité sur le rayon	29%	29%
Qualités nutritionnelles	20%	21%
Qualités gustatives	30%	30%
Provenance du produit	43%	40%
Prise en compte du développement durable	18%	16%
Je n'en achète/consomme pas	16%	18%
Autre	1%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Le thon est une espèce particulièrement appréciée des hommes

Note d'image globale	65 ans et plus Homme
Note de confiance	Ouvrier / Homme Habitant en Bourgogne-Franche-Comté

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	18-24 ans
Disponibilité en points de vente	18-24 ans / 25 - 34 ans Employé Habitant en zone urbaine
Produit de qualité	Ouvrier
Garanties sanitaires	Ouvrier
Méthodes de pêche ou d'élevage	Ouvrier
Qualités gustatives	-



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	18-24 ans / Employé Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes / Occitanie Habitant à moins de 25 km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme Habitant en Nouvelle-Aquitaine / Habitant à moins de 25 km de la côte
Plus d'importation que d'origine française	-
Je ne sais pas	Femme Habitant à plus de 25 km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	Ouvrier
Signe officiel de qualité et d'origine	Homme
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	18-24 ans Employé / Ouvrier
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Habitant à moins de 25 km de la côte

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



La truite, un produit de qualité porté par ses qualités gustatives et un bon rapport qualité/prix.

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

Bilan d'image (Vague 2 - 2021)

Priorités d'action

Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

Forces à retenir

Qualités gustatives
Produit de qualité
Rapport qualité / prix

Points de vigilance

Disponibilité en points de vente

Valeur ajoutée

Note d'image globale

2,6
(2,7)

Note de confiance

3,1
(3,5)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

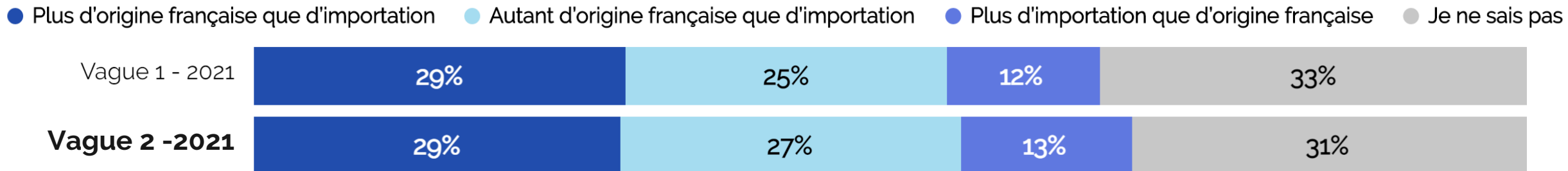
Forte →



La majorité des Français ne savent pas vraiment d'où provient la truite vendue dans le commerce

Le prix et la provenance du produit restent les principaux critères d'influence lors de l'achat. Notons toutefois une hausse de la prise en compte des signes officiels de qualité et d'origine sur cette vague.

La truite vendue dans le commerce est :



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	52%	54%
Signe officiel de qualité et d'origine	25%	29% ↗
Opportunité sur le rayon	24%	27%
Qualités nutritionnelles	20%	19%
Qualités gustatives	28%	28%
Provenance du produit	44%	44%
Prise en compte du développement durable	17%	15%
Je n'en achète/consomme pas	22%	20%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

La truite, une espèce particulièrement appréciée des Français les plus âgés

Note d'image globale	65 ans et plus / Homme
Note de confiance	65 ans et plus / Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Homme

IMAGE DÉTAILLÉE

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



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus / Homme Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	18-24 ans / 25-34 ans Habitant en zone urbaine
Je ne sais pas	Femme / Habitant dans les Hauts-de-France Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus Homme
Opportunité sur le rayon	-
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	50-64 ans / Habitant en Bourgogne-Franche-Comté
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	Habitant à moins de 25km de la côte

i Spécificités –
Mise en
évidence des
différences
sur les
pourcentages



Le bar, un produit de qualité mis en avant par les Français à travers ses qualités gustatives.

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

Bilan d'image (Vague 2 - 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
Rapport qualité / prix

Valeur ajoutée

Note d'image globale

3,2
(3,1)

Note de confiance

3,8
(3,8)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



Les Français n'ont pas d'avis tranché quant à l'origine et au type de production du bar.

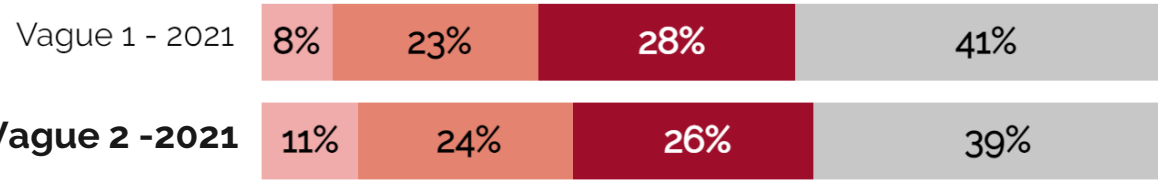
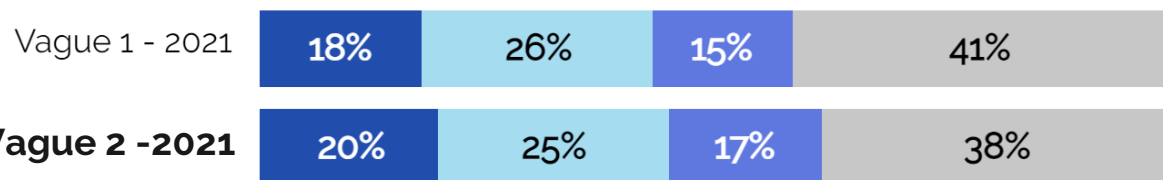
L'acte d'achat reste principalement dicté par le prix et la provenance du produit

Le bar vendu dans le commerce est :

Le bar vendu dans le commerce est :

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

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



LORS DE VOS ACHATS DE BAR, QUELS SONT LES TROIS CRITÈRES QUI VONT LE PLUS INFLUENCER VOTRE CHOIX ?	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	49%	48%
Signe officiel de qualité et d'origine	23%	24%
Opportunité sur le rayon	25%	23%
Qualités nutritionnelles	15%	15%
Qualités gustatives	25%	25%
Provenance du produit	38%	38%
Prise en compte du développement durable	16%	12%
Je n'en achète/consomme pas	28%	30%
Autre	2%	1%



Zoom sur les écarts de perception

Les Français les plus âgés tout comme les hommes ont une bonne perception globale du bar.

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

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Disponibilité en points de vente	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Produit de qualité	65 ans et plus / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire / Normandie
Garanties sanitaires	65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire
Méthodes de pêche ou d'élevage	Habitant à moins de 25 km de la côte
Qualités gustatives	65 ans et plus / Retraité Habitant en Pays-de-la-Loire / Normandie



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	50-64 ans / 65 ans et plus / Homme Habitant en Bretagne / Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Plus d'importation que d'origine française	Habitant à plus de 25km de la côte
Je ne sais pas	Femme Habitant en Ile-de-France / Habitant à plus de 25km de la côte

PROVENANCE DU PRODUIT

Plus sauvage que d'élevage	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'élevage que sauvage	Homme Habitant en Pays-de-la-Loire Habitant à moins de 25km de la côte
Plus d'élevage que sauvage	Retraité Habitant en Centre-Val-de-Loire
Je ne sais pas	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 Habitant à moins de 25km de la côte
Opportunité sur le rayon	Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Qualités nutritionnelles	25-34 ans Employé
Qualités gustatives	Habitant en Bourgogne-Franche-Comté
Provenance du produit	65 ans et plus
Prise en compte du développement durable	18-24 ans / Sans activité professionnelle Habitant en Bretagne

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



Les poissons blancs, produits de qualité particulièrement appréciés pour ses garanties sanitaires et ses qualités gustatives

En revanche, les Français ont un avis plus négatif sur les **méthodes de pêche et d'élevage**

Bilan d'image (Vague 2 - 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
(3,5)

Note de confiance

4,0
(4,0)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



Les poissons blancs : produits autant d'origine française que d'importation aux yeux des consommateurs

L'achat, reste, cette année encore principalement dicté par le prix. Notons toutefois que le développement durable est moins pris en compte sur cette vague.

Les poissons blancs 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



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	61%	63%
Signe officiel de qualité et d'origine	24%	25%
Opportunité sur le rayon	33%	33%
Qualités nutritionnelles	20%	20%
Qualités gustatives	31%	30%
Provenance du produit	43%	43%
Prise en compte du développement durable	18%	14% ↓
Je n'en achète/consomme pas	13%	14%
Autre	2%	1% ↓



Zoom sur les écarts de perception

Les hommes et les plus âgés, populations ayant une bonne perception globale des poissons blancs

Note d'image globale	65 ans et plus Homme
Note de confiance	50-64 ans / 65 ans et plus Homme Habitant en Nouvelle-Aquitaine

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	-
Disponibilité en points de vente	-
Produit de qualité	Retraité Habitant en pays-de-la-Loire
Garanties sanitaires	65 ans et plus / Retraité Habitant en pays-de-la-Loire
Méthodes de pêche ou d'élevage	-
Qualités gustatives	Retraité Habitant en pays-de-la-Loire



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	18-24 ans / Retraité Habitant en Occitanie Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Retraité Homme
Plus d'importation que d'origine française	Habitant dans le Grand-Est
Je ne sais pas	25-34 ans / Femme Habitant dans les Hauts-de-France Habitant à plus de 25km de la côte
Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus / Retraité Habitant en Bretagne / Grand-Est
Opportunité sur le rayon	Habitant en Pays-de-la-Loire
Qualités nutritionnelles	-
Qualités gustatives	Habitant en Auvergne-Rhône-Alpes Habitant à plus de 25km de la côte
Provenance du produit	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
Prise en compte du développement durable	-

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 2 - 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

3,1
(3,0)

Note de confiance

3,9
(3,9)

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

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

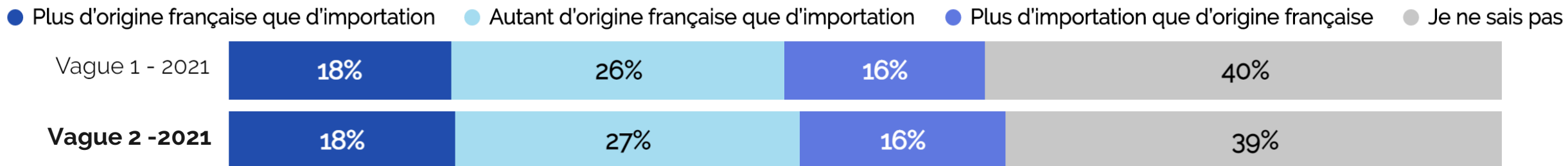
Forte →



Une population relativement indécise quant à l'origine du produit

Le prix reste le principal critère d'influence lors de l'achat. Notons toutefois que les opportunités sur le rayon sont un critère en hausse sur cette vague.

Les poissons bleus vendus dans le commerce sont :



★ **1^{er} choix**
(Vague 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	47%	51%
Signe officiel de qualité et d'origine	21%	23%
Opportunité sur le rayon	25%	29% ↗
Qualités nutritionnelles	20%	19%
Qualités gustatives	27%	27%
Provenance du produit	37%	35%
Prise en compte du développement durable	16%	15%
Je n'en achète/consomme pas	26%	26%
Autre	2%	1% ↘



Zoom sur les écarts de perception

Les plus âgés ont une bonne perception des poissons bleus

Note d'image globale	65 ans et plus Homme Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire
Note de confiance	50-64 ans / 65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Homme Habitant en Bourgogne-Franche-Comté / Pays-de-la-Loire

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus Habitant en Bretagne
Produit de qualité	65 ans et plus Habitant en Pays-de-la-Loire
Garanties sanitaires	65 ans et plus Homme Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire
Méthodes de pêche ou d'élevage	65 ans et plus Habitant en Bretagne
Qualités gustatives	65 ans et plus



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	65 ans et plus Habitant en Bretagne / Occitanie / Pays-de-la-Loire Habitant à moins de 25km de la côte
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	25-34 ans Habitant en Bourgogne-Franche-Comté
Je ne sais pas	35-49 ans Femme / Habitant dans les Hauts-de-France Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

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

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 2 - 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
Méthodes de pêche ou d'élevage
Garanties sanitaires

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

↑
Forte
IMPORTANCE DU CRITÈRE SUR L'IMAGE GLOBALE

IMAGE MESURÉE

Forte →



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

Le prix et la provenance de produits sont les principaux facteurs d'influence lors de l'acte d'achat. Les signes officiels de qualité et d'origine sont également mis en avant sur cette vague.

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 2 - 2021)



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

	VAGUE	
	VAGUE 1 - 2021	VAGUE 2 - 2021
Prix	48%	49%
Signe officiel de qualité et d'origine	22%	26% ↗
Opportunité sur le rayon	23%	23%
Qualités nutritionnelles	14%	17%
Qualités gustatives	30%	30%
Provenance du produit	44%	44%
Prise en compte du développement durable	13%	11%
Je n'en achète/consomme pas	28%	26%
Autre	1%	1% ↘



Zoom sur les écarts de perception

La population française jeune a une bonne perception globale des huîtres.

Note d'image globale	18-24 ans / 25-34 ans Employé / Sans activité professionnelle / Femme Habitant dans le Grand-Est / Non consommateur de produits aquatiques
Note de confiance	18-24 ans / 25-34 ans Employé / Sans activité professionnelle Habitant dans le Grand-Est / Non consommateur de produits aquatiques

IMAGE DÉTAILLÉE

Rapport qualité / prix	65 ans et plus Habitant en Bretagne / Pays-de-la-Loire
Disponibilité en points de vente	65 ans et plus / Homme Habitant en Bretagne / Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25km de la côte
Produit de qualité	50-64 ans / 65 ans et plus Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Garanties sanitaires	50-64 ans / 65 ans et plus Homme Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Méthodes de pêche ou d'élevage	50-64 ans / 65 ans et plus Habitant en Nouvelle-Aquitaine
Qualités gustatives	50-64 ans / 65 ans et plus Habitant en Nouvelle-Aquitaine Habitant à moins de 25km de la côte

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



ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	50-64 ans / 65 ans et plus Cadre, profession intellectuelle supérieure / Retraité / Homme Habitant en Bretagne / Nouvelle-Aquitaine / Pays de la Loire
Autant d'origine française que d'importation	18-24 ans / Ouvrier
Plus d'importation que d'origine française	18-24 ans / 25-34 ans / 35-49 ans / Employé Habitant en Bourgogne-Franche-Comté
Je ne sais pas	18-24 ans / 25-34 ans / Employé / Femme Habitant en Ile-de-France / Habitant à plus de 25km de la côte

CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

Prix	-
Signe officiel de qualité et d'origine	Retraité
Opportunité sur le rayon	Agriculteur, pêcheur, aquaculteur
Qualités nutritionnelles	18-24 ans
Qualités gustatives	Habitant en Pays-de-la-Loire
Provenance du produit	50-64 ans / 65 ans et plus / Retraité
Prise en compte du développement durable	18-44 ans Sans activité professionnelle

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



PERCEPTION DES MODES DE PRODUCTION



PERCEPTION DE LA PÊCHE

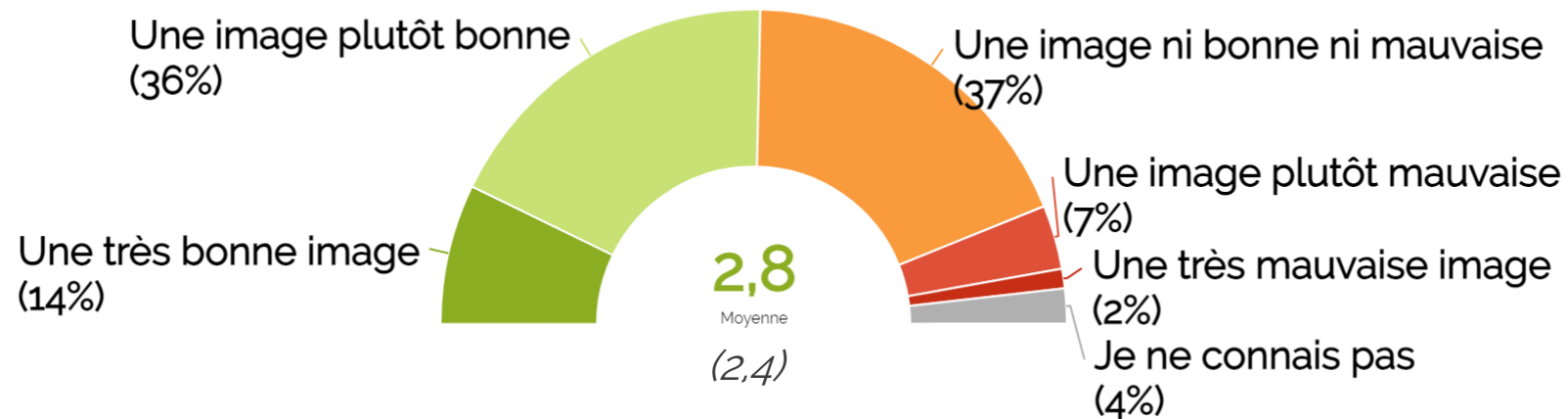




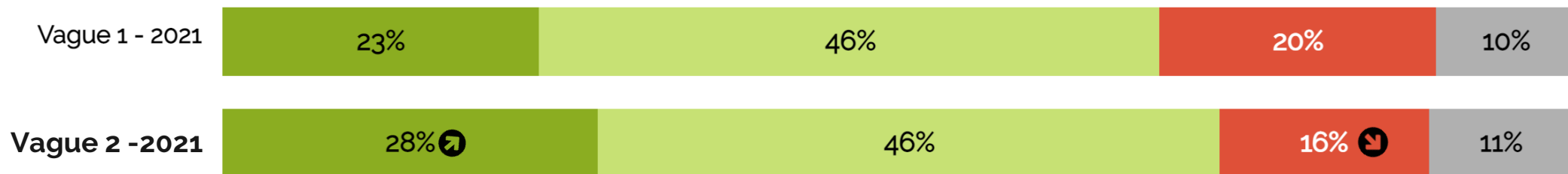
La pêche, une pratique relativement bien perçue par les Français avec une tendance à la hausse sur cette vague

Notons que sur cette vague, la part de Français qui estiment que la pêche prend davantage en compte le bien-être animal est en hausse

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 pêche est une pratique particulièrement bien vue par les Français habitant près des côtes, les hommes mais aussi les plus âgés

Les 25-34 ans sont plus critiques à l'égard de la pêche et estiment que cette filière est incompatible avec une prise en compte du 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

65 ans et plus
Agriculteur, pêcheur, aquaculteur

Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques

-

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

25-34 ans

Sans opinion

-

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



Les effets mis en évidence par les Français varient en fonction du type de pêche étudié

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

(Vague 2 – 2021)

	Petite pêche	Pêche côtière	Pêche au large	Grande pêche
Aspects économiques	76%	61%	39%	29%
Participation à l'économie locale	59%	44%	21%	13%
Création et maintien de l'emploi	51%	42%	29%	23%
Aspects environnementaux	43%	23%	14%	13%
Préservation de la ressource marine	32%	12%	6%	5%
Aucun effet environnemental	18%	10%	6%	5%
Atténuation du réchauffement climatique	5%	6%	3%	4%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	9%	31%	52%	62%
Désagréments directs de proximité	3%	9%	11%	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%	23%	43%	51%
Destruction des milieux ou des habitats	4%	15%	27%	37%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	10%	12%	14%	15%

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.



La petite pêche particulièrement mise en avant à travers ses aspects économiques

Les jeunes Français pointent du doigt les aspects « négatifs » sur l'environnement de ce type de pêche

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

	Vague 1 -2021	Vague 2 -2021
Aspects économiques	77%	76%
Participation à l'économie locale	56%	59%
Création et maintien de l'emploi	51%	51%
Aspects environnementaux	41%	43%
Préservation de la ressource marine	30%	32%
Aucun effet environnemental	19%	18%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	5%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	12%	9% ↓
Désagréments directs de proximité	4%	3% ↓
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%	6%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	4% ↓
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	9%	10%

18-24 ans
25-34 ans
Employés
Sans activité professionnelle

Ouvriers
Femme
Habitant dans le Grand Est

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



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

Les 25-34 ans sont, eux, plus critiques et mettent en avant les aspects « négatifs » sur l'environnement

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

	Vague 1 -2021	Vague 2 -2021
Aspects économiques	57%	61%
Participation à l'économie locale	38%	44%
Création et maintien de l'emploi	40%	42%
Aspects environnementaux	26%	23%
Préservation de la ressource marine	15%	12%
Aucun effet environnemental	12%	10%
Atténuation du réchauffement climatique	5%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	34%	31%
Désagréments directs de proximité	8%	9%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	26%	23%
Destruction des milieux ou des habitats	14%	15%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	11%	12%

65 ans et plus
Agriculteur, pêcheur, aquaculteur

25-34 ans

Sans activité professionnelle
Femme
Habitant dans le Grand Est

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 pêche au large pointée du doigt pour ses aspects « négatifs » sur l'environnement, notamment à travers la surpêche et la pression sur la ressource halieutique

Les Français restent toutefois conscients des effets de ce type de pêche sur la création et le maintien de l'emploi

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

	Vague 1 -2021	Vague 2 -2021
Aspects économiques	41%	39%
Participation à l'économie locale	23%	21%
Création et maintien de l'emploi	29%	29%
Aspects environnementaux	15%	14%
Préservation de la ressource marine	6%	6%
Aucun effet environnemental	7%	6%
Atténuation du réchauffement climatique	5%	3% 
Aspects "négatifs" sur l'environnement	54%	52%
Désagréments directs de proximité	11%	11%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	43%	43%
Destruction des milieux ou des habitats	28%	27%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	11%	14% 

Agriculteur, pêcheur, aquaculteur

Profession intermédiaire

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 Français très critiques à l'égard de la grande pêche et de ses aspects « négatifs » sur l'environnement

Constat particulièrement prononcé chez les hommes

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

	Vague 1 -2021	Vague 1 -2021
Aspects économiques	31%	29%
Participation à l'économie locale	14%	13%
Création et maintien de l'emploi	24%	23%
Aspects environnementaux	12%	13%
Préservation de la ressource marine	3%	5%
Aucun effet environnemental	6%	5%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	4%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	66%	62%
Désagréments directs de proximité	14%	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	52%	51%
Destruction des milieux ou des habitats	37%	37%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	13%	15%

Agriculteur, pêcheur, aquaculteur

Ouvrier

Homme

Femme
Habitant dans le Grand Est

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

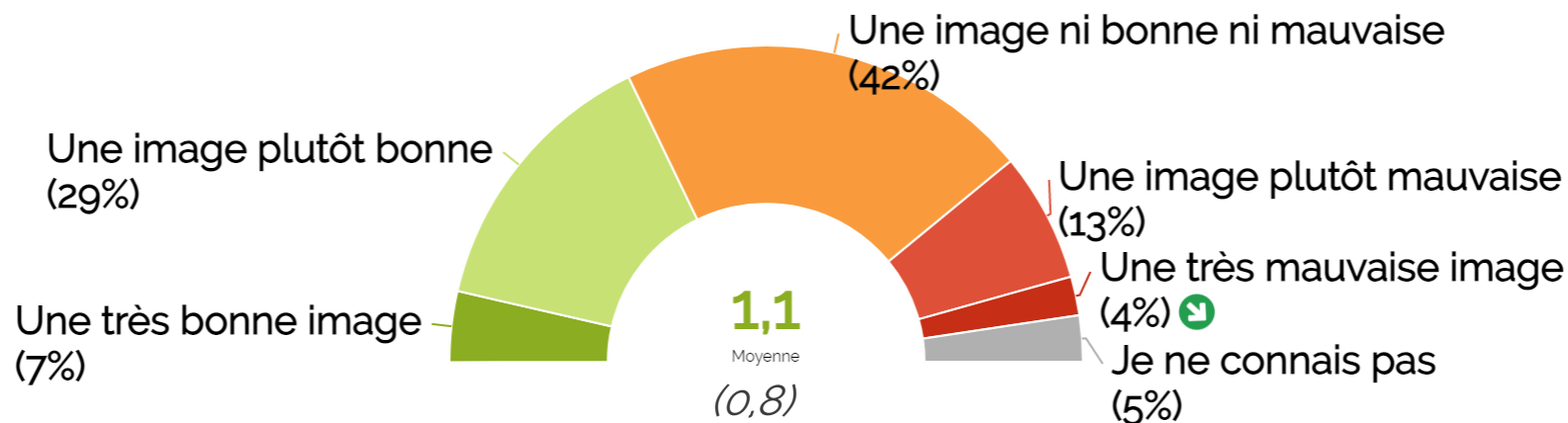




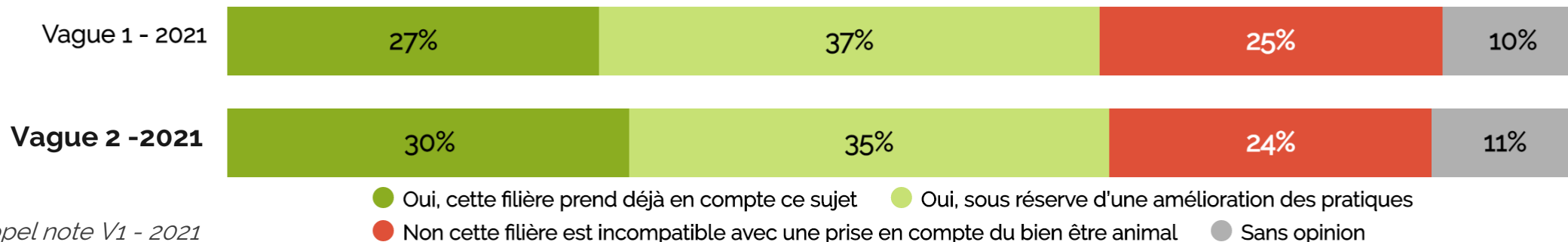
La pisciculture reste le mode de production le moins bien perçu par la population française malgré une tendance à la hausse sur cette vague

Les Français estiment que la pisciculture est une pratique compatible avec le bien-être animal sous réserve d'une amélioration. Ce constat est stable par rapport à la vague précédente.

Image de la pisciculture (élevage de poissons)



Compatibilité de la pisciculture avec le bien-être animal





Les 65 ans et plus, tout comme les hommes estiment que ce mode de production prend déjà en compte le 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	65 ans et plus Agriculteur, pêcheur, aquaculteur Homme
Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques	-
Non cette filière est incompatible avec une prise en compte du bien être animal	Sans activité professionnelle Habitant en Bretagne / Grand-Est
Sans opinion	Retraités

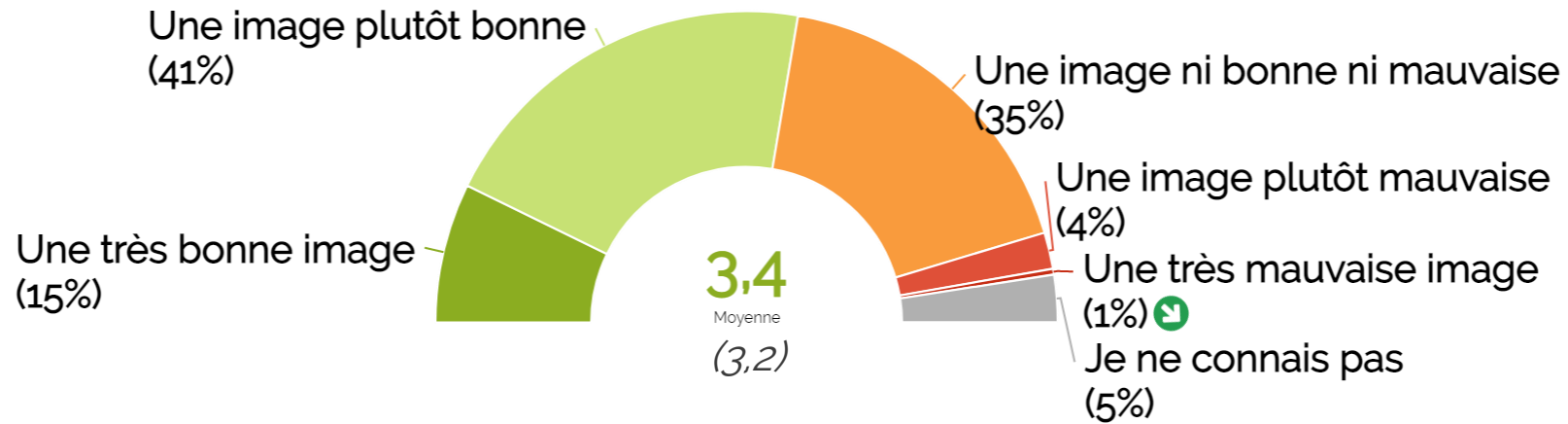
i Spécificités
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



La conchyliculture reste la pratique la mieux perçue par la population avec une tendance à la hausse sur cette vague.

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

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



Note d'image de la conchyliculture

65 ans et plus
Homme



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



L'impact économique de l'aquaculture particulièrement visible aux yeux des Français

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

(Vague 2 – 2021)

	Pisciculture	Conchyliculture
Aspects économiques	60%	74%
Participation à l'économie locale	40%	57%
Création et maintien de l'emploi	42%	54%
Aspects environnementaux	41%	42%
Préservation de la ressource marine	32%	29%
Aucun effet environnemental	13%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	5%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	24%	8%
Désagréments directs de proximité	13%	4%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	7%	4%
Destruction des milieux ou des habitats	10%	2%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	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 production étudié.



La population française met en avant les aspects économiques et environnementaux engendrés par la pisciculture

Les femmes, tout comme les Bretons sont davantage critiques et évoquent les impacts négatifs sur l'environnement

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

	Vague 1 - 2021	Vague 2 - 2021
Aspects économiques	58%	60%
Participation à l'économie locale	41%	40%
Création et maintien de l'emploi	39%	42%
Aspects environnementaux	42%	41%
Préservation de la ressource marine	28%	32%
Aucun effet environnemental	16%	13%
Atténuation du réchauffement climatique	7%	6%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	29%	24% ↓
Désagréments directs de proximité	13%	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	12%	7% ↓
Destruction des milieux ou des habitats	13%	10%
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	8%	10%

Homme

Femme
Habitant en Bretagne

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**, quel que soit le mode de production étudié.



La conchyliculture, une production aux effets économiques non négligeables selon les Français

L'impact négatif de cette production reste pointé du doigt par les plus jeunes Français

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

	Vague 1 - 2021	Vague 2 - 2021
Aspects économiques	74%	74%
Participation à l'économie locale	54%	57%
Création et maintien de l'emploi	54%	54%
Aspects environnementaux	42%	42%
Préservation de la ressource marine	29%	29%
Aucun effet environnemental	20%	20%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	5%
Aspects "négatifs" sur l'environnement	14%	8% ↓
Désagréments directs de proximité	7%	4% ↓
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	7%	4% ↓
Destruction des milieux ou des habitats	4%	2% ↓
Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche	7%	11% ↑

65 ans et plus

18-24 ans / 25-34 ans
Employés / Ouvriers

Sans activité professionnelle
Habitant dans le Grand Est

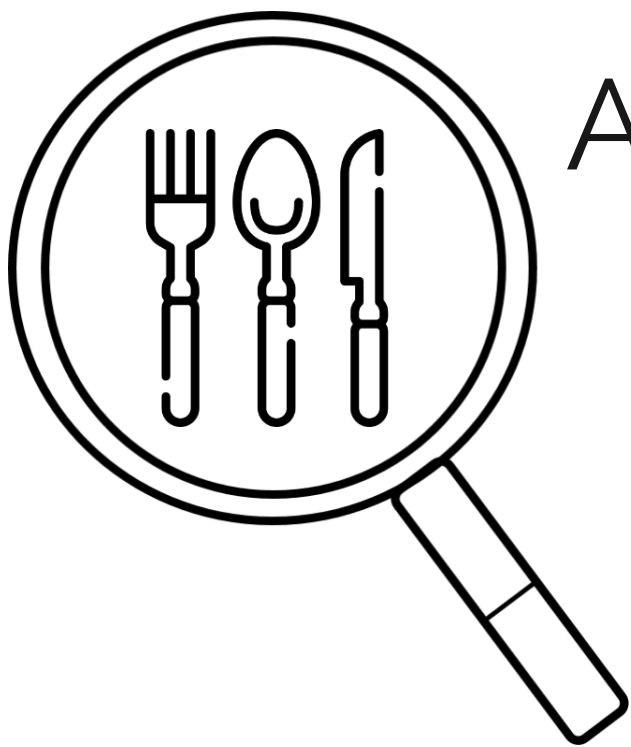
Les modalités de réponses ont été regroupées par « catégorie » :

- 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

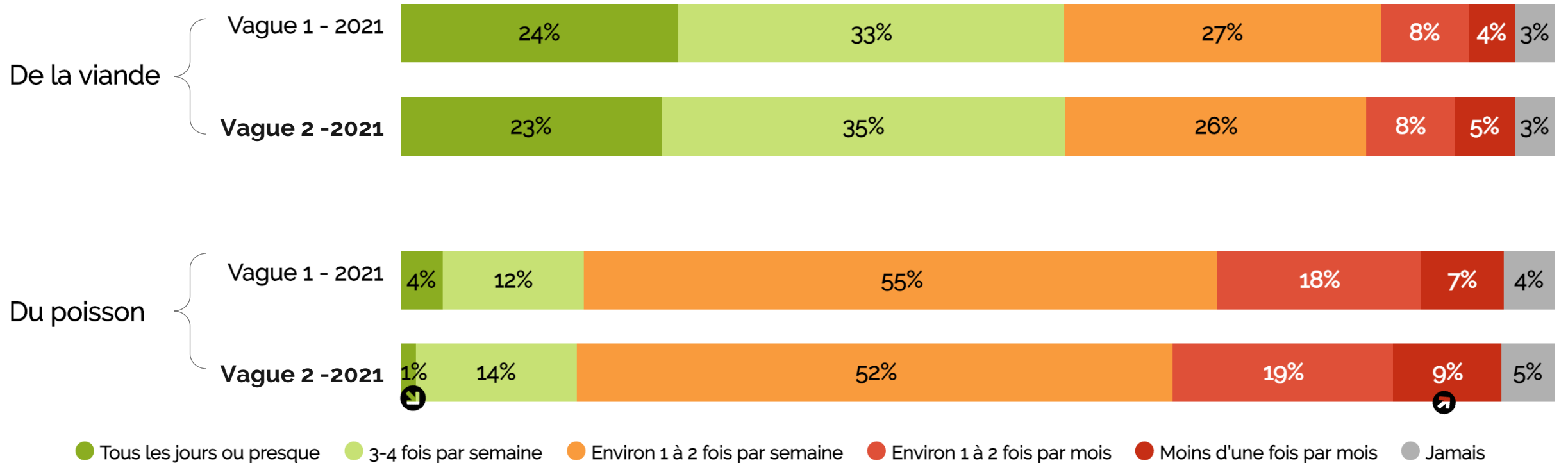




La consommation de poisson a tendance à diminuer sur cette vague : baisse notable des Français en consommant tous les jours en faveur des consommateurs peu fréquents (moins d'une fois par mois)

De façon générale, la consommation déclarée de viande est plus régulière (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)





Les Français habitant plus loin des côtes consomment davantage de viande contrairement à ceux habitant proches des côtes qui favorisent le poisson

FREQUENCE DE CONSOMMATION DE LA VIANDE

Tous les jours ou presque	Habitant en zone rurale Habitant à plus de 25km de la côte
3-4 fois par semaine	Profession intermédiaire / Homme
Environ 1 à 2 fois par semaine	65 ans et plus
Environ 1 à 2 fois par mois	Habitant en Ile de France / PACA / en zone urbaine
Moins d'une fois par mois	Retraité
Jamais	Sans activité professionnelle Habitant en Bourgogne Franche Comté / Pays de la Loire

FREQUENCE DE CONSOMMATION DU POISSON

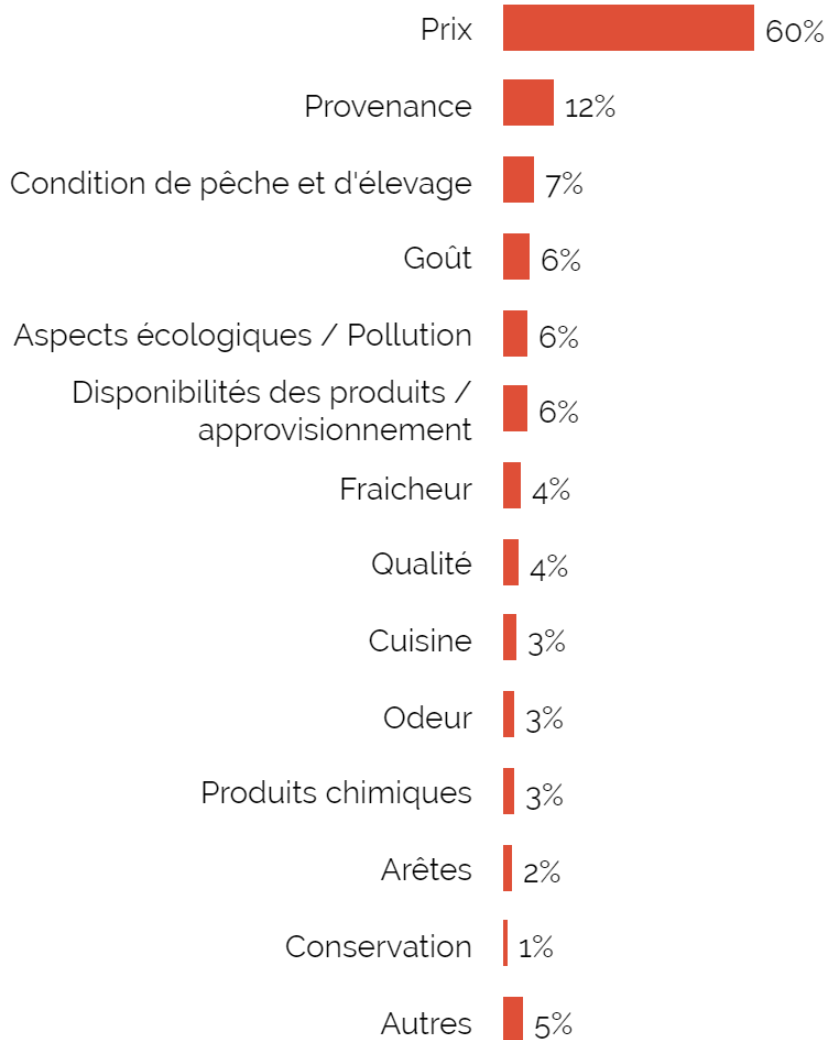
Tous les jours ou presque	Habitant à moins de 25km de la côte
3-4 fois par semaine	65 ans et plus / Habitant en Nouvelle Aquitaine
Environ 1 à 2 fois par semaine	Cadre et profession intellectuelle supérieure
Environ 1 à 2 fois par mois	25-34 ans Artisans, commerçant, chef d'entreprise / Employé Habitant dans le Grand Est Habitant à plus de 25km de la côte
Moins d'une fois par mois	Femme
Jamais	Habitant en zone rurale

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



La consommation de poisson reste majoritairement freinée par le prix des produits...

Freins à la consommation de poisson



“ PRIX

Le poisson est cher en général.

[...] le prix qui est plus élevé que la viande

Tarifs parfois trop élevés

Le poisson est beaucoup beaucoup trop cher à moins de l'acheter surgelé et encore sa reste très cher.

”

CONDITIONS DE PECHE ET D'ELEVAGE

“ Je me méfie un peu du poisson d'élevage

Le doute sur sa qualité sanitaire et l'élevage

La façon dont il est pêché ou élevé les méthodes de pêche utilisées qui épuisent la ressource et l'élevage, en particulier du saumon.

”

“ PROVENANCE

On ne sait pas leur provenance

La provenance étrangère d'élevage

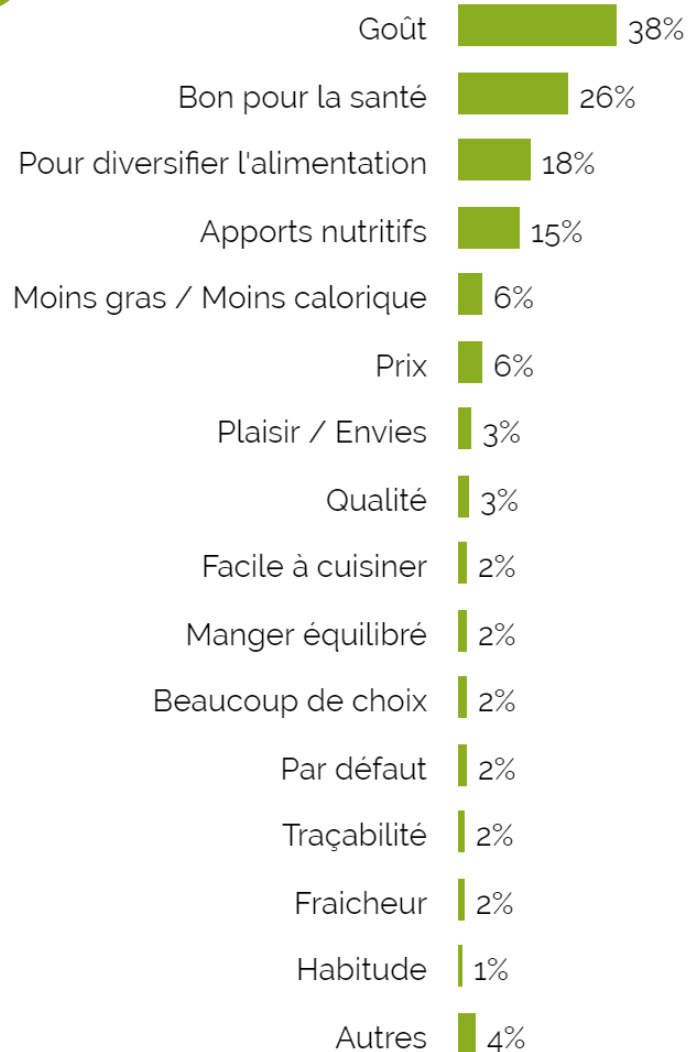
Le manque d'information sur la provenance notamment la nationalité du pêcheur.

”



Les consommateurs restent particulièrement attirés par les qualités gustatives du poisson

+ Motivations à la consommation de poisson



GOUT

J'aime le goût.

Pour ses qualités gustatives [...]

J'aime le goût du poisson

J'aime bien gustativement parlant

BON POUR LA SANTE

Beaucoup de propriété pour la santé

C'est très bon pour la santé

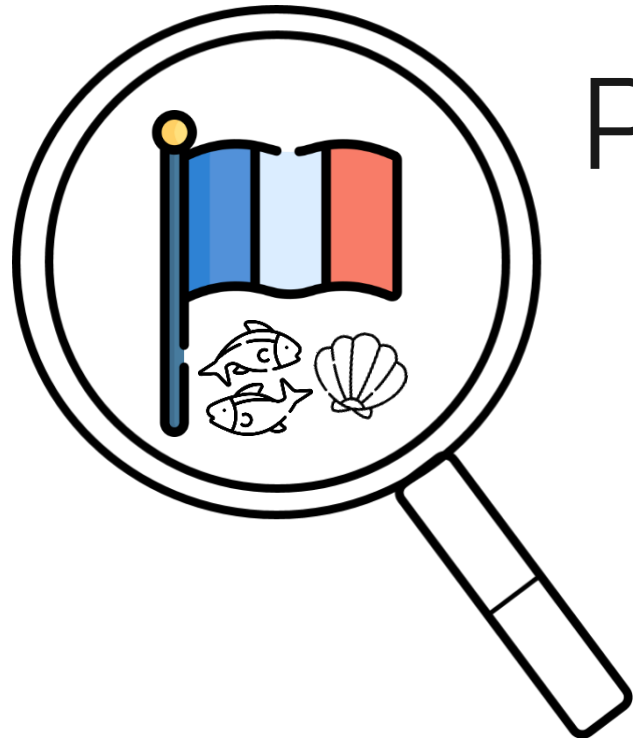
Le poisson est bon, pour une hygiène de santé il faut en manger régulièrement.

DIVERSIFIER L'ALIMENTATION

Ça me permet de varier les sources de protéines

De pouvoir manger autre choses que de la viande et donner l'exemple à mes enfants

Varié la nourriture, les qualités gustatives, la variété de produits avec leurs propres caractéristiques.



PARTIE EVENEMENTIELLE : LA DEFINITION DES PRODUITS FRANÇAIS





Le lieu de pêche ou de culture, principal critère pour définir un « produit français » aux yeux des consommateurs.

Les labels sont eux aussi retenus par les consommateurs pour qualifier un produit français.

Selon vous, pour les produits aquatiques, quels sont les trois critères qui définissent un "produit français" ?

	%	% (RANG 1)	% (RANG 2)	% (RANG 3)
Un produit pêché par un navire français (pêche) ou cultivé en France (aquaculture)	61%	47%	8%	5%
Un produit avec un label français	50%	12%	25%	13%
Un produit issu d'une marque française	33%	11%	10%	12%
Ce n'est pas très clair pour moi	25%	25%	0%	0%
Un produit transformé en France	25%	4%	10%	11%
Autre	2%	1%	0%	1%



Notons tout de même qu'un quart des consommateurs déclarent que les critères de définition d'un produit français ne sont pas clairs pour eux



Les 50-64 ans, tout comme les hommes estiment qu'un produit français se définit à travers son lieu de transformation

CRITERES POUR DEFINIR UN PRODUIT FRANÇAIS

Un produit pêché par un navire français (pêche) ou cultivé en France (aquaculture)	-
Un produit avec un label français	-
Un produit issu d'une marque française	-
Un produit transformé en France	50-64 ans Homme
Ce n'est pas clair pour moi	50-64 ans Profession intermédiaire Employés



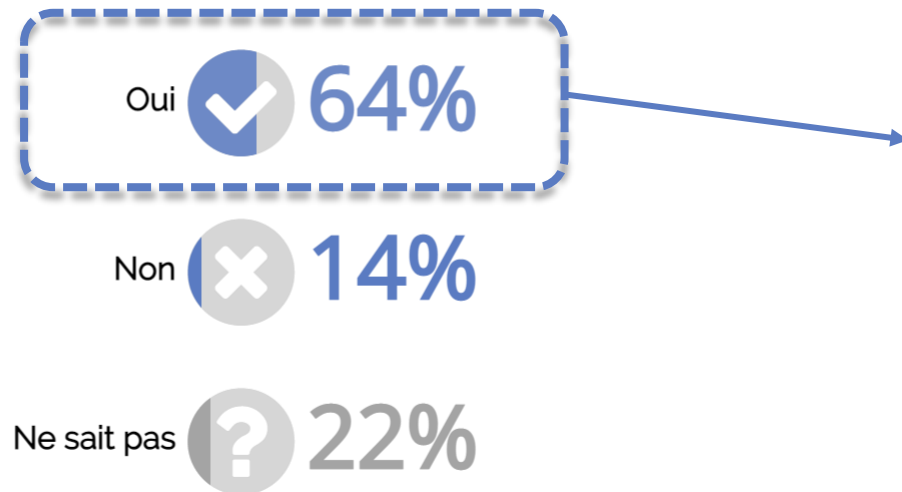
Spécificités
Mise en évidence
des **différences**
sur les
pourcentages



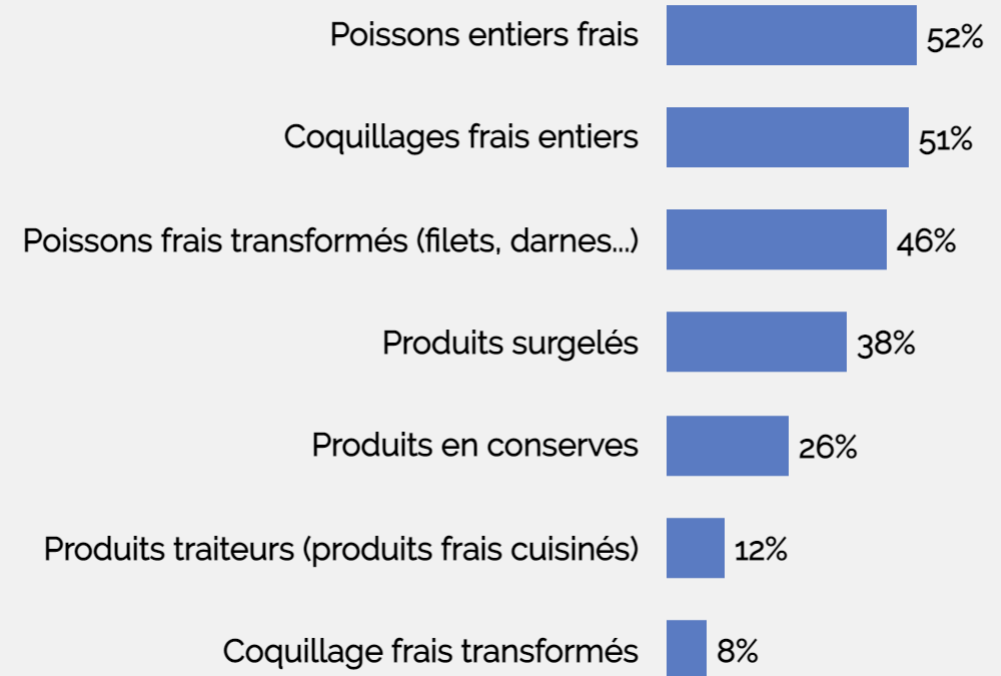
Plus de 6 Français sur 10 sont certains d'avoir déjà acheté un produit alimentaire aquatique français au cours des 6 derniers mois

Les produits achetés sont principalement des poissons et coquillages frais entiers

Au cours de ces 6 derniers mois, avez-vous déjà acheté un produit alimentaire aquatique français ?



Quels types de produits aquatiques français ?





Les produits frais transformés : produits privilégiés par la population plus jeune

ACHAT D'UN PRODUIT ALIMENTAIRE AQUATIQUE FRANÇAIS AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS

Oui	65 ans et plus Habitant en Nouvelle Aquitaine / Pays de la Loire
Non	18-24 ans / 25-34 ans Employés / Sans activité professionnelle / Femme
Ne sais pas	35-49 ans Ouvriers



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

TYPES DE PRODUITS ALIMENTAIRES AQUATIQUES FRANÇAIS ACHETÉS AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS

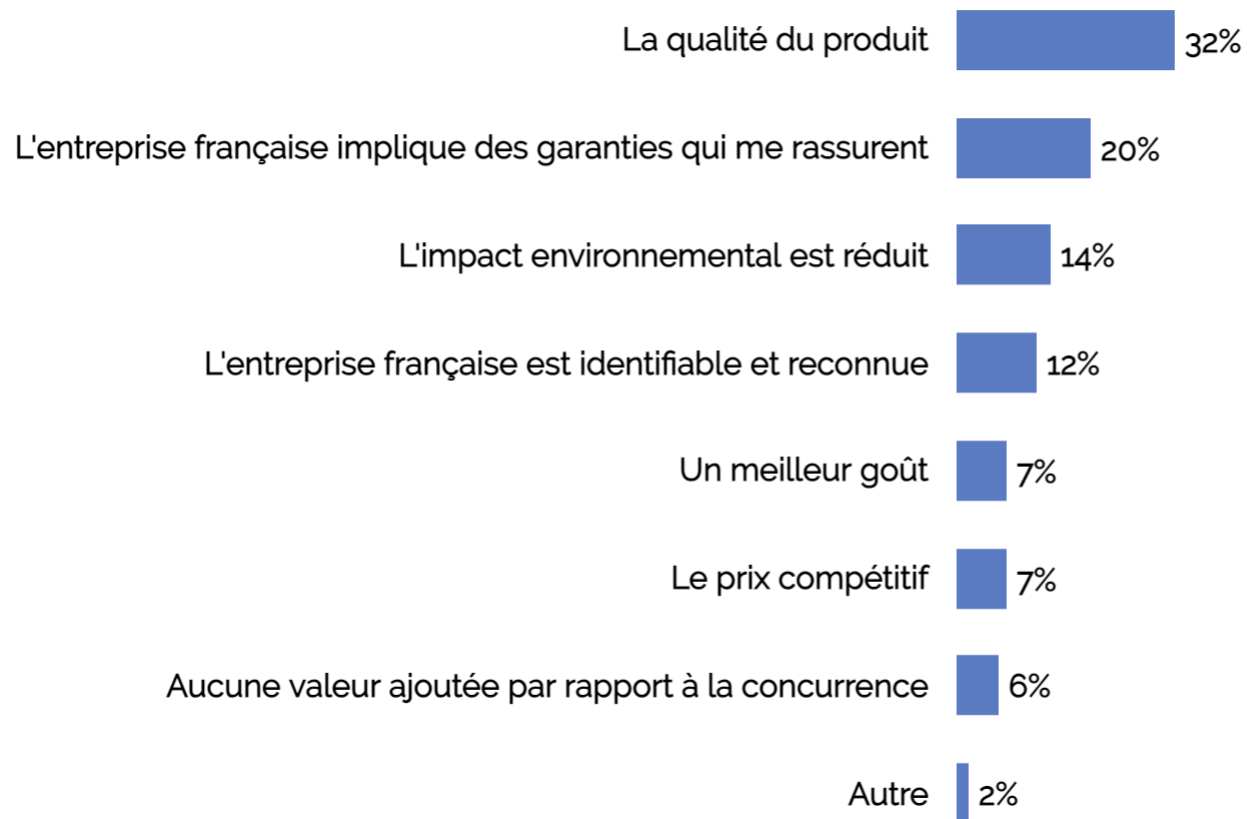
Poissons entiers frais	-
Coquillages entiers frais	Retraités
Produits frais transformés	18-24 ans
Produits surgelés	Ouvriers
Produits en conserves	-
Produits traiteurs	-
Coquillage frais transformées	-



La qualité du produit comme valeur ajoutée d'un produit aquatique français aux yeux des consommateurs

Les 65 ans et plus, tout comme les cadres et professions intellectuelles supérieures déclarent être davantage rassurés par l'entreprise française et les garanties qu'elle implique

Selon vous, quelle est la principale valeur ajoutée d'un produit aquatique français ?



PROFILS SPECIFIQUES

L'ENTREPRISE FRANÇAISE IMPLIQUE DES GARANTIES QUI ME RASSURENT

65 ans et plus
Cadre, profession intellectuelle supérieure

L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL EST REDUIT

Cadre, profession intellectuelle supérieure

MEILLEUR GOUT

25-34 ans
Sans activité professionnelle
Habitant en centre Val de Loire / Normandie

PRIX COMPETITIF

18-24 ans
Ouvrier / Sans activité professionnelle

AUCUNE VALEUR AJOUTEE PAR RAPPORT A LA CONCURRENCE

35-49 ans



Le prix et la présence de labels et d'indication d'origine sont les principaux critères qui incitent les consommateurs à acheter un produit aquatique français

Quels critères vous incitent / inciteraient à acheter un produit aquatique français ?

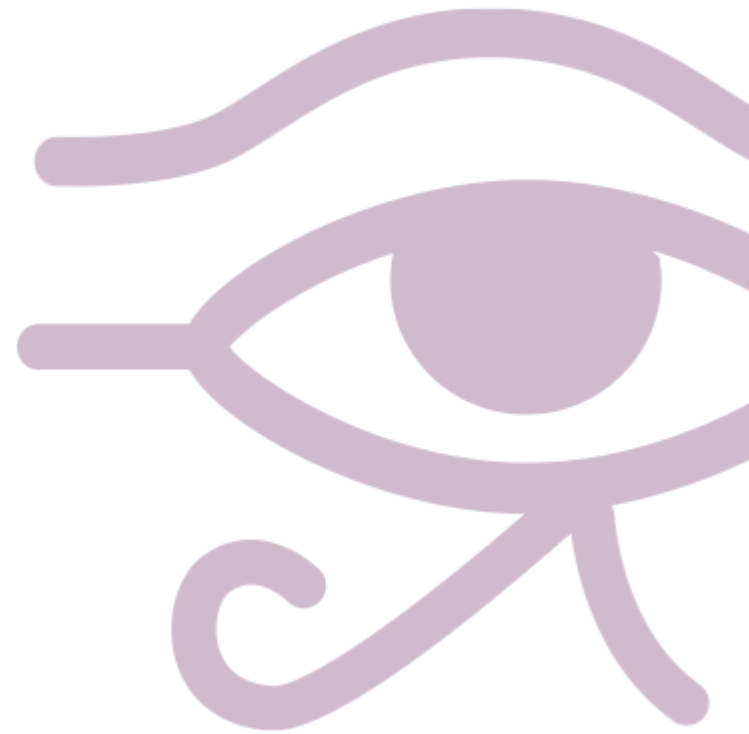
	%	%(RANG 1)	%(RANG 2)	%(RANG 3)
Le prix	60%	39%	10%	8%
La présence de labels et d'indication d'origine	58%	33%	15%	8%
La disponibilité du produit	37%	10%	14%	10%
Une campagne d'information sur les produits français	30%	8%	9%	7%
La praticité du produit	21%	4%	5%	5%
Aucun	5%	5%	0%	0%
Autre	2%	1%	0%	0%

PROFILS SPECIFIQUES

**PRESENCE DE LABELS ET
D'INDICATION D'ORIGINE**
65 ans et plus

AUCUN
18-24 ans
Sans activité professionnelle

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/VcvgD7LBBy>

ANNEXES - Résultats par vague

 Cliquer sur chaque pavé pour accéder aux résultats détaillés

Indicateurs généraux

Image globale

Confiance

Image des pratiques

Résultats consolidés des différentes espèces

Rapport qualité prix

Garanties sanitaires

Disponibilité en points de vente

Méthodes de pêche ou d'élevage

Produit de qualité

Qualité gustatives