

Baromètre d'image des produits aquatiques

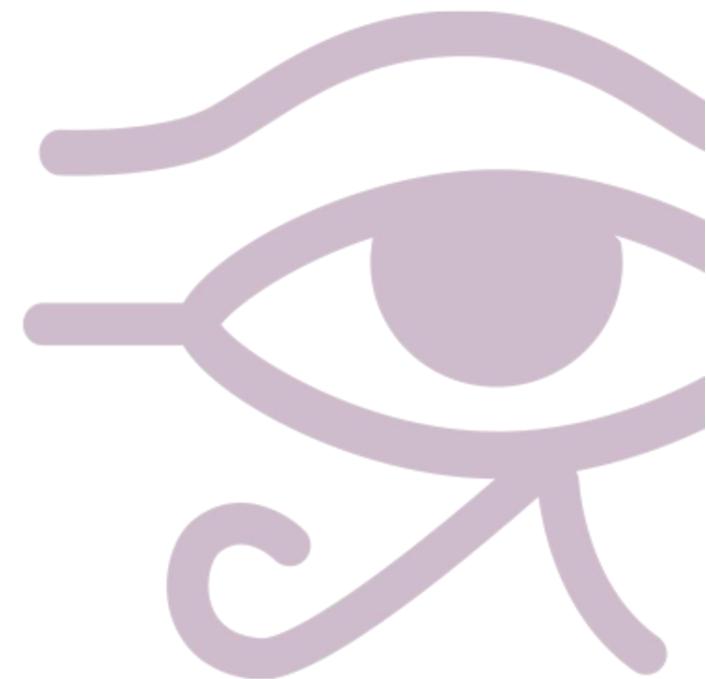
Synthèse des résultats

Vague 2 - 2020

Décembre 2020



FranceAgriMer



Contacts :

Mathilde HERVE 1

Chloé MARCHENAY

Quelle est la perception des produits aquatiques ? (1/2)

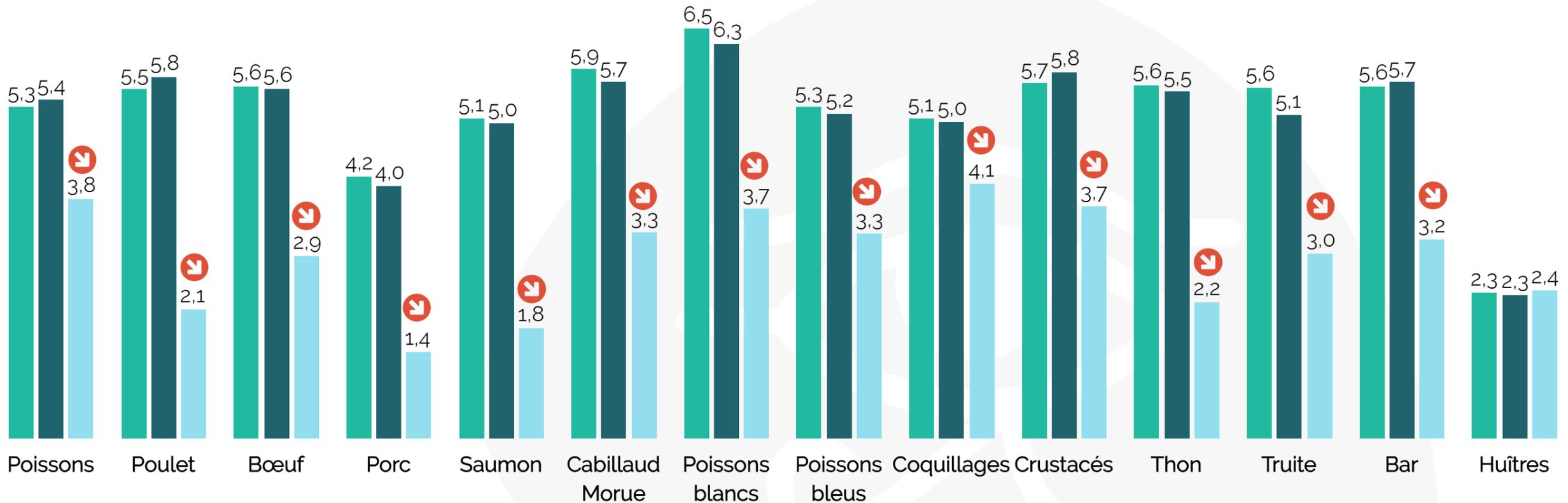


des notes d'image sur la quasi-totalité des espèces depuis 2019

Le contexte de crise sanitaire, induit par la Covid-19 explique probablement cette vision des produits.

Image globale des produits alimentaires

● 2018 ● 2019 ● 2020



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

Quelle est la perception des produits aquatiques ? (2/2)

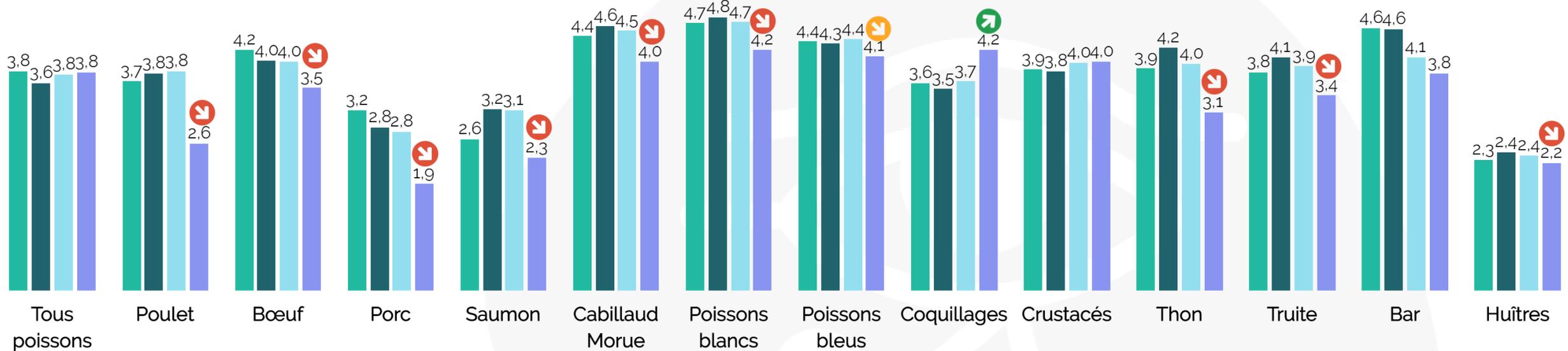


notable de la confiance pour la plupart des espèces

Seuls les coquillages voient leur degré de confiance augmenter de façon significative par rapport à 2019

Degré de confiance qu'inspirent les produits alimentaires

● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



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



Quelle est l'image des différentes espèces?

	Rapport qualité - prix		Disponibilité en points de vente		Produit de qualité		Garanties sanitaires		Méthodes de pêche ou d'élevage		Qualités gustatives	
Saumon	1,3		5		3,3		1,7		-0,1		4,8	
Cabillaud	3,4		4,1		4		3,3		1,6		4,3	
Truite	3,3	↗	2,3		3,8	↗	2,9	↗	1,6		4	
Coquillages	1,9	↗	3,1	↗	4,7	↗	3,2	↗	3,1	↗	4,7	↗
Crustacés	1,6	↗	3,3		4,4		3	↗	1,9		4,7	↗
Thon	1,9		2,3		3,8		2,7		0,1		4,3	
Bar	1,8		1,4		4		3		1,9		4,1	
Poissons blancs	3,3		4,2		3,8	↗	3,3	↗	1,8		4,2	↗
Poissons bleus	3,9	↗	3,1	↗	3,6	↗	3,1	↗	1,7	↗	3,9	↗
Huîtres	2		2,2		4,9		3,7		4,1		4,3	

Impact du critère sur l'image globale :

Force à retenir

Valeur ajoutée

Point de vigilance

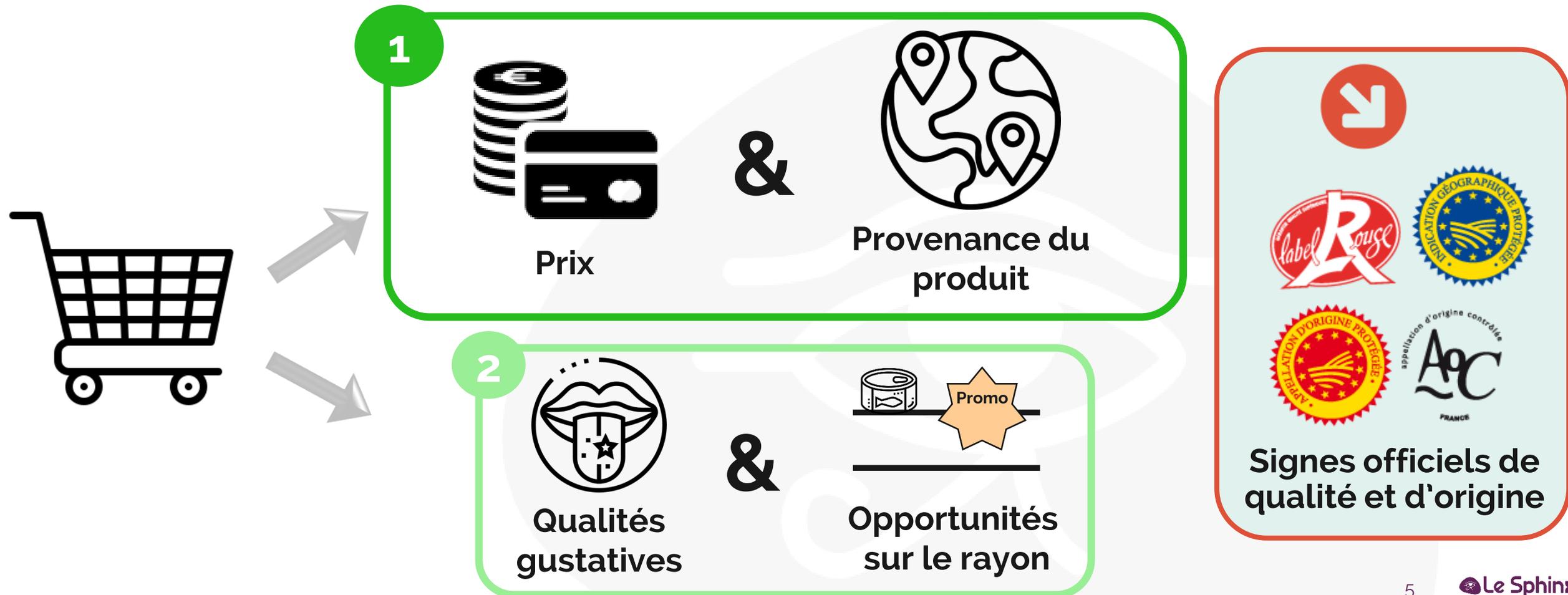
Priorité d'action



Mise en évidence des évolutions significatives par rapport à la vague 1 -2020

Quels sont les facteurs de la décision d'achat ?

Les décisions d'achat des espèces sont principalement dictées par le **prix** et la **provenance du produit**. De manière plus secondaire, les **qualités gustatives du produit** et les **opportunités sur le rayon** sont elles aussi prises en compte au moment de l'achat. Sur cette vague, nous notons une baisse importante des **signes officiels de qualité et d'origine**.



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

LA PÊCHE

- Pratique bien perçue par les consommateurs**
Tout comme lors de la 1^{ère} vague 2020
- Des consommateurs souhaitant une meilleure prise en compte du bien-être animal.**
Notons tout de fois une hausse de ceux estimant que la filière prend déjà en compte le sujet
- PETITE PÊCHE ET PÊCHE COTIERE**
- Impacts économiques & environnementaux** : participation à l'économie locale et à la création/maintien de l'emploi & préservation de la ressource marine.
Les aspects environnementaux particulièrement mis en avant pour la pêche côtière sur cette vague
- PÊCHE AU LARGE ET GRANDE PÊCHE**
- Impacts économiques** : création et maintien de l'emploi
- Impacts environnementaux** : surpêche et pression sur la ressource halieutique, destruction des milieux ou des habitats
Un constat similaire à celui de la vague 1 - 2020

L'AQUACULTURE

- Impacts économiques** : participation à l'économie locale, création et maintien de l'emploi
Aspect particulièrement visible sur cette vague pour la conchyliculture
- Impacts environnementaux** : préservation de la ressource marine et effet neutre sur l'environnement
- PISCICULTURE : Image en deçà des autres pratiques**
Sur cette vague, la note d'image de la pisciculture reste en retrait
- CONCHYLICULTURE : Bonne image globale**
Notons même une tendance à la hausse sur cette vague

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



Durant ce 2ème confinement, **plus de 70% des répondants ont déclaré avoir maintenu ou augmenté leur consommation de produits de la mer et aquatiques frais**, tout comme de longue conservation.

Notons tout de même, que près d'un quart déclarent avoir réduit leur consommation de produits de la mer frais durant cette période. Cette tendance est d'ailleurs particulièrement prononcée chez les femmes.



Pour les prochains mois, **la majorité des répondants déclarent qu'ils maintiendront leur consommation de produits aquatiques frais et de longue conservation dans les prochains mois.**

Sur cette vague, la projection sur une baisse de la consommation est davantage visible pour les produits frais, au détriment de ceux qui ont l'intention d'augmenter. Ce constat est, inversé pour les produits de longue conservation avec une baisse significative de ceux ayant l'intention (déclarée) de réduire leur consommation

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



Tout comme nous l'avons constaté lors de la 1^{ère} vague, le contexte actuel induit par la COVID-19 semble inciter les consommateurs à **recentrer leurs achats sur des produits aquatiques nationaux et locaux.**

Notons tout de même que, sur cette vague, la consommation de produits français est toujours privilégié alors que les achats locaux sont eux en baisse.



Les français continuent de cuisiner davantage à la maison (plus de la moitié).*

Le drive, n'est pas une pratique d'achat privilégiée par les consommateurs.

Sur cette vague encore, les consommateurs, restent mitigés quant aux produits pré-emballés : l'aspect plus hygiénique du **pré-emballé** ne semblent pas être l'emballage qu'ils privilégient.



Concernant la volonté de réduction du budget, les consommateurs restent partagés

*Notons tout de même que sur cette vague, les restaurants étaient fermés.