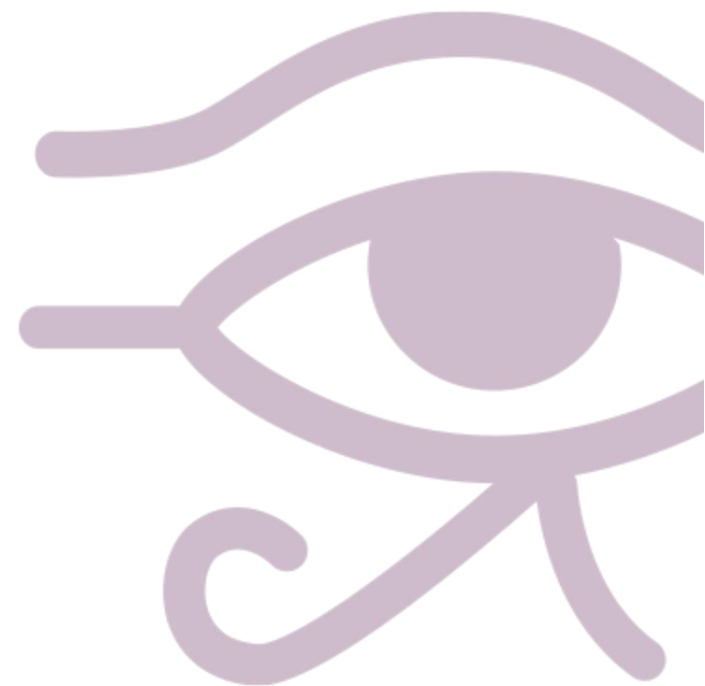


# Baromètre d'image des produits aquatiques

## Rapport d'étude

Vague 1 -2020

Août 2020

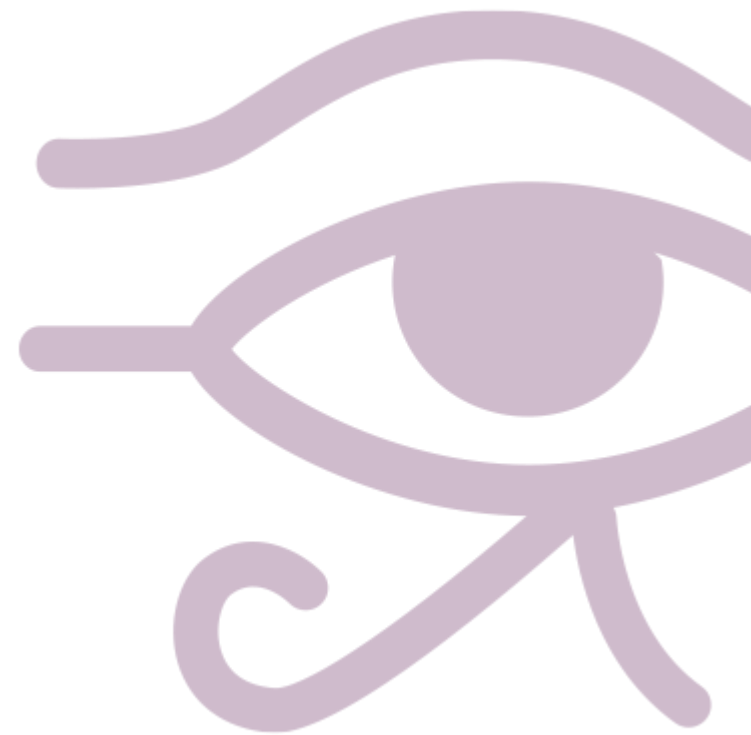




# SOMMAIRE

• PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	p.3
• PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS	p.6
• RÉSULTATS DÉTAILLÉS	p.11
✓ Profil des répondants	p.12
✓ Perception des produits aquatiques	P,16
✓ Image et confiance	p.18
✓ Image détaillée par espèces	p.23
✓ Perception des modes de production	P,67
✓ Perception de la pêche	p.68
✓ Perception de l'aquaculture	p.75
✓ Consommation des produits aquatiques et de la viande	p.81
✓ Impact de la crise du COVID-19 sur le comportement d'achat des consommateurs	P,83
• ANNEXES	p.91

# 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 **2**  
au **23 juillet 2020**



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



Diffusion de l'enquête  
via un emailing  
auprès de panélistes



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

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

*Pour cette vague, la partie événementielle traite de l'impact de la crise du COVID-19 sur le comportement d'achat des consommateurs. Ce thème sera conservé pour la deuxième vague de cette année.*

**Les répondants sont interrogés sur 10 espèces (ou famille)**

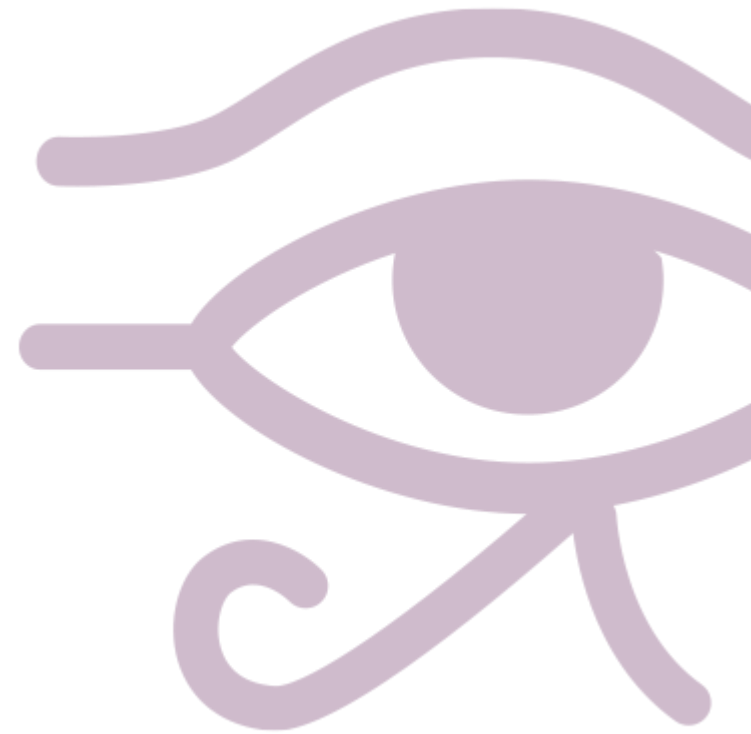
- Saumon
- Cabillaud
- Poissons blancs (lieu, merlu, lotte, sole...)
- Poissons bleus (sardine, maquereau, hareng...)
- Coquillages (Moules, coquilles Saint-Jacques...)
- Crustacés (Crevettes, crabes, langoustines...)
- Thon
- Truite
- Bar
- Huîtres



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 ?

## **Des indicateurs en baisse depuis la dernière mesure fin 2019**

Cette diminution du niveau d'image et de confiance est observée sur l'ensemble des produits aquatiques et carnés. Celle-ci s'explique donc probablement par le contexte lié à la crise du Covid-19 impactant le moral des français comme l'atteste un sondage\* réalisé sur la même période que cette enquête. Ce climat morose reposant sur des craintes massives et persistantes peut en effet être préjudiciable à leur jugement. Ce constat devra donc être suivi avec attention lors de la seconde vague 2020.

## **Le niveau d'image et de confiance des poissons reste supérieur à celui de la viande.**

Le porc reste en deçà, avec des notes d'image et de confiance inférieures aux autres produits carnés.

Concernant les produits aquatiques, deux espèces se détachent en terme d'image, le saumon et les coquillages :

- Les coquillages sont particulièrement bien perçus avec des notes d'image et de confiance supérieures à celles des poissons en général. La qualité du produit, tout comme ses qualités gustatives viennent renforcer cette vision positive.
- Le saumon, quant à lui est plus en retrait avec des notes proches, voire inférieures à 2. Perçu comme un produit de qualité et reconnu pour ses qualités gustatives, il est fragilisé par ses méthodes de pêches et d'élevage, son rapport qualité/prix et ses garanties sanitaires.
- Les poissons blancs, tout comme les bleus, le cabillaud et les crustacés inspirent, eux, davantage confiance aux consommateurs avec une note supérieure à celle attribuée au poisson en général.

**Les consommateurs jugent disposer d'une quantité d'informations variable selon les espèces** : ils estiment que le saumon, les huîtres et les coquillages sont les espèces pour lesquelles ils ont le plus d'information disponible.

## **Les décisions d'achat des espèces sont principalement dictées par le prix et la provenance du produit.**

Les consommateurs les plus âgés ont d'ailleurs tendance à être plus impliqués sur la provenance du produit lors de l'acte d'achat. Les signes officiels de qualité, tout comme les qualités gustatives du produit font, eux aussi parti des critères ayant une importance dans cette décision mais de manière plus secondaire.

\*: Sondage BVA réalisé du 30.06.2020 au 02.07.2020 auprès d'un échantillon représentatif de français

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

## LA PÊCHE

**Les consommateurs ont une vision relativement positive de la pêche, même si des attentes sont encore présentes concernant une meilleure prise en compte du bien-être animal dans les pratiques.**

Sur ce point les habitants des côtes sont toutefois plus positifs sur la prise en compte de ces aspects par la filière.

**Les impacts des modes de pêche sont perçus de manière relativement différente :**

- **La petite pêche et la pêche côtière ont une image positive sur les aspects économiques**, à savoir leur participation à l'économie locale ou encore la création et le maintien de l'emploi. La petite pêche est également perçue de manière positive concernant les aspects environnementaux, notamment via la préservation de la ressource marine. En revanche, c'est la surpêche et la pression sur la ressource halieutique qui priment lorsqu'ils évoquent la pêche côtière.
- **La pêche au large et la grande pêche sont perçues plus négativement** : la surpêche et la pression sur la ressource halieutique, la destruction des milieux ou des habitats ainsi que la création et le maintien de l'emploi sont davantage mis en avant

## L'AQUACULTURE

**La pisciculture est moins bien perçue que les autres modes de production**, notamment auprès des CSP+. Une meilleure prise en compte du bien-être animal est notamment attendue.

**La conchyliculture dispose quant à elle d'une bonne image globale**, notamment auprès des retraités. En revanche, les personnes habitant plus loin des côtes sont elles, plus indécises à ce sujet.

**Ces 2 types de production sont perçus positivement concernant leurs impacts économiques** (participation à l'économie locale ainsi que la création et le maintien de l'emploi) **mais également environnementaux** (préservation de la ressource marine et son effet neutre sur l'environnement).

Les retraités ont tendance à davantage plébisciter les aspects économiques de l'aquaculture. En revanche, les personnes habitant en zone urbaine sont eux, davantage axés sur les aspects négatifs de ces pratiques.



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

**Durant le confinement, plus de la moitié des consommateurs ont déclaré avoir maintenu ou augmenté leur consommation de produits de la mer et aquatiques frais, et pour 2/3 les produits de longue conservation.**

Ce constat est encore plus prononcé chez les consommateurs plus âgés et les consommateurs réguliers de poisson avant la crise. Au contraire, les consommateurs occasionnels, disent ne pas du tout avoir consommé ce type de produits.

**Notons tout de même, que près d'un quart déclarent avoir réduit leur consommation de produits de la mer frais durant cette période.**

Parmi eux, 40% mettent en avant le fait que leurs lieux d'achat habituels étaient fermés et 30% ont consommé autrement, à savoir en consommant davantage des produits de la mer de longue conservation.

**Pour les prochains mois, près de 7 répondants sur 10 déclarent qu'ils maintiendront leur consommation de produits aquatiques frais et de longue conservation dans les prochains mois. La projection sur une hausse de la consommation est plus favorable aux produits frais.**

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

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

**La crise sanitaire actuelle semble pousser les consommateurs à recentrer leurs achats sur des produits aquatiques nationaux et locaux :**

- Les  $\frac{3}{4}$  des répondants préfèrent consommer des produits français.
- 6 répondants sur 10 privilégient les achats auprès de producteurs locaux

Ce constat est particulièrement vrai en Bretagne, région bordée par la mer où l'accès à ce type de produits a sans doute été plus facile pendant cette crise.

**... et à davantage envisager de cuisiner à la maison** (plus de la moitié). Il est à noter qu'au moment où les répondants ont été interrogés, les restaurants avaient déjà commencé à ré-ouvrir.

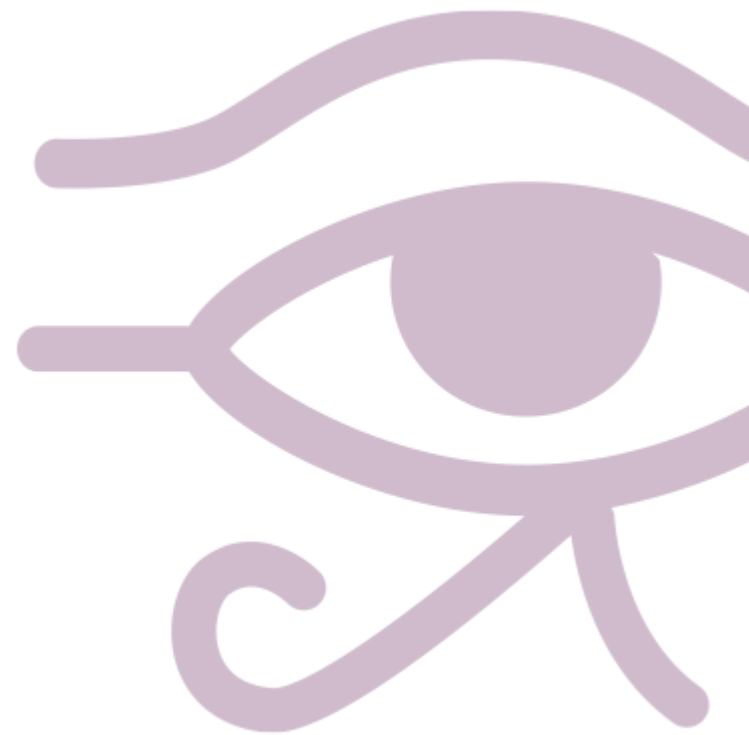
**En revanche, la moitié des consommateurs n'envisagent pas de privilégier les drives au détriment des magasins.**

Le drive serait toutefois davantage recherché par certaines populations telles que les 25-49 ans, les agriculteurs, les employés, les habitants du Grand-Est et les personnes habitant en zone rurale. Le Grand-Est ayant été une zone particulièrement touchée par la Covid-19, les consommateurs souhaitent peut-être conserver certaines habitudes d'achat.

**L'aspect plus hygiénique du pré-emballé, favorisé durant le confinement, ne semble pas faire partie des emballages privilégiés** même si les avis sont plus partagés.

**Concernant la volonté de réduction du budget, les consommateurs sont très partagés**, le climat économique incertain doit y contribuer. Les jeunes et les CSP-, potentiellement plus touchés par la crise actuelle semble en effet plus enclin à chercher à réduire leur budget.

**RÉSULTATS DÉTAILLÉS**



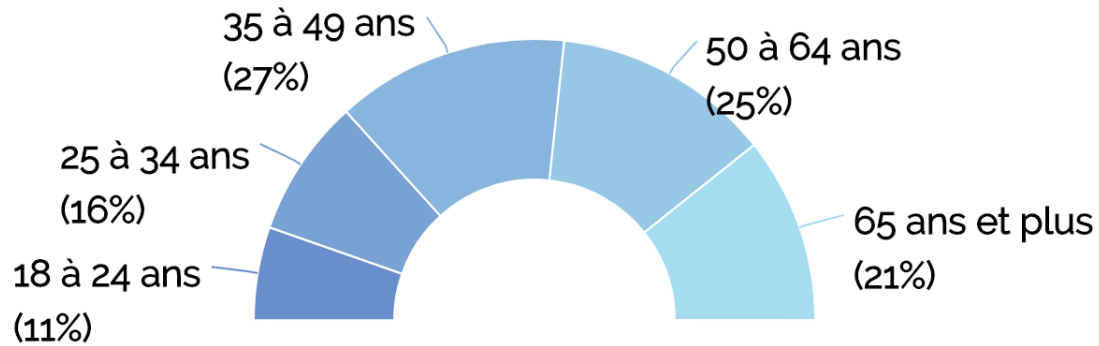
# PROFIL DES RÉPONDANTS



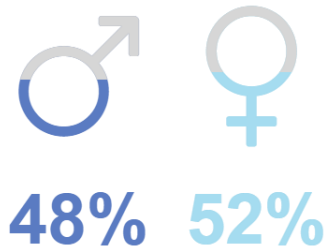


# Un échantillon représentatif de la population française...

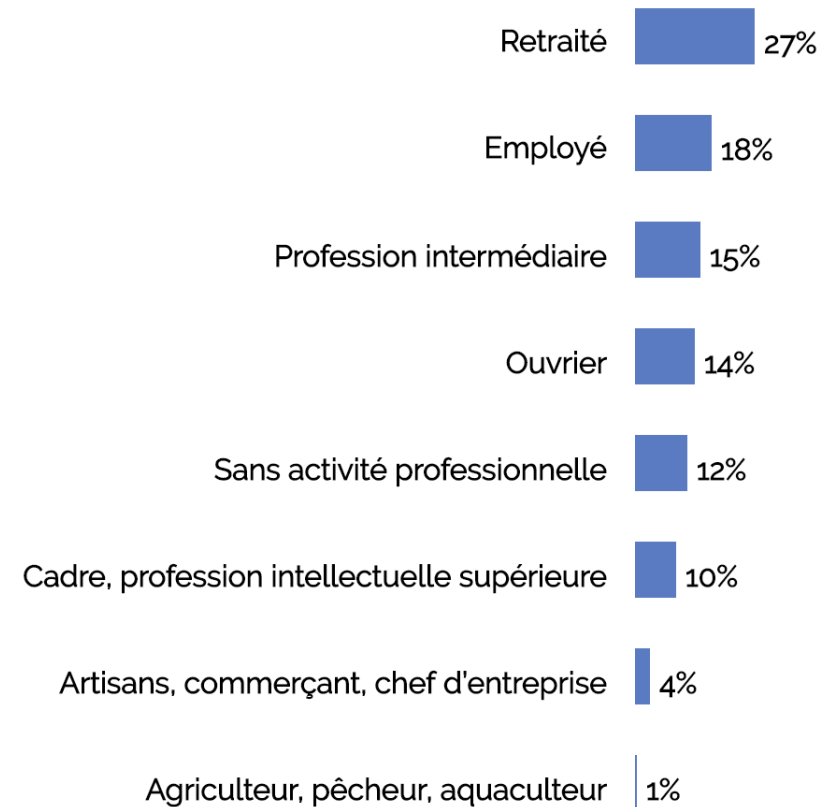
Tranche d'âge :



Genre

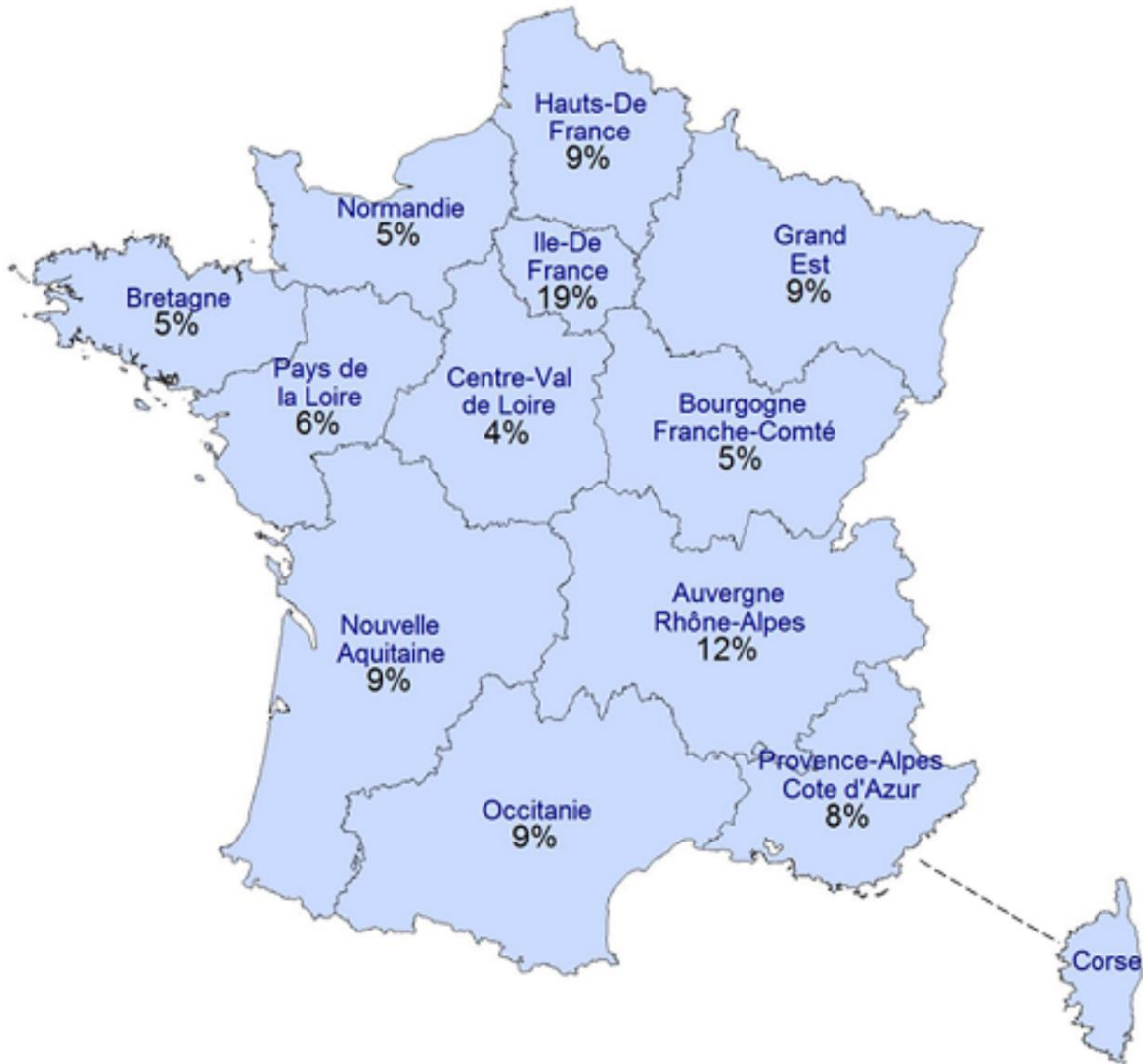


Quelle est votre profession ?

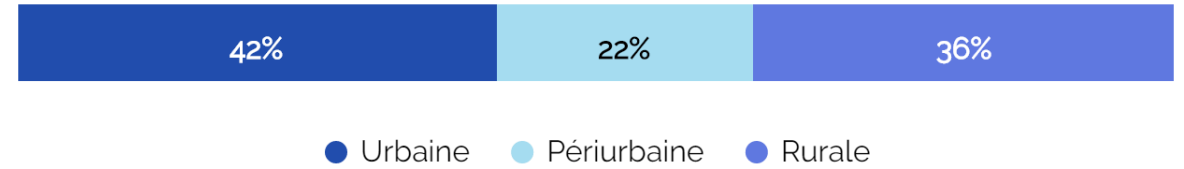




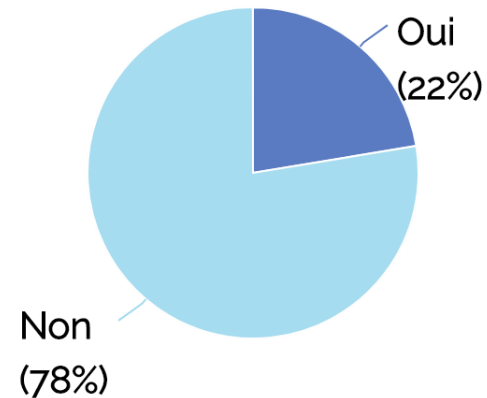
## ... habitant majoritairement dans les terres



Votre logement se situe dans une zone :



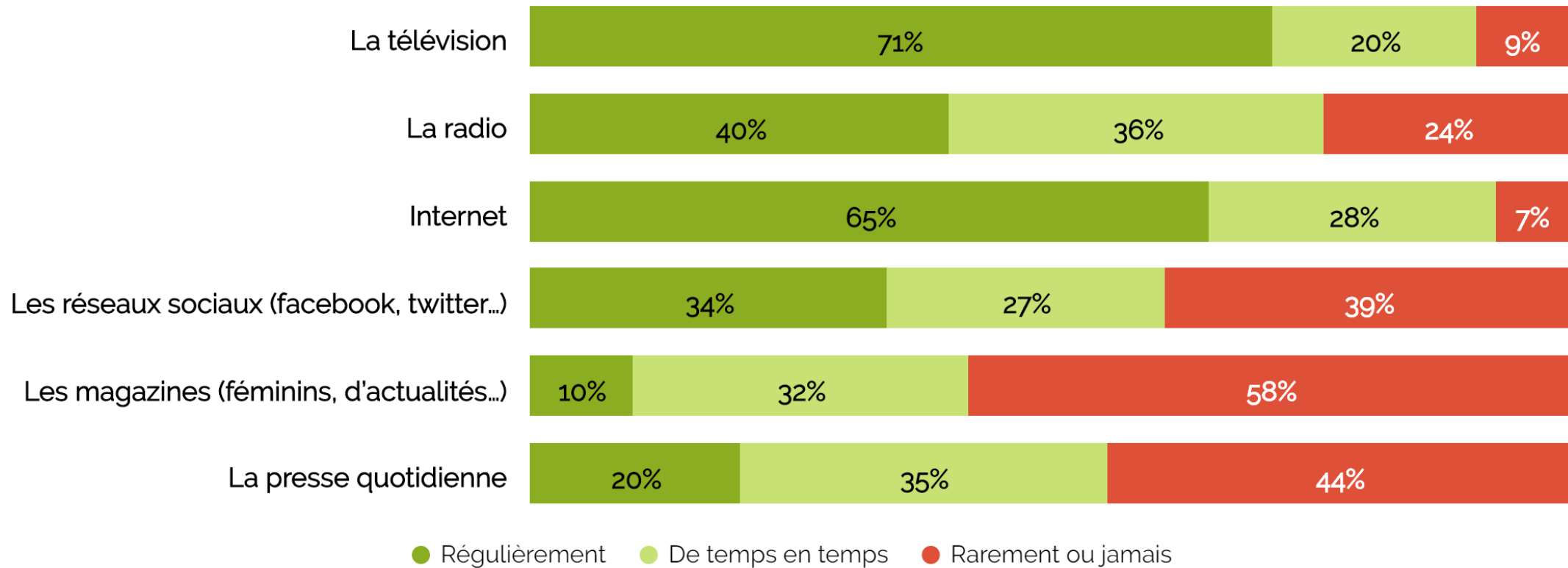
Votre logement se situe-t-il à moins de 25km de la côte ?





# La télévision, internet et la radio comme principales sources d'information

Généralement, quels médias utilisez-vous pour votre information ?





# **PERCEPTION DES PRODUITS AQUATIQUES**





## NOTE DE LECTURE – Aide à la compréhension

L'**image globale et détaillée**, tout comme la **confiance** vont être analysées sous forme d'une note moyenne. Le barème appliqué est le suivant :

Barème appliqué :	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>-5</b>	<b>-10</b>
<b>IMAGE</b>	Très bonne image	Image plutôt bonne	Image ni bonne ni mauvaise	Image plutôt mauvaise	Très mauvaise image
<b>IMAGE DÉTAILLÉE</b>	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
<b>CONFIANCE</b>	Tout à fait confiance	Plutôt confiance	Moyennement confiance	Plutôt pas confiance	Pas du tout confiance



IMAGE  
ET  
CONFIANCE

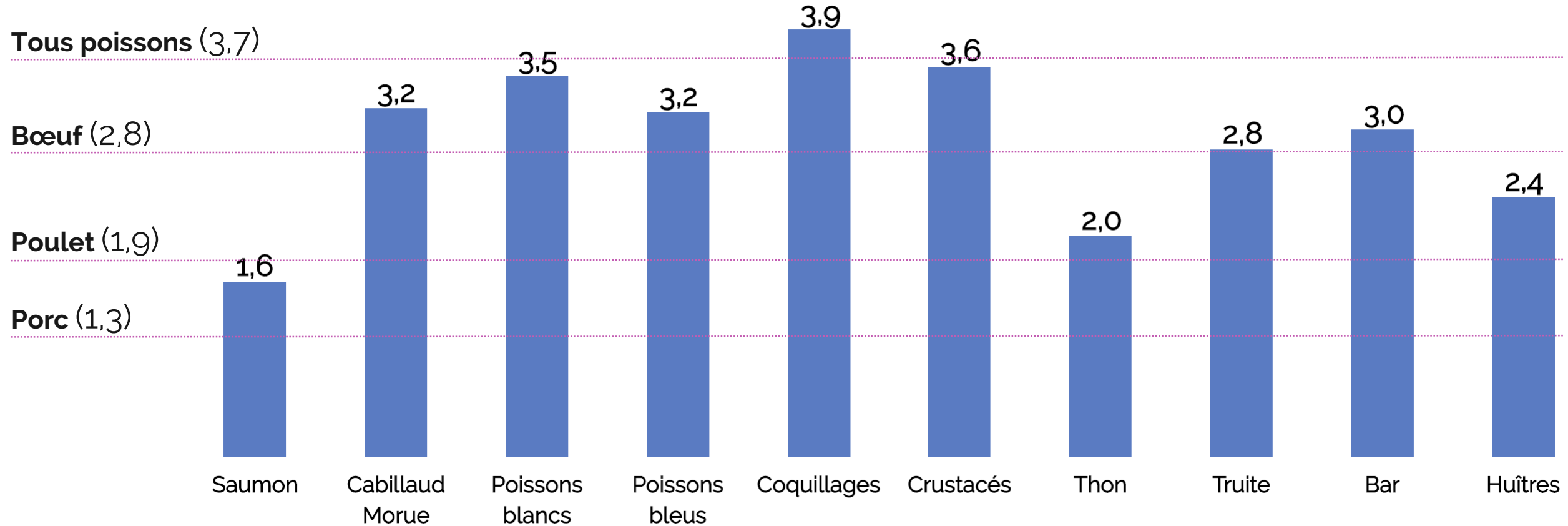




# Une meilleure image du poisson que de la viande

Les coquillages perçus très positivement contrairement au saumon et au thon

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



Les notes sont comprises entre -10 et 10.

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



# L'image des différentes espèces est en chute sur cette vague

Le contexte anxiogène des mois précédents l'enquête dû à la crise a peut-être eu un impact sur la façon d'aborder ce questionnaire

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

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2019	VAGUE 1 - 2020
Poissons	5,3	3,7 ↓
Poulet	5,7	1,9 ↓
Bœuf	5,4	2,8 ↓
Porc	4,0	1,2 ↓
Saumon	5,0	1,6 ↓
Cabillaud/Morue	5,7	3,2 ↓
Poissons blancs	6,2	3,5 ↓
Poissons bleus	5,1	3,1 ↓
Coquillages	4,9	3,9 ↓
Crustacés	5,7	3,5 ↓
Thon	5,4	2,0 ↓
Truite	4,9	2,8 ↓
Bar	5,7	3,0 ↓
Huîtres	4,0	3,5

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

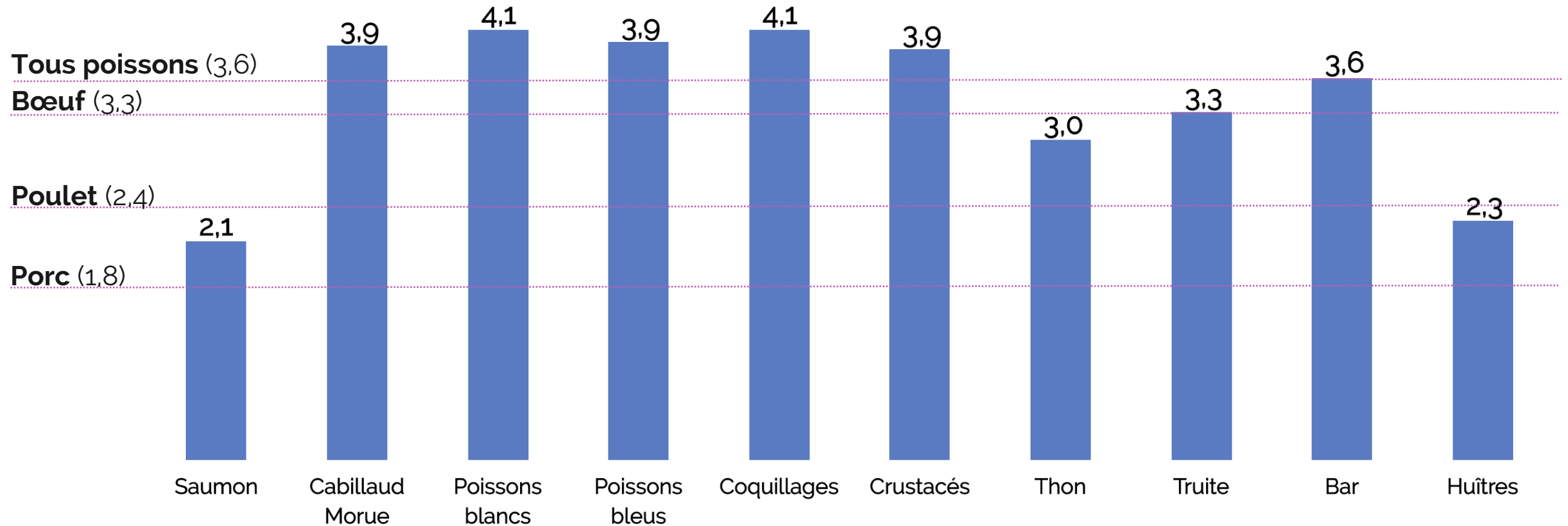
↑ Hausse très significative    ↑ Hausse significative    ↓ Baisse significative    ↓ Baisse très significative



## Une confiance accrue dans certaines espèces

Une confiance envers le poisson également supérieure à celle pour la viande  
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 ?



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



# Une confiance qui conforte la morosité observée sur l'image

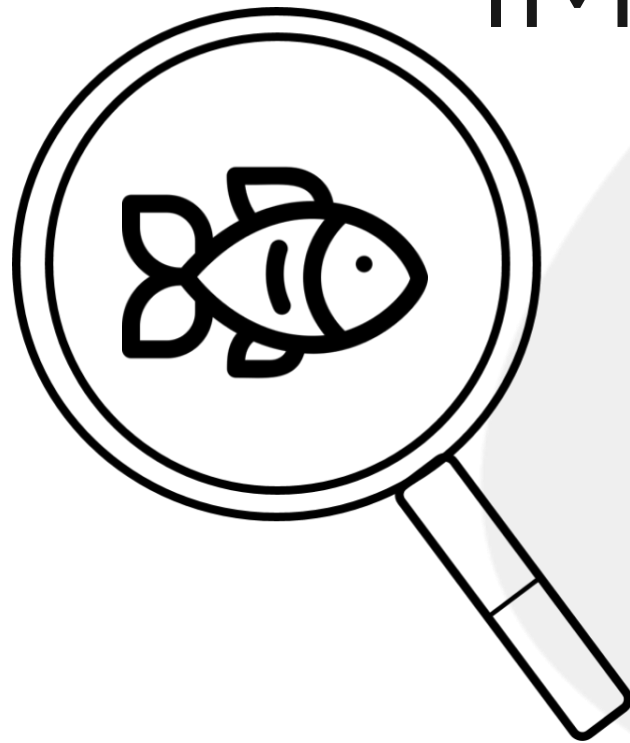
Certaines espèces recensent un manque de confiance par rapport à la vague précédente

Quel degré de confiance vous inspirent les produits suivants ?

	VAGUE	
	VAGUE 2 - 2019	VAGUE 1 - 2020
Poissons	3,7	3,6
Poulet	3,9	2,4
Bœuf	4,1	3,3
Porc	2,7	1,7
Saumon	3,1	2,1
Cabillaud/Morue	4,5	3,9
Poissons blancs	4,7	4,1
Poissons bleus	4,3	3,9
Coquillages	3,6	4,1
Crustacés	3,9	3,9
Thon	4,0	3,0
Truite	3,9	3,3
Bar	4,1	3,6
Huîtres	2,4	2,3

Hausse très significative   Hausse significative   Baisse significative   Baisse très significative

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



# IMAGE DÉTAILLÉE PAR ESPÈCE





# Le saumon, les huîtres et les coquillages surpassent les autres espèces en terme d'information disponible

Le niveau d'information est variable en fonction de l'espèce étudiée

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

	%	% (RANG 1)	% (RANG 2)	% (RANG 3)
Saumon	50%	26%	12%	12%
Huîtres	48%	22%	13%	13%
Coquillages	41%	12%	16%	13%
Thon	29%	10%	11%	8%
Crustacés	29%	5%	11%	13%
Poissons blancs	25%	6%	7%	13%
Truite	23%	7%	9%	7%
Poissons bleus	19%	5%	8%	6%
Cabillaud / Morue	18%	5%	6%	6%
Bar	10%	3%	3%	4%





## NOTE DE LECTURE – Image détaillée

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

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

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

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

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

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

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

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



## NOTE DE LECTURE – Ecart de perception des sous-cibles

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

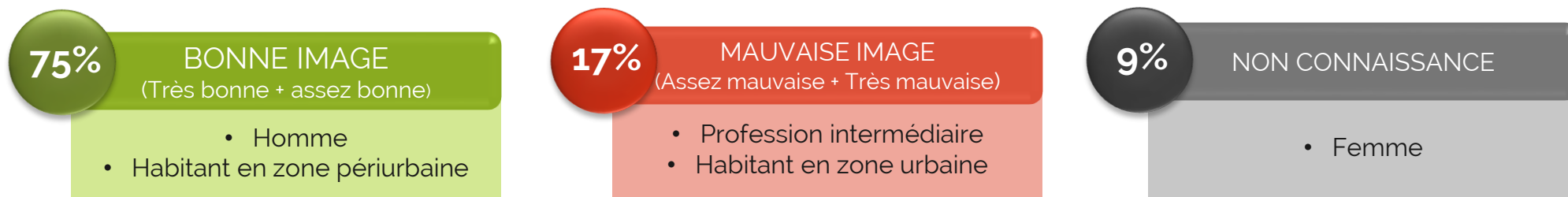
**l'ensemble de l'échantillon.**

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

Différents types de présentation sont utilisés, selon le type de question :

Quelle image avez-vous de la pêche ?

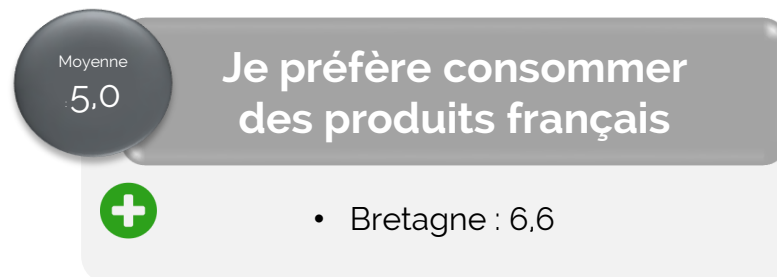
Différence sur les % :



**Exemple :**

*Les hommes ont davantage une réponse « très bonne image » ou « assez bonne image » à la question quelle image avez-vous de la pêche ?*

Différence de moyenne :



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



# Le saumon, produit de qualité mis en avant grâce à ses qualités gustatives

Toutefois, les **méthodes de pêche et d'élevage**, tout comme le **rapport qualité prix** et les **garanties sanitaires** viennent ternir son image et fragilise la confiance des consommateurs

## Bilan d'image



Note d'image globale

1,6

Note de confiance

2,1

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





# Le saumon perçu comme une espèce majoritairement importée

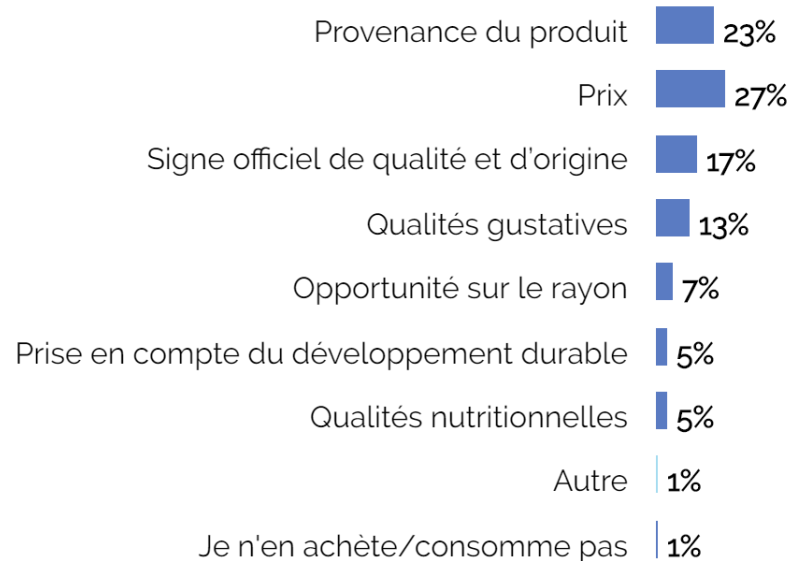
La provenance du produit est d'ailleurs un critère d'achat important tout comme le prix. Le signe officiel de qualité et d'origine est également important dans le processus de décision d'achat

Le saumon vendu dans le commerce est :



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

★ 1er choix



Lors de vos achats de SAUMON, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?





## Zoom sur les écarts de perception

Le saumon, une espèce particulièrement bien perçue par les 18-24 ans

<b>Note d'image globale</b>	18-24 ans
<b>Note de confiance</b>	18-24 ans 25-34 ans Résident en Normandie

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	18-24 ans Résident en Centre-Val-de-Loire
<b>Disponibilité en points de vente</b>	Résident en Centre-Val-de-Loire
<b>Produit de qualité</b>	18-24 ans 25-34 ans
<b>Garanties sanitaires</b>	18-24 ans
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	18-24 ans
<b>Qualités gustatives</b>	Sans activité professionnelle



## Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus sont particulièrement attentifs au signe officiel de qualité et à l'origine du saumon

### ORIGINE DU PRODUIT

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

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

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

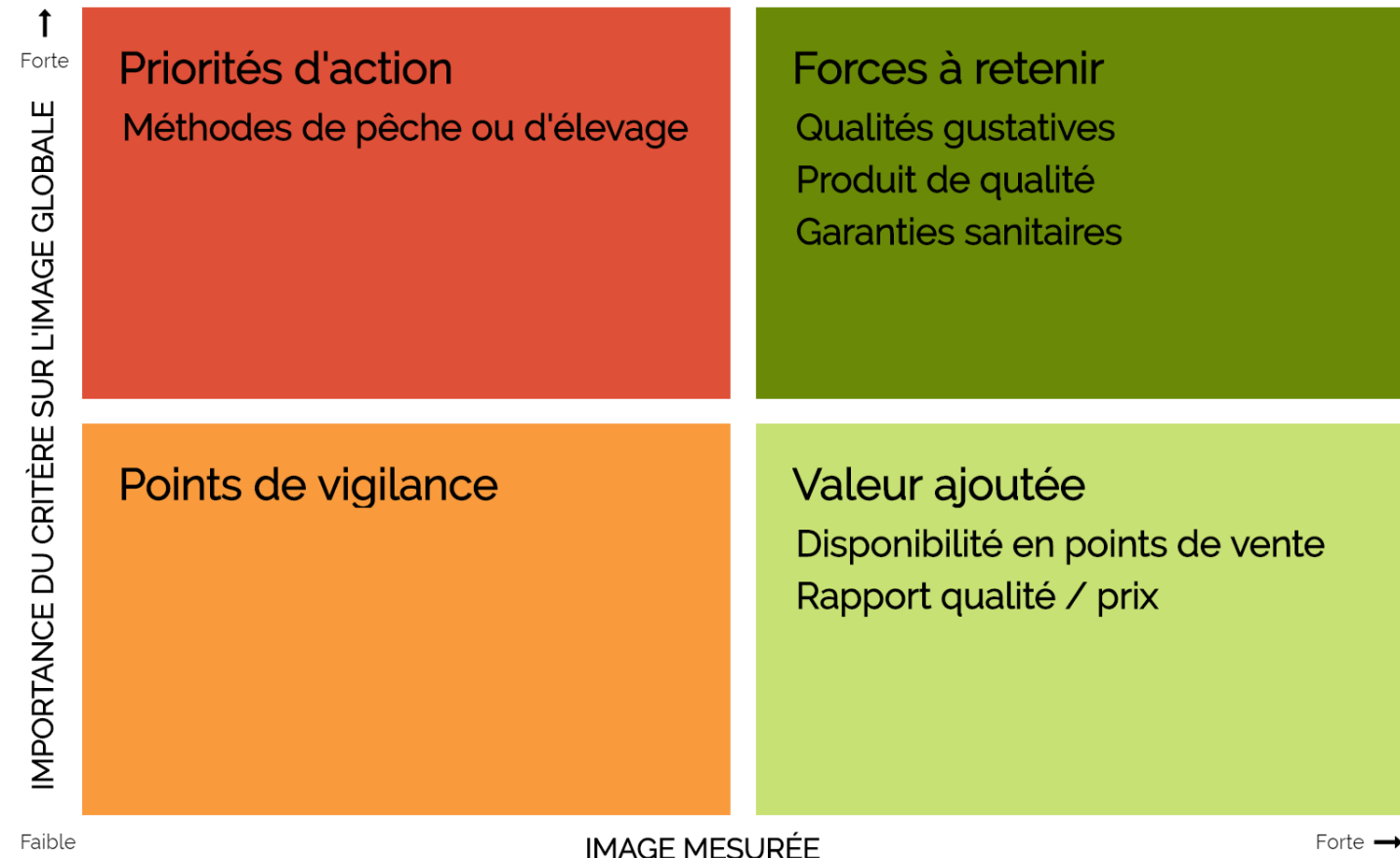
Prix	Sans activité professionnelle
Signe officiel de qualité et d'origine	65 ans et plus
Opportunité sur le rayon	35-49 ans
Qualités nutritionnelles	Habitant en zone urbaine
Qualités gustatives	-
Provenance du produit	-
Prise en compte du développement durable	-



# Le cabillaud, produit de qualité porté principalement par ses qualités gustatives et ses garanties sanitaires

Toutefois, les **méthodes de pêche et d'élevage** ne sont pas bien perçues par les consommateurs.

## Bilan d'image



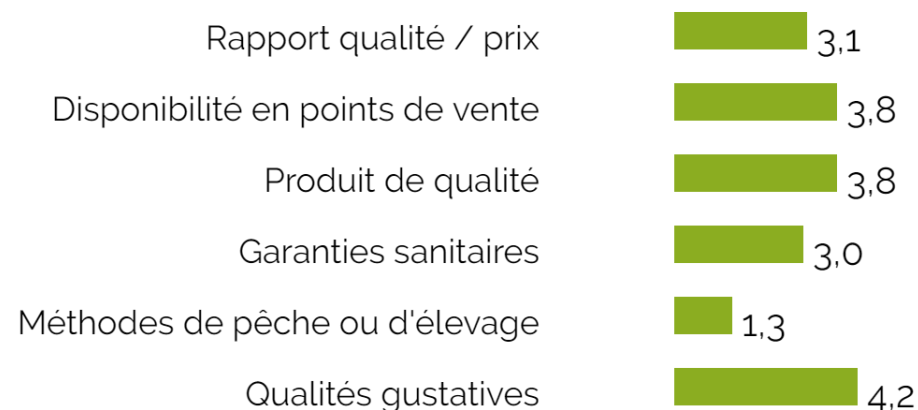
Note d'image globale

3,2

Note de confiance

3,9

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





# L'origine du cabillaud est relativement floue pour les consommateurs

L'acte d'achat est, quant à lui, principalement influencé par le prix du produit

Le cabillaud vendu dans le commerce est :



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

★ 1er choix



Lors de vos achats de CABILLAUD, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?







## Zoom sur les écarts de perception

Une meilleure perception du cabillaud pour les 65 ans et plus

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus
<b>Note de confiance</b>	65 ans et plus Résident en Normandie

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	-
<b>Disponibilité en points de vente</b>	-
<b>Produit de qualité</b>	65 ans et plus Résident en Provence-Alpes-Côte-D'Azur
<b>Garanties sanitaires</b>	Homme
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	-
<b>Qualités gustatives</b>	65 ans et plus Résident en Normandie



## Zoom sur les écarts de perception

Les opportunités sur le rayon, un critère qui attire particulièrement les hommes et les résidents d'Ile de France

### ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	-
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	65 ans et plus
Je ne sais pas	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

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

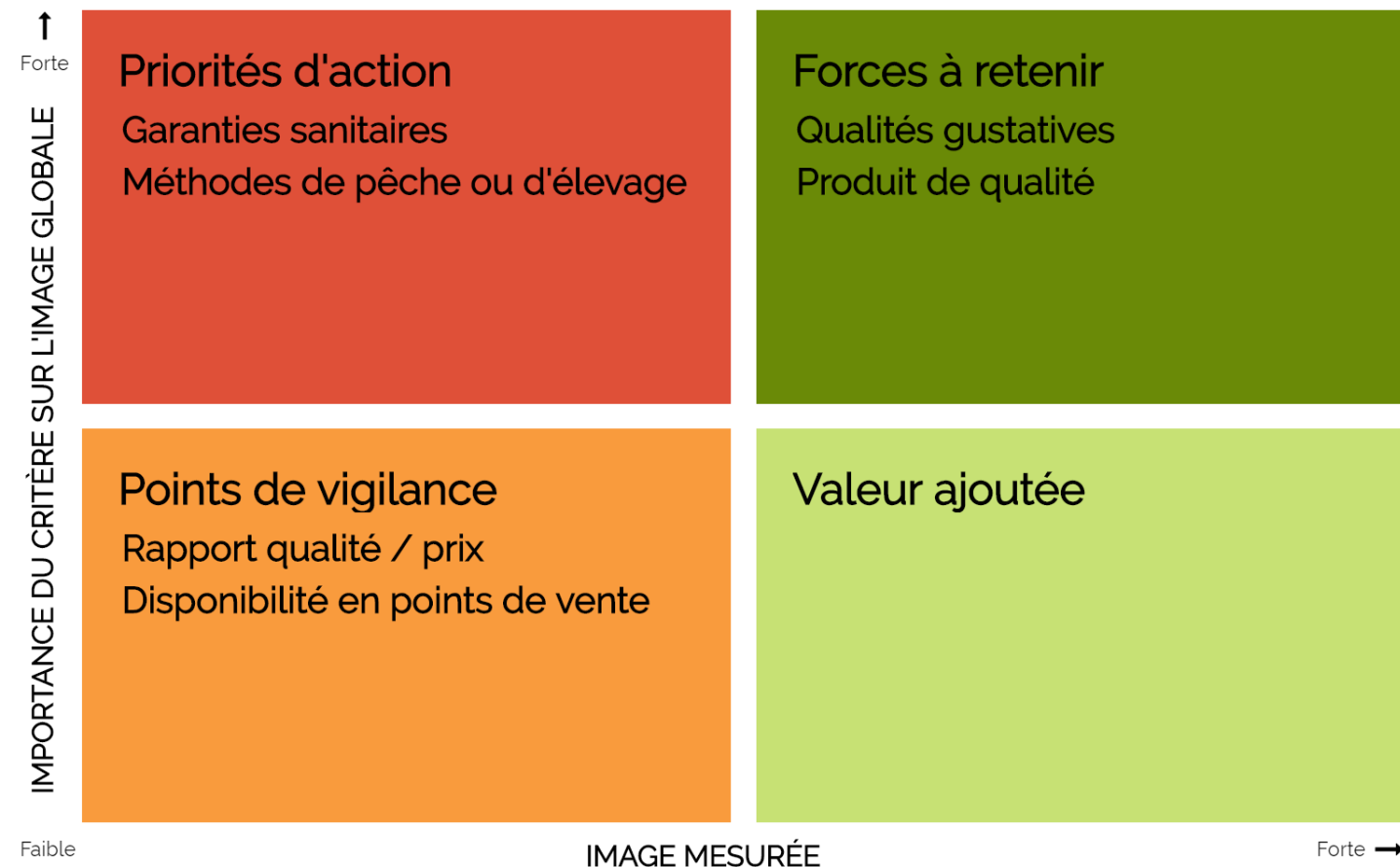
**i** Spécificités –  
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



## Les qualités gustatives, force avérée des coquillages

En revanche, les **méthodes de pêche et d'élevage** ainsi que les **garanties sanitaires** entachent cette perception. De plus, le **rapport qualité/prix**, tout comme la **disponibilité en point de vente** sont des points sur lesquels il faut veiller. Une communication pourrait être envisagée concernant la saisonnalité du produit

### Bilan d'image



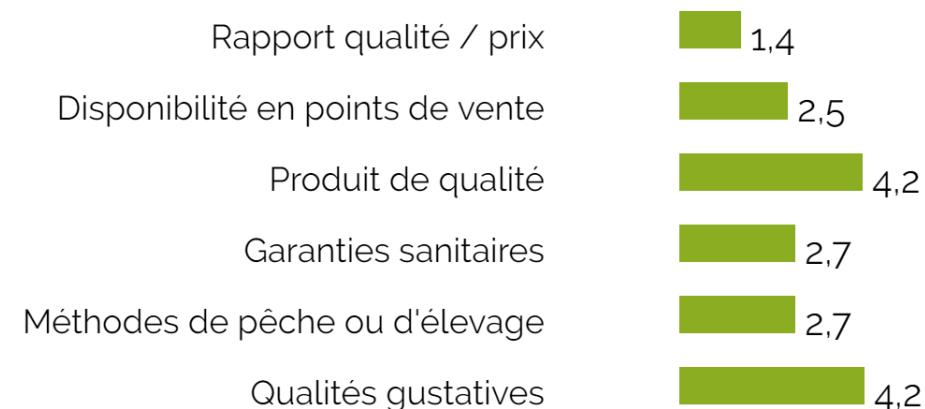
Note d'image globale

3,9

Note de confiance

4,1

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

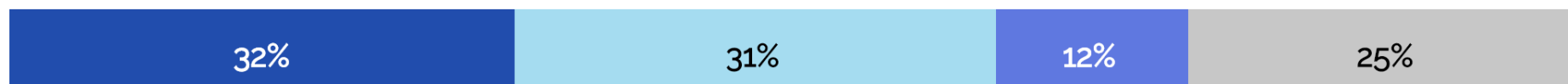




# L'origine des coquillages n'est pas évidente pour les consommateurs.

Toutefois, le prix et la provenance des coquillages sont des critères importants dans le processus 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

★ 1er choix



Lors de vos achats de COQUILLAGES, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?





## Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus, amateurs de coquillages

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus
<b>Note de confiance</b>	65 ans et plus Résidant en Normandie

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	18-24 ans
<b>Disponibilité en points de vente</b>	Résidant en Centre-Val-de-Loire Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Produit de qualité</b>	-
<b>Garanties sanitaires</b>	Homme
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	-
<b>Qualités gustatives</b>	65 ans et plus Résidant en Centre-Val-de-Loire Résidant en Normandie



## Zoom sur les écarts de perception

La prise en compte du développement durable, critère important pour les cadres et profession intellectuelle supérieure et les résidents d'Auvergne Rhône Alpes

### ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	65 ans et plus Homme
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	-
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	-
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme Résident dans le Grand-Est Habitant à plus de 25km de la côte

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

<b>Prix</b>	-
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	Employé Retraité
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	-
<b>Qualités gustatives</b>	-
<b>Provenance du produit</b>	65 ans et plus
<b>Prise en compte du développement durable</b>	Cadre et profession intellectuelle supérieure Résident en Auvergne-Rhône-Alpes

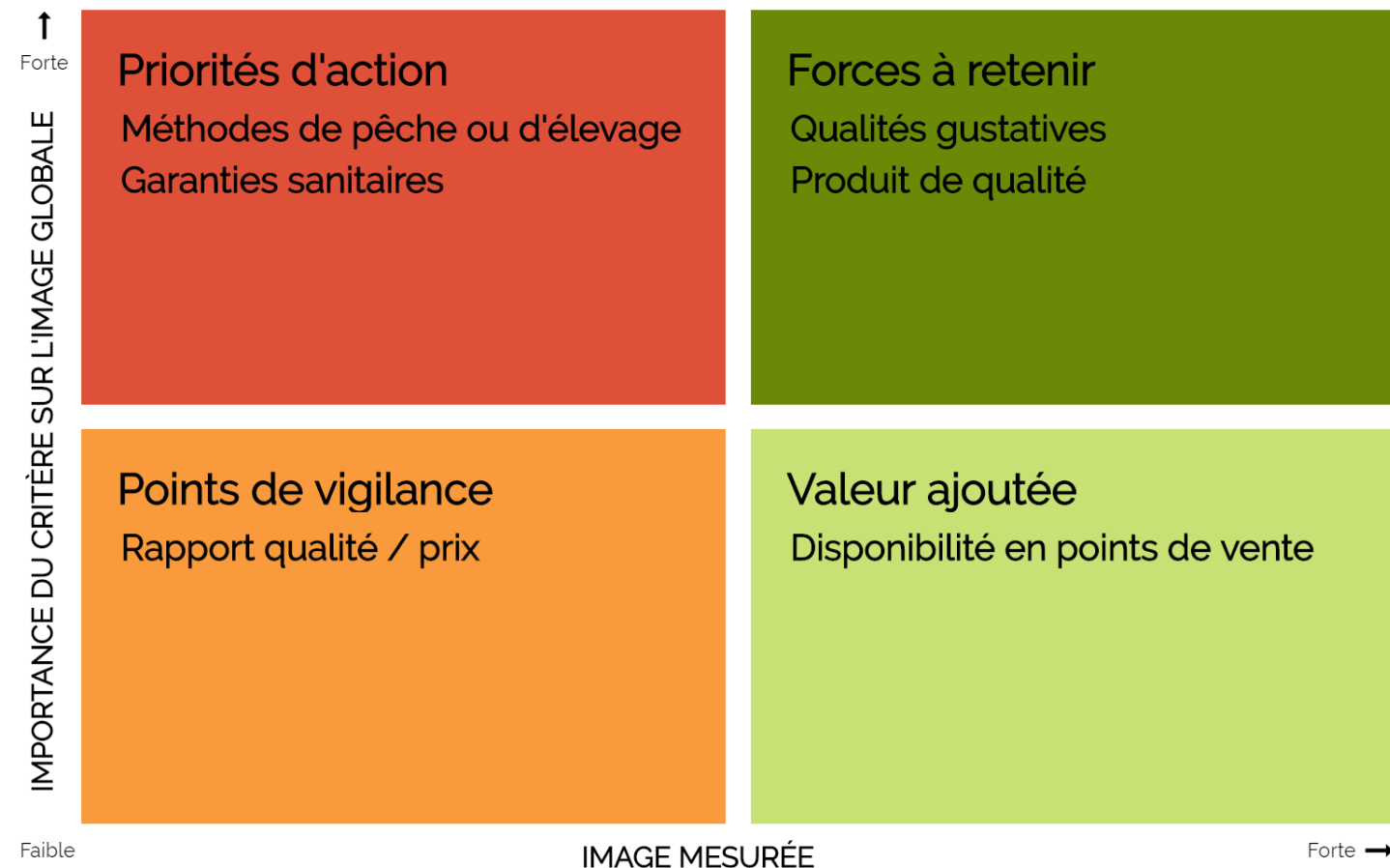
**i** Spécificités –  
Mise en  
évidence des  
**différences**  
**sur les**  
**pourcentages**



# Les crustacés, particulièrement appréciés pour leurs qualités gustatives

Au contraire, les **méthodes de pêche et d'élevage** ainsi que les **garanties sanitaires** sont eux des critères mal perçus. Le **rapport qualité/prix**, quant à lui reste un point de vigilance.

## Bilan d'image



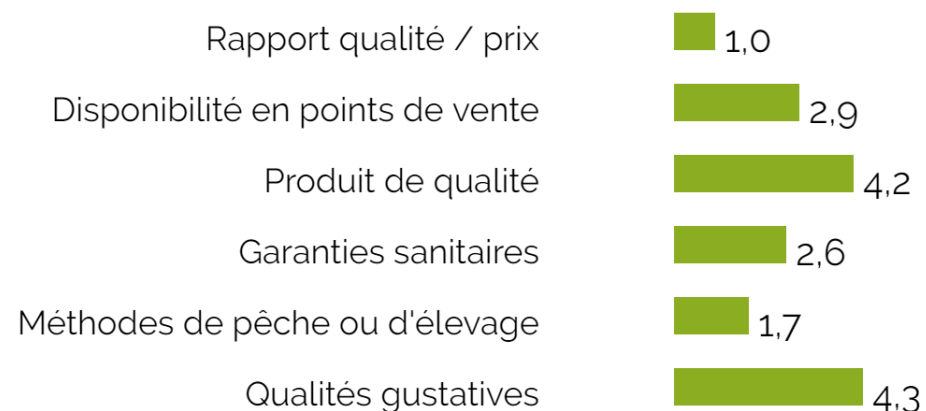
Note d'image globale

3,6

Note de confiance

3,9

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





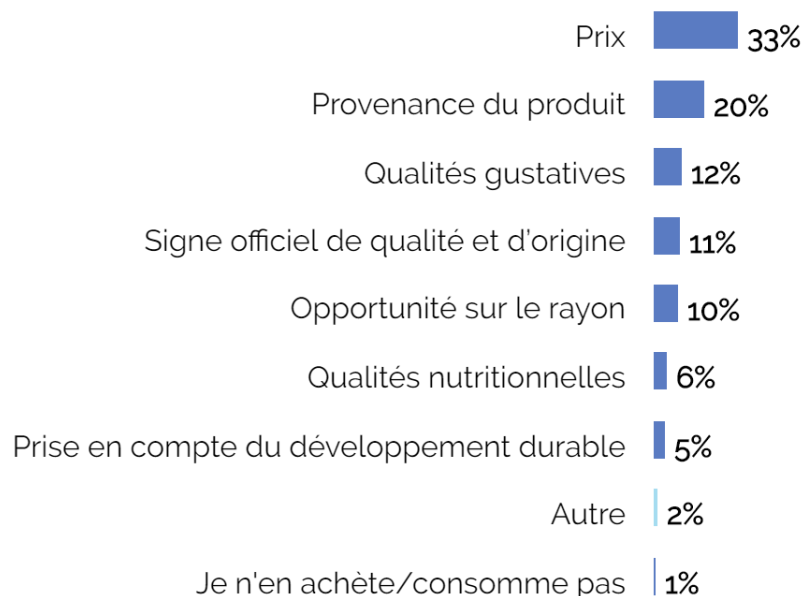
# Une origine de produit très variée mais globalement peu connue pour les consommateurs

Les crustacés vendus dans le commerce sont :



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

★ 1er choix



Lors de vos achats de CRUSTACÉS, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?







## Zoom sur les écarts de perception

La disponibilité en points de vente, un critère mis en avant par les répondants habitant à moins de 25km de la côte

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus
<b>Note de confiance</b>	-

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	Résident en Centre-Val-de-Loire
<b>Disponibilité en points de vente</b>	Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Produit de qualité</b>	Résident en Centre-Val-de-Loire
<b>Garanties sanitaires</b>	-
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	-
<b>Qualités gustatives</b>	-



## Zoom sur les écarts de perception

Les résidents d'Ile de France sont particulièrement attentifs au prix lors de l'achat de crustacés

### ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	-
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	Homme Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Retraité Résidant dans le Grand-Est
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme Résidant dans les Hautes-de-France Habitant à plus de 25km de la côte

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

<b>Prix</b>	Résidant en Ile-de-France
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	65 ans et plus
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	18-24 ans Homme
<b>Qualités gustatives</b>	-
<b>Provenance du produit</b>	65 ans et plus
<b>Prise en compte du développement durable</b>	Habitant en zone urbaine

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



# Le thon, une espèce mise en avant à travers ses garanties sanitaires

En revanche, les **méthodes de pêche ou d'élevage** sont elles, beaucoup plus en retrait. Le **rapport qualité/prix** est, lui aussi un critère à surveiller.

## Bilan d'image



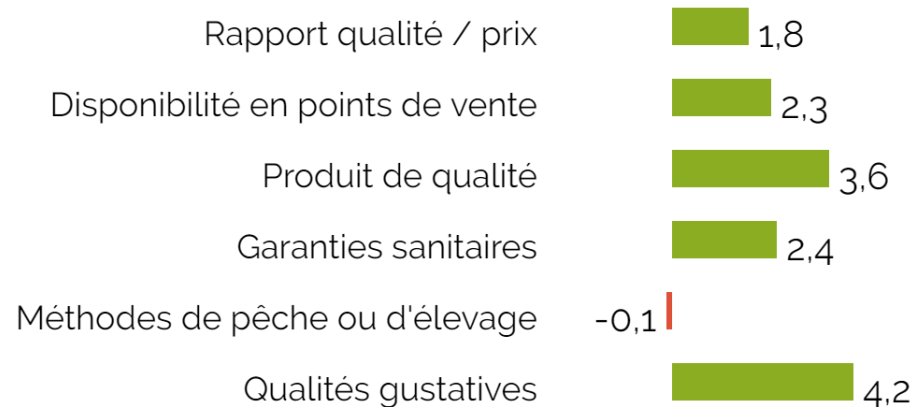
Note d'image globale

2,0

Note de confiance

3,0

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





# Une décision d'achat principalement animée par le prix

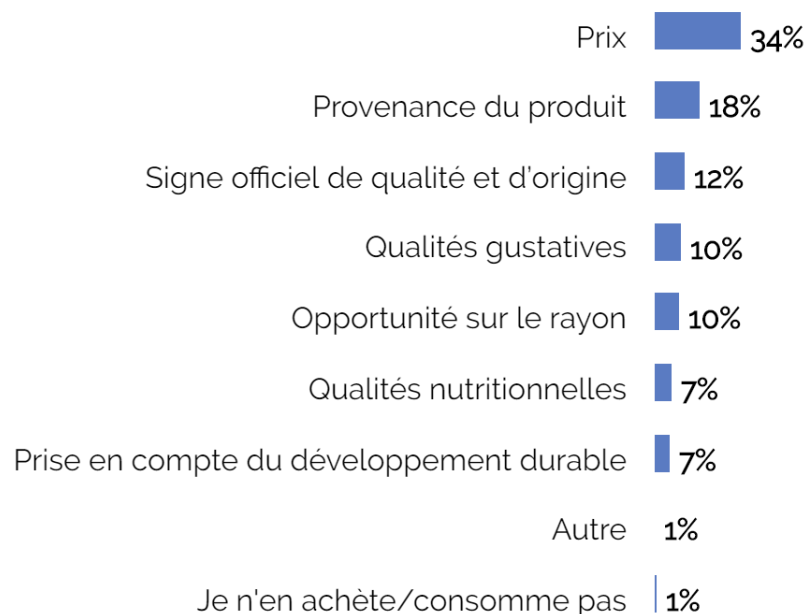
Le thon, est, aux yeux des consommateurs un produit majoritairement importé

Le thon vendu dans le commerce est :



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

## ★ 1er choix



Lors de vos achats de THON, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?





## Zoom sur les écarts de perception

Le thon, une espèce particulièrement bien perçue par les 18-24 ans

<b>Note d'image globale</b>	18-24 ans Homme
<b>Note de confiance</b>	18-24 ans

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	18-24 ans Résidant en Centre-Val-de-Loire Résidant dans le Grand-Est
<b>Disponibilité en points de vente</b>	18-24 ans 25-34 ans Sans activité professionnelle
<b>Produit de qualité</b>	Résidant en Occitanie Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Garanties sanitaires</b>	Homme Résidant en Centre-Val-de-Loire Résidant dans le Grand-Est
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	18-24 ans Homme Résidant dans le Grand-Est
<b>Qualités gustatives</b>	



## Zoom sur les écarts de perception

Les femmes prennent davantage en compte les signes officiels de qualité et l'origine du produit lors de leur décision d'achat

### ORIGINE DU PRODUIT

Plus d'origine française que d'importation	-
Autant d'origine française que d'importation	Homme
Plus d'importation que d'origine française	50-64 ans Retraités Homme
Je ne sais pas	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme Habitant en zone rurale Habitant à plus de 25km de la côte

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

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

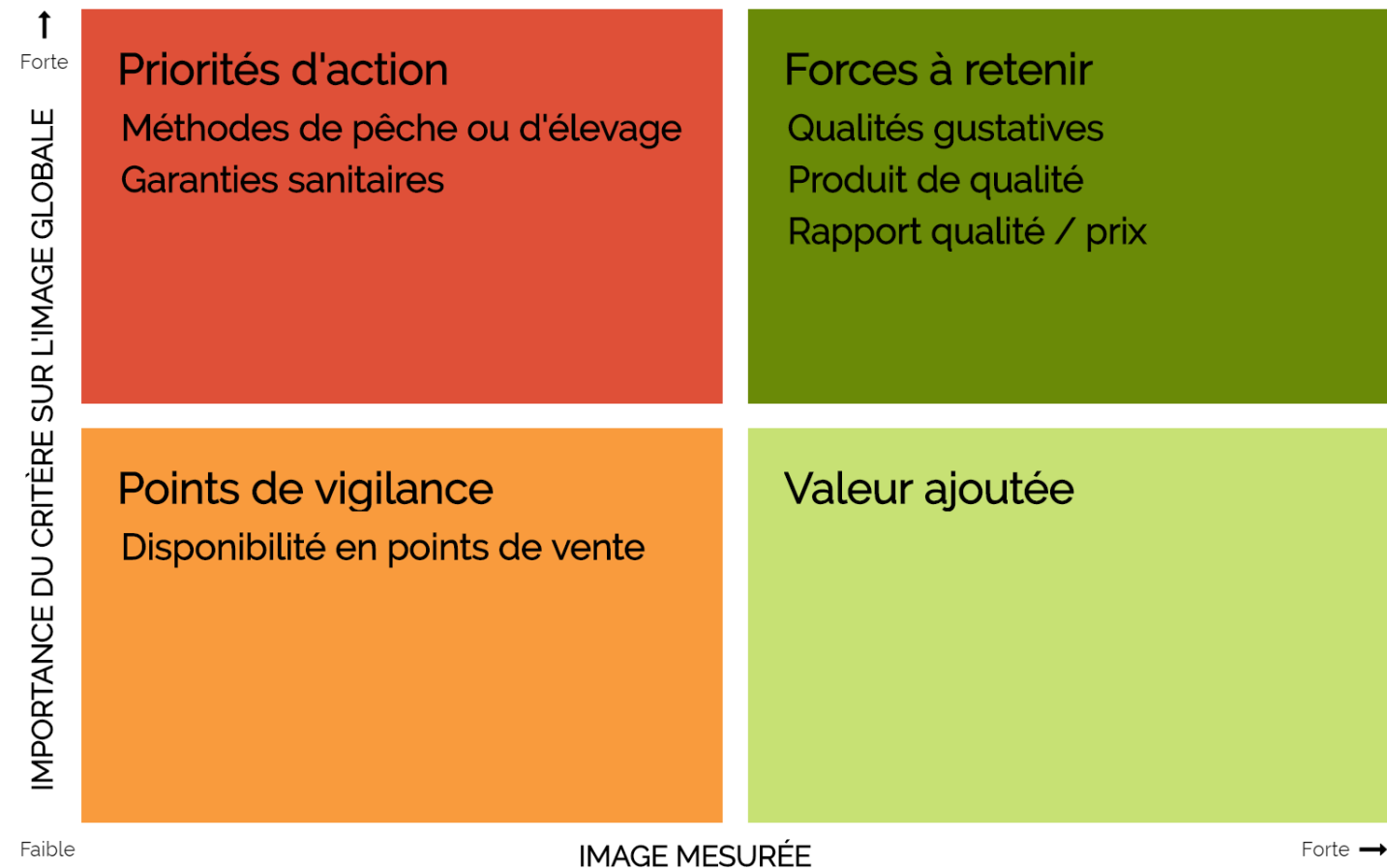
**i** Spécificités –  
Mise en évidence des **différences sur les pourcentages**



# La truite, espèce portée par son bon rapport qualité/prix et ses qualités gustatives.

En revanche, certains aspects tels que les **méthodes d'élevage** ou encore **les garanties sanitaires** viennent ternir son image.

## Bilan d'image



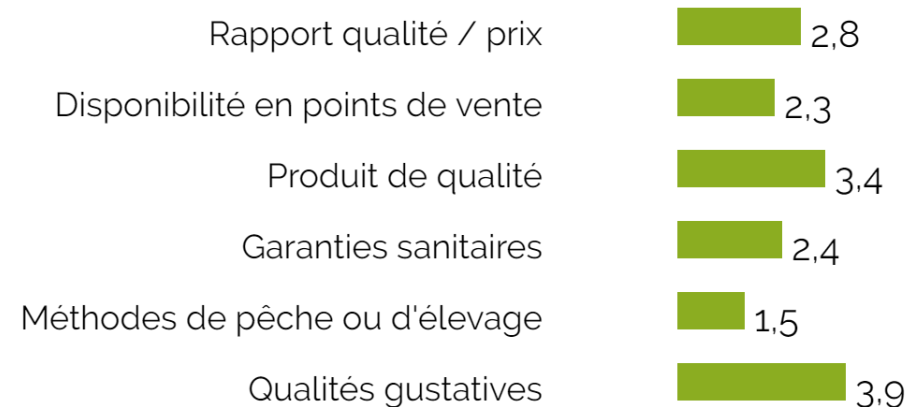
Note d'image globale

2,8

Note de confiance

3,3

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





# Un tiers des consommateurs estiment que la truite est plus d'origine française que d'importation

La provenance du produit, tout comme le prix sont les principaux critères d'influence sur l'achat

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



1er choix



Lors de vos achats de TRUITE, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?







## Zoom sur les écarts de perception

Les hommes ont une meilleure image de la truite que la population globale

<b>Note d'image globale</b>	Homme
<b>Note de confiance</b>	Résident en Normandie

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	-
<b>Disponibilité en points de vente</b>	Résident en Centre-Val-de-Loire
<b>Produit de qualité</b>	50-64 ans
<b>Garanties sanitaires</b>	Résident en Normandie
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	Résident dans le Grand-Est Résident en Occitanie
<b>Qualités gustatives</b>	65 ans et plus Résident en Occitanie



## Zoom sur les écarts de perception

Les qualités nutritionnelles de la truite, critère important lors de l'achat pour les ouvriers

### ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	50-64 ans 65 ans et plus Retraité Homme Résidant en Auvergne-Rhône-Alpes
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	-
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Habitant en zone urbaine
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme Résidant dans les Hauts-de-France

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

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

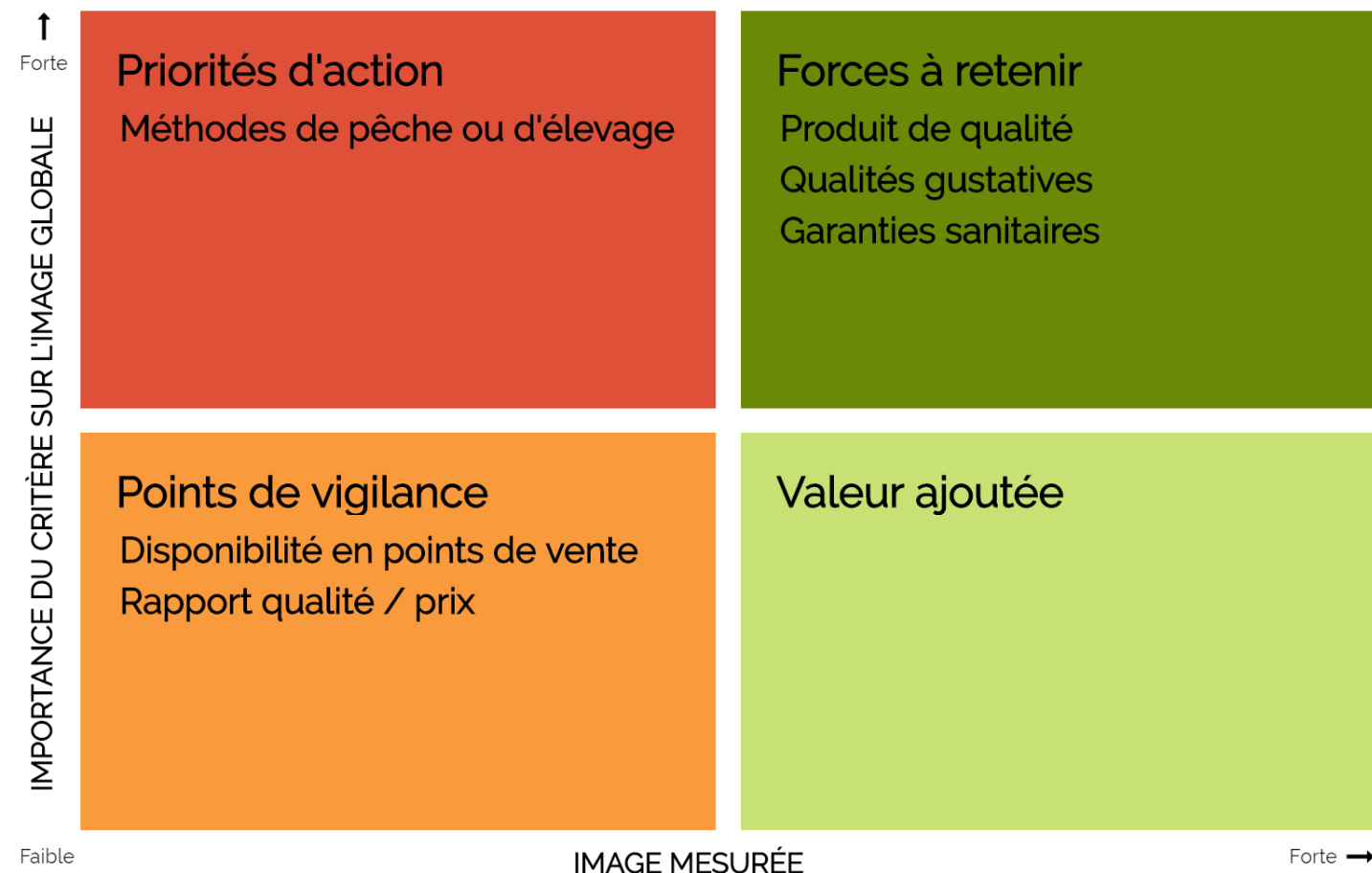
<b>Prix</b>	Sans activité professionnelle
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	Retraité
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	Ouvrier
<b>Qualités gustatives</b>	Homme
<b>Provenance du produit</b>	65 ans et plus Habitant en zone rurale
<b>Prise en compte du développement durable</b>	Cadre, profession intellectuelle supérieure



# Le bar, produit de qualité avec de bonnes qualités gustatives et de bonnes garanties sanitaires.

En revanche, les **méthodes de pêche ou d'élevage** sont elles, pointées du doigt. De plus, certains critères tels que la **disponibilité en points de vente** ou encore le **rapport qualité/prix** sont des points de vigilance à surveiller, et donc probablement des axes de communication à envisager concernant la saisonnalité du produit

## Bilan d'image



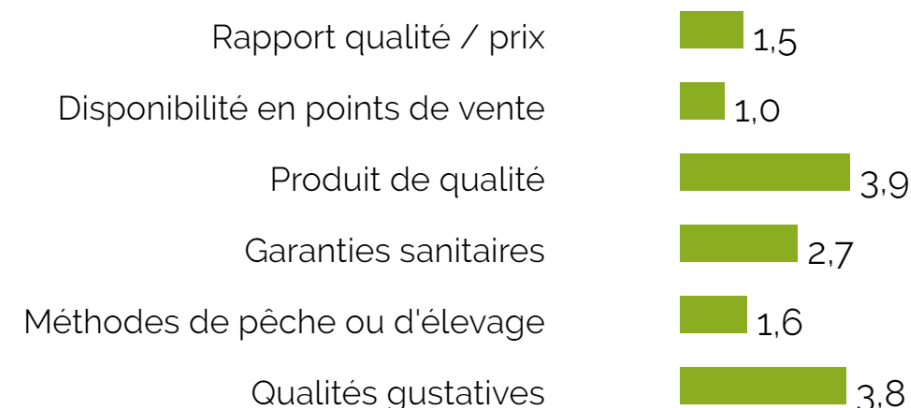
Note d'image globale

3,0

Note de confiance

3,6

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





# Le bar, sauvage ou élevage ? Des consommateurs à l'avis peu tranché

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

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

Le bar vendu dans le commerce est :



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

## ★ 1er choix



## Lors de vos achats de BAR, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?





## Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus affectionnent particulièrement le bar

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus Homme
<b>Note de confiance</b>	65 ans et plus

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	18-24 ans Résidant en Occitanie
<b>Disponibilité en points de vente</b>	18-24 ans
<b>Produit de qualité</b>	65 ans et plus Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Garanties sanitaires</b>	65 ans et plus
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	Homme
<b>Qualités gustatives</b>	65 ans et plus



# Zoom sur les écarts de perception

Les 18-24 ans achètent du bar pour ses qualités nutritionnelles

## ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	Retraités
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	65 ans et plus Homme Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Homme
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Sans activité professionnelle Femme Habitant en zone rurale Habitant à plus de 25km de la côte

## CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

<b>Prix</b>	-
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	-
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	18-24 ans
<b>Qualités gustatives</b>	-
<b>Provenance du produit</b>	-
<b>Prise en compte du développement durable</b>	-

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



# Les poissons blancs, produit de qualité et porté par ses qualités gustatives.

Toutefois, les **garanties sanitaires** sont elles, bien plus en retrait. Les **méthodes de pêche** sont elles aussi moins bien perçues.

## Bilan d'image



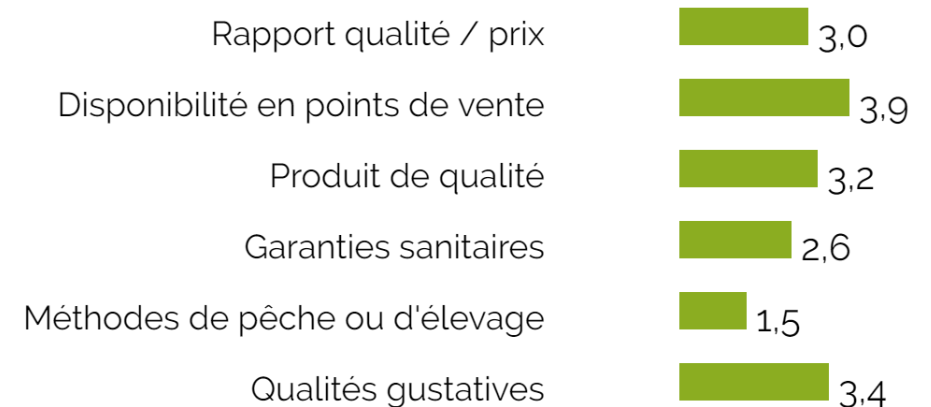
Note d'image globale

3,5

Note de confiance

4,1

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





# L'origine du produit relativement variable d'après les consommateurs

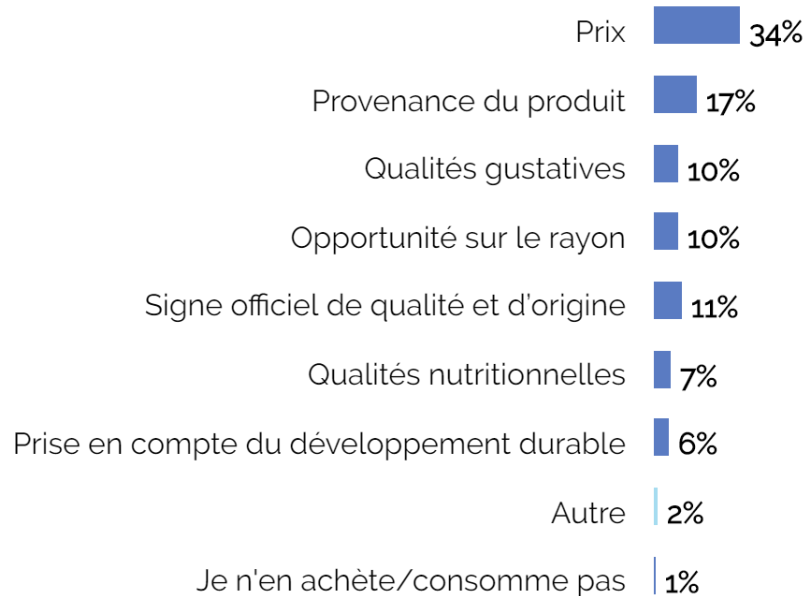
Le prix et la provenance du produit influencent particulièrement l'achat

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

★ 1er choix



Lors de vos achats de POISSONS BLANCS, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?







## Zoom sur les écarts de perception

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

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus Homme Habitant en zone périurbaine
<b>Note de confiance</b>	65 ans et plus Résidant en Normandie

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	-
<b>Disponibilité en points de vente</b>	-
<b>Produit de qualité</b>	Habitant en zone périurbaine
<b>Garanties sanitaires</b>	Habitant en zone périurbaine
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	18-24 ans
<b>Qualités gustatives</b>	Habitant en zone périurbaine



## Zoom sur les écarts de perception

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

### ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	Retraités Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	Homme
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Homme
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Femme Habitant en zone rurale Habitant à plus de 25km de la côte

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

<b>Prix</b>	35-49 ans Sans activité professionnelle
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	-
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	-
<b>Qualités gustatives</b>	-
<b>Provenance du produit</b>	65 ans et plus
<b>Prise en compte du développement durable</b>	-

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



# Les poissons bleus, produit apprécié grâce à leurs qualités gustatives, leur rapport qualité/prix et leurs garanties sanitaires.

Au contraire, les **méthodes de pêche** viennent ternir l'image globale du produit.

## Bilan d'image



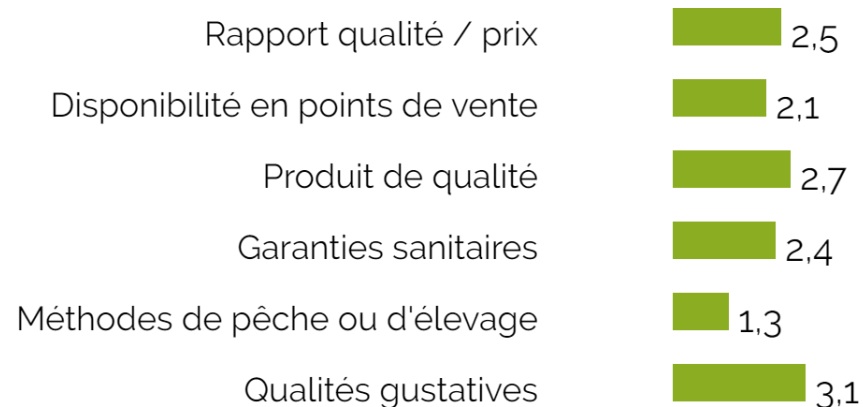
Note d'image globale

3,2

Note de confiance

3,9

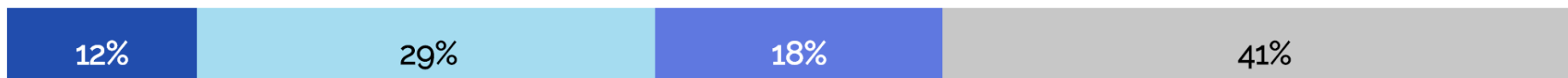
A l'heure actuelle, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les POISSONS BLEUS ?





# Une décision d'achat marquée par le prix et la provenance du produit

Les poissons bleus vendus dans le commerce sont :



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

## ★ 1er choix



Lors de vos achats de POISSONS BLEUS, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?





## Zoom sur les écarts de perception

La disponibilité en point de vente mise en avant par les 18-24 ans

<b>Note d'image globale</b>	65 ans et plus Homme
<b>Note de confiance</b>	65 ans et plus

### IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	-
<b>Disponibilité en points de vente</b>	18-24 ans
<b>Produit de qualité</b>	Retraités Résident en Normandie
<b>Garanties sanitaires</b>	-
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	18-24 ans Habitant en zone périurbaine Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Qualités gustatives</b>	Résident en Normandie



## Zoom sur les écarts de perception

La population française habitant sur les côtes prend davantage en compte le développement durable lorsqu'ils achètent des poissons bleus

### ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	Habitant en zone périurbaine Habitant à moins de 25km de la côte
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	65 ans et plus Retraités
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Homme
<b>Je ne sais pas</b>	Sans activité professionnelle Femme Habitant en zone rurale Habitant à plus de 25km de la côte

### CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

<b>Prix</b>	-
<b>Signe officiel de qualité et d'origine</b>	-
<b>Opportunité sur le rayon</b>	-
<b>Qualités nutritionnelles</b>	18-24 ans Résidant en Auvergne-Rhône-Alpes
<b>Qualités gustatives</b>	-
<b>Provenance du produit</b>	65 ans et plus
<b>Prise en compte du développement durable</b>	Habitant à moins de 25km de la côte

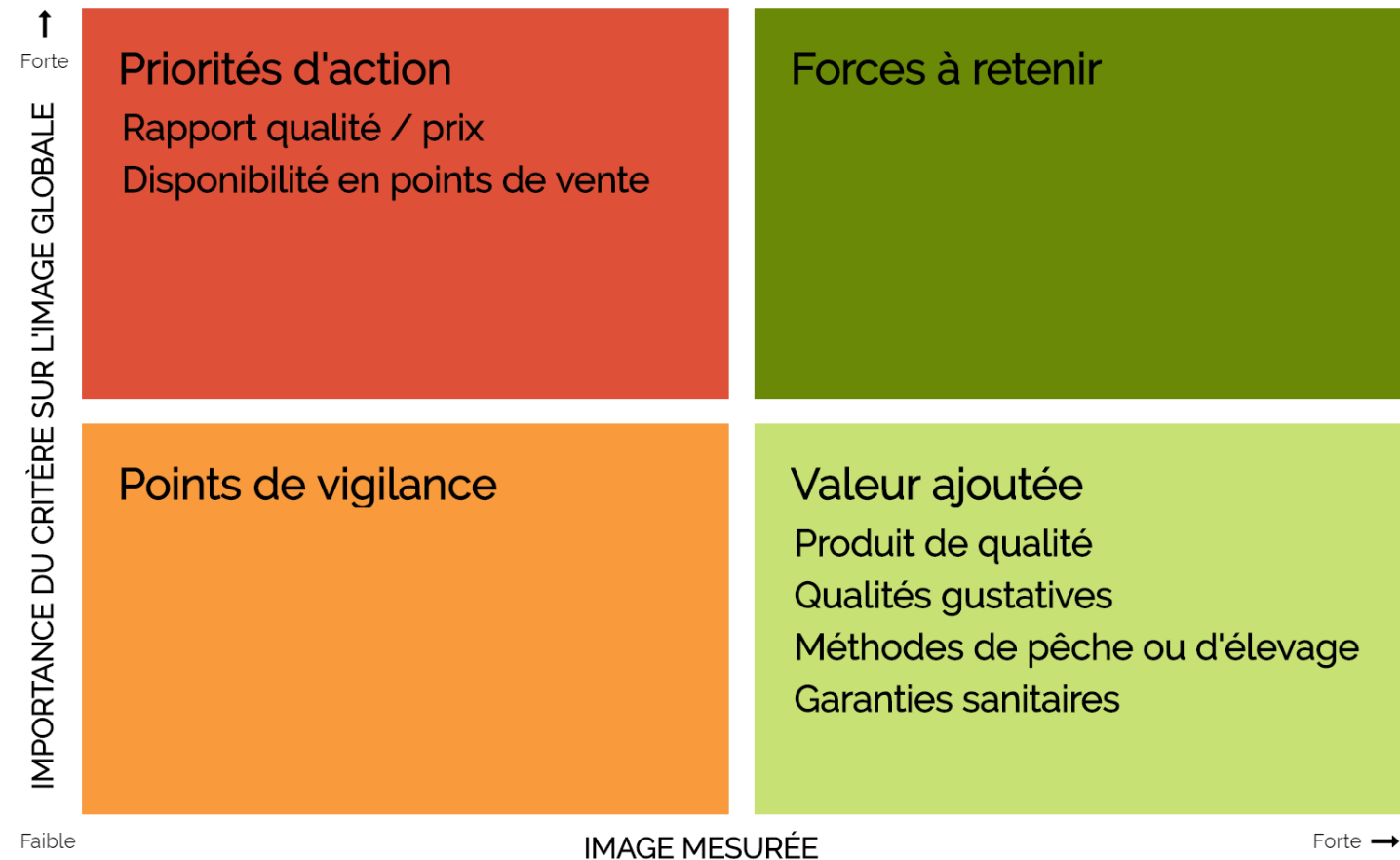
**i** Spécificités –  
Mise en  
évidence des  
**différences**  
**sur les**  
**pourcentages**



# Les huîtres, une image ternie par le rapport qualité/prix et la disponibilité en point de vente

Les consommateurs mettent tout de même en avant certains aspects tels que la **qualité du produit**, ses **qualités gustatives**, les **méthodes d'élevage** ou encore les **garanties sanitaires**.

## Bilan d'image



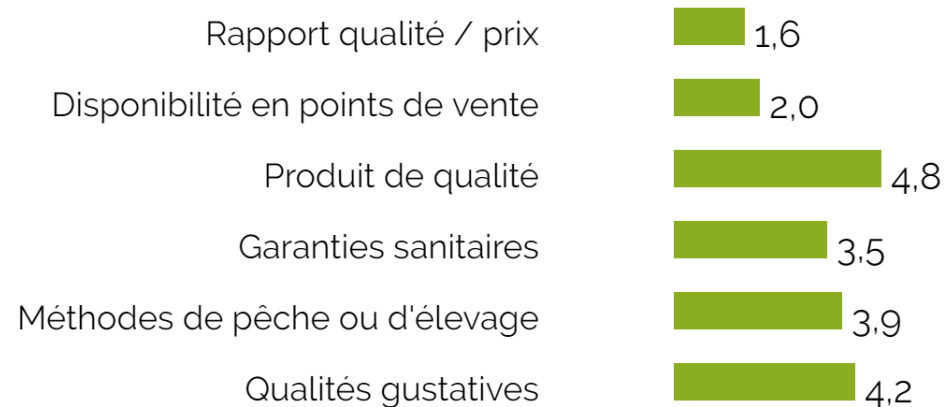
Note d'image globale

2,4

Note de confiance

2,3

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





# Un produit majoritairement d'origine française

Une décision d'achat fortement induite par 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

★ 1er choix



Lors de vos achats d'HUITRES, quels sont les trois critères qui vont le plus influencer votre choix ?







# Zoom sur les écarts de perception

Les huîtres, produit très apprécié des 25-34 ans

<b>Note d'image globale</b>	25-34 ans Résidant en Ile-de-France
<b>Note de confiance</b>	25-34 ans

## IMAGE DÉTAILLÉE

<b>Rapport qualité / prix</b>	Résidant en Normandie
<b>Disponibilité en points de vente</b>	65 ans et plus Homme Résidant dans le Pays-de-la-Loire
<b>Produit de qualité</b>	65 ans et plus Habitant en zone périurbaine
<b>Garanties sanitaires</b>	50-64 ans 65 ans et plus Homme
<b>Méthodes de pêche ou d'élevage</b>	50-64 ans 65 ans et plus Homme Résidant en Normandie
<b>Qualités gustatives</b>	50-64 ans 65 ans et plus

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



# Zoom sur les écarts de perception

Les 65 ans et plus, tout comme les personnes habitant en bord de mer sont particulièrement attentifs à la provenance du produit lorsqu'ils en achètent

## ORIGINE DU PRODUIT

<b>Plus d'origine française que d'importation</b>	50-64 ans 65 ans et plus Résidant en Bretagne Résidant en Nouvelle-Aquitaine Habitant en zone périurbaine
<b>Autant d'origine française que d'importation</b>	25-34 ans Employés
<b>Plus d'importation que d'origine française</b>	Homme
<b>Je ne sais pas</b>	25-34 ans Employés Sans activité professionnelle Femme Habitant à plus de 25km de la côte

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

## CRITÈRES D'INFLUENCES - ACHAT

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



# **PERCEPTION DES MODES DE PRODUCTION**



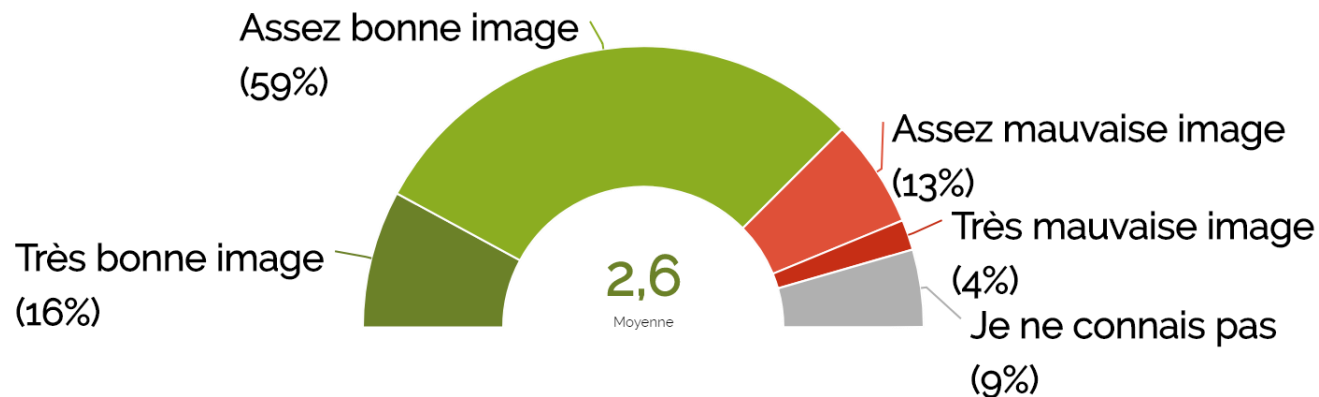
# PERCEPTION DE LA PÊCHE





# La pêche, pratique bien perçue mais, encore des attentes quant au bien-être animal

## Image de la pêche



## Profils spécifiques

75%

**BONNE IMAGE**

(Très bonne + assez bonne)

- Homme
- Habitant en zone périurbaine

17%

**MAUVAISE IMAGE**

(Assez mauvaise + Très mauvaise)

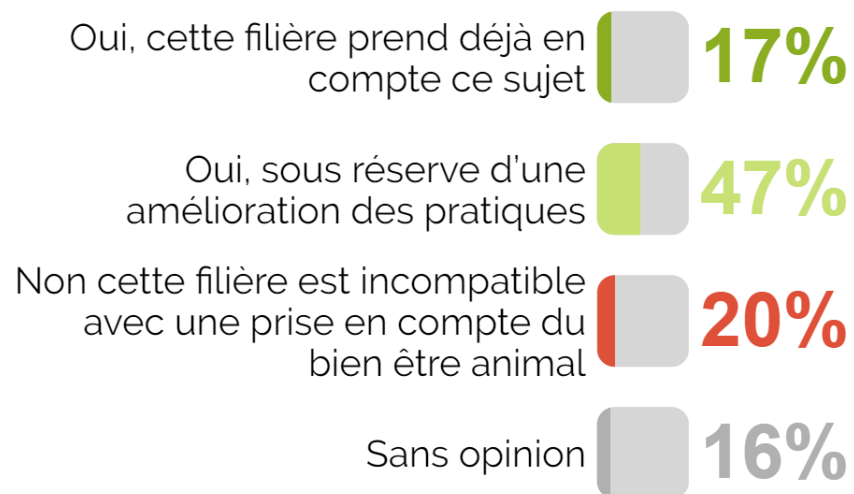
- Profession intermédiaire
- Habitant en zone urbaine

9%

**NON CONNAISSANCE**

- Femme

## Compatibilité de la pêche avec le bien-être animal



Habitant à moins de 25km de la côte



# Des effets variables en fonction du type de pêche étudiée

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

	Petite pêche	Pêche côtière	Pêche au large	Grande pêche
<b>Aspects économiques</b>	<b>74%</b>	<b>55%</b>	<b>33%</b>	<b>23%</b>
Participation à l'économie locale	60%	41%	17%	10%
Création et maintien de l'emploi	48%	38%	24%	17%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>42%</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>	<b>9%</b>
Préservation de la ressource marine	32%	13%	5%	3%
Aucun effet environnemental	17%	8%	5%	4%
Atténuation du réchauffement climatique	7%	3%	4%	3%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>12%</b>	<b>33%</b>	<b>59%</b>	<b>68%</b>
Désagréments directs de proximité	5%	8%	10%	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%	25%	49%	57%
Destruction des milieux ou des habitats	5%	17%	31%	40%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>

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 critères économiques particulièrement mis en avant pour la petite pêche

Les retraités sont plus sensibles aux aspects environnementaux de la petite pêche.

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

	Zoom sur la petite pêche
<b>Aspects économiques</b>	<b>74%</b>
Participation à l'économie locale	60%
Création et maintien de l'emploi	48%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>42%</b>
Préservation de la ressource marine	32%
Aucun effet environnemental	17%
Atténuation du réchauffement climatique	7%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>12%</b>
Désagréments directs de proximité	5%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%
Destruction des milieux ou des habitats	5%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>11%</b>

Retraités

Habitant en zone périurbaine

Employé  
Femme  
Habitant à plus de 25 km de la côte

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

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



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



# Plus de la moitié de la population met en avant les aspects économiques de la pêche côtière

Les 35-49 ans, tout comme les professions intermédiaires mettent en lumière les aspects « négatifs » sur l'environnement induits par la pêche côtière

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

	Zoom sur la pêche côtière
<b>Aspects économiques</b>	<b>55%</b>
Participation à l'économie locale	41%
Création et maintien de l'emploi	38%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>20%</b>
Préservation de la ressource marine	13%
Aucun effet environnemental	8%
Atténuation du réchauffement climatique	3%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>33%</b>
Désagréments directs de proximité	8%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	25%
Destruction des milieux ou des habitats	17%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>15%</b>

50-64 ans  
Retraités

65 ans et plus

35-49 ans  
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**, quel que soit le mode de pêche étudié.





# La pêche au large pointée du doigt pour ses aspects « négatifs » sur l'environnement

Cette tendance est particulièrement visible chez les 50-64 ans.

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

	Zoom sur la pêche au large
<b>Aspects économiques</b>	<b>33%</b>
Participation à l'économie locale	17%
Création et maintien de l'emploi	24%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>12%</b>
Préservation de la ressource marine	5%
Aucun effet environnemental	5%
Atténuation du réchauffement climatique	4%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>59%</b>
Désagréments directs de proximité	10%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	49%
Destruction des milieux ou des habitats	31%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>16%</b>

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

50-64 ans

Ouvrier  
Femme  
Habitant en zone rurale  
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**, quel que soit le mode de pêche étudié.



# La grande majorité de la population estime que la grande pêche a des effets « négatifs » sur l'environnement

En revanche, les 18-24 ans, la population résidant en zone urbaine ou encore ceux habitant à moins de 25km de la côte sont, eux, plus attentifs aux effets économique de la grande pêche.

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

	Zoom sur la grande pêche
<b>Aspects économiques</b>	<b>23%</b>
Participation à l'économie locale	10%
Création et maintien de l'emploi	17%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>9%</b>
Préservation de la ressource marine	3%
Aucun effet environnemental	4%
Atténuation du réchauffement climatique	3%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>68%</b>
Désagréments directs de proximité	13%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	57%
Destruction des milieux ou des habitats	40%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>16%</b>

**18-24 ans**  
**Habitant en zone urbaine**  
**Habitant à moins de 25km de la côte**

**50-64 ans**  
**65 ans et plus**

**25-34 ans**  
**Femme**  
**Habitant en zone rurale**

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.



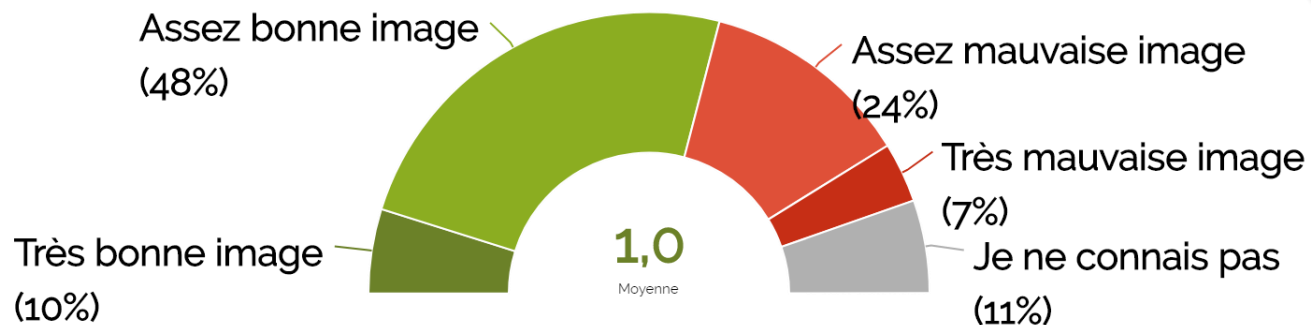
# PERCEPTION DE L'AQUACULTURE





# La pisciculture, procédé moins bien perçu et qui ne tient pas assez compte du bien-être animal

## Image de la pisciculture



## Profils spécifiques

58%

**BONNE IMAGE**

(Très bonne + assez bonne)

- Homme
- Résidant en Rhône-Alpes

31%

**MAUVAISE IMAGE**

(Assez mauvaise + Très mauvaise)

- Profession intermédiaire
- Cadre, profession intellectuelle supérieure

11%

**NON CONNAISSANCE**

- Femme

## Compatibilité de la pisciculture avec le bien-être animal

Oui, cette filière prend déjà en compte ce sujet

20%

+ Homme

+ Résidant en Nouvelle-Aquitaine  
Habitant à moins de 25km de la côte

Oui, sous réserve d'une amélioration des pratiques

40%

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

25%

+ Résidant en Ile-de-France

Sans opinion

15%

+ Femme  
Habitant en zone rurale  
Habitant à plus de 25km de la côte

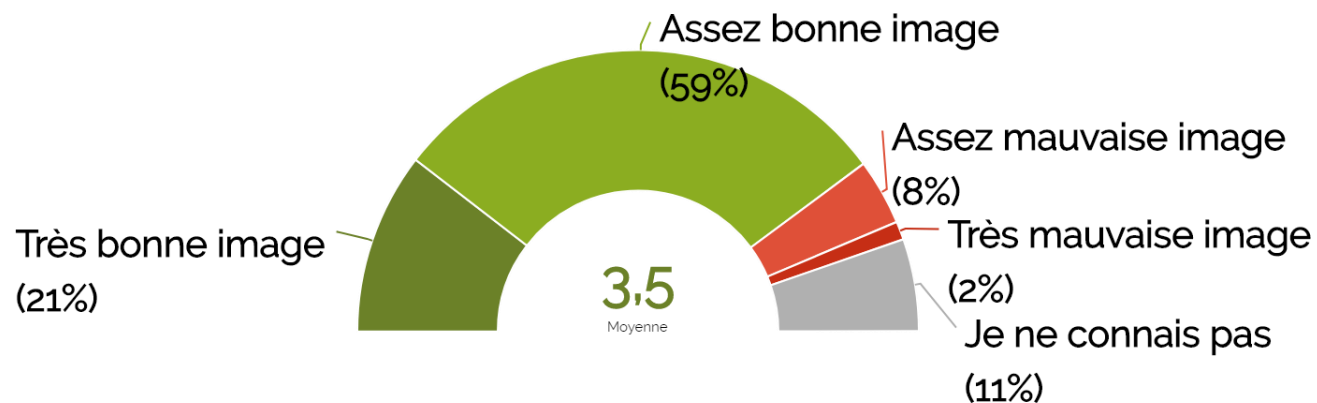


# La conchyliculture, pratique relativement bien perçue par les consommateurs

Les consommateurs habitant plus loin de la côte sont toutefois plus réticents sur cette pratique.

## Image de la conchyliculture

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



## Profils spécifiques

80%

### BONNE IMAGE

(Très bonne + assez bonne)

- Retraité
- Habitant à moins de 25km de la côte

10%

### MAUVAISE IMAGE

(Assez mauvaise + Très mauvaise)

- Habitant à plus de 25km de la côte

11%

NON CONNAISSANCE



# L'aquaculture, pratique importante pour l'économie locale et son emploi

Les aspects négatifs de ces activités moins cités par les répondants.

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

	Pisciculture	Conchyliculture
<b>Aspects économiques</b>	<b>56%</b>	<b>67%</b>
Participation à l'économie locale	40%	51%
Création et maintien de l'emploi	39%	48%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>39%</b>	<b>41%</b>
Préservation de la ressource marine	27%	28%
Aucun effet environnemental	16%	19%
Atténuation du réchauffement climatique	6%	6%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
Désagréments directs de proximité	10%	5%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%	5%
Destruction des milieux ou des habitats	7%	3%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>15%</b>	<b>14%</b>

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.



# Plus de la moitié de la population met en avant les aspects économiques engendrés par la pisciculture

La population habitant en zone urbaine, est, quant à elle, plus marquée par les aspects « négatifs » sur l'environnement de cette pratique.

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

	Zoom sur la Pisciculture
<b>Aspects économiques</b>	<b>56%</b>
Participation à l'économie locale	40%
Création et maintien de l'emploi	39%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>39%</b>
Préservation de la ressource marine	27%
Aucun effet environnemental	16%
Atténuation du réchauffement climatique	6%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>20%</b>
Désagréments directs de proximité	10%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	6%
Destruction des milieux ou des habitats	7%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>15%</b>

Retraités  
Homme  
Résidant en Nouvelle-Aquitaine

Habitant en zone urbaine

Employé  
Femme  
Habitant à plus de 25 km de la côte

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

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



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



# Les effets économiques de la conchyliculture surpassent les autres effets

Les femmes sont plus en retrait et déclarent moins connaître cette pratique.

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

	Zoom sur la Conchyliculture
<b>Aspects économiques</b>	<b>67%</b>
Participation à l'économie locale	51%
Création et maintien de l'emploi	48%
<b>Aspects environnementaux</b>	<b>41%</b>
Préservation de la ressource marine	28%
Aucun effet environnemental	19%
Atténuation du réchauffement climatique	6%
<b>Aspects "négatifs" sur l'environnement</b>	<b>10%</b>
Désagréments directs de proximité	5%
Surpêche / Pression sur la ressource halieutique	5%
Destruction des milieux ou des habitats	3%
<b>Je ne sais pas, je ne connais pas ce type de pêche</b>	<b>14%</b>

50-64 ans  
Retraités

Habitant en zone urbaine

Femme  
Habitant à plus de 25 km de la côte

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

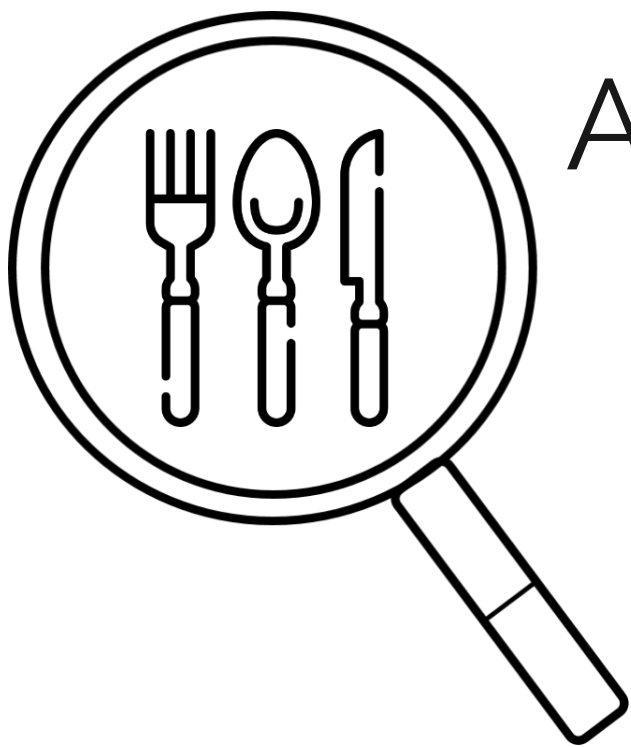
- Nuances de bleu : aspects économiques
- Nuances de vert : aspects environnementaux
- Nuances de rouge : aspects « négatifs » sur l'environnement



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



# LA CONSOMMATION DE PRODUITS AQUATIQUES ET DE VIANDE

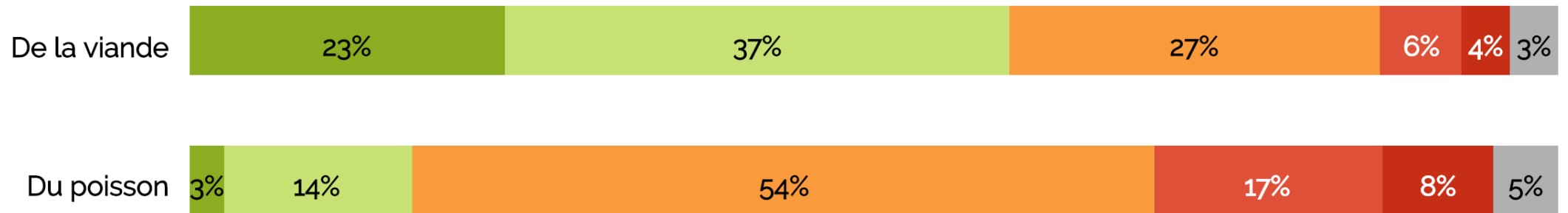




# La majorité des français déclarent consommer du poisson 1 à 2 fois par semaine

La consommation de viande reste plus importante que celle de poisson.

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)

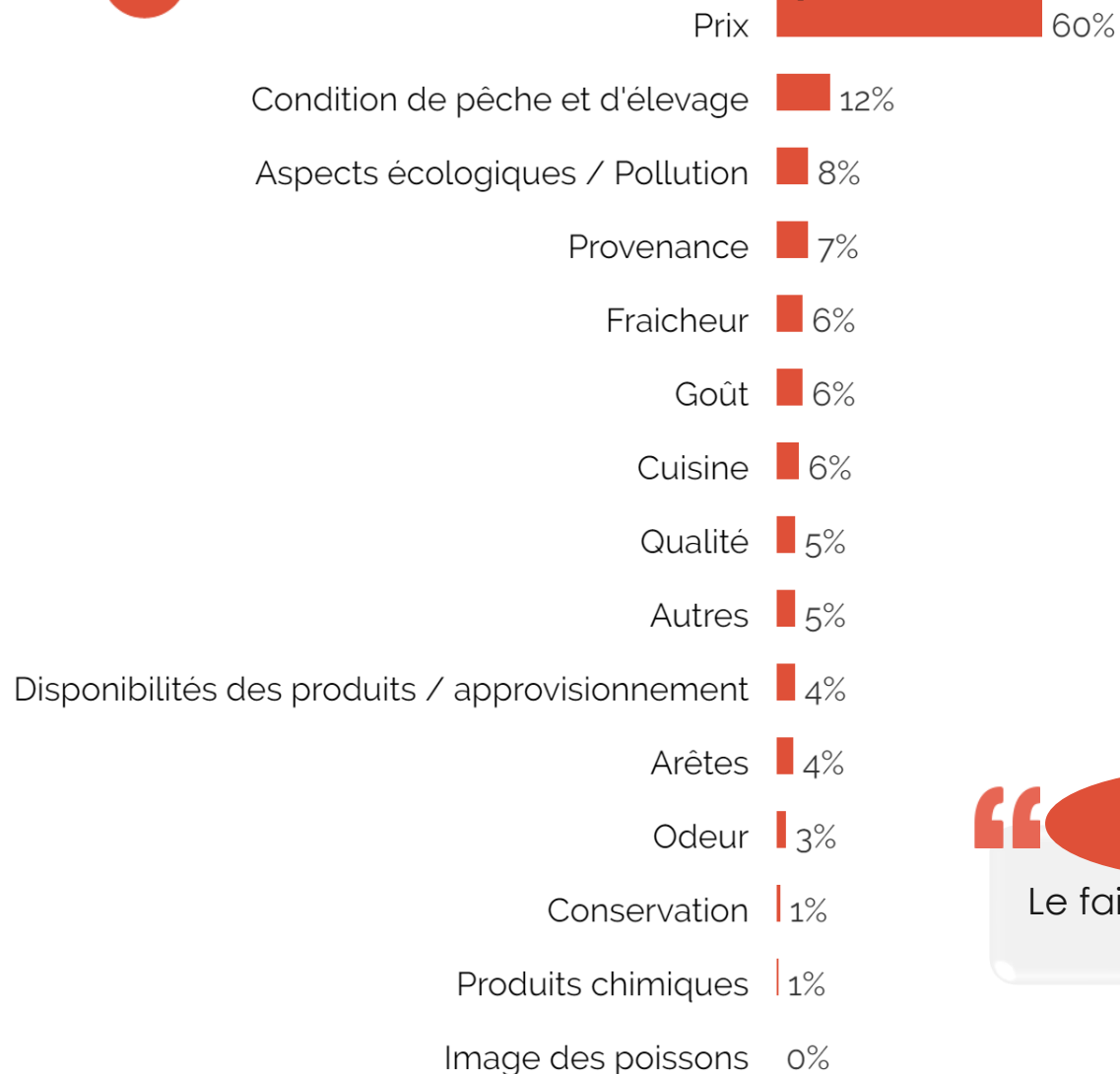


● Tous les jours ou presque ● 3-4 fois par semaine ● Environ 1 à 2 fois par semaine ● Environ 1 à 2 fois par mois ● Moins d'une fois par mois ● Jamais



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

## Freins à la consommation de poisson



### PRIX

Le poisson est souvent trop cher

Les prix très variables suivant les arrivages

L'accessibilité à des produits frais de qualité et de prix abordables



### CONDITIONS DE PÊCHE ET D'ÉLEVAGE

La surpêche de certaines espèces, certaines méthodes de pêche destructrices des ressources naturelles, la mauvaise qualité de certains poissons d'élevage (Bar, saumon de Norvège en particulier.)

La peur des élevages de saumon, de truite et de bar qui utilisent des intrants dangereux pour la santé

Nombreux problèmes avec les poissons d'élevage (bien être animal non respecté, antibiotique...)



### PROVENANCE

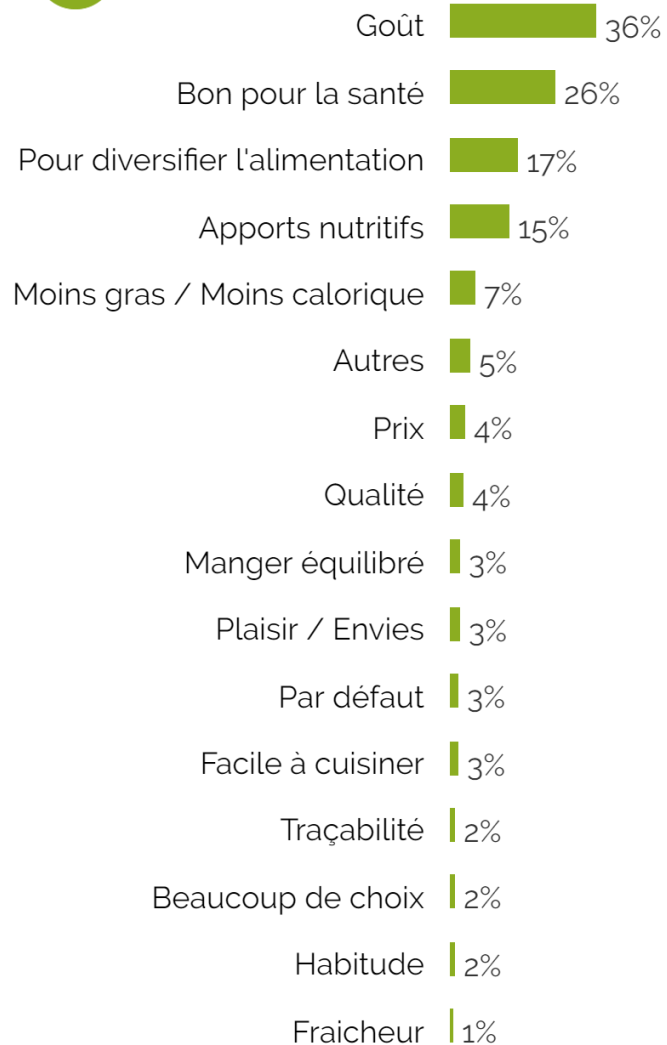
Le fait que le poisson vienne d'ailleurs que de France.





# Malgré ses qualités gustatives et ses bienfaits sur la santé

## + Motivations à la consommation de poisson



### GOUT

Les qualités gustatives du poisson

Le poisson est un excellent produit pour les papilles



### BON POUR LA SANTE



C'est bon pour la santé et il faut varier les repas

Le poisson est très bon pour la santé

Ça a de nombreux bienfaits pour le corps

C'est réputé être bon pour la santé, ça change de la viande



### DIVERSIFIER L'ALIMENTATION



Varié l'alimentation, ne pas manger que de la viande...

Pour varier mes plats. Pour essayer de nouvelles recettes.





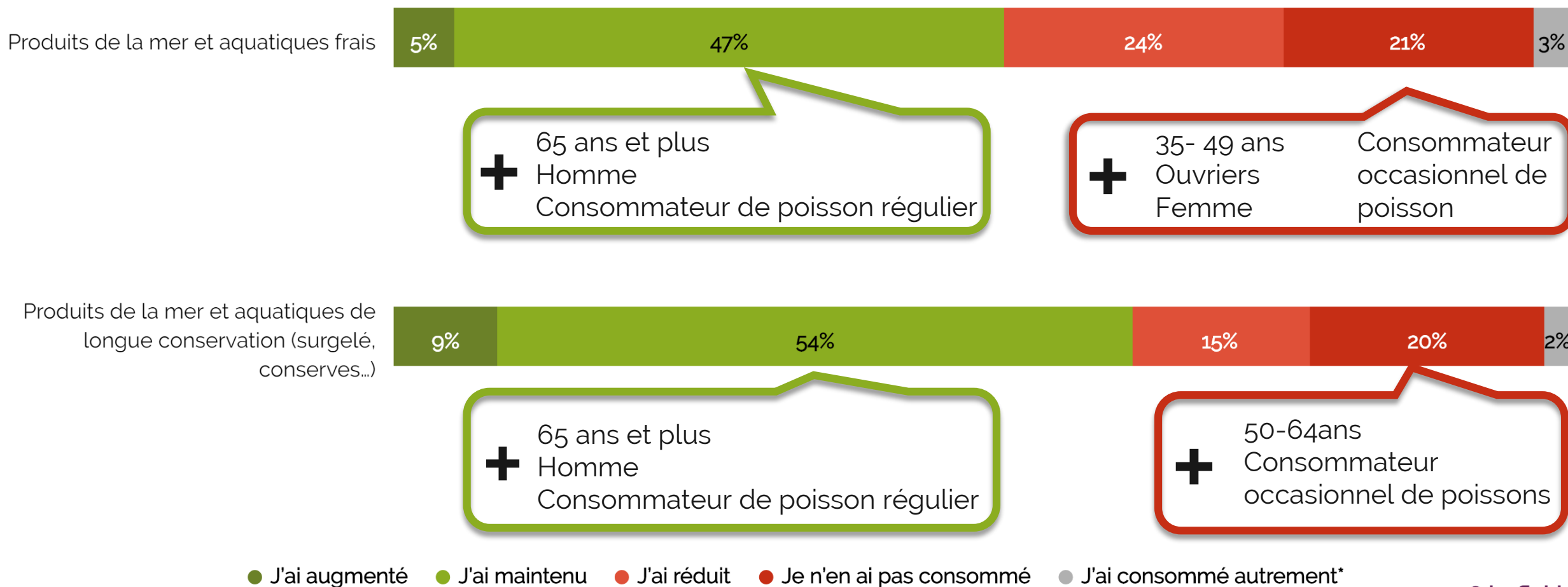
# L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 SUR LE COMPORTEMENT D'ACHAT DES CONSOMMATEURS





# Plus de la moitié des consommateurs déclarent avoir maintenu ou augmenté leur consommation de produits de la mer frais durant le confinement, et près de 2/3 pour les produits de longue conservation

Durant le confinement, avez-vous réduit, maintenu ou augmenté votre consommation des produits suivants ?



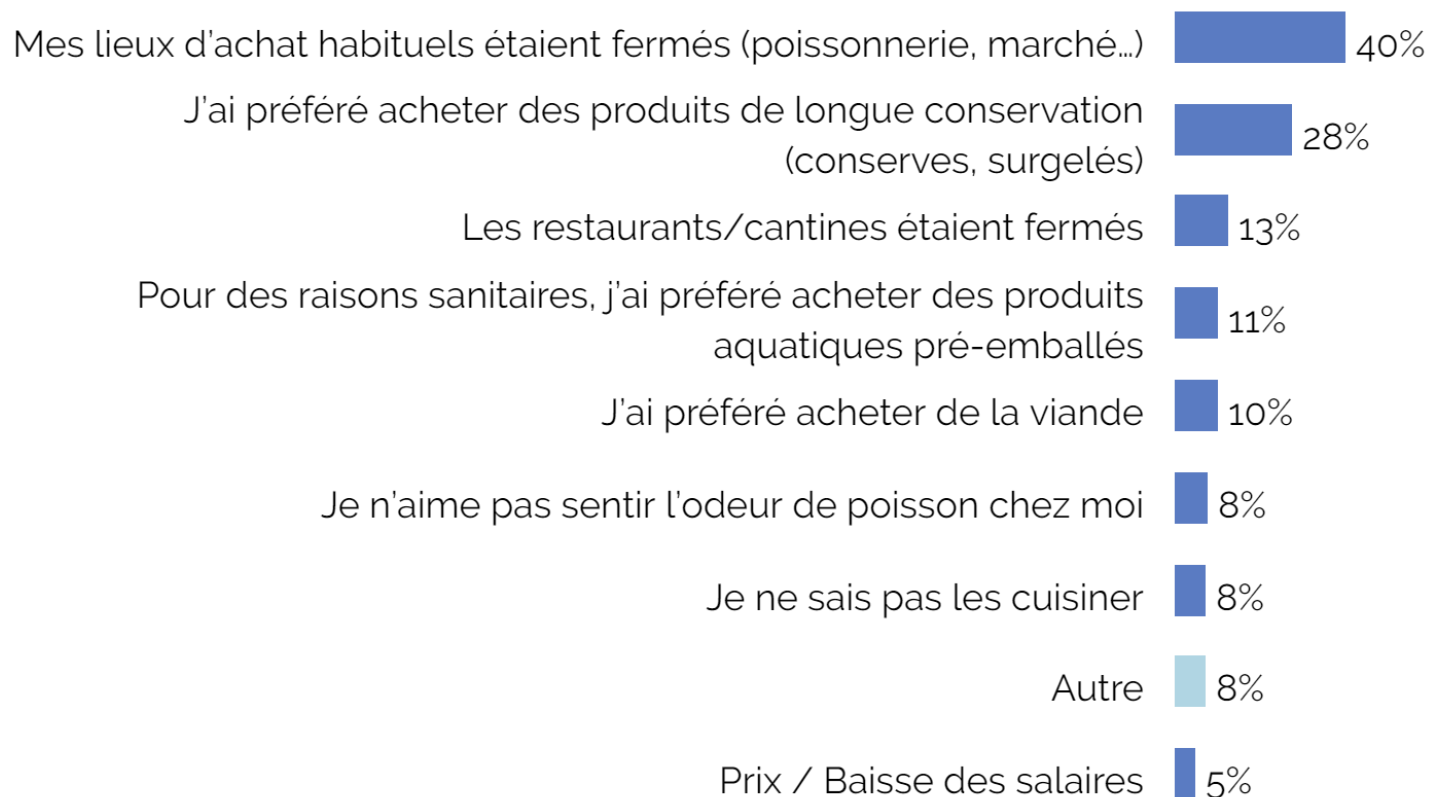


# Une baisse de consommation des produits frais induite principalement par la fermeture des lieux d'achat habituels

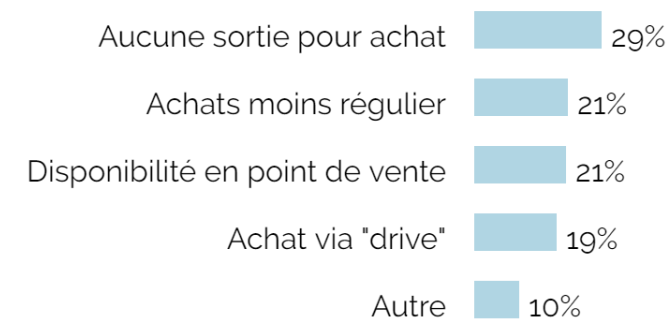
# 24%

des répondants ont réduit leur consommation de produits de la mer et aquatiques

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



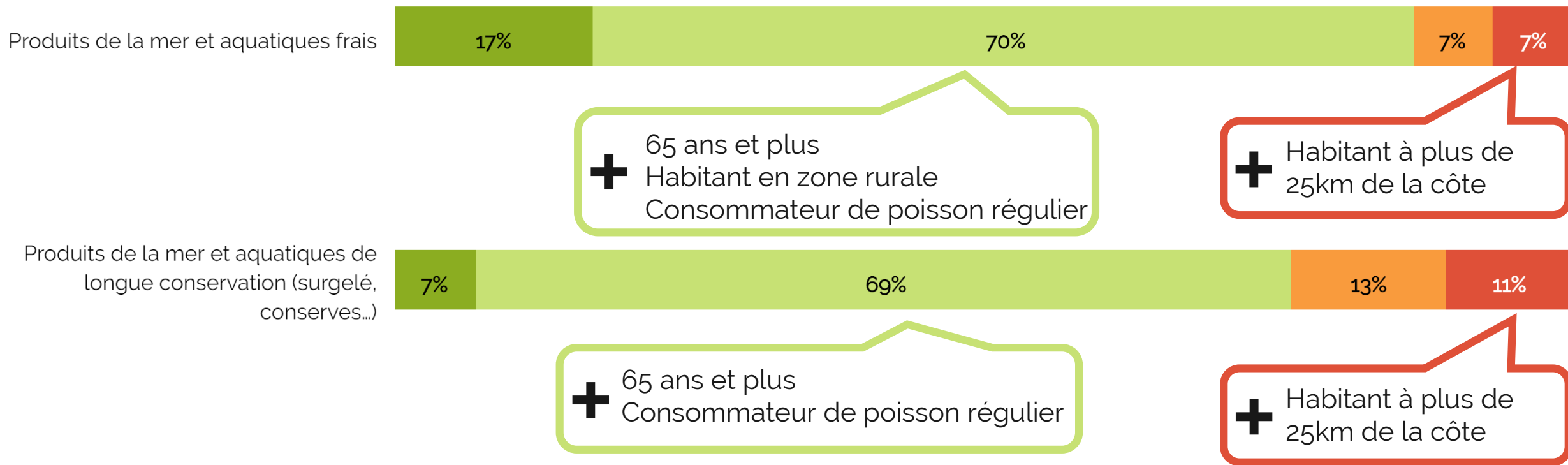
## Autres - Précisions





# Les indicateurs de consommation des produits de la mer pour les prochains mois sont positifs : près de 90% de consommateurs de produits frais et près de 75% de produits de longue durée

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



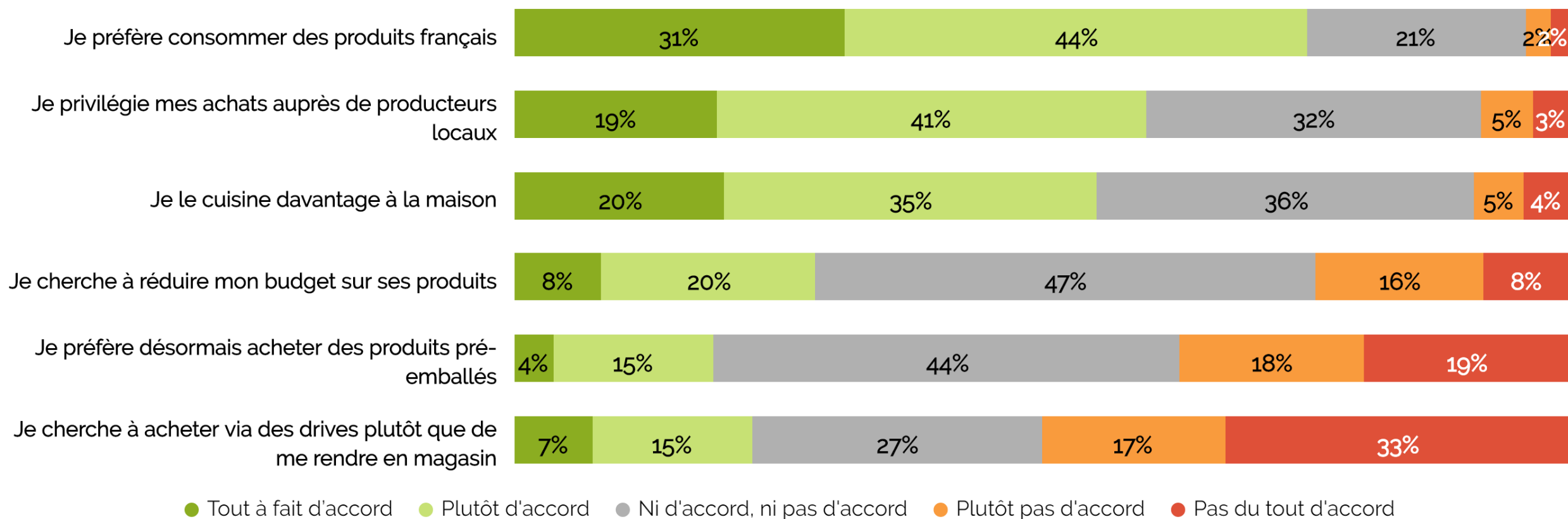
● J'ai l'intention d'augmenter ● J'ai l'intention de maintenir ● J'ai l'intention de réduire ● Je n'en consommerai pas





## Des attitudes qui tendent à évoluer avec la crise du COVID-19 : plus de consommation nationale et locale, davantage de fait-maison

Suite à la crise sanitaire COVID-19, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes concernant les produits aquatiques uniquement ?

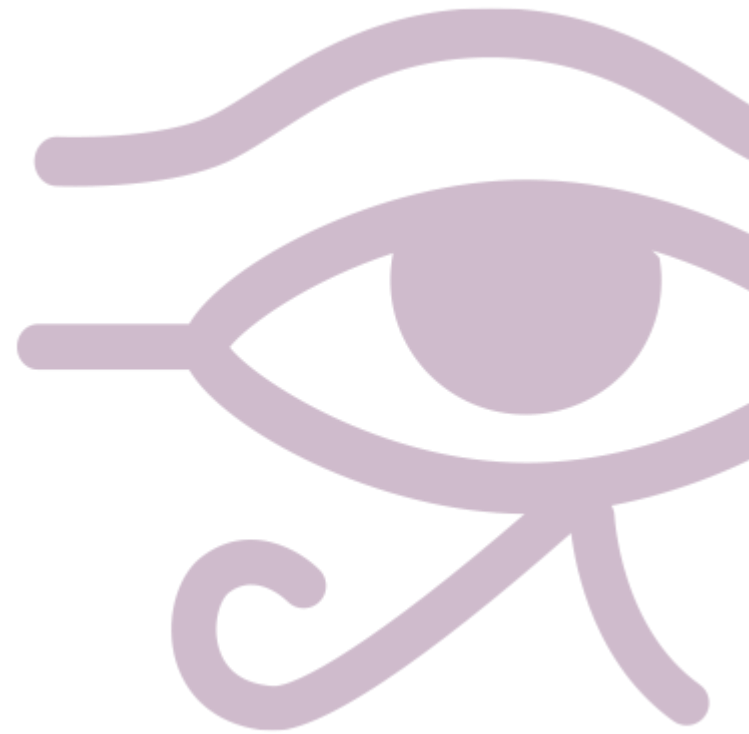




## Des achats auprès de producteurs locaux et une consommation de produits français pour les bretons, une réduction du budget pour les jeunes et CSP-

	Moyenne	Profils spécifiques +
Je préfère consommer des produits français	5,0	Bretagne
Je privilégie mes achats auprès de producteurs locaux	3,4	Bretagne Habitant à moins de 25km de la côte
Je le cuisine davantage à la maison	3,1	-
Je cherche à réduire mon budget sur ses produits	0,2	18 -24 ans Employés Ouvriers
Je préfère désormais acheter des produits pré-emballés	-1,7	25-34 ans
Je cherche à acheter via des drives plutôt que de me rendre en magasin	-2,6	25-34 ans 35-49 ans Agriculteur Employé Grand-Est Habitant en zone rurale

# ANNEXES





Des annexes en ligne sont disponibles pour ce rapport.

## 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

Vous pouvez les consulter à tout moment via le lien suivant :

<https://s1.sphinoxonline.net/tiny/v/RTu8Veljlc>