

ETUDE FILIERE PRODUITS DE LA MER

Fanny Mével – Olivier Mével

Novembre 2016



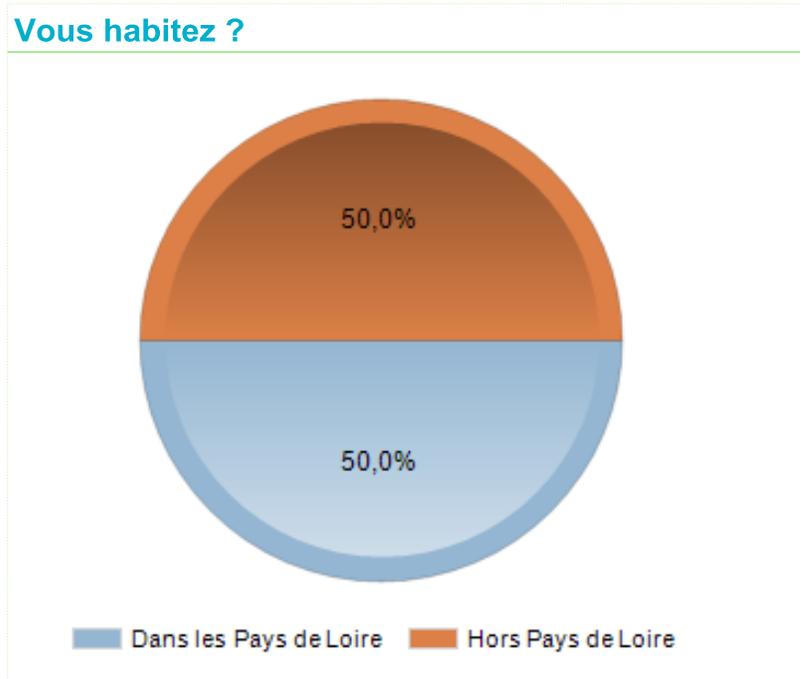
Méthodologie d'enquête

- Interviews **du 20 août au 20 septembre 2016**
- **On-line via access-panels**
- **Obligation de réponse** à toutes les questions
- Dépouillement et analyse sur **le logiciel Sphinx**

- Utilisation d'outils spécifiques : **VAC (Valeur Ajoutée Client), prix psychologique et NPS (Net Promoter Score)**

Répartition géographique des interviewés

Vous habitez ?

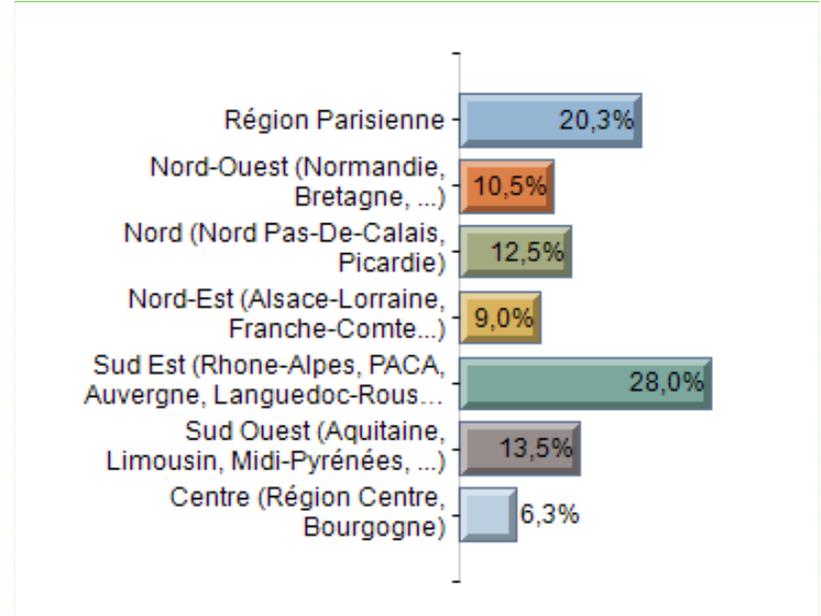


n = 800 interviews

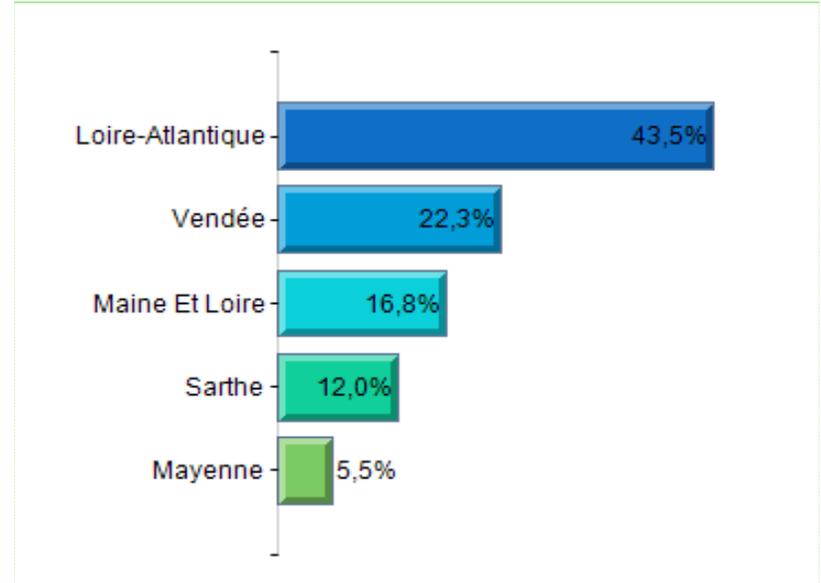
400 interviews

400 interviews

Dans quelle zone ?

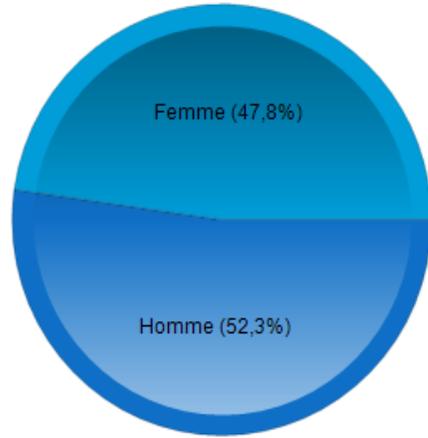


Dans quel département ?

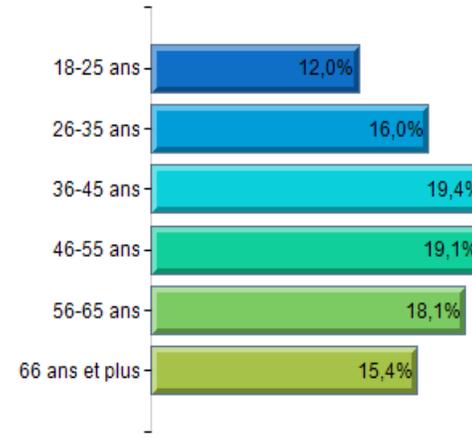


Caractéristiques de l'échantillon

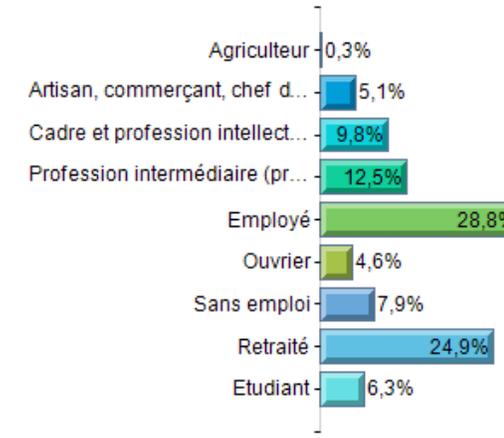
Sexe :



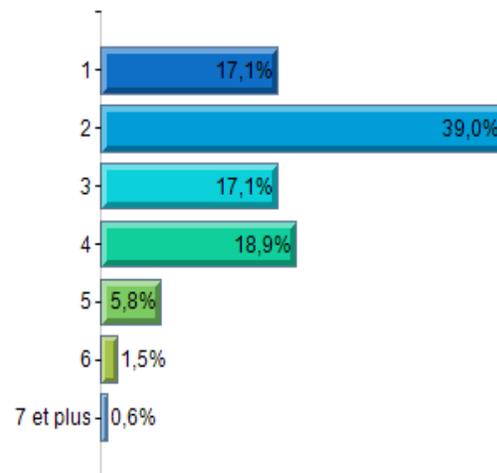
Tranche d'âge



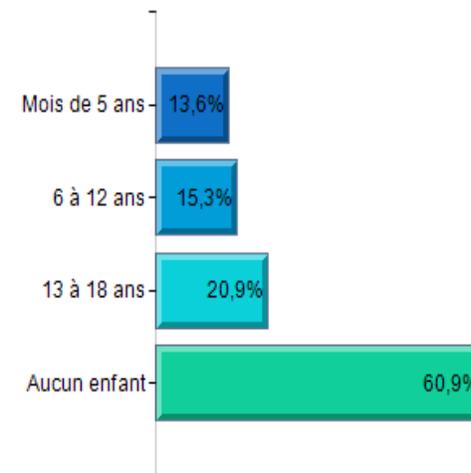
Catégorie Socioprofessionnelle



Taille du foyer (vous incluant) :



Age des enfants vivants au foyer :



PARTIE 1

LES HABITUDES D'ACHAT DE PRODUITS DE LA MER



Question ouverte et spontanée : critères de poisson et fruits de mer frais

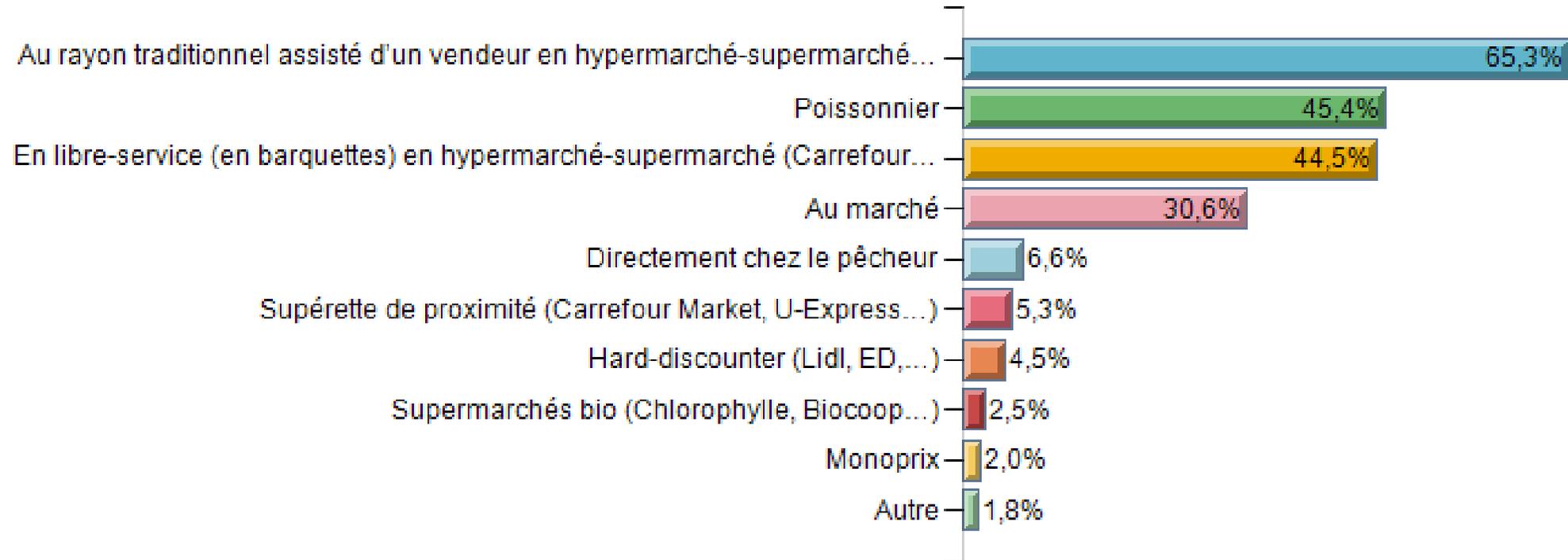
Critères	Poids en % des 830 citations
Fraîcheur	51,8% (430 citations)
Prix	16% (133 citations)
Qualité	8,2% (68 citations)
Aspect visuel	7,7% (64 citations)
Provenance / origine	6,7% (56 citations)
Goût (10 citations)	
Odeur (10 citations)	
achat d'impulsion (13 citations)	
Provenant de pêche (10 citations)	
Filets, dos, sans arêtes (9 citations)	
L'espèce (7 citations)	
Poisson d'élevage (7 citations)	

Fraîcheur = critère majeur du consommateur

LIEUX D'ACHAT

En % du nb de répondants

Où achetez-vous des produits de la mer frais le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)



Les GMS dominent, mais surtout en vente assistée pour 65,3% de consommateurs et en LS pour 44,5% d'entre eux.

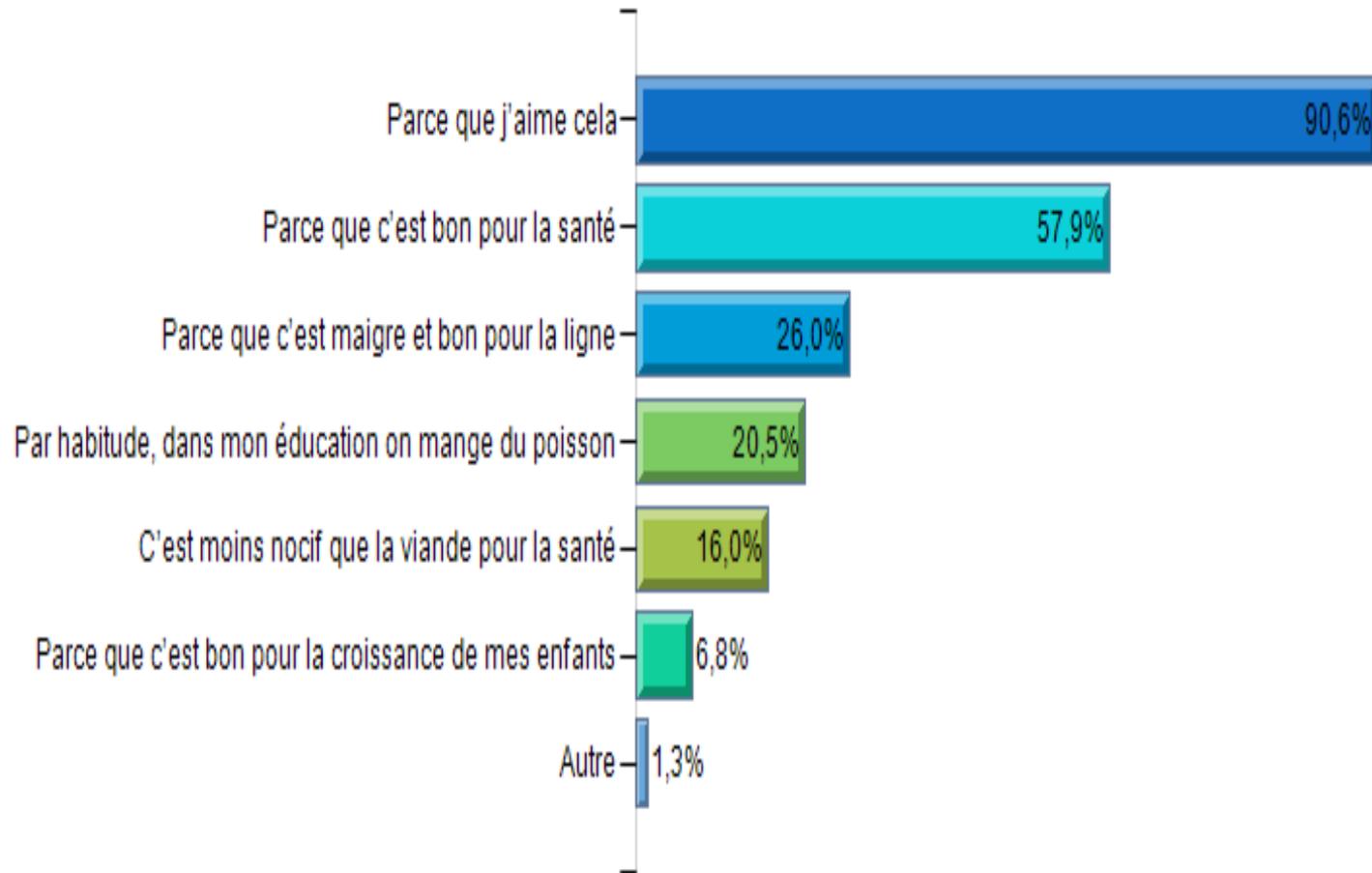
Le poissonnier est également très présent : 45,4% des répondants.

Les achats au marché concerne 30,6% des répondants.

La vente directe chez le producteur / pêcheur est assez faible : 6,6%% des consommateurs.

→ Le conseil du vendeur spécialiste est plébiscité, plus que dans d'autres filières

Pour quelles raisons mangez-vous des produits de la mer frais ? (plusieurs choix possibles)

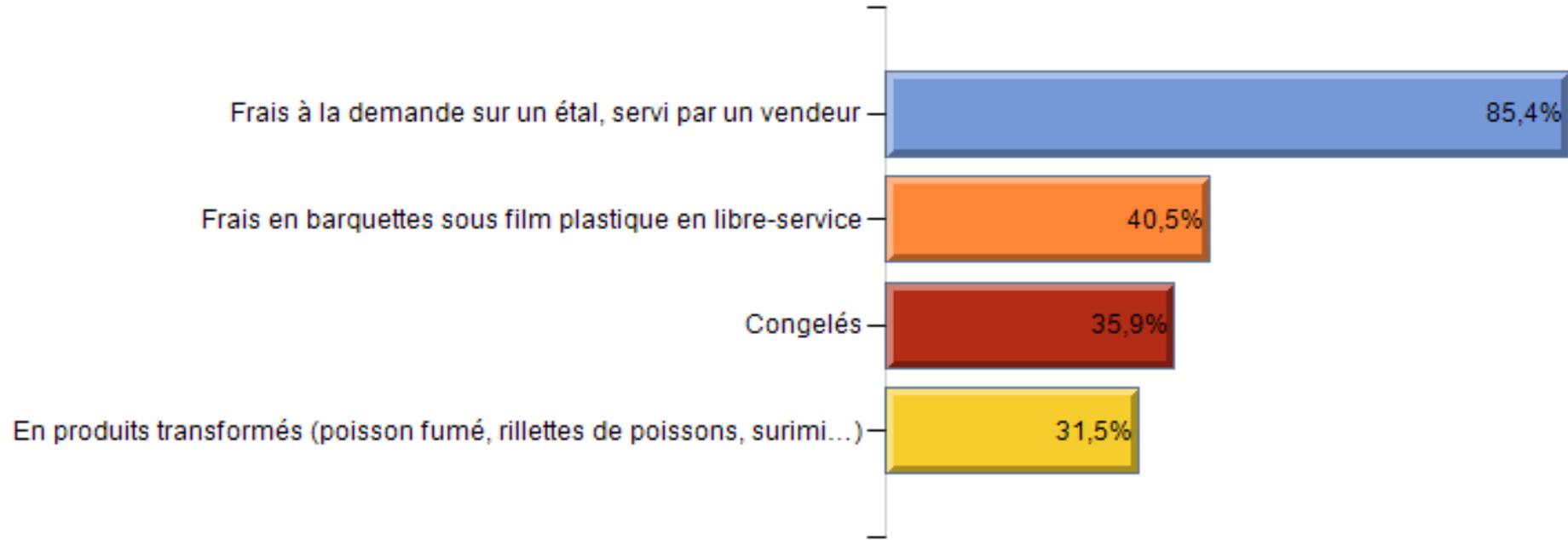


N°1 - Le plaisir domine
= hédonisme, se faire plaisir en mangeant pour **91% des consommateurs**

N°2 – Pour des raisons liées à la santé pour 58%, au bien-être et la ligne pour 26%

N°3 – Les habitudes héritées de l'éducation pour 20,5% des répondants

Sous quelles formes achetez-vous le plus souvent vos poissons ou fruits de mer ? (plusieurs choix possibles)



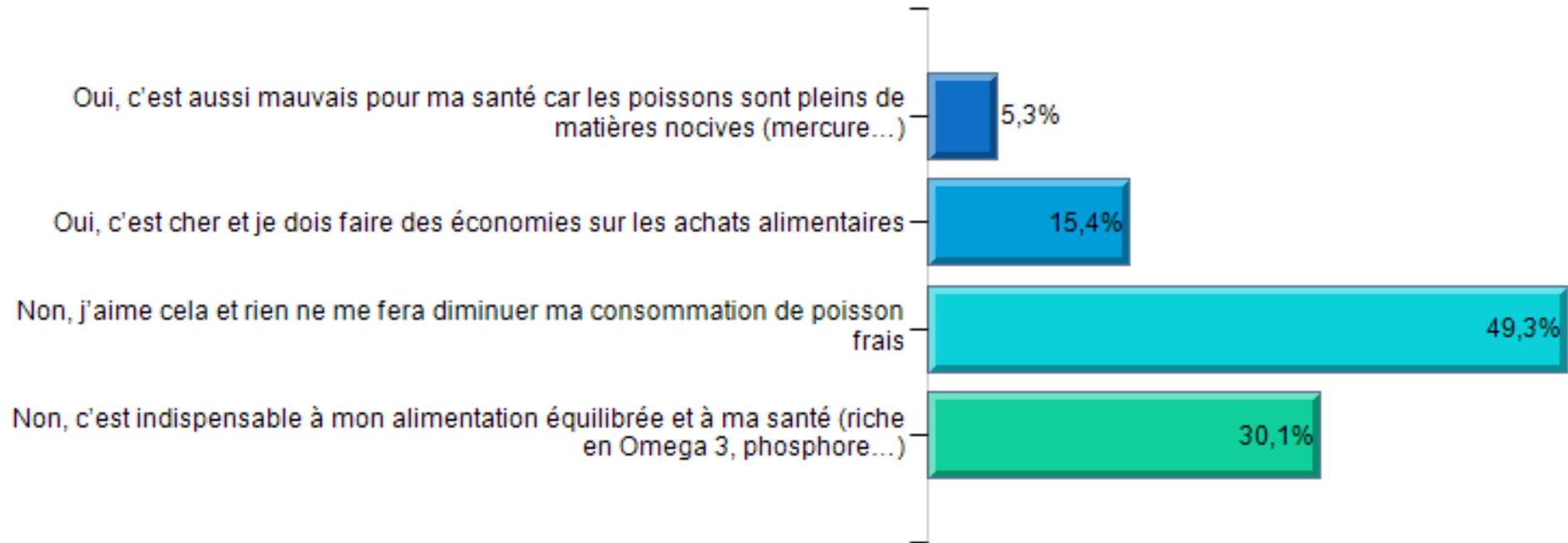
On retrouve la tendance liée à la vente assistée : le consommateur préfère acheter ses produits de la mer frais, sur un étal avec le conseil d'un vendeur à 85,4%. L'expertise est appréciée.

40,5% des consommateurs acceptent de l'acheter en barquettes en LS.

36% l'achètent congelé.

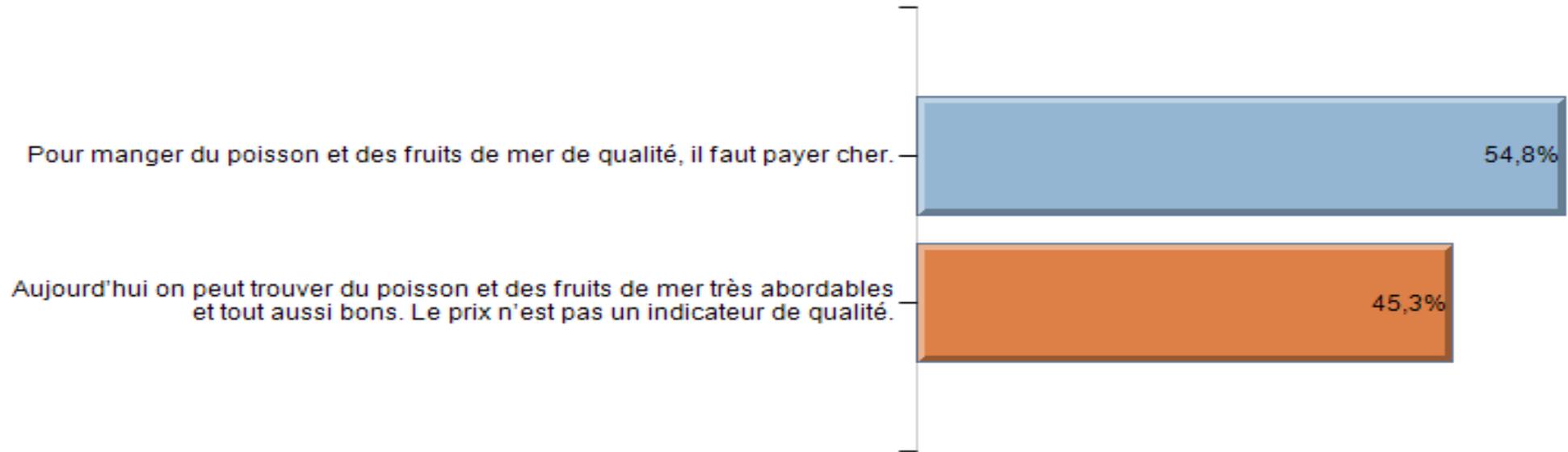
31,5% achètent des produits transformés à base de produits de la mer.

**Pensez-vous diminuer votre consommation de poisson frais et fruits de mer dans les années qui viennent ?
(plusieurs choix possibles)**



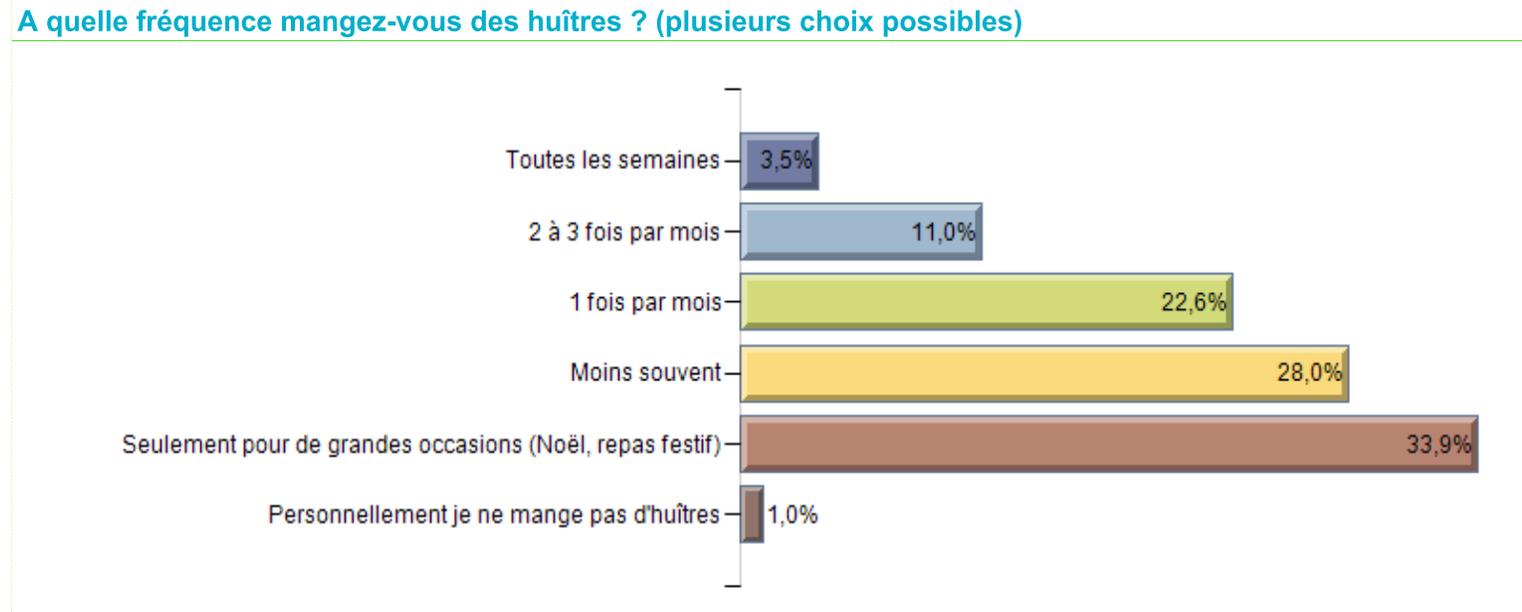
- **Cumulé OUI : 20,7%** → peu de consommateurs prévoient de diminuer leur consommation de produits de la mer frais dans les prochaines années. Ceux qui le prévoient évoquent des raisons budgétaires. La mauvaise image santé n'a pas de poids.
- **Cumulé NON : 79,4%** → la grande majorité des consommateurs prévoient de continuer à manger des produits de la mer **par goût à 49,3% et pour leur santé à 30,1%**.

Avec laquelle de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (1 seul choix possible)



Les consommateurs sont partagés :

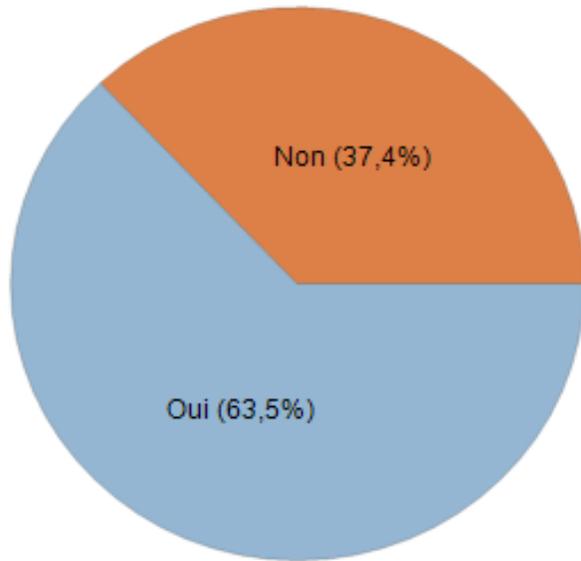
- **55% estiment qu'il faut payer cher pour avoir des produits de la mer de qualité**
- **45% pensent que l'on peut trouver tous les prix et que cela n'est pas un élément de garantie de qualité → rôle des hard-discounters et promotions en GMS ?**



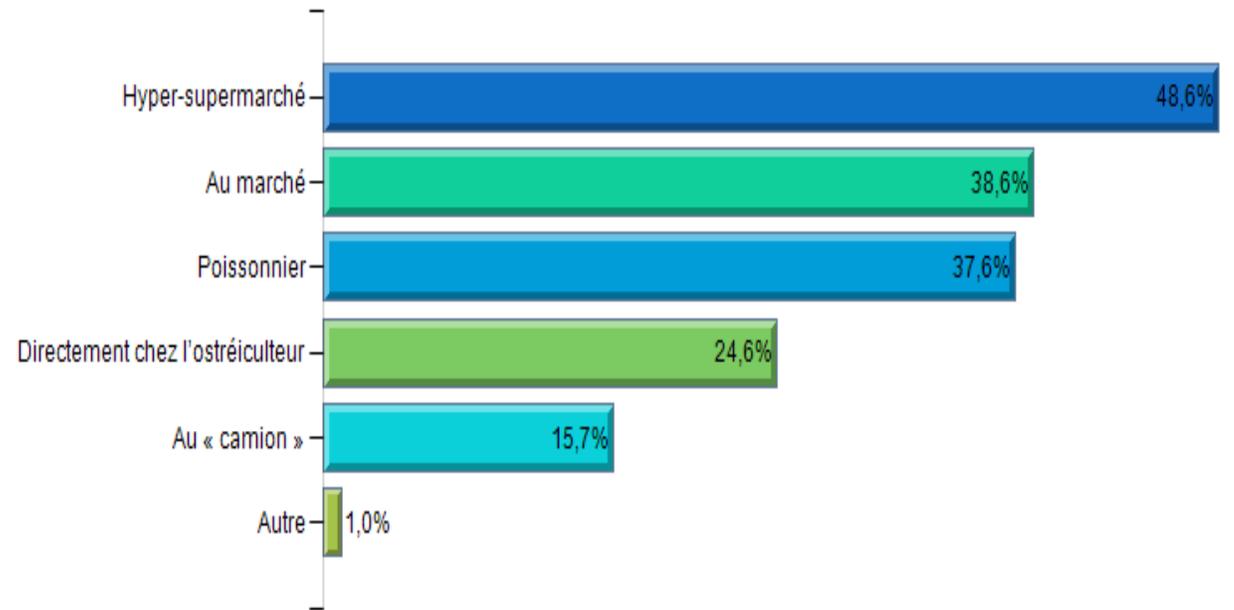
La consommation d'huîtres n'est pas fréquente et ne s'ancre pas dans l'alimentation quotidienne.

62% en mangent moins d'une fois par mois, dont 34% uniquement pour des occasions particulières liées aux fêtes notamment.

Achetez-vous des huîtres ?



Où achetez-vous particulièrement vos huîtres le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)



63,5% d'acheteurs d'huîtres :

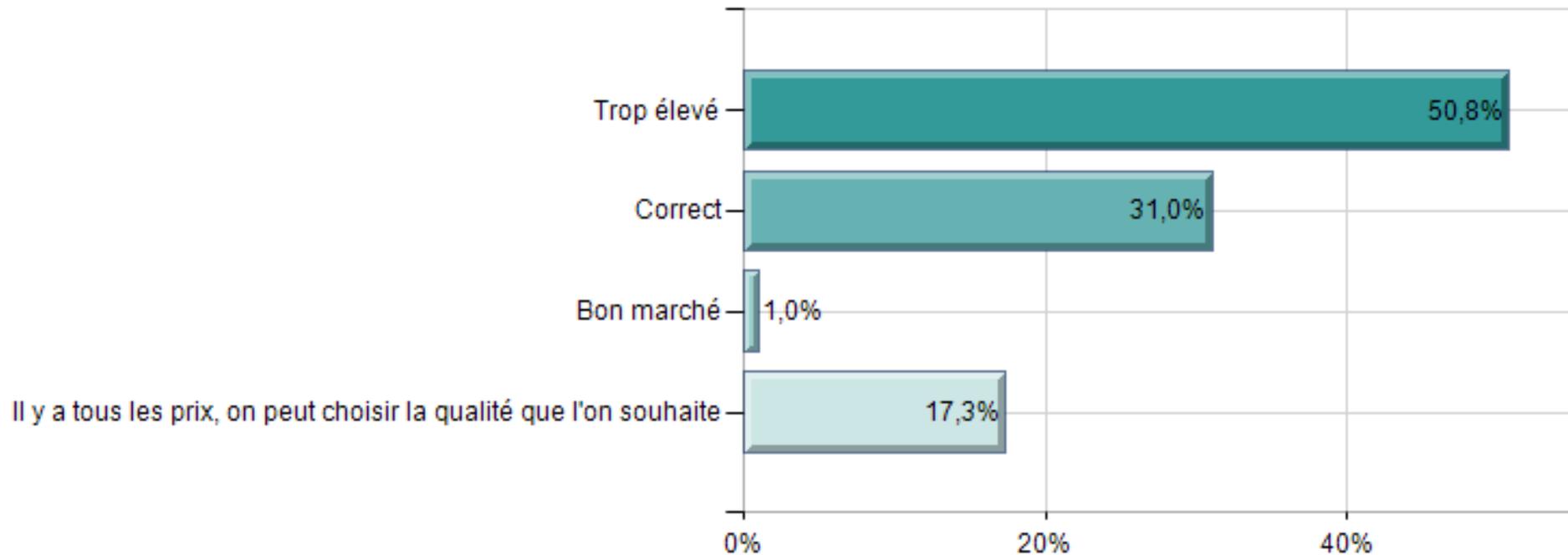
- Presque la moitié les achètent en hypermarché
- 38,6% au marché
- 37,6% chez le poissonnier
- ¼ directement chez l'ostréiculteur

PARTIE 2

PERCEPTION PRIX ET QUALITE



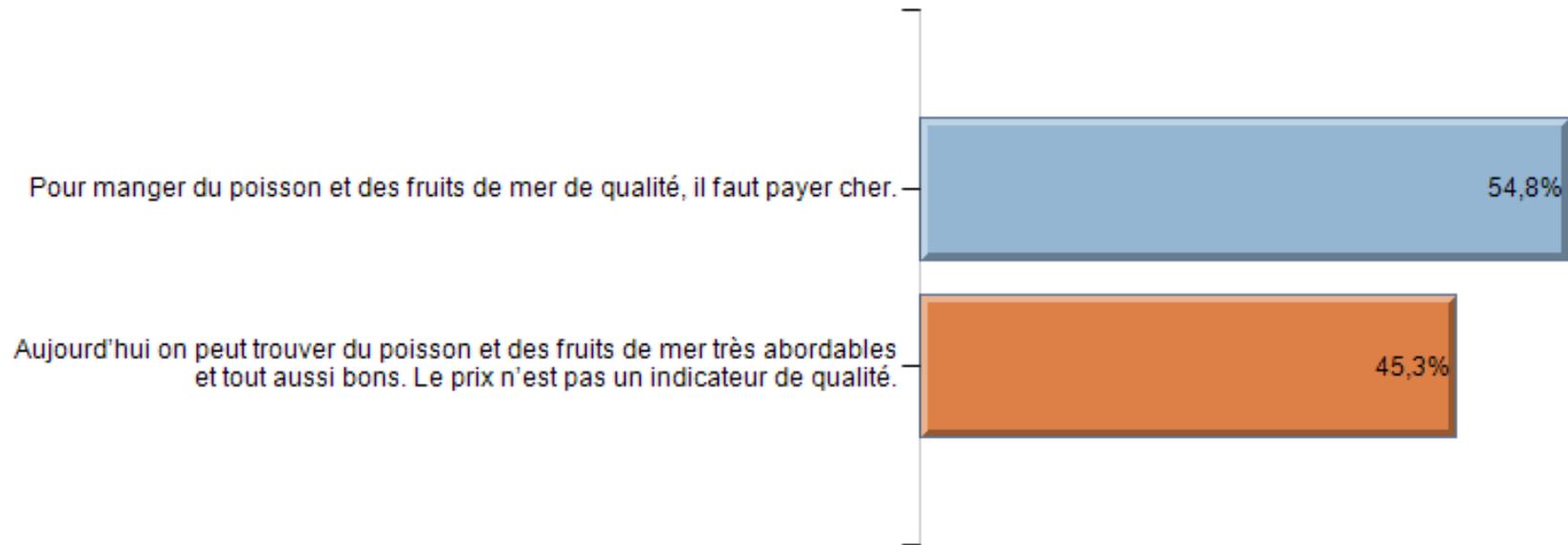
Que pensez-vous du prix du poisson et fruits de mer frais en général ?



Le prix des fruits de mer et du poisson est jugé trop élevé pour presque 51% des consommateurs, seuls 31% pensent que le prix est correct et 1% bon marché.

➔ On voit donc que les produits de la mer frais sont jugés chers par la moitié des consommateurs. Le frein prix est présent.

Avec laquelle de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (1 seul choix possible)

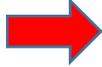


On retrouve la même tendance que celle vue dans la question précédente: 55% des consommateurs pensent qu'on doit payer cher pour manger des produits de la mer de qualité.

Cependant 45,3% estiment que l'on peut aussi trouver des produits de la mer abordables et bons → Les consommateurs sont donc partagés sur l'image prix des fruits de mer et du poisson, mais une majorité reste sur une image prix trop élevée.

Prix psychologique du filet de cabillaud pour 2 personnes

Prix filet Cabillaud Pour 2	% acheteurs
1	0,26%
1,5	5,41%
2	5,94%
2,5	22,82%
3	22,07%
3,5	38,45%
4	35,92%
4,5	49,33%
5	41,47%
5,5	58,74%
6	49,87%
6,5	56,44%
7	51,25%
8	42,68%
8,5	47,83%
9	43,27%
10	27,19%
11	32,25%
12	26,80%
13	26,69%
14	26,19%
15	13,64%
16	14,05%
17	13,80%
18	12,02%
19	11,27%
20	5,05%
22	4,68%
23	4,43%
24	4,43%
25	2,15%
26	1,89%
30	0,37%
31	0,63%

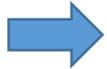
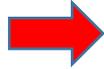


Deux fourchettes de prix psychologique correspondant à 2 typologies d'acheteurs :

- **Chercheurs de prix : 4,5 à 5,5 €**
- **Chercheurs de qualité : 6 à 7 €**

Prix psychologique 12 huîtres creuses

Prix 12 huîtres creuses	% acheteurs
1,5	5,47%
2	5,09%
2,5	14,50%
3	14,12%
3,5	29,75%
4	29,37%
4,5	40,30%
5	36,38%
5,5	54,18%
6	48,87%
6,5	57,25%
7	52,58%
7,5	56,14%
8	47,41%
8,5	53,38%
9	50,22%
10	36,96%
11	45,86%
12	36,12%
13	36,51%
14	34,24%
15	24,38%
16	23,88%
17	23,25%
18	20,59%
19	20,72%
20	11,49%
21	12,89%
22	12,89%
23	12,77%
24	12,39%
25	9,23%
26	9,10%
27	8,85%
28	8,47%
30	3,79%
35	2,78%
36	2,53%
40	1,14%



Deux fourchettes de prix psychologique correspondant à 2 typologies d'acheteurs :

- **Chercheurs de prix : 5,5 à 6,5 €**
- **Chercheurs de qualité : 7 à 9 €**

Mauvaise connaissance du prix des huîtres pour certains ?

= Achat occasionnel...

Les critères constitutifs de la VAC achat poisson et fruits de mer frais

Critères	% VAC
Prix abordable	15,07%
Sa fraîcheur (jour de pêche)	12,96%
Son aspect visuel (couleur, qualité de la chair...)	10,63%
Poisson sauvage (pêché)	8,52%
Origine France	8,49%
L'espèce de poisson	8,03%
Origine locale (par un élevage ou pêcheur près de chez vous)	6,92%
Jamais congelé	3,52%
La date limite de consommation (DLC)	3,14%
Espèce pêchée selon les règles de protection des espèces menacées	3,03%
Vidé et préparé pour être prêt à cuisiner	2,97%
Label Pavillon France	2,43%
Sans arêtes	2,43%
Label rouge	2,24%
Sans antibiotiques	1,99%
Sans OGM	1,78%
Prix suffisamment élevé pour être synonyme de qualité	1,43%
Le bien-être des animaux	1,25%
AOP ou IGP	1,04%
Bio	1,00%
Poisson d'élevage	0,69%
Label MSC	0,46%

Un prix abordable est le critère N°1 aux yeux des consommateurs (15% de la VAC).

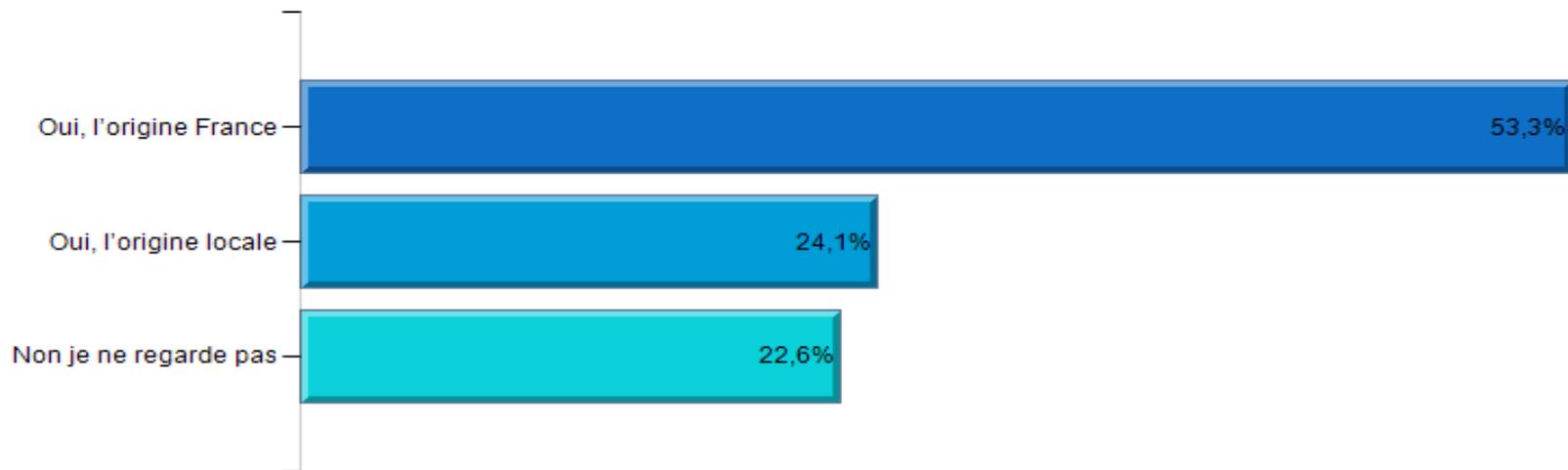
La fraîcheur est très importante également pour les consommateurs 13% et l'aspect visuel à presque 11%. = 38,66% de la VAC

Le fait d'acheter du poisson sauvage compte pour 8,5% de la VAC, ainsi qu'une origine France pour le même poids dans la VAC. L'espèce est également un critère de choix clé à 8% de la valeur perçue.

A noter : le label MSC, est très peu apporteur de valeur aux yeux du consommateur, tout comme les labels BIO ou AOP/IGP.

Le bien être des animaux et le fait d'acheter du poisson d'élevage est très peu important aux yeux du consommateur.

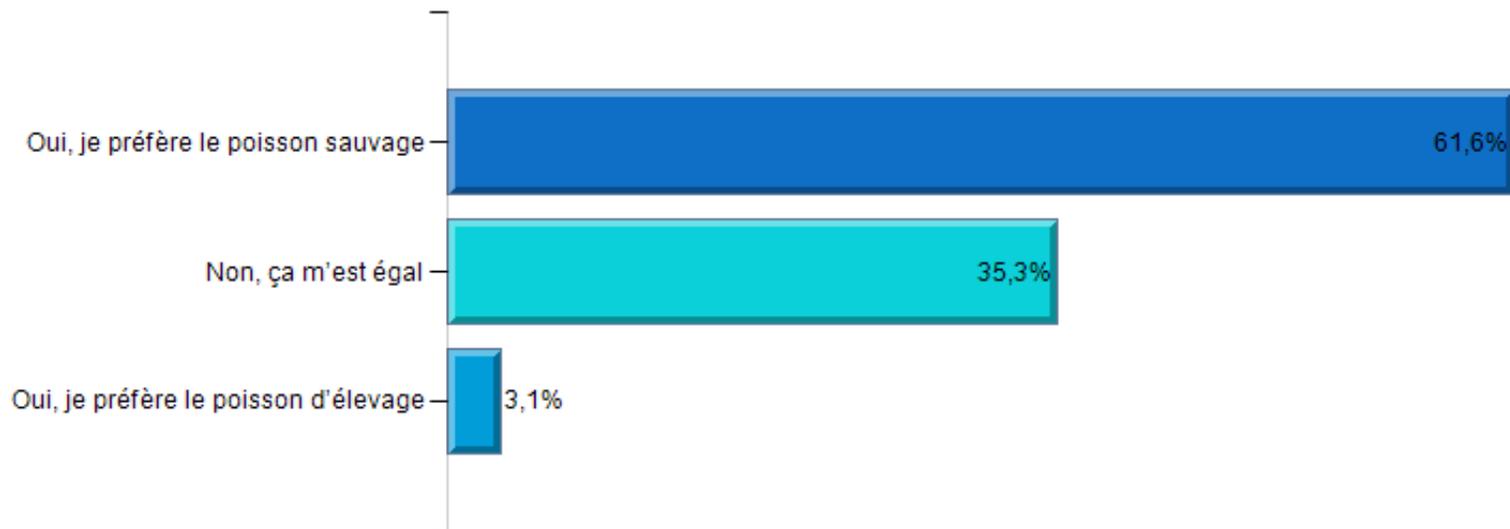
Lorsque vous achetez du poisson frais ou des fruits de mer, regardez-vous systématiquement leur provenance ?



Origine France
incontournable dans **77,4% des cas**, dont **24% pour l'origine locale**.

Seulement 22,6% ne regardent pas l'origine des produits de la mer achetés.

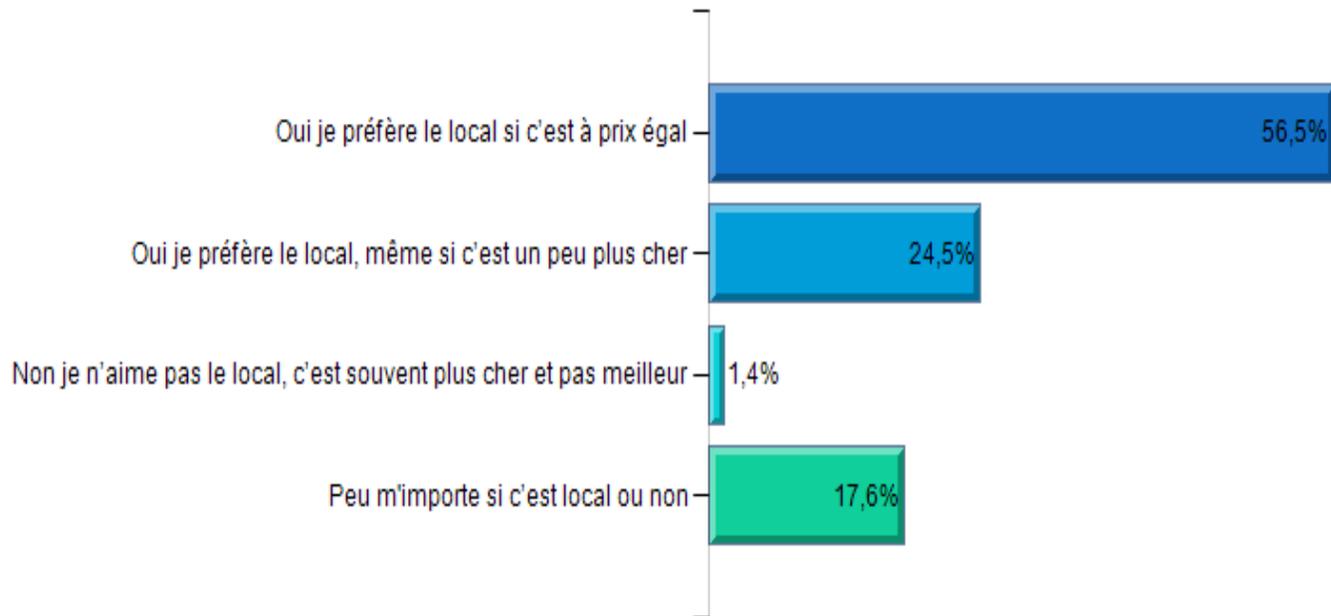
Lorsque vous achetez du poisson frais, vérifiez-vous si c'est du poisson d'élevage ou sauvage ?



Le poisson sauvage est préféré dans 61,6% des cas.

35,3% des consommateurs se fichent de savoir si c'est de l'élevage ou du sauvage.

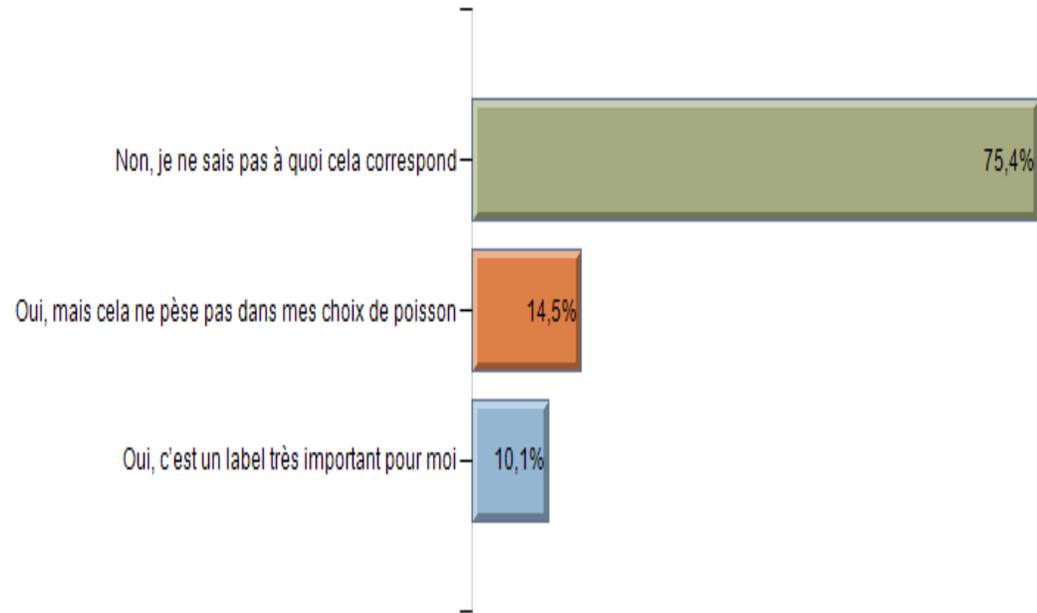
L'origine locale est-elle une préférence pour vous si vous avez le choix ? (1 seul choix possible)



Un très fort agrément pour le local, surtout si ce n'est pas plus cher à 56,5%... Et même si c'est plus cher, pour près d'un quart des répondants.

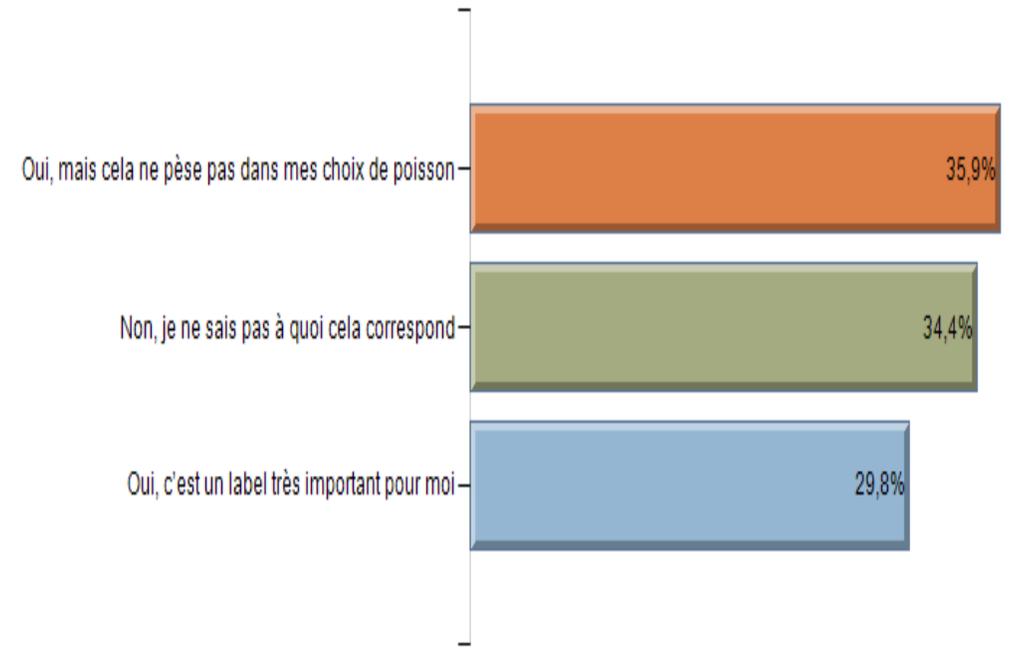
Un total de 81 % de consommateurs préférant le local.

Le signe de qualité MSC (Marine Stewardship Council) signifie-t-il quelque chose pour vous ? (1 seul choix possible)



Le label MSC est très peu connu : 75,4% des répondants ne savent pas à quoi cela correspond. Le peu de personnes le connaissant disent ne pas le considérer comme un critère de choix important lors de l'achat. Seuls 10% des consommateurs l'évoquent comme critère clé d'achat.

Le signe de qualité Pavillon France signifie-t-il quelque chose pour vous ? (1 seul choix possible)



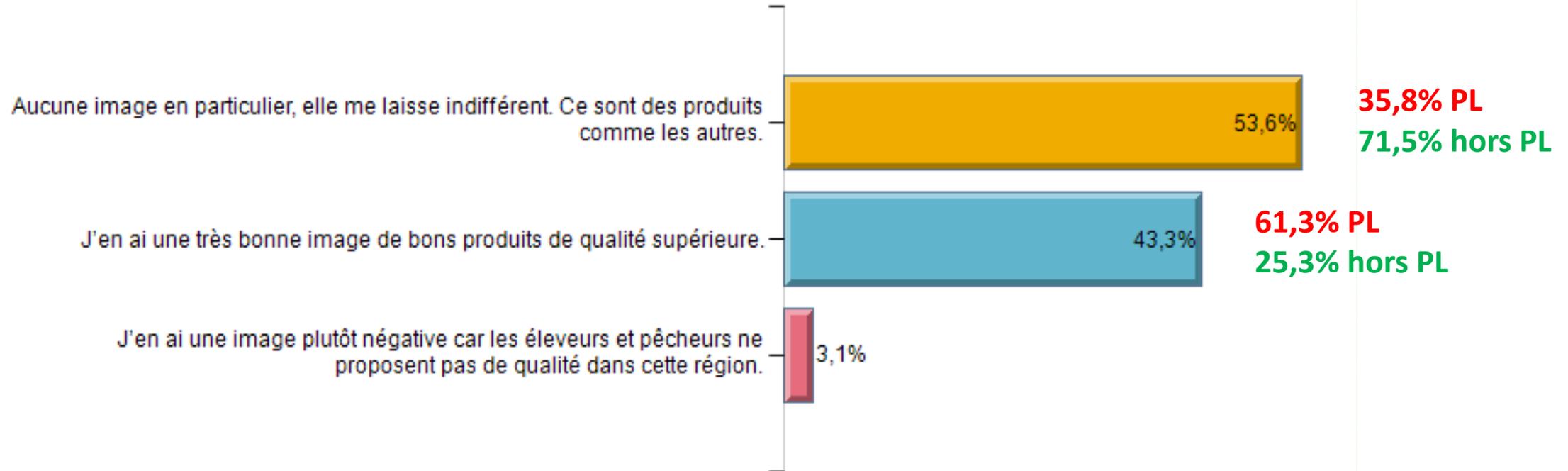
Le label « Pavillon France » est davantage reconnu (par 65,7% des répondants), mais seulement 30% disent que c'est un critère important lors de l'achat. Pour 36% qui le connaissent, cela ne pèsent pas dans leur achats. Enfin 34,4% ne savent pas de quoi il s'agit.

PARTIE 3

LES PRODUITS DE LA MER DES PAYS DE LA LOIRE



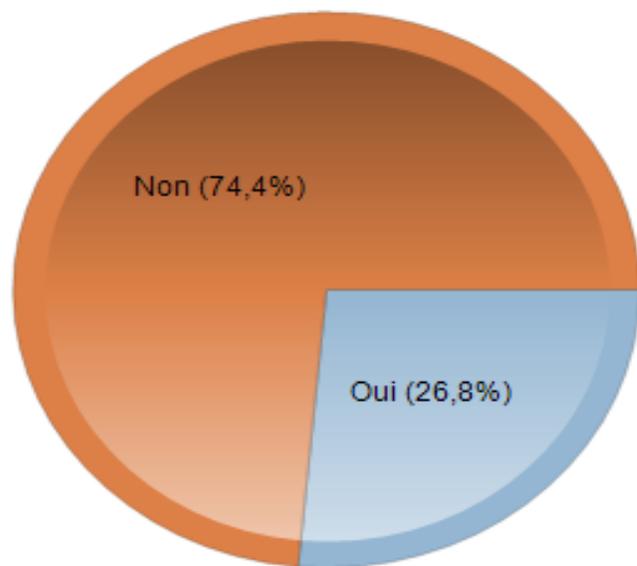
Quelle image avez-vous des produits de la mer d'origine Pays de Loire ?



Les consommateurs sont divisés entre ceux qui ont une bonne image des produits de la mer Pays de la Loire (43,3%) et ceux qu'ils laissent indifférents (53,6%). Mais **hors Pays de la Loire, il y a 71,5% d'indifférents**. L'image des produits de la mer régionaux n'est jamais négative.

➔ **Manque d'image forte pour beaucoup de consommateurs, notamment hors région.**

Connaissez-vous des espèces de poissons et fruits de mer pêchées/élevées en Pays de Loire ?

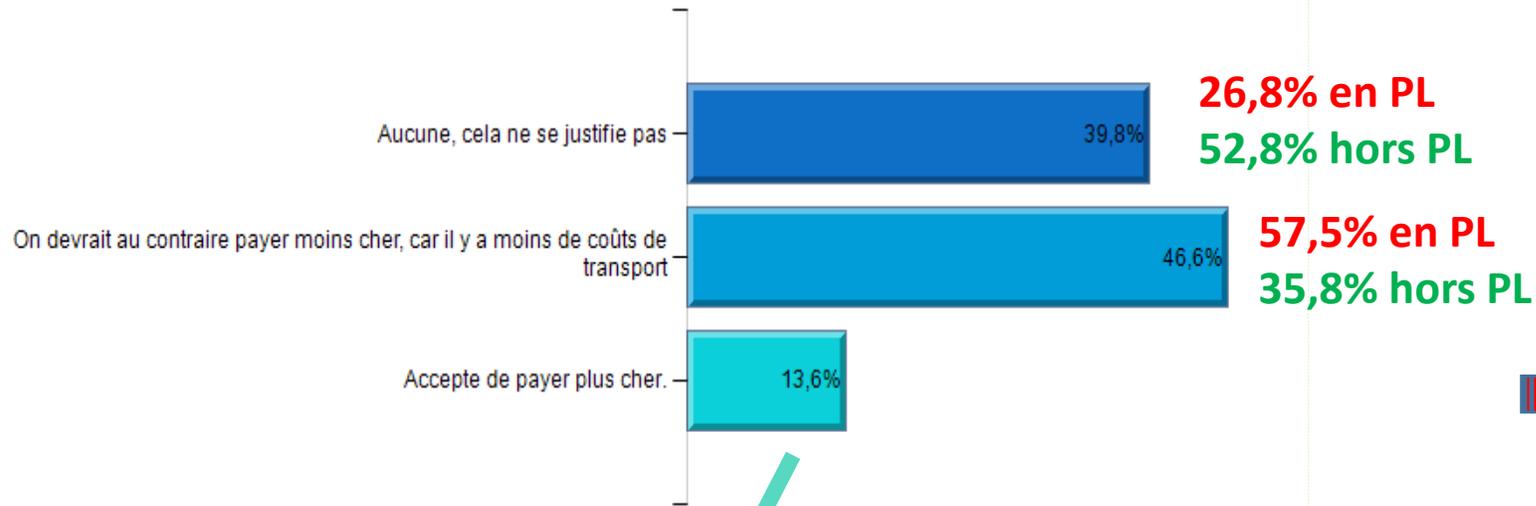


**Près des $\frac{3}{4}$ des consommateurs sont incapables de citer des espèces de poissons et fruits de mer issus des Pays de la Loire.
Un fort taux de méconnaissance des espèces locales.**

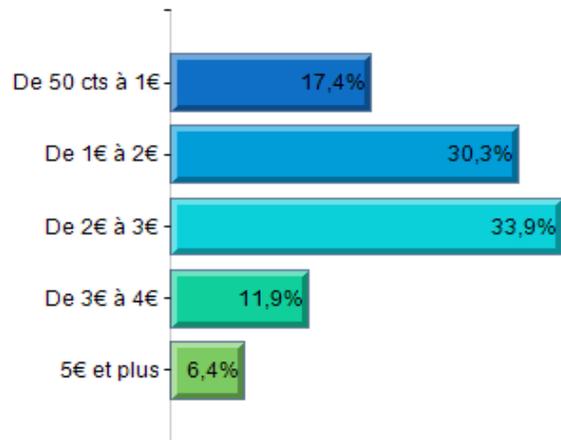
Espèces citées	En % des répondants
Huîtres	46,7%
Moules	25,2%
Sardines	25,7%
Bars	14%
Soles	7,9%
Anguilles	6,5%
Merlus	6,5%
Palourdes	6,5%

n = 214

Pour 12 huîtres, quelle différence de prix accepteriez-vous de payer en plus pour acheter des produits d'origine Pays de Loire ? (1 choix possible)



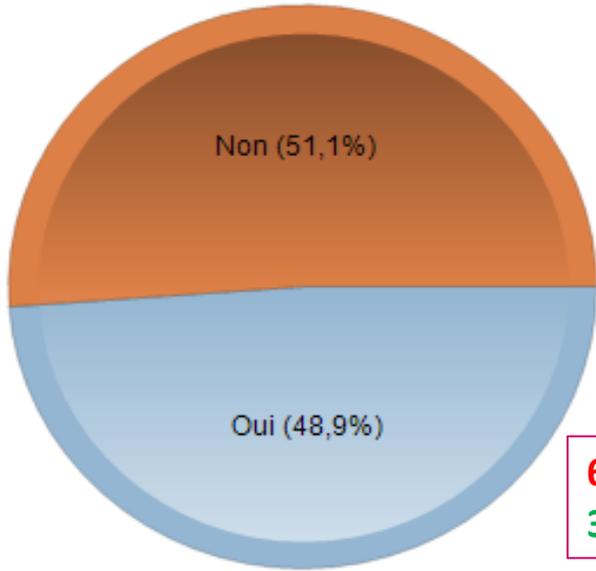
Dans ce cas précisez la différence de prix acceptable pour vous :



n=109

La création de valeur qualitative des huîtres Pays de la Loire n'est pas perçue par le consommateur, notamment lorsqu'il n'est pas issu de la région et il n'est pas prêt à payer plus cher.
Seuls 13,6% accepteraient de payer plus cher pour des huîtres issues des Pays de la Loire.

Selon vous, l'origine Pays de Loire est un vrai gage de qualité supérieure pour les produits de la mer ?

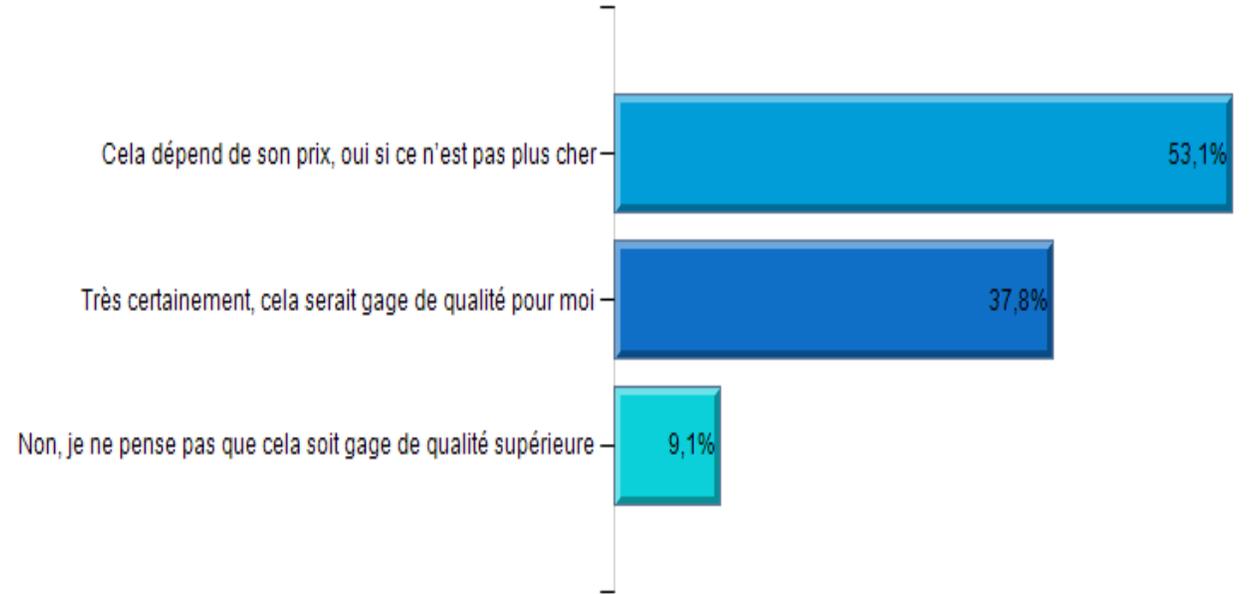


60,3% en PL
37,5% hors PL

Une image mitigée de la part des consommateurs sur la qualité délivrée par les produits de la mer Pays de la Loire : la moitié estiment que l'origine délivre une qualité supérieure, l'autre moitié, non.

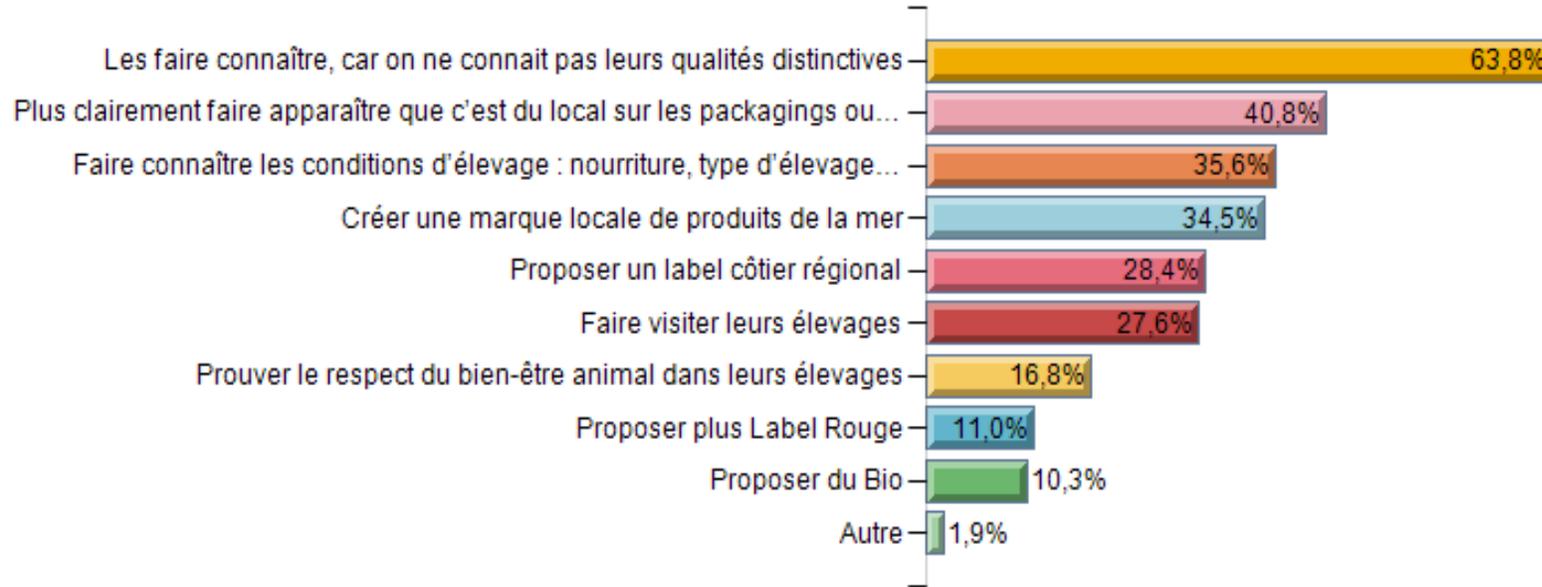
Pour les consommateurs non locaux, ils pensent à 37,5% seulement que les produits de la région sont de qualité supérieure.

Si des producteurs d'huîtres / moules ou des pêcheurs des Pays de Loire créaient une marque locale vendue en hypermarché et supermarché, seriez-vous prêt à l'acheter ?



Un agrément fort pour la marque de producteurs à 91%, dont 53% uniquement si ce n'est pas plus cher.

Que devraient faire les producteurs d'huîtres, de moules ou les pêcheurs en Pays de Loire pour vous donner envie d'acheter leurs produits ? (plusieurs choix possibles)



En % des répondants

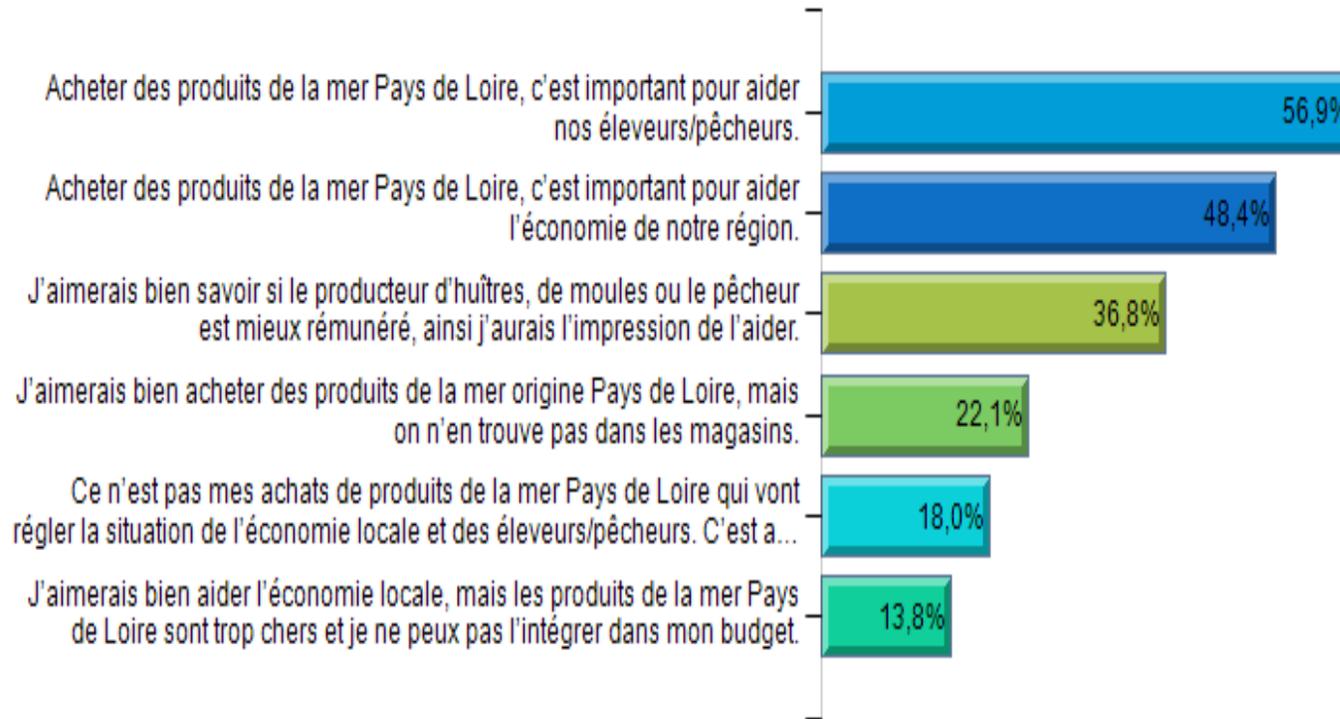
Un problème de transmission d'informations sur les qualités distinctives des produits de la mer Pays de la Loire.

Les attentes informationnelles des consommateurs sont nombreuses face aux éleveurs et pêcheurs...

- Il faut développer un argumentaire clair sur les qualité apportées par les produits régionaux (attendu à 64%), et sur ses conditions de production à 35,6%.
- Veiller également à faire apparaître l'origine régionale sur les packagings/étiquettes. Le consommateur ne cherche pas l'information. Elle doit « lui sauter aux yeux » lors de l'achat (visibilité de l'origine attendue à 41%).
- La marque de producteurs est plébiscitée par 34,5% des répondants et le label côtier régional par 28,4%

En % du nb de répondants

Parmi les affirmations suivantes, cochez celles avec lesquelles vous êtes en accord : (plusieurs choix possibles)



Un élan de solidarité pour **aider les producteurs à 57% et l'économie régionale pour 48,4%** des consommateurs.
A 36,8% quand elle touche à la rémunération des producteurs en région.

22% des consommateurs déplorent de ne pas trouver de produits de la mer locaux en magasin...

→ **Une envie forte d'aider le producteur et de contribuer au dynamisme de la région**

Sur une échelle de 0 à 10 : degré de confiance vis-à-vis de la filière produits de la mer

Moyenne : 6,97 / 10

Pays de la Loire : 7,36 /10

Hors Pays de la Loire : 6,6 /10

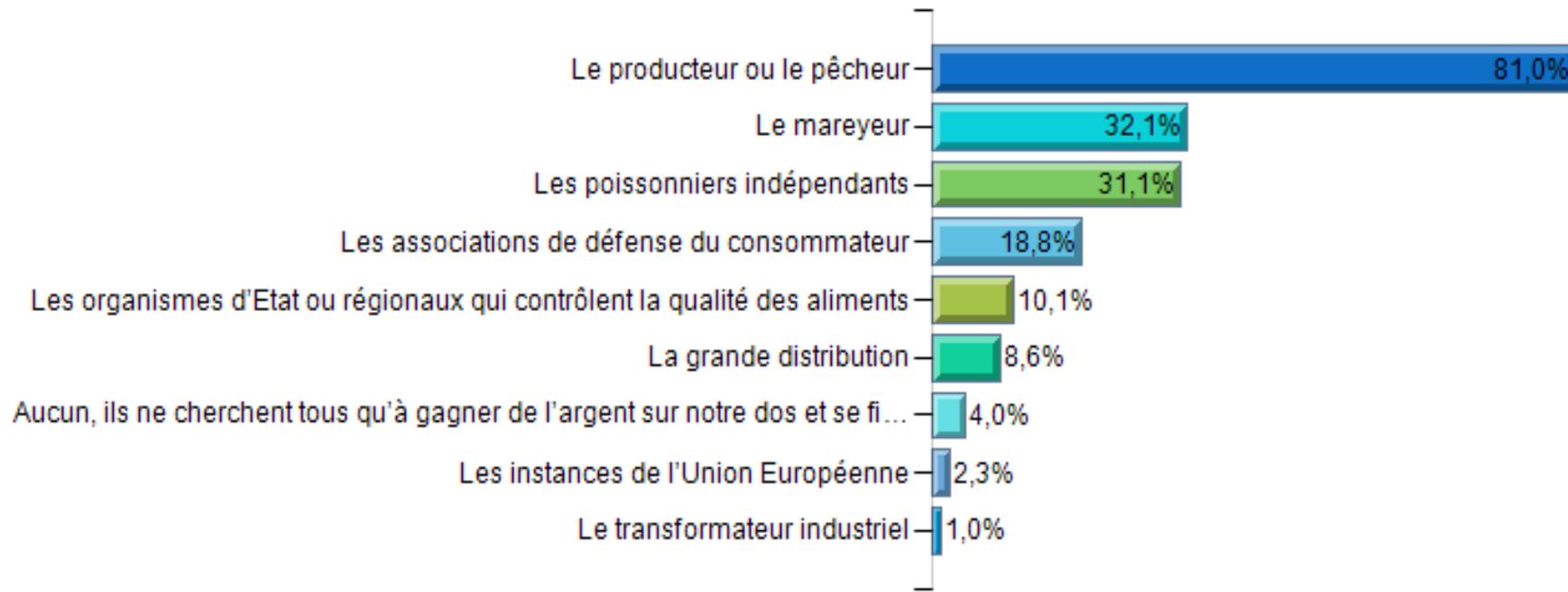
	Total échantillon	Pays de la Loire	Hors Pays de la Loire
Promoteurs (9-10)	17,4%	24,25%	10,5%
Neutres (7-8)	46,2%	50,25%	42,25%
Détracteurs (0 à 6)	36,4%	25,5%	47,25%
Score NPS	- 19	- 1,25	- 36,25

Pour 46,2% des interviewés, la filière produits de la mer des PL est vide d'image et un peu plus de 36,4% n'en ont pas une image positive.

En Pays de la Loire, elle laisse indifférent dans 50,25% des cas...et 25,5% en sont détracteurs, presque autant que de promoteurs.

Hors Pays de la Loire, elle est « mal-aimée » à 47,25% et 42,25% sont indifférents. Un score très négligé en dehors des Pays de la Loire...

En qui avez-vous le plus confiance aujourd'hui pour garantir la qualité de votre poisson et fruits de mer ? (2 réponses maximum à classer : 1 étant celui en qui ils ont le plus confiance)

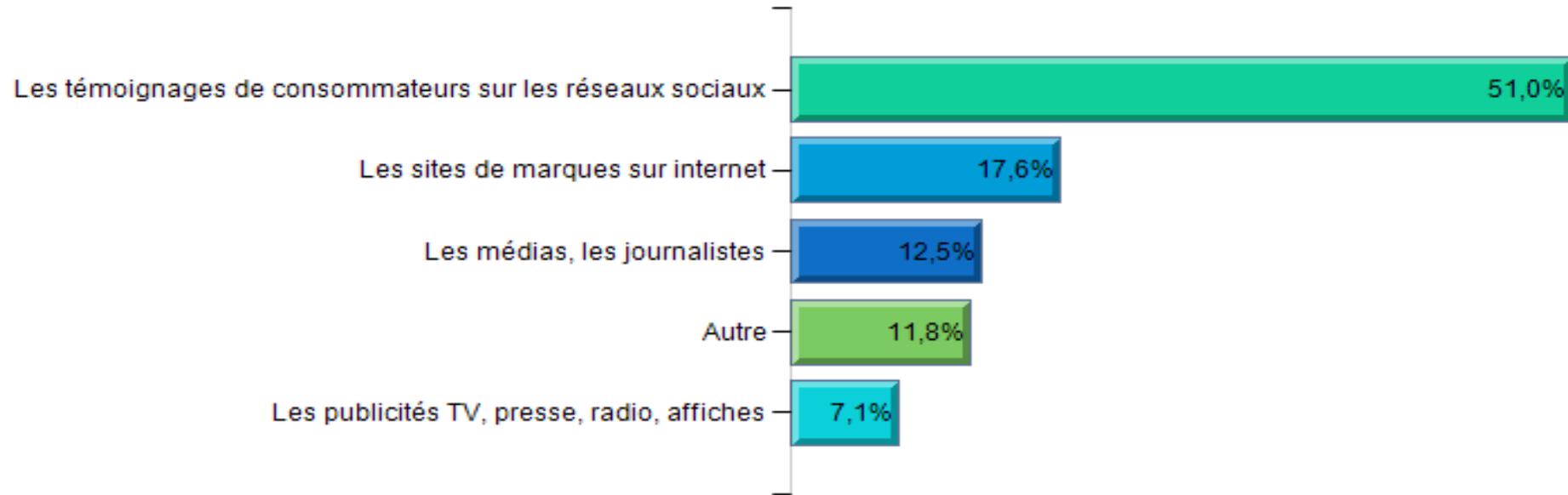


L'humain capital confiance du consommateur : le producteur/pêcheur à 81% et le marayeur à 32%.

Les poissonneries indépendantes à 31%.

Faible confiance en les organismes publics nationaux ou régionaux (10,1% des répondants).

Si vous devez rechercher des informations sur des marques de produits de la mer, quelle source vous inspire le plus confiance ? (1 seul choix possible)



Le C to C cité comme 1ère et quasi unique source valable d'information via Les réseaux sociaux à 51%.

Les sites internet des marques pour 17,6% des répondants.

BILAN :

- **Une forte méconnaissance des espèces locales.**
- **Une image des produits de la mer Pays de la Loire qui laisse indifférent une forte proportion de consommateurs. Une origine qui ne se traduit pas par une image de qualité supérieure.**
- **Néanmoins des consommateurs qui plébiscitent une marque régionale et sont prêts à aider les pêcheurs et éleveurs pour qu'ils soient mieux rémunérés, ainsi que l'économie locale.**
- **Un fort besoin d'information sur la filière et les qualités distinctives des produits régionaux.**
- **Faire clairement apparaître la provenance régionale sur l'étiquetage des produits vendus : un label régional ?**