

# Les Français prêts à changer leurs habitudes de consommation pour préserver les océans

Étude mondiale sur la  
consommation de  
produits de la mer

Rapport France  
GlobeScan Incorporated  
Octobre, 2016

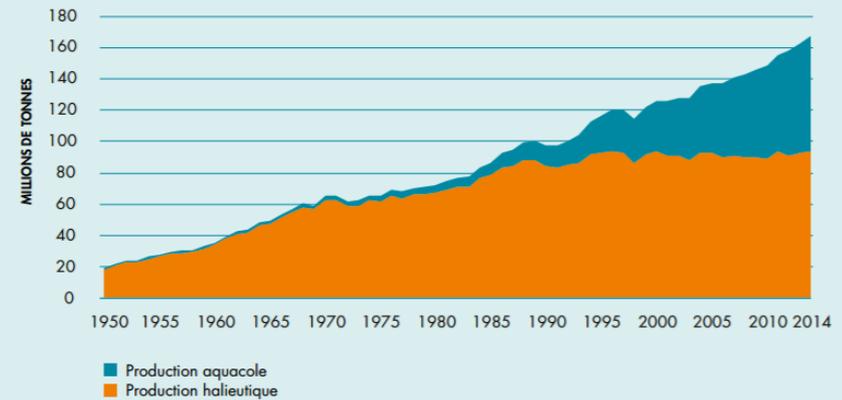
# Les produits de la mer, quels enjeux ?

- Le poisson est la principale source de protéines animales pour 1 milliard de personnes
- C'est la principale source de revenus pour 1/2 milliard d'humains
- Sur le marché des échanges de matières premières, le poisson représente 10 fois le marché du café en volume
- 31% des stocks de poissons sont surexploités et 58% exploités à leur maximum  
(FAO - Sofia 2016)

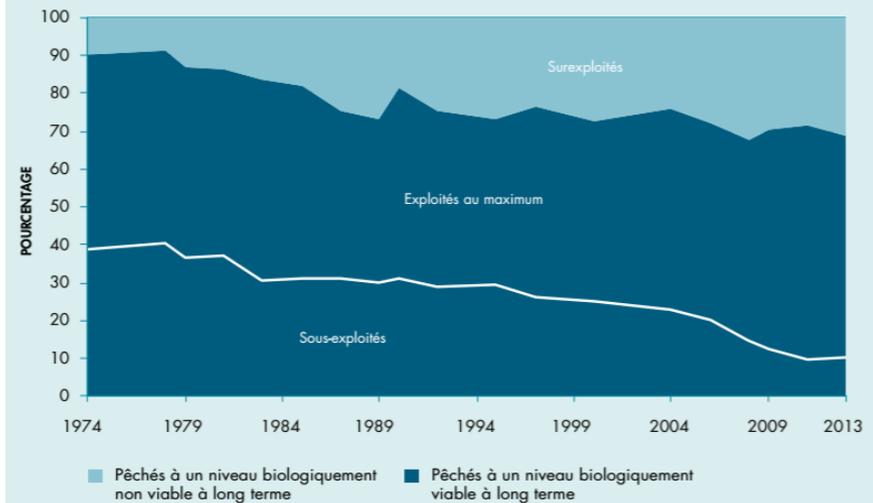
**Notre consommation de produits de la mer a un réel impact sur la sauvegarde des océans et des populations qui en dépendent**



## PRODUCTIONS HALIEUTIQUE ET AQUACOLE MONDIALES



## ÉVOLUTION DE L'ÉTAT DES STOCKS ICHTYOLOGIQUES MARINS MONDIAUX DEPUIS 1974



Source : FAO (2016)

# Le MSC aujourd'hui

- Plus de 290 pêcheries sont certifiées MSC dans plus de 30 pays (soit environ 10% des captures sauvages)
- Plus de 100 espèces de poissons et crustacés différentes
- Plus de 21 000 produits labellisés MSC dans près de 100 pays dans le monde.
- 1300 produits en France.



## **Notre objectif :**

Encourager les progrès vers une pêche durable et la consommation responsable

# Le pouvoir du consommateur dans la lutte contre la surpêche

Les pêcheries qui répondent Référentiel MSC sont certifiées indépendamment

- Les consommateurs comprennent-ils la valeur de l'indépendance MSC ?

Les distributeurs et restaurants choisissent des produits de la mer labellisés MSC

- Quelle est la demande des consommateurs pour des produits de la mer durables ?

Les pêcheries choisissent d'améliorer leurs pratiques et s'engagent dans le programme MSC

- Quelle est la demande pour des produits de la mer labellisés MSC ?

La demande du marché pour des produits de la mer labellisés MSC augmente

- Comment accroître la confiance et la demande pour des produits de la mer durables ?

La traçabilité dans la chaîne assure que seuls les produits venant de pêcheries certifiées MSC portent le label

- Les consommateurs ont-ils confiance dans le label MSC ?
- Le comprennent-ils ?

Les consommateurs choisissent des produits labellisés MSC

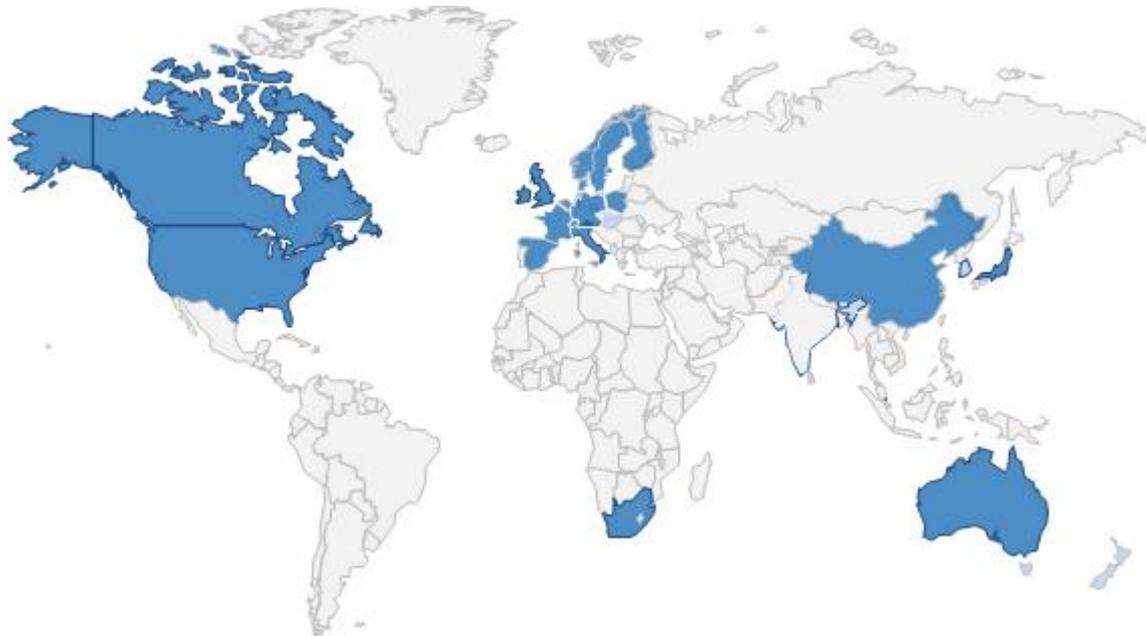
- La durabilité est-elle un critère d'achat ?

**Le MSC place le consommateur au cœur de son approche systémique contre la surpêche**



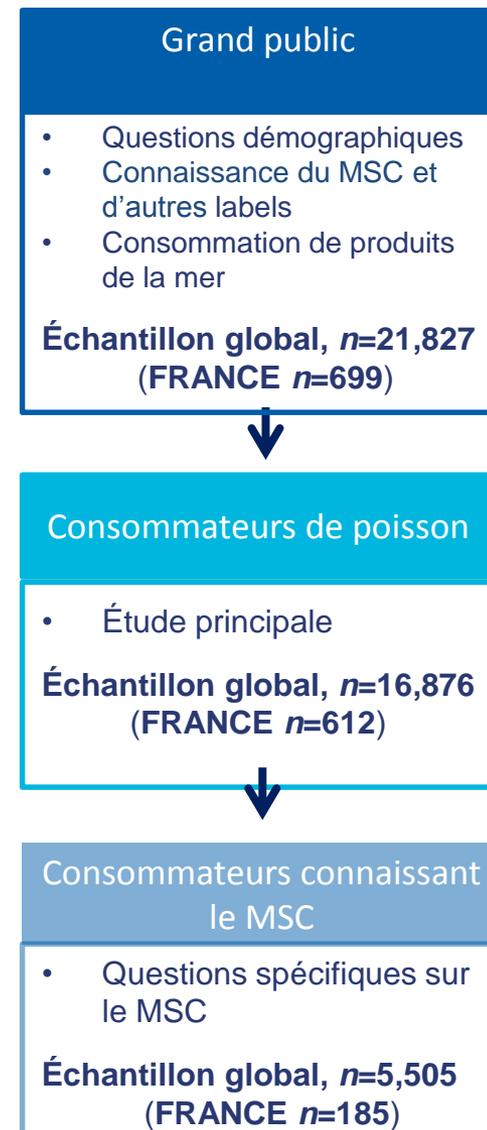
# L'étude

- Le Marine Stewardship Council a chargé GlobeScan de conduire une étude mondiale sur les perceptions des consommateurs en 2016.
- L'étude 2016 a été conduite dans 21 pays : Australie , Autriche , Belgique, Canada, Chine, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Japon, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Singapour, Afrique du Sud, Espagne, Suède, Suisse, Royaume-Uni et USA.
- Présentation des résultats obtenus pour la France



# Méthodologie

- L'enquête a été réalisée en ligne en utilisant des panels de consommateurs à l'échelle nationale larges et fiables dans chaque pays.
- La taille de l'échantillon global interrogé pour l'enquête principale auprès des consommateurs de produits de la mer est de 16,876 ; un minimum de 600 consommateurs de produits de la mer ont été interrogés dans chaque pays.
- Les consommateurs de produits de la mer ont été sélectionnés et définis comme les personnes vivant dans un foyer où des produits de la mer ont été achetés au cours des deux derniers mois.
- Avant de filtrer les personnes interrogées, des questions démographiques et de connaissances préalables ont été posées à un éventail plus large de personnes représentant le grand public dans chaque pays; les données ont ensuite été pondérées en fonction des paramètres démographiques clés (sexe, âge, région, éducation) de chaque pays.
- Ces résultats ne peuvent être strictement comparés aux résultats des années précédentes, étant donné que l'étude se base sur une méthodologie et des questions différentes.





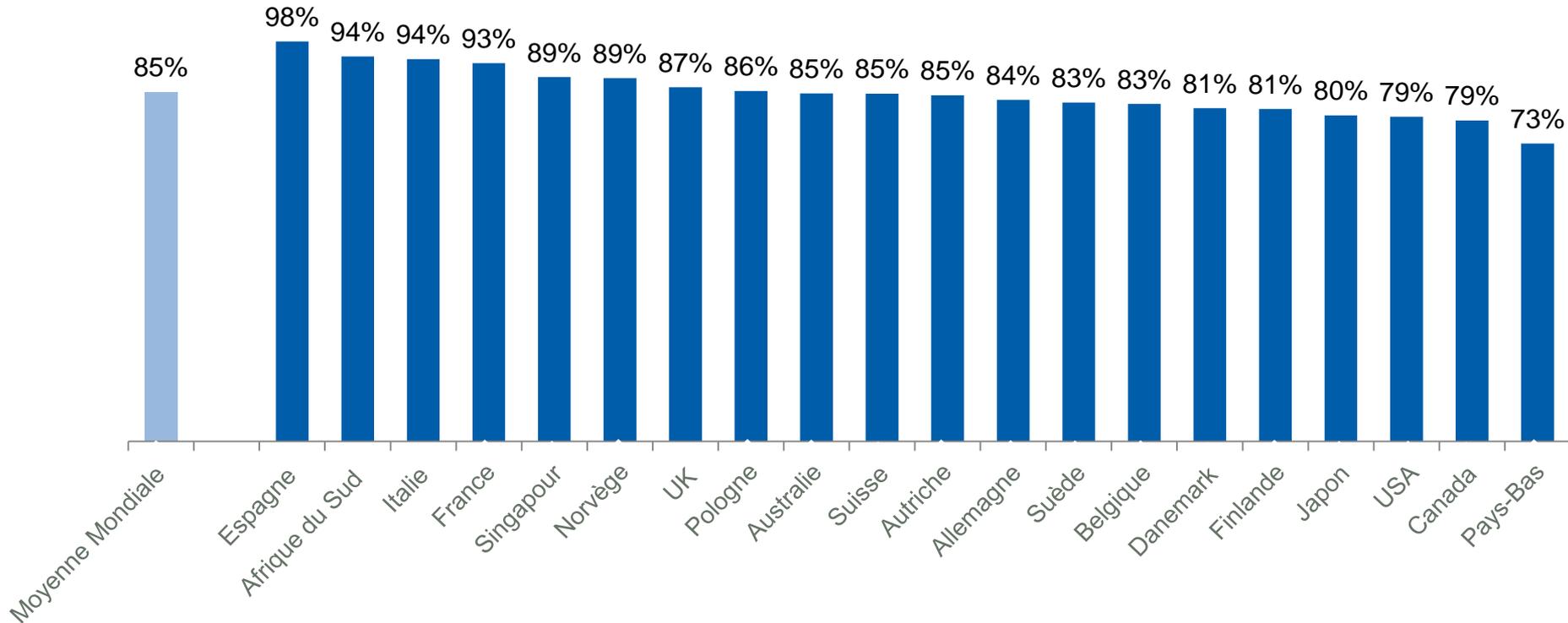
# Les Français et la consommation de poisson



# Achats de produits de la mer - Monde

*En France, les consommateurs de produits de la mer sont nombreux : 93% des consommateurs disent avoir acheté dans leur foyer du poisson dans les deux derniers mois, contre 85% en moyenne dans les 21 pays inclus dans l'étude globale. La France arrive derrière l'Espagne, l'Afrique du Sud et l'Italie.*

## Achat de produits de la mer dans un foyer dans les 2 derniers mois



Base: Grand public,  $n=21,812$ , voir les tailles d'échantillons par pays en annexe

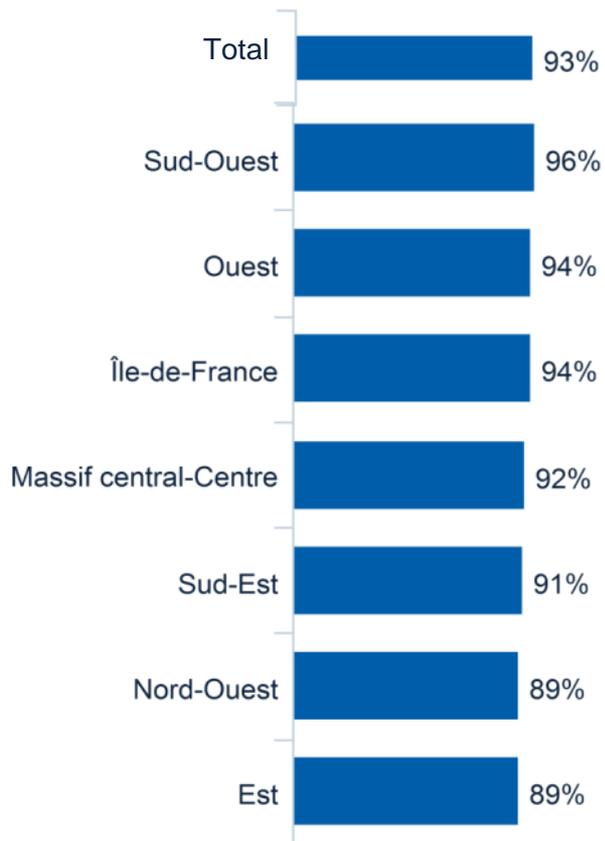
Question: 2.1 Une personne de votre foyer (vous inclus) a-t-elle acheté du poisson ou des produits de la mer ces deux derniers mois ?

# Achats de produits de la mer

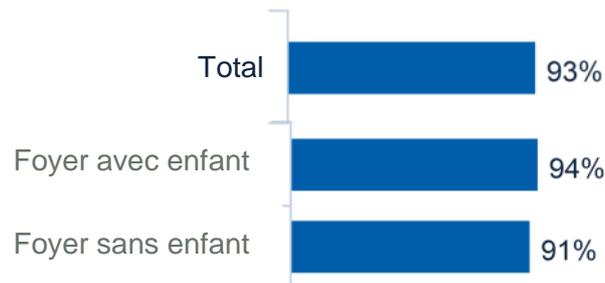


*La proportion des acheteurs est relativement similaire d'une région à une autre, quelque soit la configuration du foyer, l'âge ou le genre.*

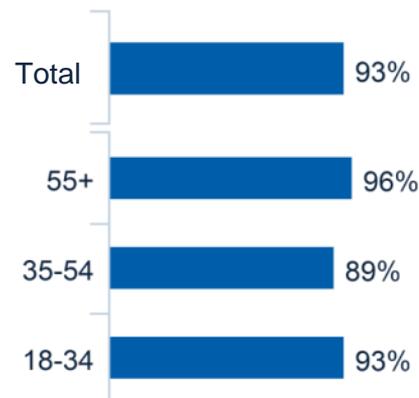
## Achat de produits de la mer, par région



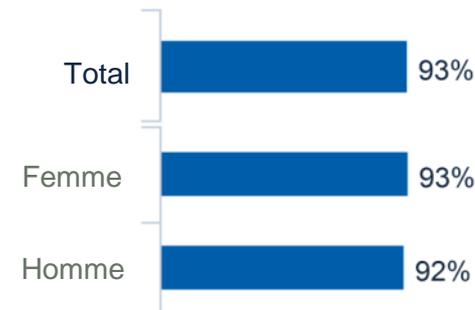
## Parents/non parents



## Par âge



## Par genre



Base: Grand public, France  $n= 699$

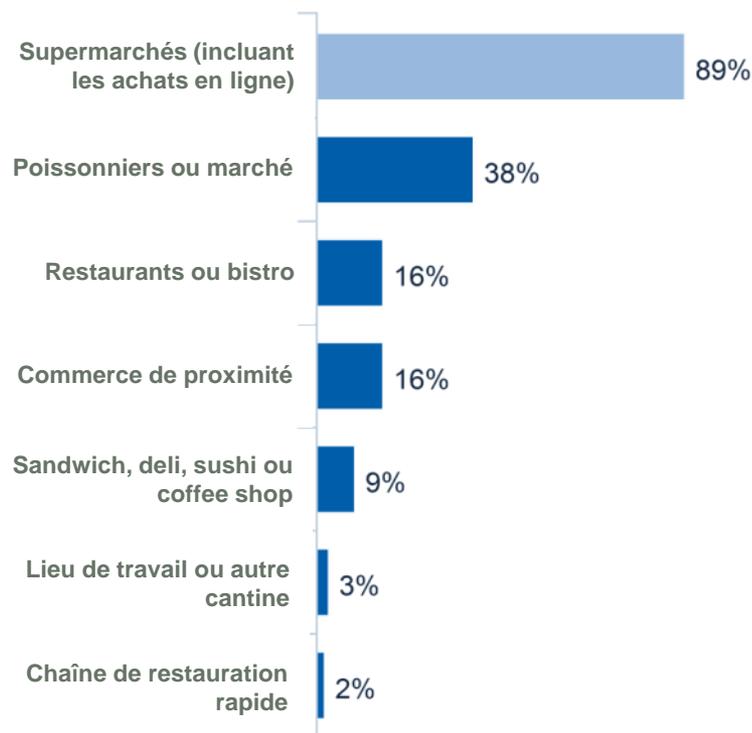
Question: 2.1 Une personne de votre foyer (vous inclus) a-t-elle acheté du poisson ou des produits de la mer ces deux derniers mois ?



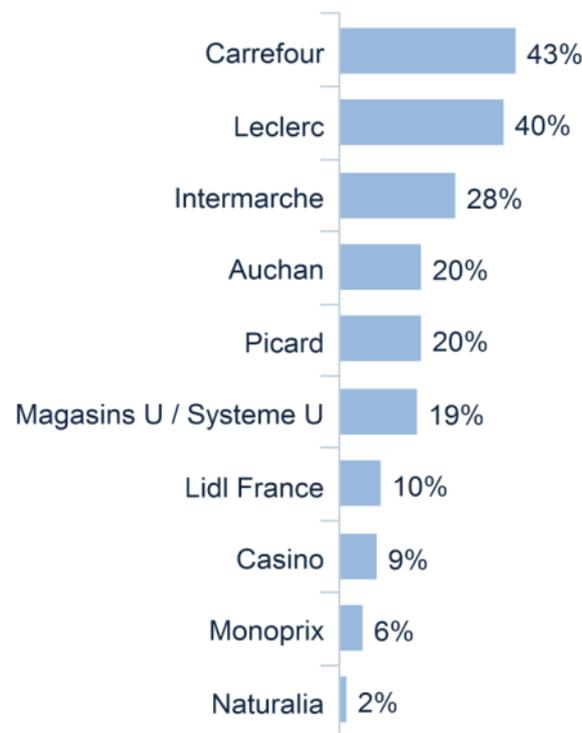
# Où se font les achats de produits de la mer ?

Les supermarchés sont les lieux d'achats préférés de la majorité des consommateurs de produits de la mer, largement devant les poissonniers et les marchés ; Carrefour et Leclerc sont les distributeurs les plus populaires.

## Type de point de vente



## Distributeurs\*



Base: Consommateurs de pdm, France n=612

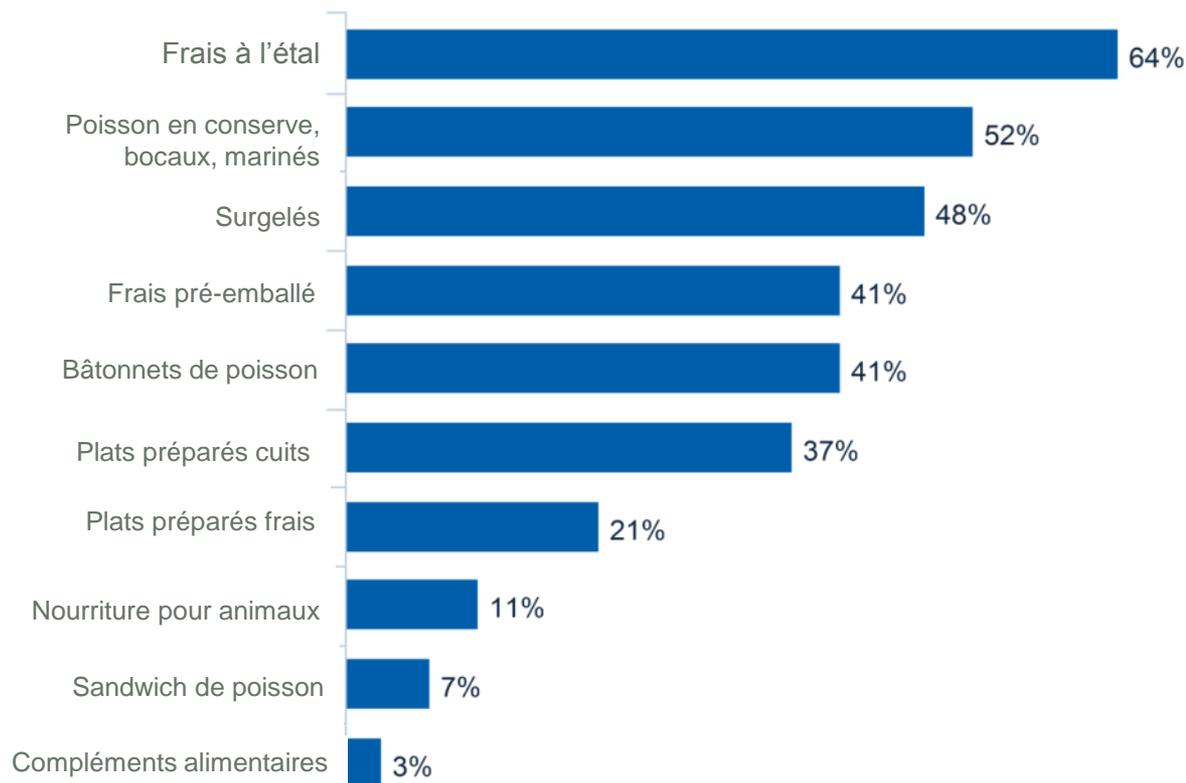
\*Base pour le graphique distributeurs : Consommateurs de pdm qui achètent du poisson dans les supermarchés seulement

Question: 2.3 Où vous ou votre famille achète habituellement le poisson et les produits de la mer ? Merci de sélectionner toutes les réponses qui conviennent 2.4 Dans quel supermarché les achetez-vous ? Merci de sélectionner toutes les réponses qui conviennent

# Types de produits de la mer fréquemment achetés



*Le poisson frais est le type de produits de la mer le plus fréquemment acheté par les consommateurs français, par près de 2 consommateurs sur 3. Les produits de la mer en conserve et congelés font aussi partie des achats réguliers d'un consommateur sur deux.*



Base: Consommateurs de pdm, France

n= 612

Question: 4.1 Quel type de produits de la mer avez-vous l'habitude d'acheter fréquemment ? Plusieurs choix possibles



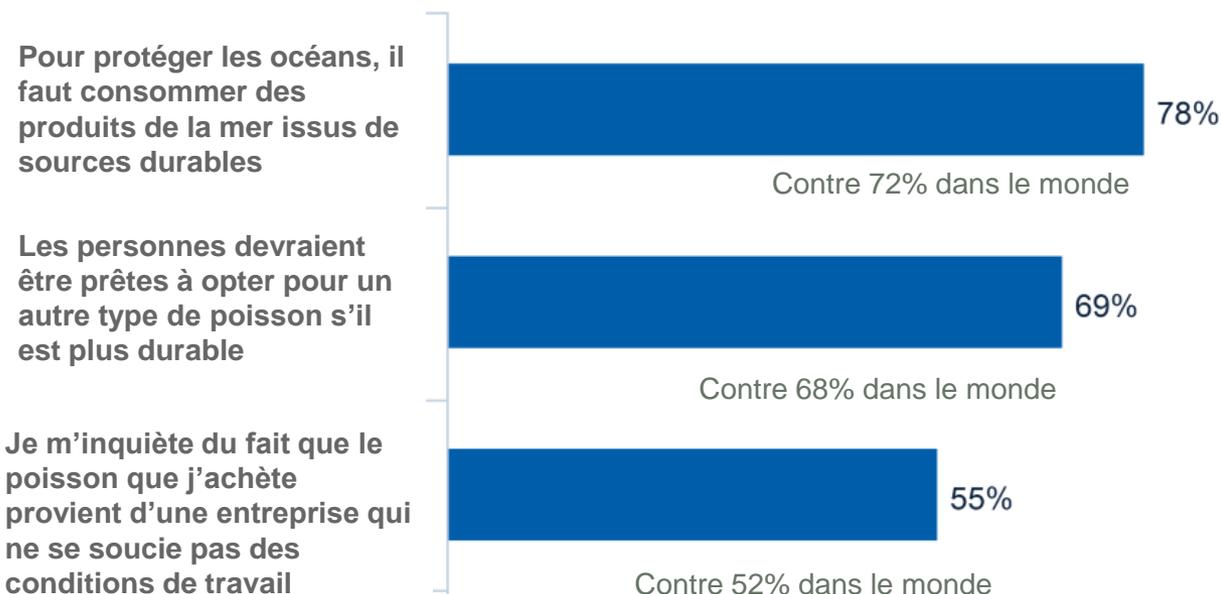
# Durabilité et Traçabilité

# Sensibilité à la durabilité des produits de la mer



*Les consommateurs de produits de la mer français sont conscients des problématiques liées à la durabilité des océans. 8 sur 10 s'accordent sur le fait qu'il faut consommer des produits de la mer issus de sources durables pour protéger les océans et 7 sur 10 disent être prêts à adapter leur propres habitudes d'achat de poisson.*

Décrit correctement mon opinion, top trois (5+6+7) sur une échelle de 7



Pour protéger les océans, il faut consommer des produits de la mer issus de sources durables - Âge



Base: Consommateurs de pdm, France n= 612

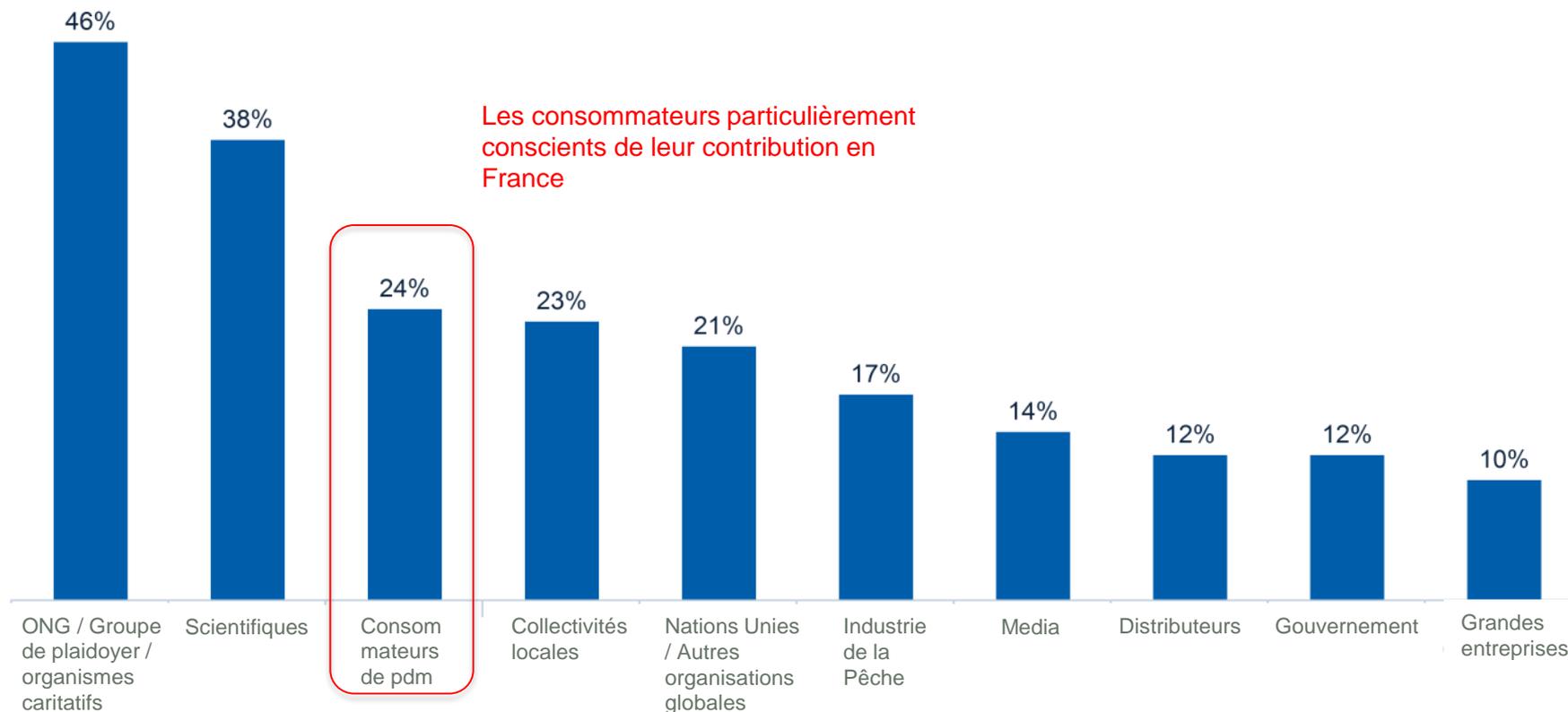
Question: 5. A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".

# Contribution de différents acteurs dans la protection des océans



*Les ONG détiennent beaucoup d'influence lorsqu'il s'agit de leur contribution perçue pour la protection des océans, suivies par les scientifiques; les consommateurs de produits de la mer français se sentent également habilités à jouer un rôle dans ce domaine.*

Contribue "fortement" à la protection des océans, top deux (6+7 sur une échelle de 7)

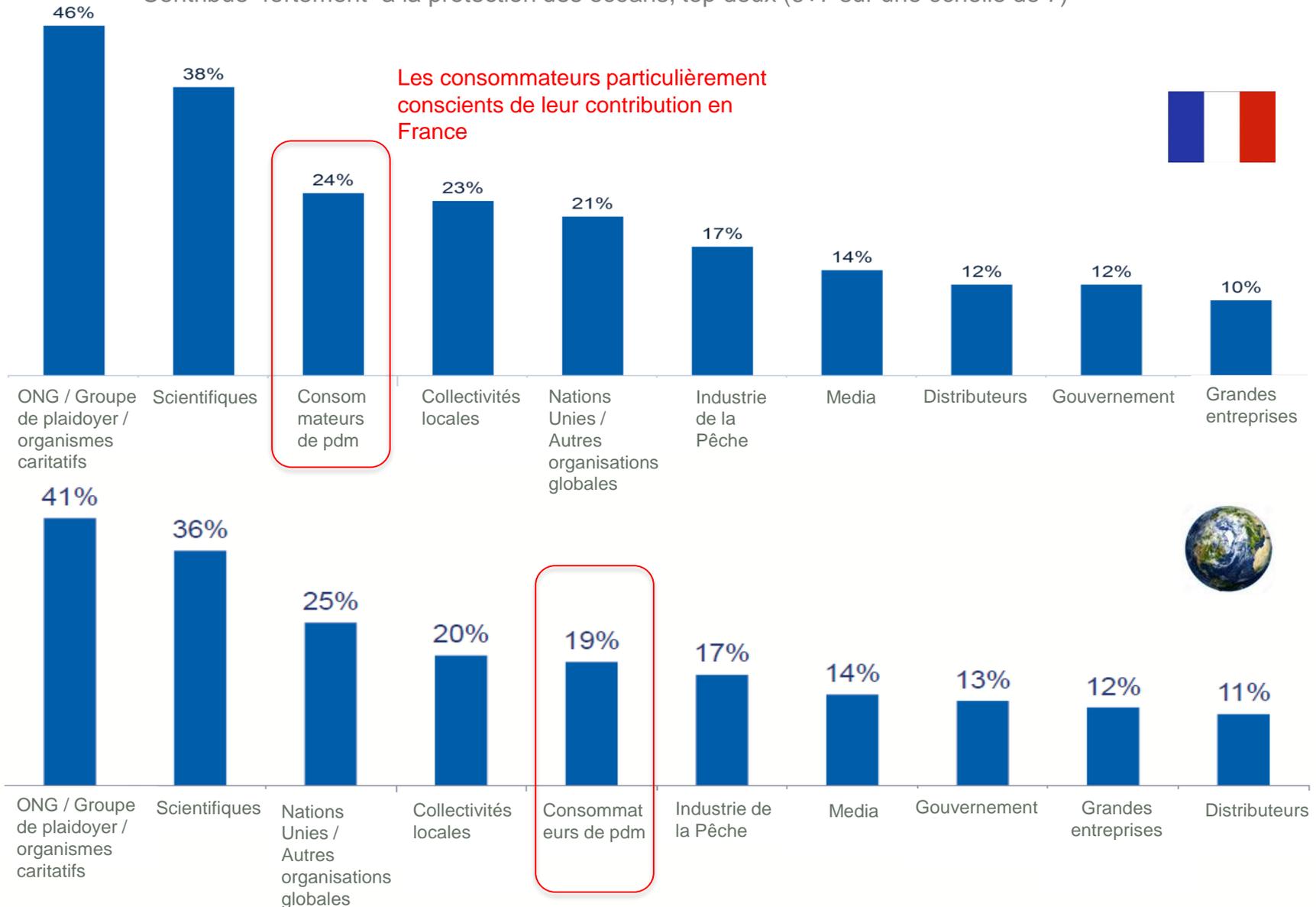


Base: Consommateurs de pdm, France  $n=612$

Question: 3.1. A quel point les institutions suivantes contribuent à la préservation des océans ? Notez de 1 à 7, sachant que 1 vaut pour "Contribue peu" et 7 pour "Contribue très fortement"

# Contribution des acteurs : France et Monde

Contribue "fortement" à la protection des océans, top deux (6+7 sur une échelle de 7)



# La demande pour plus de traçabilité



*La demande pour plus de traçabilité est très grande, même si des doutes quant aux déclarations persistent.*

Décrit bien mon opinion, top trois (5+6+7 sur une échelle de 7)

## Traçabilité

Je veux savoir que le poisson que j'achète offre une traçabilité jusqu'à une source connue et de confiance



Je doute parfois que le poisson dans le produit que j'achète est bien celui annoncé



## Sauvage vs Élevage

Je comprends la différence entre poisson sauvage et poisson d'élevage



Les produits de la mer sauvages sont meilleurs que les produits d'aquaculture



Base: Consommateurs de pdm, France  $n=612$

Question: 5. A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".

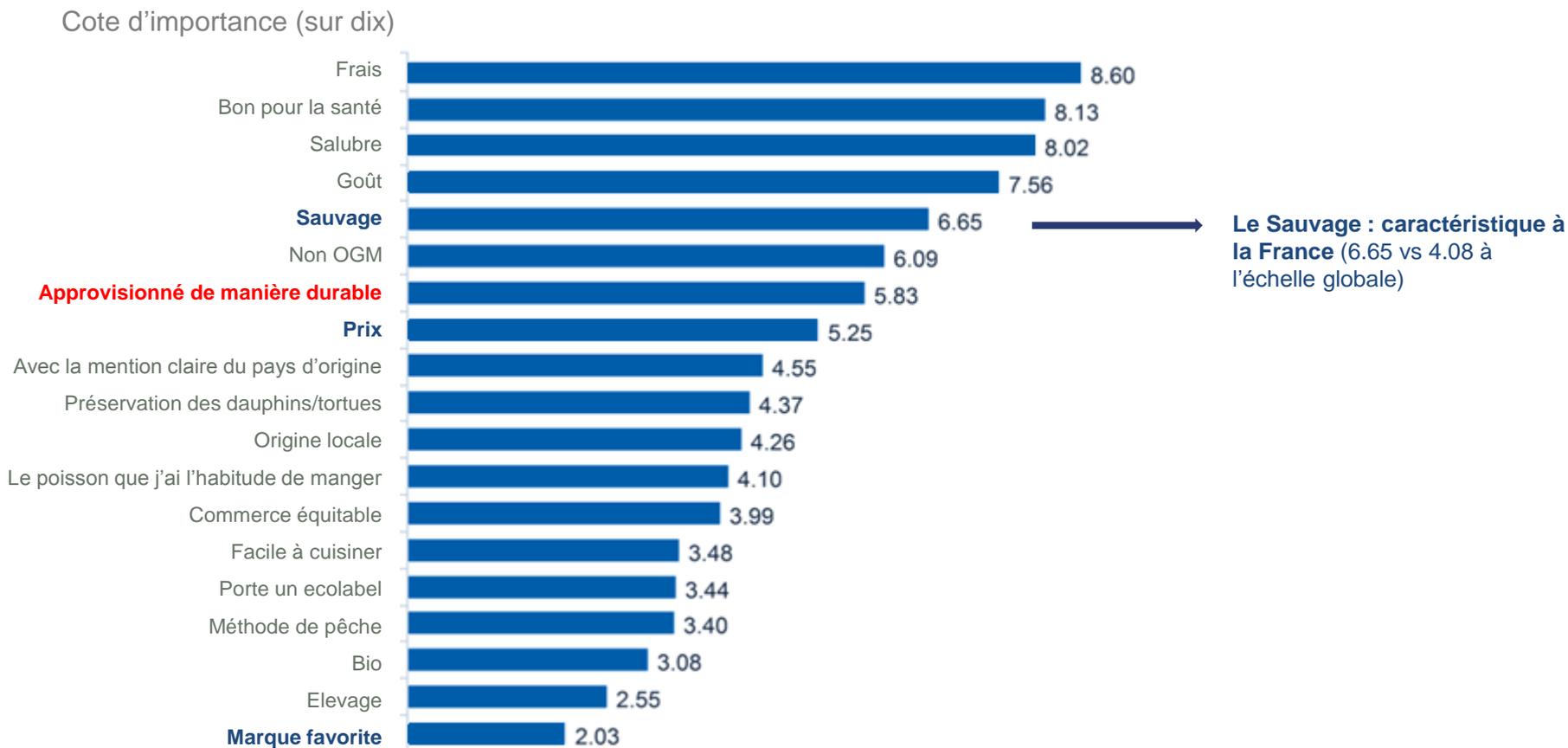


# Les motivations d'achat



# Motivations d'achat de poisson

*Si la durabilité est classée au dessus du prix et de la marque, elle ne figure toutefois pas encore parmi les cinq premières motivations d'achat. Le consommateur français est conscient des problèmes de surpêche, pense qu'il peut agir même si ce n'est pas encore visible dans ses actes d'achat.*



Base: Consommateurs de pdm, France n= 612

Question: 4.2 Lorsque vous pensez à votre dernier achat '[réponse à 4.1]', quelles sont les 5 considérations suivantes les plus et les moins importantes ? [Chaque personne interrogée voit 8 jeux de 5 considérations à la suite]

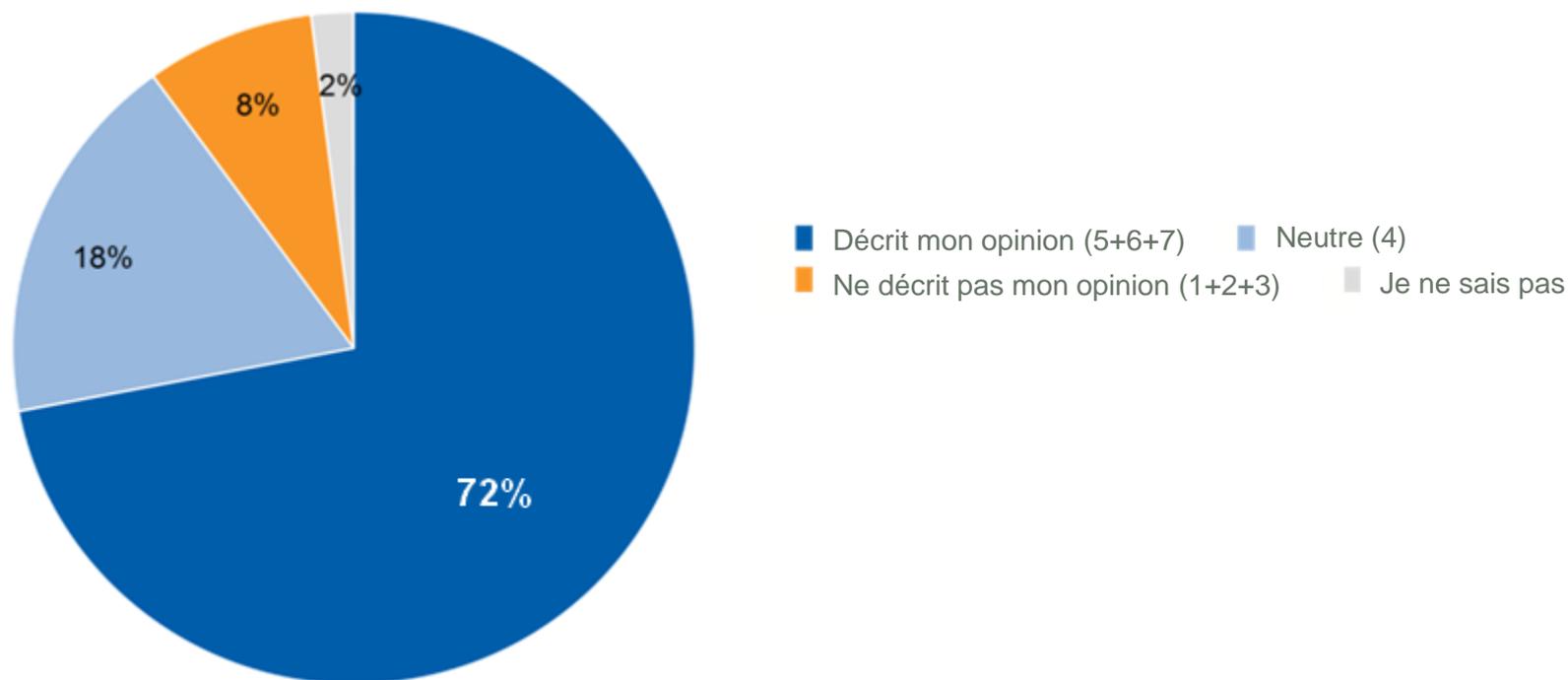
# La labellisation



# Demande pour une labellisation indépendante

*Près de ¾ des consommateurs français ressentent le besoin d'une certification indépendante pour attester de la durabilité d'une marque ou d'un distributeur*

**Les déclarations de marques et distributeurs sur la durabilité et l'environnement doivent être clairement labellisées par une organisation indépendante**



Base: Consommateurs de pdm, France

n= 612

Question: 5. A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".

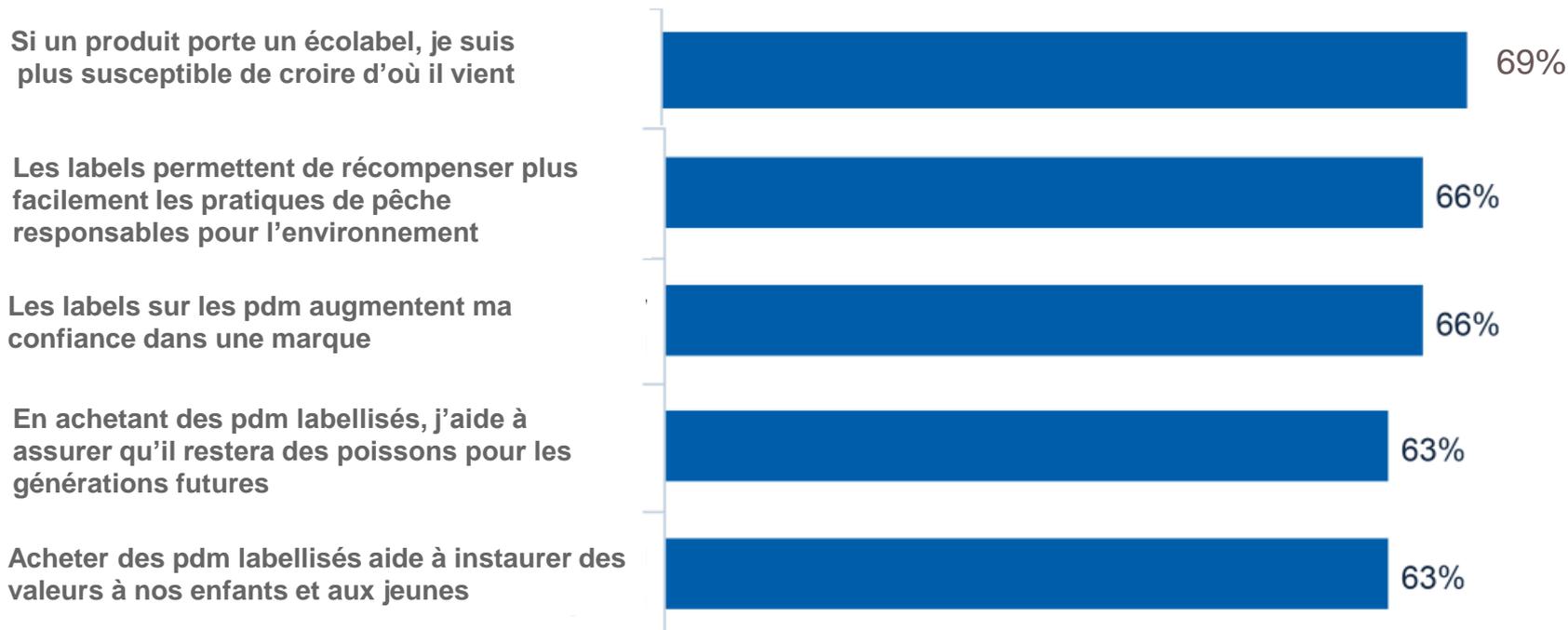
# Bénéfices de la labellisation des produits de la mer



*L'un des bénéfices les plus importants de la labellisation est l'augmentation de la confiance pour la marque pour 2/3 des consommateurs de produits de la mer français;*

La promotion des valeurs citoyennes (récompenser une pêche responsable, inculquer des valeurs aux générations futures et assurer la conservation des espèces) est également un autre résultat clé.

Décrit bien mon opinion, top trois (5+6+7 sur une échelle de 7)



Base: Consommateurs de pdm, France

n= 612

Question: 8 A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".

# Des valeurs derrière les labels



Décrit bien mon opinion, top trois (5+6+7 sur une échelle de 7)



Base: Consommateurs de pdm, France  $n=612$

Question: 8 A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".

# Un travail de pédagogie à poursuivre



*Les consommateurs de produits de la mer sont encore 6 sur 10 à dire ne pas faire attention aux produits labellisés lorsqu'ils font leurs courses.*

Décrit bien mon opinion, top trois (5+6+7 sur une échelle de 7)



Base: Consommateurs de pdm, France

n= 612

Question: 8 A quel point chacune des déclarations suivantes décrit votre opinion ? Notez entre 1 et 7 sachant que 1 vaut pour "Ne décrit pas très bien mon opinion" et 7 tient pour "Décrit très bien mon opinion".



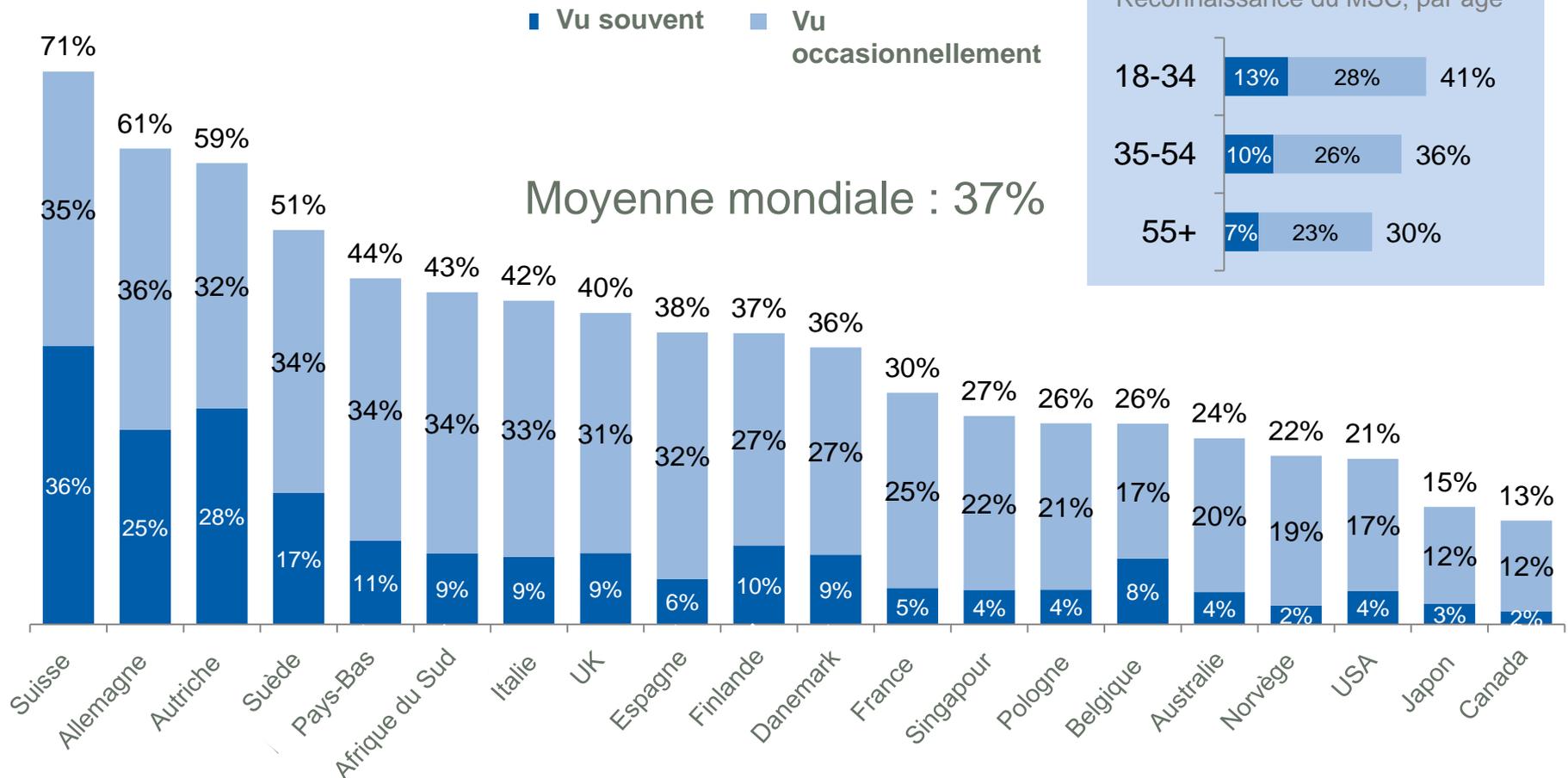
# Reconnaissance et compréhension du MSC



# Reconnaissance du MSC - Monde

C'est dans des pays établis que la reconnaissance du MSC est la plus élevée (Autriche, Allemagne et Suisse)

Reconnaissance du label MSC (vu souvent + occasionnellement) par pays



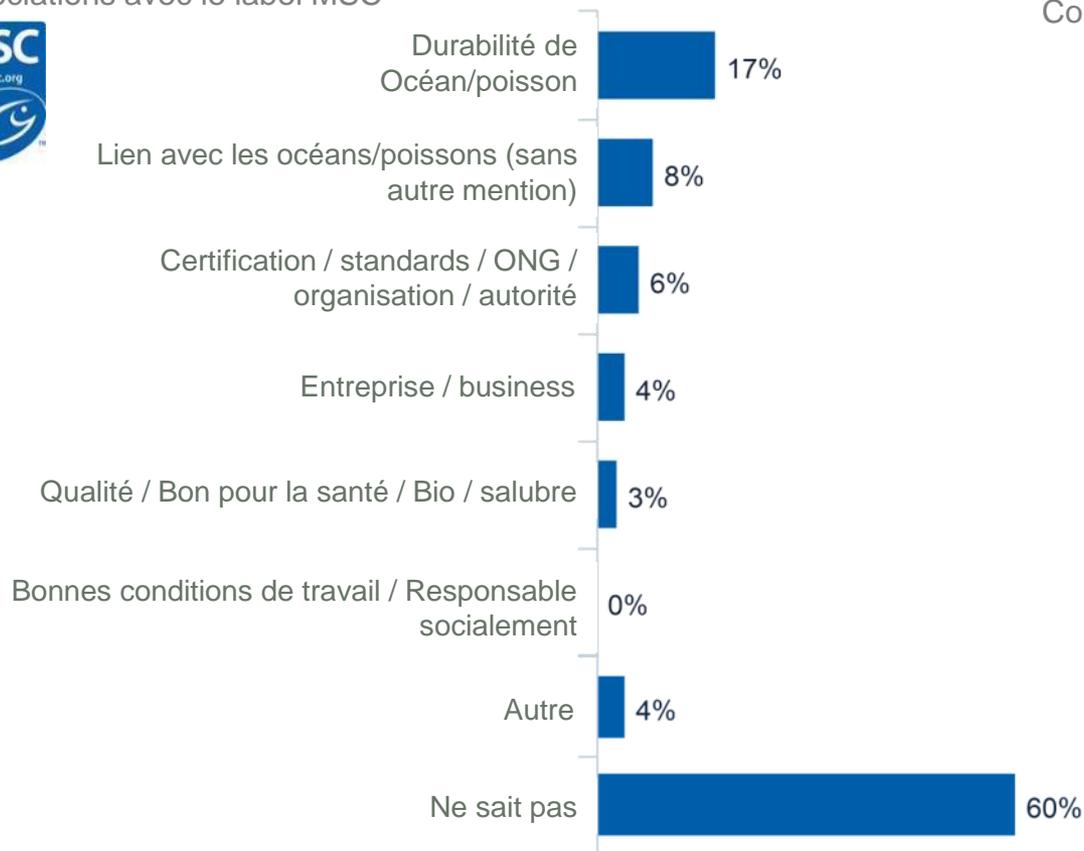
Base: Grand public, global par pays, pour les tailles des échantillons, voir en annexe  
Question: 1. Avez-vous déjà vu ce logo ?



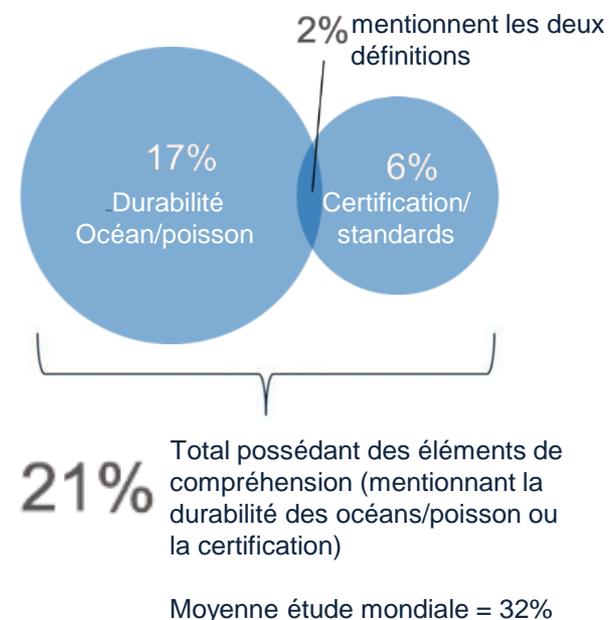
# Compréhension du label MSC

Lorsqu'on demande ce que représente le logo MSC, 21% des consommateurs de produits de la mer sont capables de l'associer à un programme sur la durabilité, les océans ou la certification.

## Associations avec le label MSC



## Compréhension du label MSC



Base: Consommateurs de pdm, France

n=612

Question: 6. Que signifie ou représente ce logo ? Merci de fournir le plus d'explications possibles

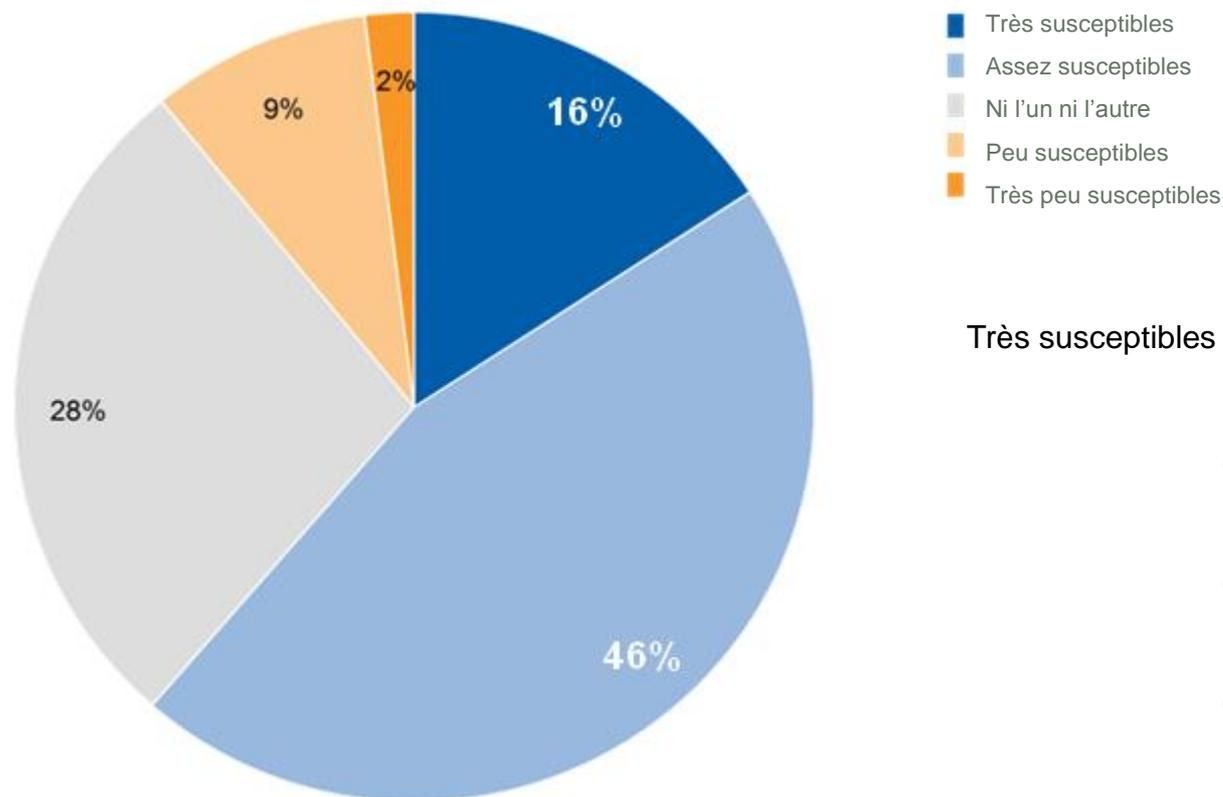


# Confiance dans le MSC

# Êtes-vous prêt à recommander le MSC ?

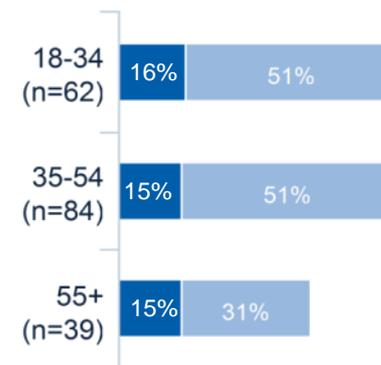


Parmi ceux qui ont vu le label MSC, près de six sur dix (62%) sont susceptibles de recommander des produits certifiés à leurs proches; ce bouche-à-oreille positif est plus apte à intervenir chez les 18-34 ans et 35-54 ans.



- Très susceptibles
- Assez susceptibles
- Ni l'un ni l'autre
- Peu susceptibles
- Très peu susceptibles

Très susceptibles + assez susceptibles, par âge



Base: Connaisseurs du MSC, France

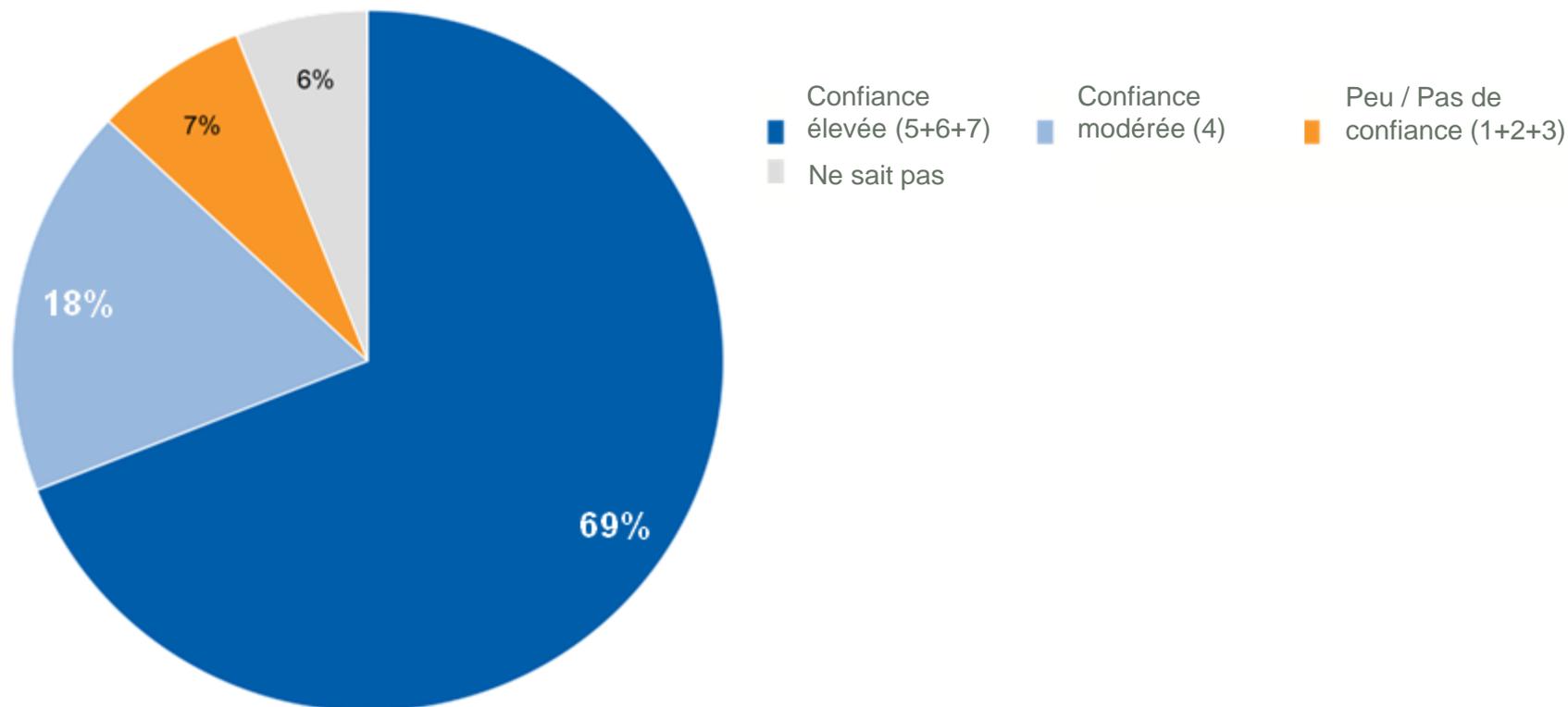
n= 185

Question: 12.2 A quel point êtes-vous prêts à recommander les produits certifiés MSC à vos proches ?

# Confiance dans le label MSC



87% des consommateurs qui connaissent le MSC disent avoir confiance dans le label.



Base: Connaisseurs du MSC, France

n= 185

Question: 9.2 Quelle est la confiance que vous accordez à cette organisation ? Répondre de 1 à 7, 1 pour "Pas de confiance", 7 pour "confiance élevée"



# Les points clés

# Les points clés



- Les consommateurs français sont sensibles à la préservation des océans (78%)
- 69% des consommateurs français se disent prêts à changer leurs habitudes d'achat en faveur d'une alternative durable
- La durabilité n'est pas dans les 5 premiers critères d'achat de produits de la mer.
- Pour 6 consommateurs sur 10 la labellisation indépendante est une preuve de réassurance
- 87% des consommateurs qui connaissent le label MSC en ont confiance
- En important plus de 80% des produits de la mer consommés en France, nous jouons un rôle non négligeable dans la pression exercée par les Océans
- Un acte clé pour le consommateur en France : consommer du poisson de source durable



# Annexes

# Principaux résultats - France



## Achat produits de la mer (pdm)

**93%**  
achètent des pdm  
régulièrement

Base: Grand public, France  
n= 699

Motivations d'achat secondaires importantes

- 1 **Bon pour la santé**
- 2 **Sauvages**
- 3 **Non OGM**

Base: Consommateurs de pdm, France n= 612

## Attitudes

Pour protéger les océans,  
il faut consommer des  
pdm issus de sources  
durables **78%**

Les déclarations des  
marques sur la durabilité  
doivent être labellisées  
par un org. indépendant. **72%**

Lorsque c'est possible  
je préfère les pdm  
portant un écolabel **65%**

n= 612

Base: Consommateurs de pdm, France

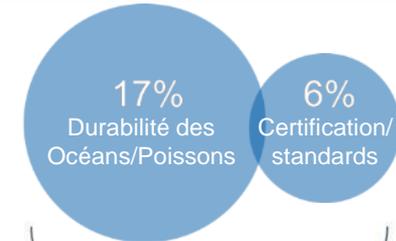
## Reconnaissance du label MSC



Total -  
Reconnaissance  
**30%**

Base: Grand public, France n= 699

## Compréhension du label MSC



Total -  
compréhension  
**21%**

Base: Consommateurs  
de pdm, France  
n= 612

## Confiance dans le MSC

High trust Moderate trust Little/no trust Don't know



Total -  
Confiance  
**87%**

Base: Connaisseurs du MSC, France  
n= 185

# Principaux résultats - Monde

## Achat produits de la mer (pdm)

**85%**  
achètent des pdm  
régulièrement

Base: Grand public, Global  
n= 21827

Motivations d'achat secondaires importantes

- 1 **Bon pour la santé**
- 2 **Durable**
- 3 **Non OGM**

Base: Seafood consumers, Global n= 16876

## Attitudes

Pour protéger les océans,  
il faut consommer des  
pdm issus de sources  
durables



Les déclarations des  
marques sur la durabilité  
doivent être labellisées  
par un org. indépendant.

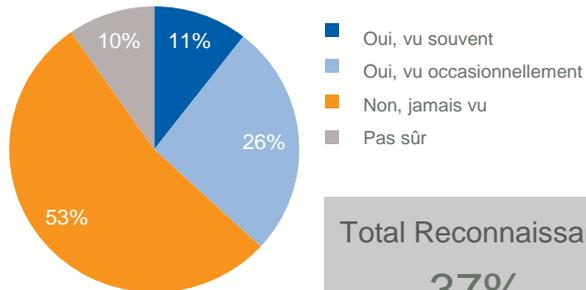


Lorsque c'est possible  
je préfère les pdm  
portant un écolabel



Base: Consommateurs de pdm, Global  
n= 16876

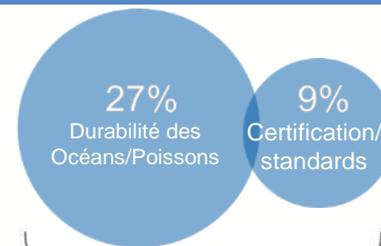
## Reconnaissance du label MSC



Total Reconnaissance  
**37%**

Base: Grand public, Global n= 21827

## Compréhension du label MSC



Total -  
compréhension  
**32%**

Base:  
Consommateurs de  
pdm, Global  
n= 16876

## Confiance dans le MSC

High trust Moderate trust Little/no trust Don't know



Total  
Confiance  
**86%**

Base: Connaisseurs du MSC, Global  
n= 5505

# Taille des échantillons dans chaque pays et dates d'enquête

Country	Sample size			Field dates
	General public	Seafood consumers	MSC aware	
Australia	767	619	168	13 January – 8 February 2016
Austria	865	640	427	27 January – 22 February 2016
Belgium	851	612	177	22 January – 17 February 2016
Canada	1,355	1,013	148	27 January – 8 February 2016
China	1,211	1,029	N/A	21 January – 16 February 2016
Denmark	867	601	232	22 January – 22 February 2016
Finland	824	620	245	25 January – 11 February 2016
France	699	612	185	22 January – 8 February 2016
Germany	1,331	1,034	684	26 January – 8 February 2016
Italy	732	650	N/A	22 January – 9 February 2016
Japan	882	663	137	22 January – 9 February 2016
Netherlands	1,576	1,009	520	22 January – 17 February 2016
Norway	753	605	158	22 January – 19 February 2016
Poland	775	610	170	12 January – 29 January 2016
Singapore	734	607	N/A	19 January – 22 February 2016
South Africa	719	621	N/A	13 January – 9 February 2016
Spain	665	607	230	25 January – 16 February 2016
Sweden	1,467	1,002	534	12 January – 31 January 2016
Switzerland	811	653	493	27 January – 12 February 2016
UK	1,248	1,006	432	8 January – 22 February 2016
USA	2,695	2,063	565	8 January – 22 February 2016

Note: dans les moyennes mondiales, les consommateurs de produits de la mer dans chaque pays sont pondérés de manière égale; ceci n'affecte pas les données par pays



### **À propos de GlobeScan**

GlobeScan est un cabinet de conseil, spécialisé dans les consultations et dialogues avec les parties prenantes (internes et externes). Des études d'opinion à la conduite de programmes d'engagement en passant par le conseil stratégique, GlobeScan accompagne ses clients dans la gestion de leurs enjeux de réputation, développement durable / RSE, et de « corporate purpose »

[www.globescan.com](http://www.globescan.com)