



LES FRANÇAIS VEULENT CONSOMMER DU POISSON SAUVAGE DANS LE FUTUR, MAIS PAS À N'IMPORTE QUELLE CONDITION !

L'étude Globescan 2018 montre que les préoccupations environnementales des français et leur volonté d'agir pour la préservation des ressources marines prennent de l'ampleur. Au moment de choisir son poisson, la durabilité compte autant que le prix. Face à l'urgence d'agir pour la santé des océans, c'est un signal important !



22
pays sont représentés dans cette étude

Plus de 25 000 personnes (dont 18 909 consommateurs de produits de la mer) ont été interrogées dans le monde. En France, 856 personnes au total ont été sondées (dont 697 consommateurs de produits de la mer). Les chiffres ont été pondérés afin d'être représentatifs de la population nationale par sexe, âge, région et éducation.

92%

des consommateurs de produits de la mer reconnaissent qu'il faut préserver les approvisionnements en poisson pour les générations futures



LA LABELLISATION INDÉPENDANTE AUGMENTE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

76%

des consommateurs de produits de la mer sont favorables à une certification indépendante (contre 72% en 2016)



84%

des consommateurs de produits de la mer souhaiteraient que les entreprises leur parlent davantage de la durabilité de leur poisson

12%

des captures mondiales de produits de la mer sauvages viennent de pêcheries certifiées MSC

La compréhension et la reconnaissance du label MSC augmentent en France, comme dans le monde



100% 50% 0%
Compréhension du label MSC, % Pays non inclus dans l'étude

31%

des consommateurs de produits de la mer en France comprennent les garanties du label MSC (contre 20% en 2016)

36%

des français ont déjà vu le label MSC (contre 30% en 2016)



LA DURABILITE COMPTE ET LES FRANÇAIS SONT PRÊTS À AGIR



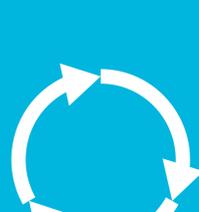
93%

des français ont acheté des produits de la mer régulièrement durant les deux derniers mois



74%

des consommateurs de produits de la mer en 2018 se disent prêts à changer leurs habitudes d'achat en faveur d'une alternative durable (contre 69% en 2016)



80%

des consommateurs de produits de la mer reconnaissent que la sauvegarde des océans passe par une consommation de produits de la mer durables

POUR LES FRANÇAIS, LES ONGS ET SCIENTIFIQUES CONTRIBUENT À LA PROTECTION DES OcéANS

Quand on interroge les français sur la contribution des organisations pour la sauvegarde des océans, les ONGs et les scientifiques arrivent en tête.

46%

des consommateurs de produits de la mer pensent que les ONGs contribuent efficacement à la protection des océans

39%

des consommateurs de produits de la mer pensent que les organisations scientifiques contribuent efficacement à la protection des océans

18%

Les gouvernements nationaux, les grandes entreprises, les médias et les distributeurs sont moins bien placés par les français

68%

La confiance dans le label MSC reste élevée



87%

des consommateurs connaissant le MSC affirment que le programme aide à reconnaître et récompenser les pêcheries durables



85%

des consommateurs connaissant le MSC affirment que le programme aide à identifier facilement et rapidement les produits de la mer durables



À propos de l'enquête Globescan

Depuis 2010, le MSC réalise une étude bisannuelle pour mieux comprendre les attentes des consommateurs de produits de la mer. Cette année, comme en 2016, l'étude a été réalisée en collaboration avec le cabinet de recherche et conseil en stratégie, Globescan.

L'enquête a été menée entre le 12 janvier et le 10 mars 2018 dans 22 pays/marchés, auprès d'un large et fiable panel de consommateurs interrogés en ligne, avec un minimum de 600 consommateurs de produits de la mer sondés par pays. Des consommateurs d'Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chine, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Italie, Japon, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Singapour, Suède et Suisse y ont pris part.

Plus de 25 000 personnes dans le monde ont pris part à l'étude, parmi lesquelles a été défini un échantillon plus spécifique de 18 909 consommateurs de produits de la mer, lesquels affirment qu'un membre de leur foyer a acheté du poisson au moins une fois au cours des deux derniers mois. Les chiffres ont été pondérés afin d'être représentatifs de la population

nationale par sexe, âge, région et éducation. En France, ce sont 856 personnes au total qui ont été sondées, la majorité des questions ayant concerné un échantillon plus restreint de 697 consommateurs de produits de la mer.

À propos de Marine Stewardship Council (MSC)

Face aux risques de la surpêche, le MSC s'engage pour la préservation des espèces et de l'habitat marins grâce à un label exigeant qui permet aux consommateurs de faire le choix de la pêche durable. Avec la certification MSC et le label bleu, l'organisation à but non lucratif agit pour un juste équilibre entre exploitation économique des produits de la mer et préservation des ressources et de l'environnement, pour aujourd'hui comme pour demain. Avec ses 18 bureaux dans le monde, le MSC fédère pêcheurs, scientifiques, chercheurs et spécialistes internationaux en halieutique et produits de la mer.

MSC d'informations sur <http://www.msc.org/fr>

Cette enquête n'inclut pas les résultats de la Nouvelle-Zélande, afin de pouvoir permettre une comparaison juste avec les résultats de 2016