

CONSOMMATEURS DE PRODUITS DE LA MER : DES ATTENTES FORTES EN TERMES DE DURABILITÉ

Etude GlobeScan 2021 pour l'ONG Marine Stewardship Council France

VERS DES CHOIX DE CONSOMMATION PLUS ENGAGÉS

Depuis le début de la pandémie, une majorité de Français indiquent être plus attentifs à leur environnement :

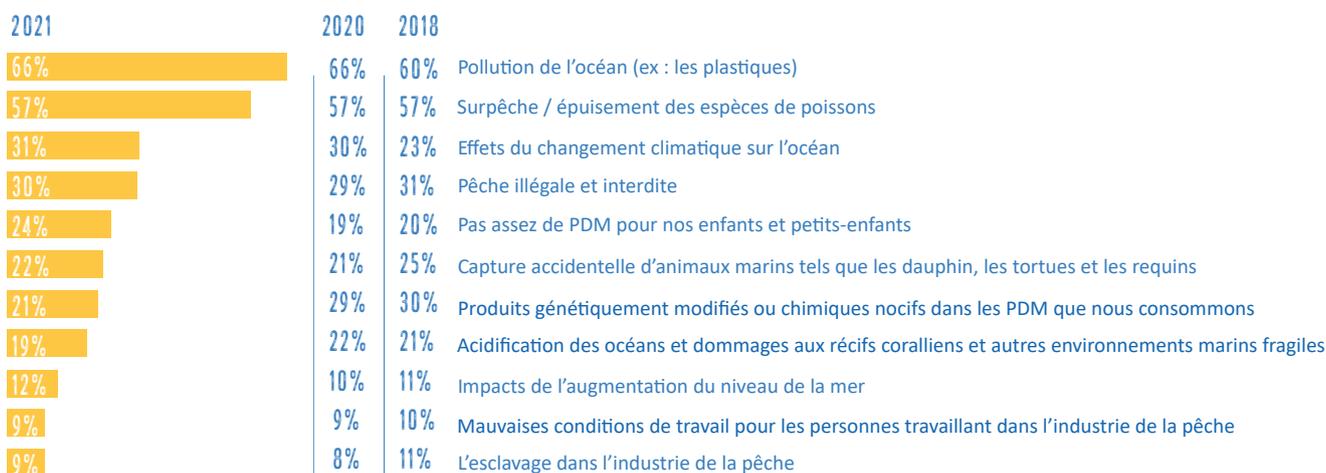
- 75% font des choix alimentaires plus conscients
- 53% ont modifié leur régime alimentaire

UNE PRISE DE CONSCIENCE ACCRUE DE LA NÉCESSITÉ DE PRÉSERVER LES OCÉANS

La surexploitation des ressources marines reste en tête des préoccupations majeures des consommateurs de produits de la mer, après la pollution. Les inquiétudes concernant les impacts du changement climatique sur le milieu marin sont en forte augmentation (+ 8% en 3 ans)

PROBLÈMES LES PLUS PRÉOCCUPANTS

(total des mentions, chaque répondant a sélectionné trois problèmes)



Depuis plus de 20 ans, l'ONG Marine Stewardship Council (MSC) s'engage pour la pêche durable et milite pour une consommation responsable à travers le monde. Tout comme nous analysons régulièrement l'impact environnemental du programme MSC dans les océans, nous suivons également l'évolution des attentes des consommateurs français de produits de la mer. L'étude que nous avons menée en 2021, après une année de pandémie, nous renseigne sur les évolutions récentes des modes de consommation des Français en matière de produits de la mer. Cette enquête a été réalisée avec le cabinet de recherche GlobeScan.

Base : Consommateur de PDM, France, n-600(pondéré)
31 Q11.2 : Il existe de nombreuses menaces potentielles différentes pour les océans du monde, la faune qui y vit et les personnes qui y travaillent. Lequel de ces problèmes potentiels vous inquiète le plus ?

LA VOLONTÉ D'AGIR ET DE DEVENIR CONSOMM'ACTEUR : L'IMPORTANCE DES ÉCOLABELS

- 80%** souhaitent que les allégations environnementales des marques et supermarchés s'appuient sur des **certifications indépendantes**
- 73%** des consommateurs de produits de la mer considèrent que les écolabels augmentent la confiance qu'ils ont dans la marque (+10 points par rapport à 2020)
- 72%** estiment qu'en achetant des produits de la mer écolabellisés ils aident à sauvegarder les ressources pour les générations futures (+7 points)

L'ONG MARINE STEWARDSHIP COUNCIL



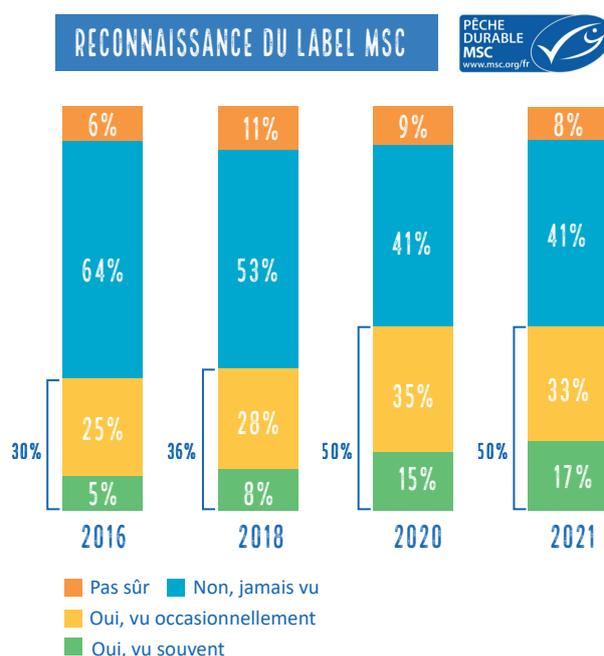
UNE RÉPONSE AUX ATTENTES DE DURABILITÉ DES CONSOMMATEURS

L'achat de poisson écolabellisé a augmenté depuis 2020 (+6 pts) : 2 consommateurs de produits de la mer sur 3 déclarent acheter du poisson écolabellisé occasionnellement ou souvent.

Si la nécessité de protéger les populations de poissons pour les générations futures reste l'affirmation la plus soutenue, la consommation de poisson uniquement issu de sources durables, pour **84%** des consommateurs des produits de la mer, est une motivation qui augmente significativement (+8 pts) par rapport à 2020.

UN LABEL MIEUX CONNU ET COMPRIS

La notoriété du label MSC a augmenté de 15 points depuis 2018 : un Français sur 2 reconnaît le label MSC en 2021. Quant à sa compréhension, en 2021 40% des consommateurs de produits de la mer l'associent spontanément à la durabilité des océans et des poissons et/ou à la certification soit le niveau le plus élevé depuis le début de cette mesure (21% en 2016, 31% en 2018 et 36% en 2020).



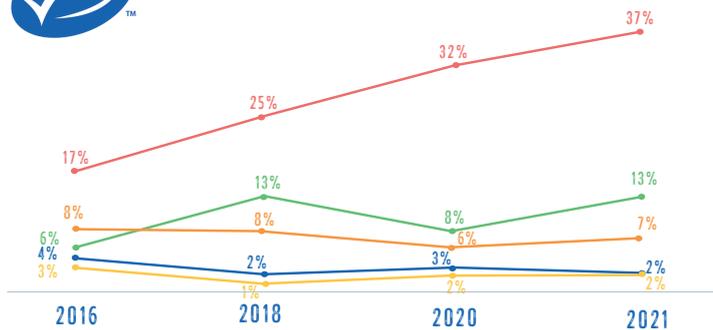
Base : Grand public, France, n=960(pondéré)

COMPRÉHENSION DU LABEL MSC

Associations spontanées avec le label MSC (Top 5)



- Océan / Durabilité du poisson / protection
- Certification / Normalisation / Autorité de pêche
- Uniquement poisson / PDM / Océan en général
- Qualité / Santé / Sain à consommer / Bio / Frais
- Croisière / Entreprise de pêche / Entreprise



ont une certaine compréhension du label, mentionnent durabilité et/ou certification

[36% en 2020 / 31% en 2018 / 21% en 2016]



Base : Consommateurs de produits de la mer, France, n=600 (pondéré) Q6 : Qu'est-ce que ce label signifie ou représente? Nous nous intéressons à savoir ce que ce label représente pour vous - Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Veuillez fournir le plus de détail possible (Question ouverte)

UNE CONFIANCE RENOUVELÉE ET UN OUTIL SIMPLE POUR LE CONSOMMATEUR

La confiance dans le MSC reste élevée parmi les consommateurs sensibilisés aux actions de l'ONG et stable par rapport à 2020. **76 %** des répondants connaissant bien le label MSC déclarent avoir une **grande confiance** dans l'ONG.

Selon eux, le label MSC permet au consommateur de disposer d'un repère simple pour reconnaître rapidement et facilement un produit de la mer durable.

CAP SUR 2022

Cette étude le confirme : les préoccupations environnementales et les attentes des consommateurs pour des produits durables continuent leur croissance et se traduisent par des actes d'achat plus engagés. Le label MSC est un outil essentiel pour donner un repère fiable au consommateur de produits de la mer et inciter la filière à évoluer vers plus de durabilité. Dans les mois à venir, nous continuerons notre engagement auprès de tous les acteurs volontaires :

- Après 4 ans de travail et de consultations, nous publierons **une nouvelle version de notre référentiel Pêcheries à l'été 2022**. Les révisions porteront notamment sur les critères relatifs à la pêche fantôme, au shark-finning et aux espèces protégées, menacées et en danger. Ces révisions régulières sont essentielles pour maintenir la rigueur et la crédibilité de notre programme
- Notre **Fonds d'Appui pour la Pêche Durable** (Ocean Stewardship Fund), doté de plus d'1 millions d'euros en 2022, issus des redevances perçues grâce à la vente de produits labellisés, nous permettra de continuer de soutenir des projets scientifiques et techniques pour la durabilité des pêches dans le monde entier.
- Nous continuerons également de **sensibiliser** les citoyens aux enjeux de la pêche durable et de la consommation responsable grâce à nos temps forts comme la Semaine de la Pêche et de l'Aquaculture Responsables (14 au 20 février 2022) et la Journée Mondiale de l'Océan (8 juin 2022).

Nous comptons sur votre engagement à nos côtés !

Methodologie

Etude réalisée par GlobeScan sur internet du 8 au 15 mars 2021 sur un échantillon représentatif de 960 personnes, dont 600 consommateurs de produits de la mer.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de niveau d'éducation et de région de résidence.