

5 Étude de cas - Les habitudes des consommateurs de l'UE concernant les produits de la pêche et de l'aquaculture

La dernière enquête Eurobaromètre sur les choix des consommateurs européens en matière de produits de la³¹ pêche et de l'aquaculture (PPAPPA) montre que plus de quatre Européens sur dix consomment du poissons ou des fruits de mer au moins une fois par semaine à la maison. Le prix est le principal obstacle à l'augmentation de la consommation. Les produits régionaux, nationaux et européens bénéficient en général d'une très forte préférence des consommateurs.

Cette enquête a été réalisée pour la Commission européenne entre le 23 juin et le 6 juillet 2018. Au total, 27.734 citoyens de l'UE originaires des 28 États membres, issus de milieux sociaux et démographiques différents, ont été interrogés en face à face à domicile et dans leur langue maternelle. Cette enquête Eurobaromètre spéciale est la deuxième enquête Eurobaromètre sur ce sujet, qui reprend les questions posées pour la première fois dans une enquête réalisée en juin 2016. Elle vise à améliorer la compréhension du marché intérieur de l'UE pour les PPAs.

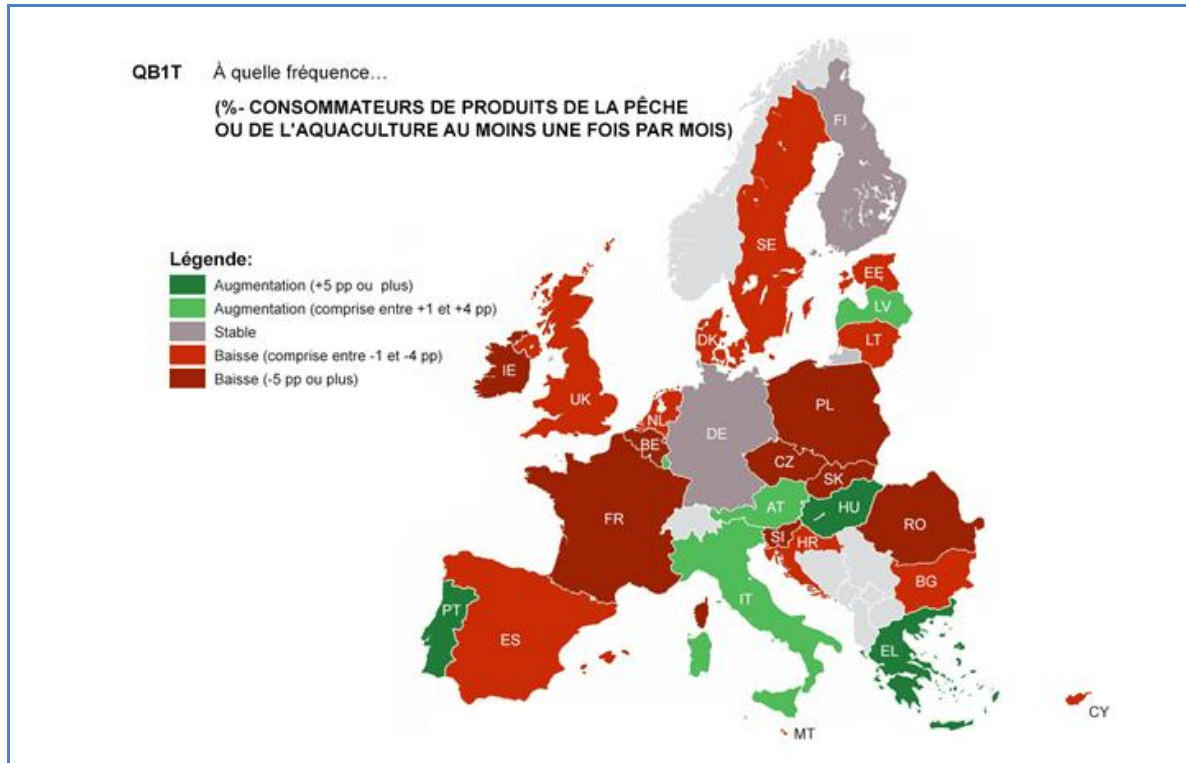
5.1 Fréquence de consommation

L'une des principales conclusions de l'enquête Eurobaromètre est que la majorité des Européens mangent des PPA au moins une fois par mois : la majorité à domicile (70%) et moins dans les restaurants (32%).

En outre, la comparaison avec l'enquête de 2016 ne montre que des changements mineurs dans la proportion des personnes interrogées dans la majorité des pays qui disent manger des PPA au moins une fois par mois (-2 points de pourcentage au total).

³¹<http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2206>

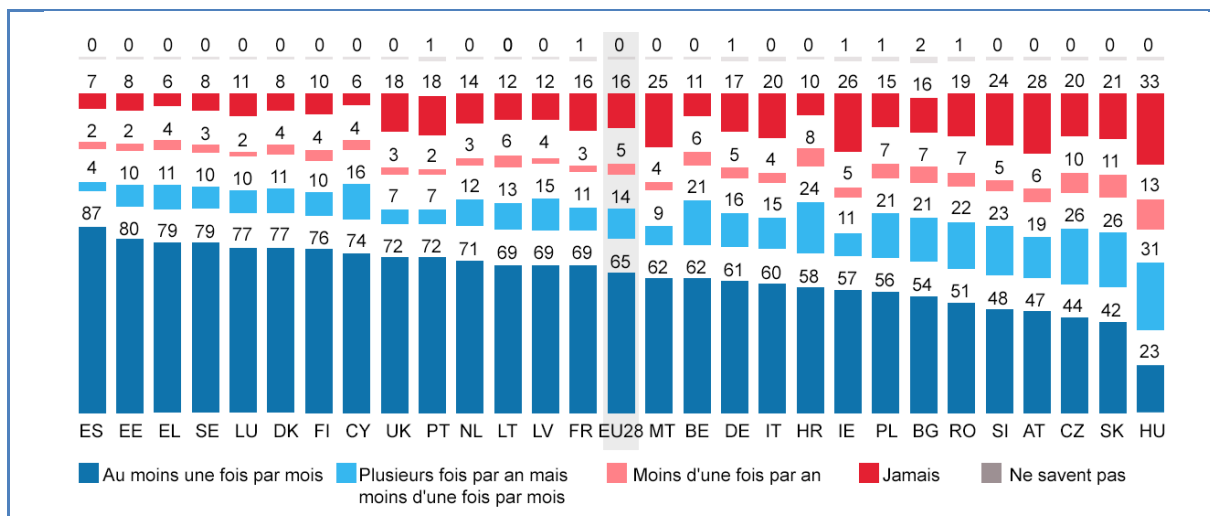
Figure 49. PART DES REpondants QUI CONSOMMENT DES PRODUITS DE LA PECHE OU DE L'AQUACULTURE AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS (%) - EVOLUTION PAR RAPPORT A L'ENQUETE DE 2016



Source : Eurobaromètre.

L'analyse au niveau national montre que dans 23 des 28 États membres, la majorité absolue des répondants achètent des PPA au moins une fois par mois. Dans l'ensemble, les répondants des pays côtiers et bénéficiant de lieux de vente plus nombreux et diversifiés sont plus susceptibles de manger des PPA au moins une fois par mois que ceux des pays sans littoral. Par exemple, les personnes interrogées en Hongrie (28%) sont beaucoup moins susceptibles que celles en Espagne (92%) de consommer ces produits au moins une fois par mois.

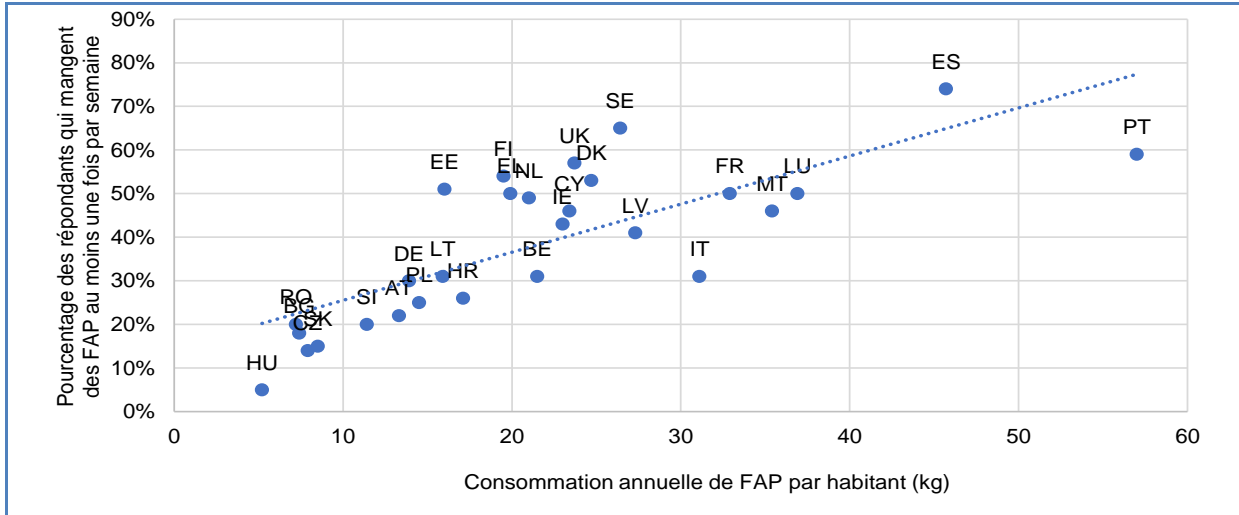
Figure 50. FREQUENCE A LAQUELLE LES REpondants ACHETENT DES PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE (%)



Source : Eurobaromètre.

Au niveau des pays, la corrélation entre la part des personnes interrogées qui mangent des PPA au moins **une fois par semaine** et la **consommation annuelle par habitant** est relativement évidente. On constate qu'il existe peu de différences entre le classement annuel moyen de la consommation par habitant (les cinq premiers pays étant le Portugal, l'Espagne, le Luxembourg, Malte et la France) et la proportion des répondants qui mangent des PPA au moins une fois par semaine.

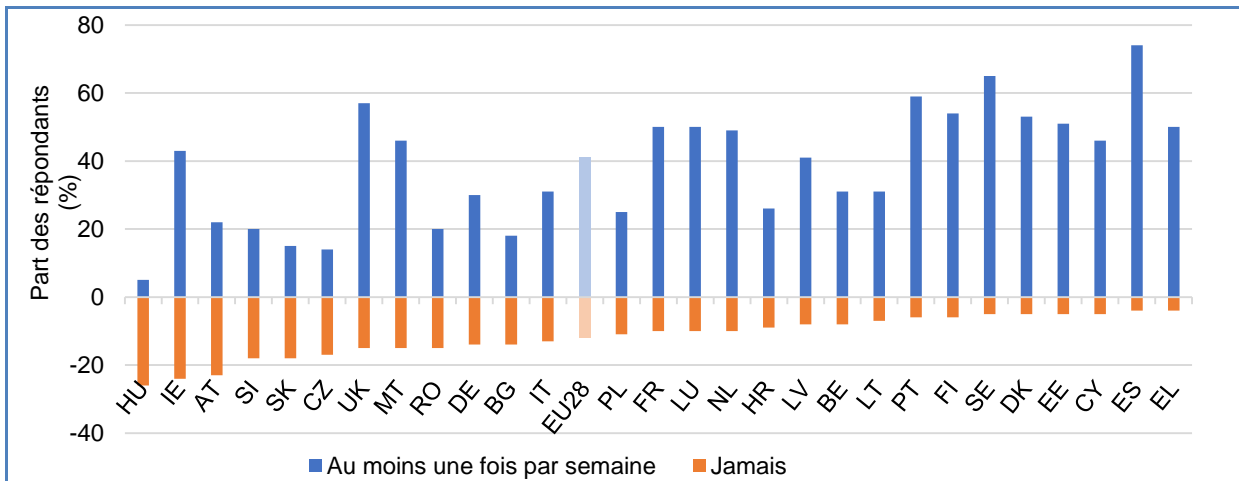
Figure 51. RELATION ENTRE LA CONSOMMATION ANNUELLE PAR HABITANT (2016) ET LA PART DES ACHETEURS REGULIERS (AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE)



Source : Élaboration de l'EUMOFA à partir des données de l'Eurobaromètre.

Toutefois, la part des non-consommateurs n'est pas clairement liée au niveau de consommation par habitant. En particulier, au Royaume-Uni, en Irlande et à Malte, la proportion de personnes interrogées déclarant de ne jamais manger de PPA est très élevée par rapport au niveau et à la fréquence moyens de consommation. Cela met en évidence une grande hétérogénéité dans la consommation de PPA chez les consommateurs de ces pays.

Figure 52. PART (%) DES CONSOMMATEURS REGULIERS ET DES NON-CONSOMMATEURS PAR ÉTAT MEMBRE



Source : Élaboration de l'EUMOFA à partir des données de l'Eurobaromètre. Les pays sont classés par ordre décroissant en fonction de la proportion de répondants qui disent ne jamais manger de PPA.

En outre, l'étude Eurobaromètre met en lumière plusieurs résultats en termes de **tendances sociodémographiques parmi les répondants**

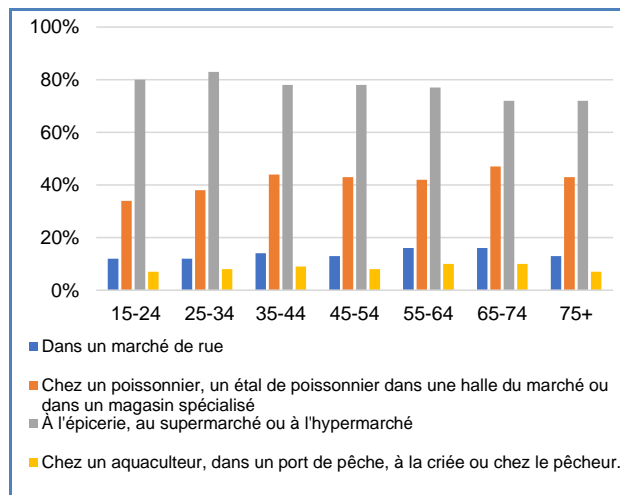
- **Les femmes** sont légèrement plus susceptibles que les hommes d'acheter des PPA au moins une fois par mois (67 % contre 63 %).

- **Les personnes âgées de 15 à 24 ans** sont moins susceptibles que les personnes plus âgées d'acheter des PPA au moins une fois par mois (43 % vs 64%–70%).
- **Les répondants ayant un niveau d'études plus élevé** sont plus susceptibles d'acheter des PPA sur une base régulière que ceux qui ont terminé leurs études à un âge plus précoce.
- **Les ménages de deux membres** sont plus susceptibles d'acheter des PPA au moins une fois par mois que les ménages plus grands ou plus petits (69 % vs 64 %).

Lieu d'achat et types de produits

Selon l'enquête Eurobaromètre, les **épiceries, supermarchés** ou **hypermarchés** sont les endroits les plus fréquents pour acheter des PPA (77% des répondants). Viennent ensuite le **poissonnier** ou le **magasin spécialisé** (42%), et dans une moindre mesure les **marchés de rue** (14%), et **directement au producteur** (8%).

Figure 53. LIEN ENTRE LE LIEU D'ACHAT (QUESTION A CHOIX MULTIPLES) ET L'AGE DES CONSOMMATEURS



Source : Élaboration de l'EUMOFA à partir des données de l'Eurobaromètre.

En outre, l'analyse de la relation entre l'âge des consommateurs et leur lieu d'achat pour les produits de la pêche montre que :

- Les répondants âgés de 55 à 74 ans sont plus susceptibles d'acheter leurs produits aquatiques dans un **marché de rue** ou **directement au producteur** que les jeunes répondants.
- Les répondants âgés de 35 à 44 ans et ceux âgés de 65 à 74 ans sont plus susceptibles d'aller chez le **poissonnier** pour acheter des produits aquatiques que les autres groupes d'âge, surtout les plus jeunes.
- Les plus jeunes consommateurs (15-34 ans) sont plus susceptibles d'acheter leurs produits du poisson dans les **supermarchés** ou les **épiceries** que les consommateurs plus âgés.

Les préférences en termes de type de produit et de présentation sont stables par rapport à l'enquête de 2016.

En ce qui concerne les préférences en termes d'**état de conservation**, plus des deux tiers des répondants achètent des produits congelés (68%) ou frais (67%), et plus de six sur dix achètent des produits en conserve (64%) "au moins de temps en temps", tandis qu'une proportion plus faible déclare acheter "au moins de temps en temps" des produits fumés, salés, séchés ou en saumure (51%). La majorité des répondants (58 %) disent qu'ils achètent rarement ou jamais des produits panés ou des repas prêts-à-manger à base de PPA.

En ce qui concerne la relation entre le lieu d'achat et l'état de conservation des produits, les répondants qui achètent des **produits congelés** sont plus susceptibles de le faire dans une épicerie, un supermarché ou un hypermarché (73 %), ou une boutique en ligne (72 %), tandis que ceux qui achètent des **produits frais** le font dans une pisciculture ou dans un port ou une criée (83 %), chez un poissonnier ou un magasin spécialisé (81 %) ou dans un marché public (79 %).

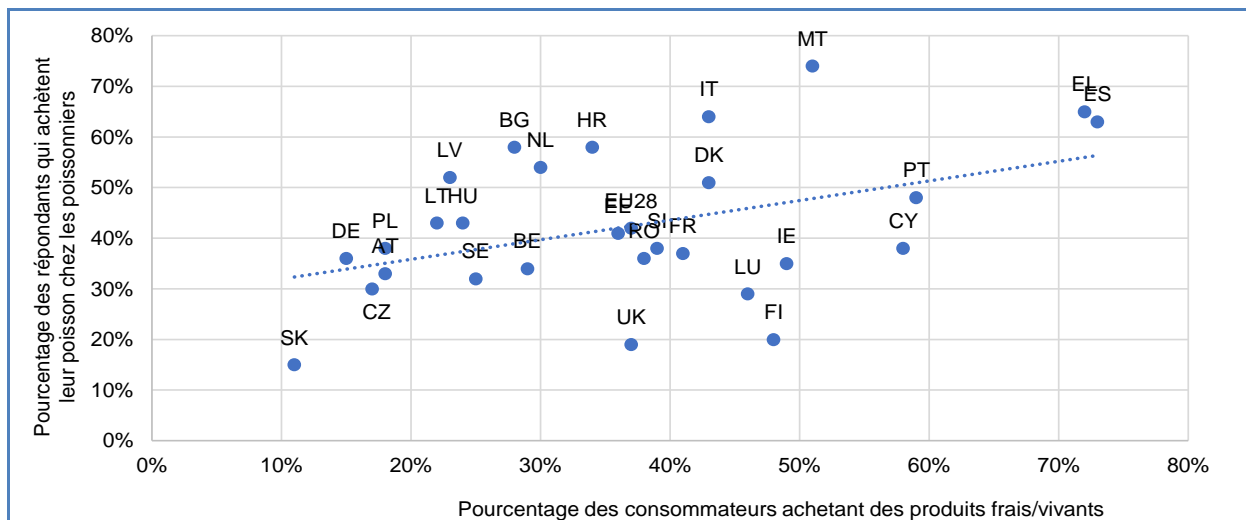
En ce qui concerne l'**état de présentation**, plus des deux tiers des répondants disent acheter des produits en vrac (68%) et des produits préemballés (66%) "au moins de temps en temps". La moitié des répondants préfèrent les produits en filets (50 %) et quatre sur dix préfèrent les produits qui ont été nettoyés (40 %), tandis que plus du quart préfèrent les produits entiers (27 %).

En ce qui concerne la relation entre le lieu d'achat et l'état de présentation, les répondants qui achètent des **produits entiers** sont plus susceptibles que ceux qui achètent des produits nettoyés ou des filets d'acheter chez le poissonnier ou le magasin spécialisé (55 % vs 47 % et 39 %, respectivement) et moins susceptibles d'acheter

à l'épicerie, au supermarché ou en hypermarché (68 % vs 78 % et 83 %). Dans quatre pays - Grèce, Roumanie, Croatie et Chypre - la réponse la plus populaire est " produits entiers ".

Il est intéressant d'analyser cette relation par pays, en examinant la corrélation entre la part des répondants qui achètent leur poisson chez les poissonniers et la part des consommateurs qui achètent des produits de poisson frais/vivants. La corrélation est relativement évidente, avec les pays "méditerranéens/du Sud" avec une forte préférence pour les produits frais et les poissonniers (Grèce, Espagne, Malte, Portugal, Chypre) et les pays enclavés/centraux et de l'Est (sauf la Roumanie) avec une faible part de consommateurs allant chez le poissonnier pour acheter des produits frais (Slovaquie, République tchèque, Autriche, Pologne, Allemagne).

Figure 54. **RELATION ENTRE LA PART DES REpondANTS QUI ACHETENT LEUR POISSON CHEZ LES POISSONNIERS ET LA PART DES CONSOMMATEURS QUI ACHETENT DES PRODUITS FRAIS/VIVANTS**



Source : Élaboration de l'EUMOFA à partir des données de l'Eurobaromètre.

5.2 Facteurs de consommation et facteurs non liés à la consommation

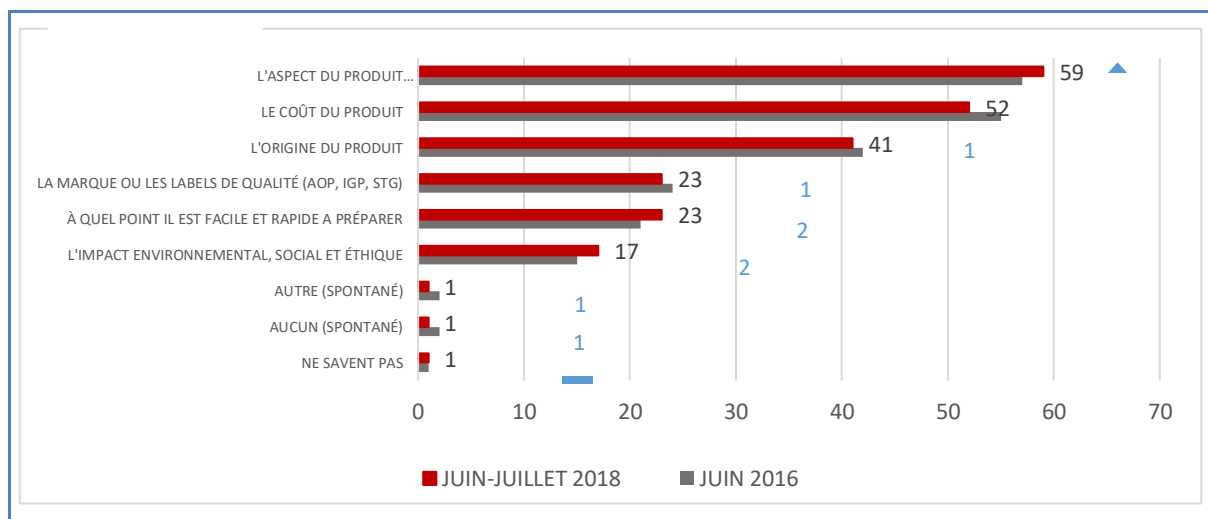
Selon l'enquête Eurobaromètre, les consommateurs de l'UE achètent ou mangent des PPA parce qu'ils sont sains et ont bon goût.

- La majorité des répondants qui achètent ou mangent des PAP disent qu'ils achètent ces produits parce qu'ils sont " sains " (74 %) et qu'ils ont " bon goût " (59 %). Ce sont les deux raisons les plus importantes dans tous les pays de l'UE.
- La principale raison invoquée par ceux qui ne mangent jamais de PPA est qu'ils n'aiment pas leur goût, leur odeur ou leur apparence (49 %). C'est la raison la plus fréquemment mentionnée dans la plupart des pays de l'UE.

Lors de l'achat de PPA, l'apparence et le prix des produits sont les critères les plus importants.

- Les deux principaux aspects mentionnés par la majorité des répondants comme étant les plus importants lors de l'achat d'un PPA sont l'apparence du produit (59%) et le coût du produit (52%). L'origine du produit est le troisième aspect le plus fréquemment mentionné (41%).

Figure 55. ASPECTS LES PLUS IMPORTANTS LORSQUE LES REpondANTS ACHETENT DES PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE (MAX. 3 REponses) (% - UE)



Source : Eurobaromètre.

Le principal obstacle qui empêche les consommateurs de l'UE d'augmenter leur consommation de PPA est identifié dans le prix.

- 70 % des répondants qui achètent ou mangent des PPA conviennent qu'ils achèteraient ou mangeraient plus de poisson et fruits de mer si le prix n'était pas aussi élevé.
- Plus de la moitié de ces répondants (53 %) disent qu'ils achèteraient ou consommeraient plus de poisson et fruits de mer si le choix et les points de vente étaient plus diversifiés.

Une majorité relative d'Européens préfère les produits sauvages aux produits d'élevage et les produits de la mer aux produits d'eau douce.

- Plus du tiers des répondants qui achètent ou mangent des PPA préfèrent les produits sauvages (35 %) tandis que moins d'un répondant sur dix (9 %) dit préférer les produits d'élevage. Près du tiers (32%) ont déclaré ne pas avoir de préférences.
- Les produits provenant de la mer sont préférés par un peu plus de quatre sur dix (42 %), comparativement à moins d'un sur dix qui préfère les produits d'eau douce (8 %). Encore une fois, une forte proportion de répondants n'a pas de préférence pour les produits de la mer ou de l'eau douce (33 %).

La plupart des consommateurs de l'UE préfèrent les produits de leur propre pays ou région.

- Plus d'un tiers des personnes interrogées qui achètent ou mangent des PPA préfèrent les produits de leur propre pays (37%), suivis des produits de leur propre région (28%) et des produits de l'UE (16%).
- Seulement un quart des répondants (24 %) disent qu'ils n'ont pas vraiment de préférence quant à la provenance des produits.