

**Adéquation des outils de valorisation pour la filière des produits de la mer
aux attentes des consommateurs COGEPECHE**

Chef de file : Normapêche Bretagne
Contact : Isabelle Letellier
Tél : 02 97 37 94 99 : *Mèl :* isabelle.normapeche@orange.fr

Partenaires Agrocampus Ouest
Pesca Cornouaille

Résultats obtenus

L'ensemble des études menées dans le cadre du programme Cogépêche a permis de confirmer des tendances générales de consommation des produits de la mer frais et d'apporter des informations complémentaires quant aux comportements, aux besoins et aux attentes des consommateurs.

Quelle est l'image des produits de la mer frais pour les consommateurs ?

De manière générale, les produits de la mer frais ont une image positive aux yeux des consommateurs. Ce n'est pas seulement le produit de consommation qui est apprécié mais aussi le monde de la mer dans sa globalité car il est synonyme de nature, de plaisir et plus encore d'évasion. Ces images fortes sont des attributs idéaux sur lesquels le secteur de la pêche peut s'appuyer pour promouvoir les produits de la mer frais. Cependant, il ne faut pas négliger les nombreuses critiques formulées à l'égard des produits de la mer frais : un prix jugé trop élevé, un produit dont la préparation rebute, des doutes quant à la fraîcheur, à l'origine...

Les espèces consommées : y a-t-il des différences géographiques ?

Sur le littoral Atlantique, de Brest à Bordeaux, la consommation est marquée par l'importance des produits locaux. A l'inverse, les consommateurs éloignés des côtes sont sensibles à l'origine française des produits et consomment plutôt des produits nobles (sole, lotte, bar).

Où les consommateurs achètent-ils les produits de la mer frais ?

Les grandes surfaces (66% des parts de marché des produits de la mer frais) attirent les chalands essentiellement pour un prix raisonnable (prix psychologique). Les aspects de praticité et de rapidité sont aussi importants. Les habitués des poissonneries et des marchés recherchent avant tout des produits de qualité même si ces derniers sont parfois jugés trop chers. Le professionnalisme des vendeurs, le contact social sont primordiaux dans ces commerces spécialisés.

A quels instants de consommation sont associés les produits de la mer frais ?

Les produits de la mer frais sont appréciés des consommateurs aussi bien comme repas ordinaire que pour les fêtes. Il existe cependant des moments privilégiés selon les espèces. Ainsi, la plupart des produits nobles sont préférentiellement associés à une consommation événementielle.

Comment les consommateurs choisissent-ils un produit de la mer ?

Les atouts nutritionnels du poisson frais et des autres produits marins sont de plus en plus mentionnés par les consommateurs et les incitent à se tourner davantage vers le rayon marée. Mais au moment de choisir, plus que les bénéfices apportés par la consommation de produits de la mer, les consommateurs se basent sur deux critères essentiels : la fraîcheur et le prix qui doit être raisonnable. Plus largement, l'achat de produits de la mer frais traduit un besoin de se faire plaisir tout en s'assurant une certaine sécurité.

Quel produit idéal souhaitent les consommateurs ?

L'ensemble des études auprès des consommateurs mais également des professionnels de la vente, soulignent que lorsque le prix n'est pas mentionné, l'origine sauvage est une condition forte à l'achat. De même, à l'heure des préoccupations diététiques, la mention « poisson peu gras » influence de manière significative l'intention d'achat. Les consommateurs savent que manger du poisson est bon pour la santé, cependant, il ressort que la mention « poisson riche en oméga 3 » n'a aucune influence sur l'acte d'achat. Ce résultat renseigne d'une possible méconnaissance des consommateurs vis-à-vis des critères de qualité nutritionnelle. Les consommateurs demandent principalement des produits déjà préparés et de préférence sans arêtes. Ce constat de consommation se traduit, entre autres, par un abandon des produits frais entiers, jugés trop laborieux à préparer, au profit des produits pré-emballés.

Un poisson idéal pour toutes les générations ?

L'importance accordée à ces critères varie selon l'âge. Le critère origine sauvage constitue un déterminant à l'achat quel que soit l'âge. Alors que les personnes de moins de 35 ans privilégient les produits découpés, pour les personnes plus âgées, le critère « présence d'oméga 3 » s'additionne aux conditions d'achat d'un produit de la mer frais (les risques de maladies cardiovasculaires et de surpoids incitent à la vigilance).

Quelle connaissance ont les consommateurs vis-à-vis des produits de la mer ?

La dissection du comportement des consommateurs, faite par les différentes études menées au sein du programme Cogépêche, met en exergue la méconnaissance des produits de la mer frais, aussi bien au niveau des espèces, que des modes de préparation culinaire associés. L'étude des Dissonances cognitives révèle que près d'une personne sur trois n'a pas d'intention d'achat précise en matière de produit de la mer frais. Ainsi, l'achat de poisson frais est un achat simple lié à un poisson générique et non à une espèce en particulier. En outre, les achats des consommateurs se répartissent, presque invariablement entre le saumon, la crevette et le cabillaud.

Quelles sont les attentes des consommateurs ?

Les attentes satisfaites : De manière générale, les attentes concernant la fraîcheur et le prix sont satisfaites. En effet, bien que beaucoup de consommateurs jugent le prix de ces produits excessif, la présence quasi constante de plusieurs références en promotion et la large gamme de prix proposés permettent de satisfaire nombre de consommateurs.

Les attentes non satisfaites : Il ressort de l'ensemble des études que les attentes non satisfaites résident dans le manque d'information ou, lorsqu'elle est présente, par son incompréhension. Le besoin d'information se retrouve à différents niveaux :

La traçabilité

Les consommateurs connaissent mal l'univers des produits de la mer frais. C'est pourquoi, ils associent un risque à l'achat de tels produits. Le besoin de sécurité a souvent été mentionné lors des études. Il se traduit par des attentes en termes d'information notamment en ce qui concerne l'origine. L'origine locale est déterminante sur les côtes, et plus généralement l'origine « pays » rassure.

Les conseils des vendeurs

La méconnaissance des produits de la mer frais constatée dans l'ensemble des enquêtes Cogépêche pose la question de l'importance du professionnalisme et de la formation des vendeurs notamment en GMS. En effet, les conseils systématiques et avisés d'un professionnel sur le choix d'une espèce ou la manière de cuisiner les produits de la mer frais permettraient sans doute de réduire le report des achats de produits frais sur les produits élaborés

La diversité de l'offre

Les consommateurs ne connaissent pas suffisamment les espèces proposées pour profiter de la diversité de l'offre. Ce constat se traduit par le fait que les consommateurs se tournent toujours vers des produits connus type saumon et crevettes. Les consommateurs attendent d'être renseignés, de connaître les différents produits.

La méconnaissance en termes de préparation

Les professionnels de la vente s'accordent à dire qu'après le prix jugé trop élevé, la méconnaissance des consommateurs constitue un frein majeur à la consommation des produits de la mer. En effet, aujourd'hui, les consommateurs ne souhaitent plus préparer le poisson, de même, les jeunes générations ne savent plus le cuisiner. Ce manque de connaissances culinaires limite la consommation des produits de la mer et se traduit par des demandes fréquentes d'idées recettes, de conseils auprès des professionnels. La théâtralisation est par conséquent importante à ce niveau, par exemple, la mise en place d'animations, de dégustations permettent d'attirer les clients et de faire connaître des recettes.

La santé

Bien que les préoccupations nutritionnelles soient de plus en plus présentes dans l'esprit des consommateurs, beaucoup ne connaissent pas réellement les bienfaits des produits de la mer. Il est donc important de communiquer sur le lien entre produits de la mer frais et bienfaits nutritionnels (ex : poissons riches en oméga 3).

L'éthique

Les consommateurs souhaiteraient savoir si le poisson qu'ils consomment est issu ou non d'une pêche responsable, si sa pêche est respectueuse de l'environnement. Néanmoins les professionnels soulignent que rares sont les clients pour qui les préoccupations environnementales priment à l'achat. Toujours selon les vendeurs de produits de la mer frais, il semble que la communication sur la raréfaction du thon rouge de Méditerranée ait porté ses fruits. Les consommateurs seraient donc plus éco-consommateurs s'ils avaient suffisamment d'information pour connaître et comprendre les problèmes de la pêche.