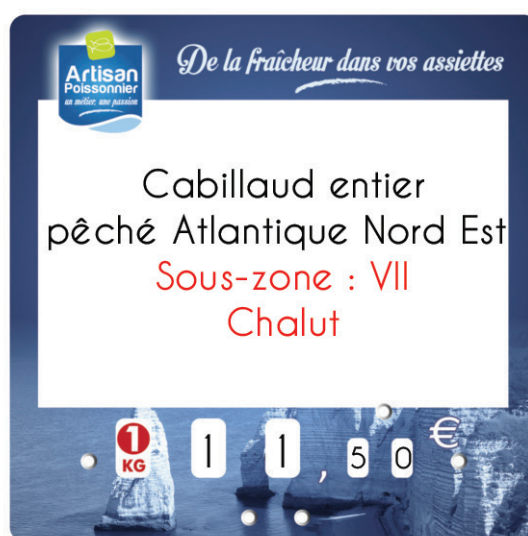


# Sondage sur la nouvelle réglementation concernant l'étiquetage



# NOXILYS

COMMUNICATION GLOBALE & RELATIONS PRESSE

## 1-Conditions du sondage

### Moyens matériels

Le sondage a été effectué dans les poissonneries artisanales du 1<sup>er</sup> au 30 mars 2015. Les Artisans poissonniers étaient invités à remettre à leurs clients des questionnaires papier puis à les renvoyer à l'Union Nationale de la Poissonnerie Française.

En complément, une version numérique du sondage était disponible.

### Connaissance de l'existence du sondage

L'ensemble des moyens de communication de l'UNPF et de ses partenaires fut déployé pour atteindre le consommateur.

- 1 article dans l'INFO, le magazine professionnel des Artisans Poissonniers, distribué à 2000 exemplaires dans toute la France Métropolitaine,
- 2 articles sur le site [www.uniondelapoissonnerie.org](http://www.uniondelapoissonnerie.org),
- 2 articles dans la newsletter envoyée à l'ensemble des artisans poissonniers de France, soit 2252 contacts,
- 1 article sur le site [ww.mer-et-tendances.fr](http://ww.mer-et-tendances.fr), site Internet du magazine *Mer&Tendances*, partenaire de l'UNPF.

### Intérêts du sondage

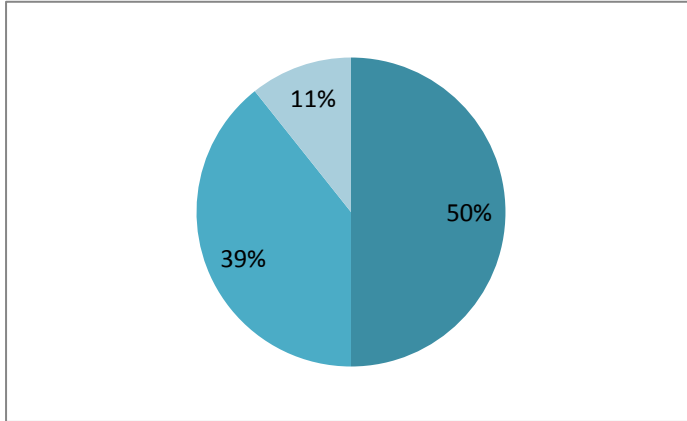
L'UNPF entendait répondre à trois objectifs :

- 1) Mieux connaître les attentes des consommateurs.
- 2) Demander un changement de la loi en cas de résultats contraires au changement de réglementation mis en place depuis le 13 décembre 2014.
- 3) Établir des moyens de communication en adéquation avec les attentes des consommateurs.

## 2-Résultats du sondage « Consommateurs, quelles sont vos attentes ? »

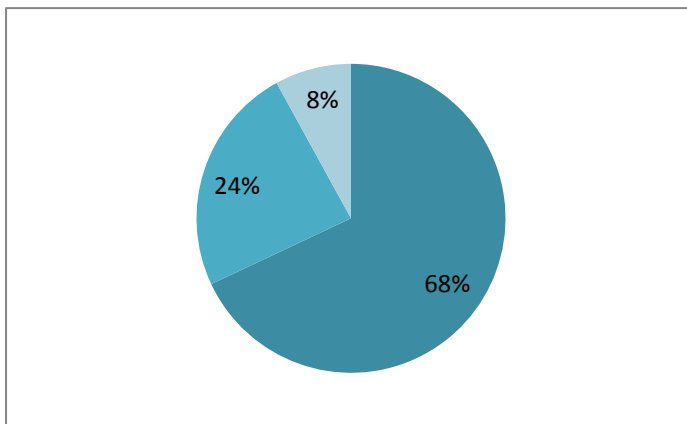
### Les zones de pêche

Faites-vous attention à la zone de pêche lorsque vous achetez vos produits :



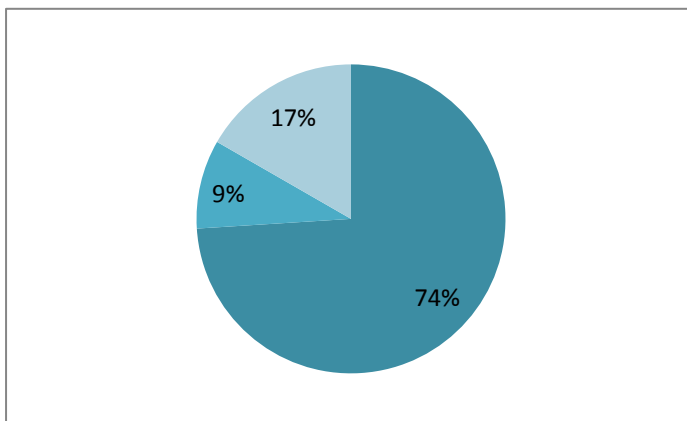
Toujours	75	50 %
Parfois	59	39.3 %
Jamais	16	10.7 %

Estimez-vous que la précision apportée concernant la zone de pêche est :



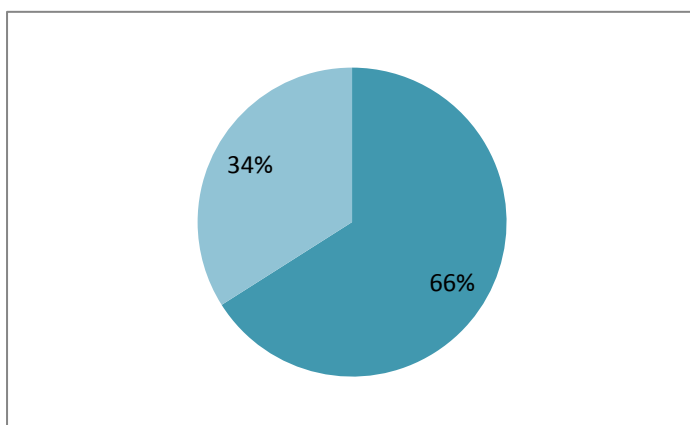
Nécessaire	102	68 %
Utile mais non nécessaire	36	24 %
Inutile	12	8 %

À l'avenir, pensez-vous faire davantage attention à la zone de pêche concernée :



Oui	111	74 %
Peut-être	25	16.7 %
Non	14	9.3 %

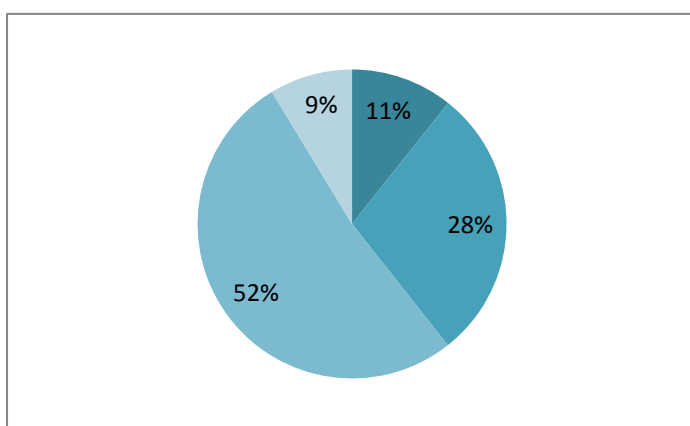
### Souhaitez-vous que la zone de pêche soit indiquée :



Sur l'étiquette du produit 99 66 %

Sur un panneau général avec seulement un code de couleur sur l'étiquette renvoyant au panneau général 51 34 %

### Estimez-vous que la présence d'un code de couleur pour indiquer la zone de pêche qui renvoie à un panneau général est :



Très insuffisante 16 10.7 %

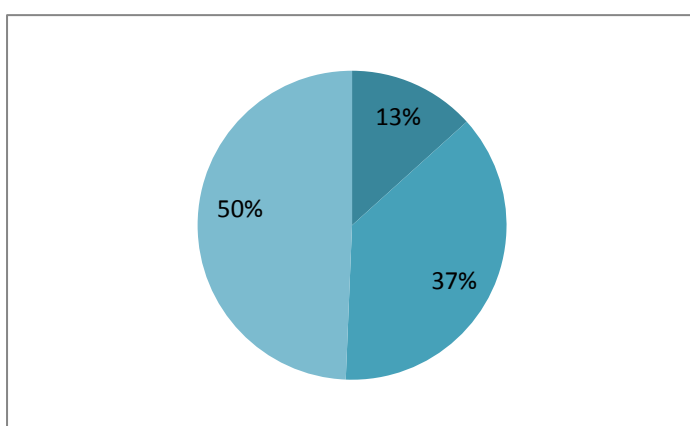
Insuffisante 43 28.7 %

Correcte 78 52 %

Optimale 13 8.7 %

### L'engin de pêche

### Faites-vous attention à l'engin de pêche lorsque vous achetez vos produits :

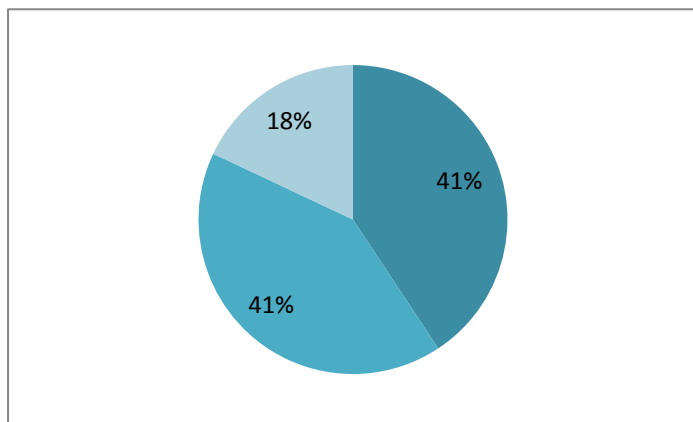


Toujours 20 13.3 %

Parfois 56 37.3 %

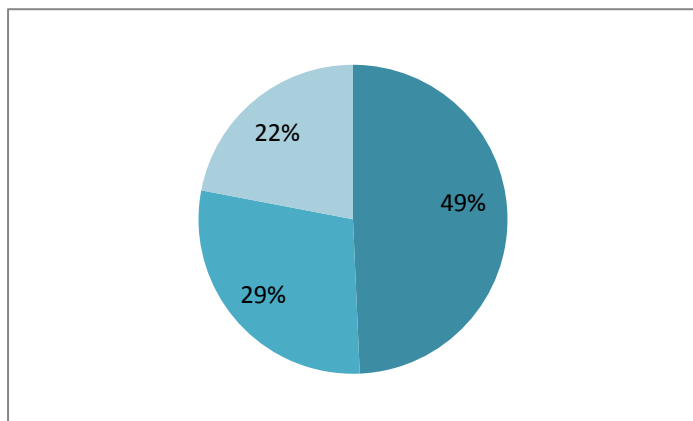
Jamais 74 49.3 %

**Estimez-vous que la précision apportée concernant l'engin de pêche est :**



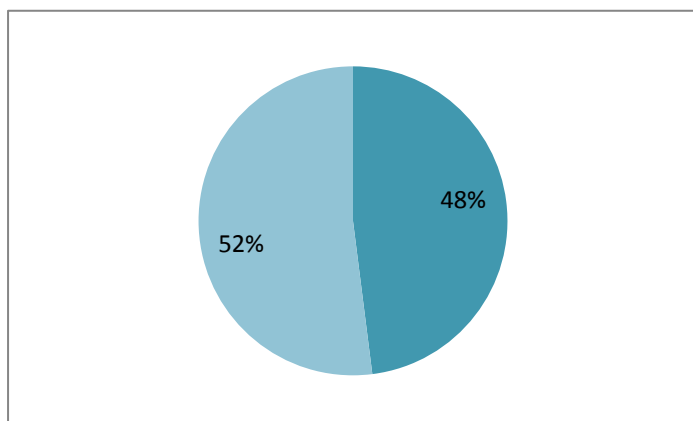
Nécessaire	61	40.7 %
Utile mais non nécessaire	62	41.3 %
Inutile	27	18 %

**À l'avenir, pensez-vous faire davantage attention à l'engin de pêche utilisé :**



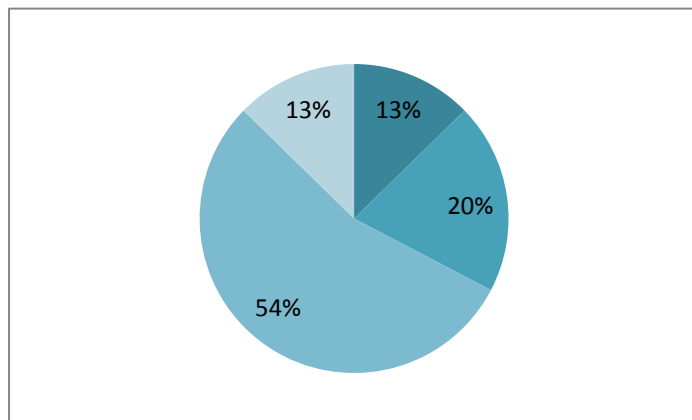
Oui	74	49.3 %
Peut-être	43	28.7 %
Non	33	22 %

**Souhaitez-vous que l'engin utilisé soit indiqué :**



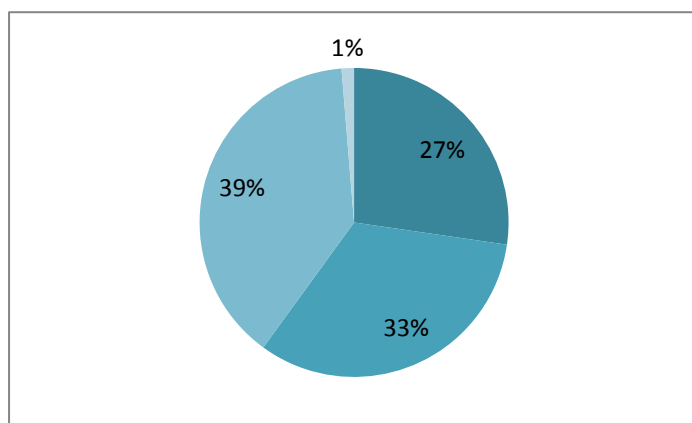
Sur l'étiquette du produit	72	48 %
Sur un panneau général avec seulement un code de couleur sur l'étiquette renvoyant au panneau général	78	52 %

**Estimez-vous que la présence d'un code de couleur pour indiquer l'engin de pêche qui renvoie à un panneau général est :**



Très insuffisante	19	12.7 %
Insuffisante	30	20 %
Correcte	82	54.7 %
Optimale	19	12.7 %

**De façon générale Pensez-vous que la nouvelle réglementation concernant l'étiquetage représente :**



Une surcharge très importante de travail pour votre Artisan Poissonnier	41	27.3 %
Une surcharge importante de travail pour votre Artisan Poissonnier	49	32.7 %
Un travail normal pour votre Artisan Poissonnier	58	38.7 %
Une absence de travail pour votre Artisan Poissonnier	2	1.3 %

### 3-Interprétations des résultats

#### Un nombre satisfaisant de réponses

150 réponses. Le nombre de réponses est satisfaisant compte tenu de 3 points :

- 1) l'effort demandé pour remplir un questionnaire ;
- 2) le peu d'intérêt des consommateurs pour l'étiquetage ;
- 3) la difficulté de mobiliser les poissonniers pour distribuer le questionnaire.

#### Les attentes des consommateurs

##### 1) Les zones de pêches

Il apparaît que la moitié des sondés font toujours attention à la zone de pêche et seulement 10,7 % n'y prêtent jamais attention. Un tel chiffre manifeste l'intérêt croissant des clients pour la provenance du produit. On peut supposer que ce pourcentage est d'autant plus élevé en poissonnerie traditionnelle car les clients qui fréquentent ce type de commerce sont ceux qui accordent de l'importance à la qualité.

La précision apportée concernant la sous-zone de pêche est jugée à 68 % comme nécessaire. La nouvelle réglementation apporte donc une réponse concrète aux préoccupations des consommateurs.

Toutefois, remarquons qu'il y a davantage de personnes à considérer que la précision est nécessaire que de personnes qui regardent effectivement la sous-zone. Deux explications peuvent être apportées :

- 1) Ils ne regardent pas la sous-zone, car elle n'est pas indiquée.
- 2) Il y a une différence entre ce qu'un client pense être son devoir de consommateur et ce qu'il fait réellement. Il peut finalement répondre que c'est nécessaire lorsqu'on lui pose la question mais ne jamais le faire dans les faits.

Dans tous les cas, les clients entendent à 74 % faire davantage attention à la sous-zone de pêche à l'avenir. L'attention donnée à cette sous-zone, que ce soit par la loi, le sondage ou les médias porte ses fruits, du moins dans les résolutions des français.

Concernant les modalités pratiques de cette indication d'une sous zone, les consommateurs considèrent à 66 % qu'il sera plus pertinent d'indiquer cette sous-zone sur l'étiquette directement plutôt que sur un panneau. On peut supposer là que ce serait en effet plus rapide d'obtenir l'information par ce biais.

Néanmoins, 60 % considèrent qu'un panneau serait une solution acceptable alors que 40 % jugent cette solution comme inappropriée.

##### 2) L'engin de pêche

Pour presque la moitié des sondées (49,3 %), l'indication de l'engin de pêche n'est jamais consultée. Des remarques ajoutées sur les sondages soulignent d'ailleurs qu'ils ne comprennent pas

cette précision puisqu'ils n'ont pas les connaissances nécessaires pour distinguer les différents types d'engins.

Néanmoins, seulement 18 % considèrent comme inutile de rajouter cette mention. On peut expliquer ces résultats selon différents angles :

- 1) le consommateur préfère avoir davantage d'indications, car cela a un effet rassurant ;
- 2) il n'avait pas pensé à cette indication avant qu'on lui pose la question. Mais le fait de lui poser la question lui fait juger cette précision comme utile.

Dans le même sens, pour la sous-zone de pêche, les consommateurs entendent maintenant faire davantage attention à l'indication qu'ils ne le font réellement. Ils sont en effet 49 % à vouloir y prêter attention. Remarquons toutefois la moindre importance accordée par rapport à la sous zone pour laquelle 74 % entendaient faire attention.

Preuve en est de ce moindre intérêt, une petite majorité des sondés (52 %) souhaite que ce soit seulement indiqué sur un panneau et 67 % juge cette pratique comme acceptable.

### 3) Travail des poissonniers

On remarquera que les consommateurs ont conscience du travail que cette nouvelle réglementation impose aux poissonniers puisque 60 % estiment que c'est une surcharge.

Avec 40 % qui considèrent cela comme normal, voire insignifiant, on peut néanmoins mesurer que le consommateur pense en 1<sup>er</sup> lieu à son intérêt.



## 4- Conclusions

La nouvelle réglementation va dans le sens des attentes des clients. Ces derniers sont en recherche de précision sur la sous-zone.

Par contre, ils manifestent peu d'intérêt pour l'engin de pêche.

La solution d'indiquer par des panneaux cette sous-zone n'est pas la plus demandée par les clients mais elle est majoritairement acceptée.

L'UNPF entend ainsi :

- Ne pas se présenter face à la DGCCRF pour faire modifier la loi.
- Créer des moyens de communication qui permettent un compromis entre les attentes des consommateurs et la surcharge de travail que cela représente.