

Premiers résultats de l'enquête nationale sur la consommation des algues



Pôle halieutique - AGROCAMPUS OUEST

Equipe : **Léa Ritter**

Stéphane Gouin

Marie Lesueur

Sterenn Lucas



Constat : Consommations d'algues = phénomène émergent
➤ très peu d'informations sur la consommation nationale



Analyser les comportements et les attentes des consommateurs français vis-à-vis des algues alimentaires

- État des lieux national de la consommation
- Points de blocage à la consommation
- Points forts des produits aux algues
- Attentes et perspectives de consommation

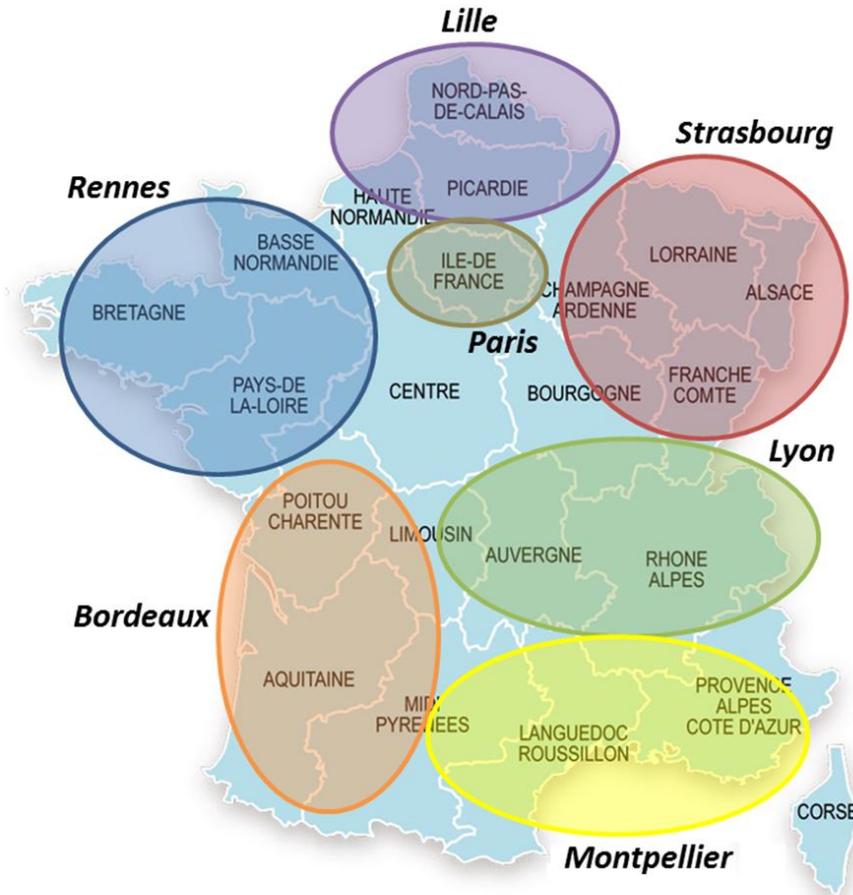


Enquête auprès des consommateurs

➔ Enquête au niveau national
= 7 grandes villes

➔ Echantillon conséquent

- ✓ Représentatif au niveau national
= 800 enquêtés minimum
+ plan d'échantillonnage rigoureux
- ✓ Base d'une analyse statistique solide



<http://www.handi-u.fr/pid24128/carte-des-etablissements.html>

| S1 - BORDEAUX | | Plan d'échantillonnage | |
|---|---|------------------------|---|
| SEXE par tranches d'AGE (115 questionnaires) | | | |
| 18-24 | H | 6 | = 0 0 0 0 0 * 0 |
| | F | 6 | = 0 0 0 0 0 * 0 |
| 25-34 | H | 9 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 |
| | F | 9 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 |
| 35-54 | H | 20 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * |
| | F | 20 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * |
| 55-64 | H | 9 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 |
| | F | 10 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * |
| >65 | H | 11 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 |
| | F | 15 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * |
| Catégorie SOCIO-PRO par SEXE (114 questionnaires) | | | |
| agriculteur | H | 0 | = - |
| | F | 0 | = - |
| artisan | H | 3 | = 0 0 0 |
| | F | 1 | = 0 |
| cadre sup | H | 9 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 |
| | F | 7 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 |
| Prof intermédiaire | H | 8 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 |
| | F | 10 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * |
| employé | H | 5 | = 0 0 0 0 0 |
| | F | 12 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 |
| ouvrier | H | 8 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 |
| | F | 2 | = 0 0 |
| retraité | H | 8 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 |
| | F | 13 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 |
| sans activité | H | 11 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 |
| | F | 17 | = 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 0 0 0 * 0 0 |

Prérequis

- ✓ Pré-enquête en ligne : *calibrage*
- ✓ Entretiens avec les partenaires et les professionnels : *thèmes d'intérêt*



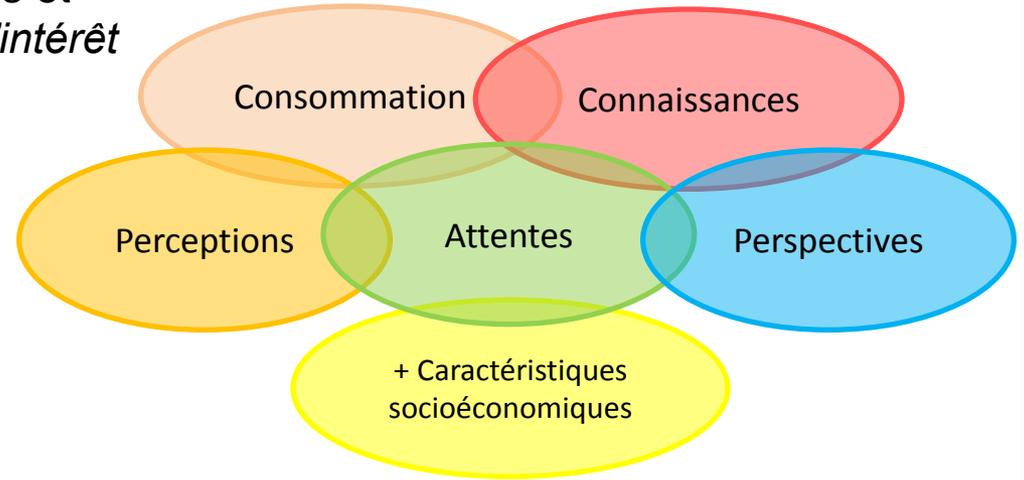
Construction

- ✓ 5 grands thèmes



Réalisation

- ✓ 825 questionnaires
- ✓ Plan d'échantillonnage assez bien respecté



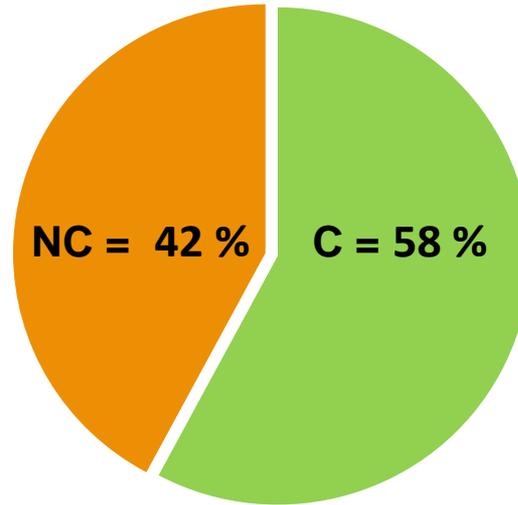


IDEALG
seaweed for the future

La consommation d'algues



Consommation d'algues de l'échantillon (réponses : 825, NA : 0)



Consommateurs :
consommation d'algues
minimum 1 fois par an

Non consommateurs :
consommation nulle ou
anecdotique d'algues

Critère surreprésenté :

La fréquence d'apparition
du critère dans la sous-
population est
significativement plus
élevée que dans le reste
de la population. Les
différents critères pouvant
être liés ou non.

LES CRITÈRES SURRÉPRÉSENTÉS

- 55-64 ans
- - >65 ans
- - **peu curieux en gastronomie**
- très peu curieux en gastronomie
- cuisinent jamais
- cuisinent très peu
- - **cuisinent jamais de PDM**
- consomment des produits carnés
tous les jours
- zone Montpellier et Lille

NC

C

- + 25-34 ans
- ++ **très curieux en gastronomie**
- + cuisinent très souvent
- + cuisinent des PDM souvent
- + ne consomment pas des produits
carnés tous les jours
- + zone Paris et Rennes
- + revenus élevés

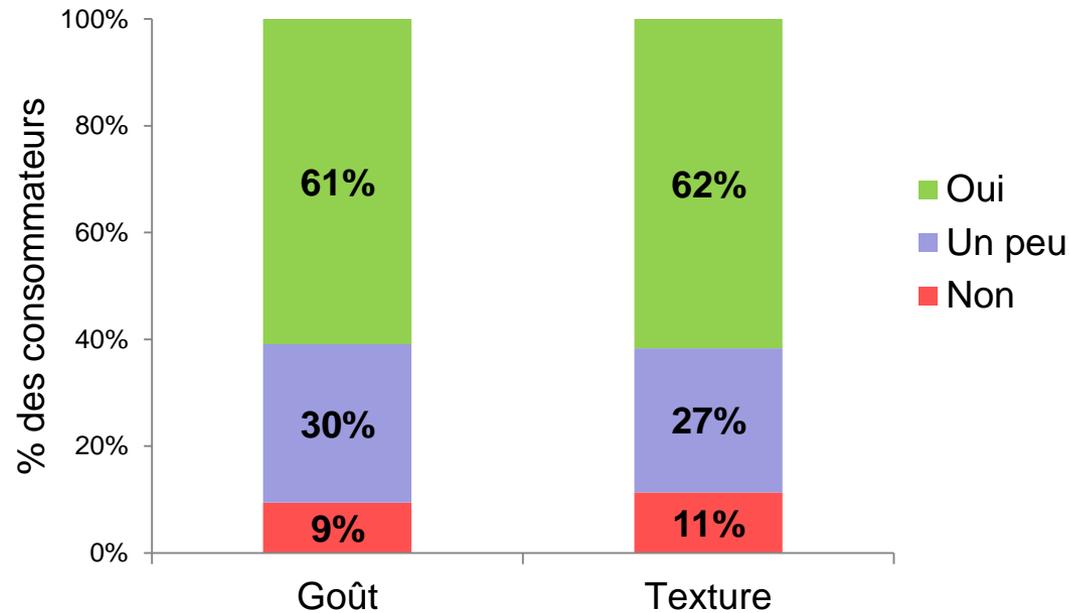


IDEALG
seaweed for the future



Les comportements des
consommateurs 1/4

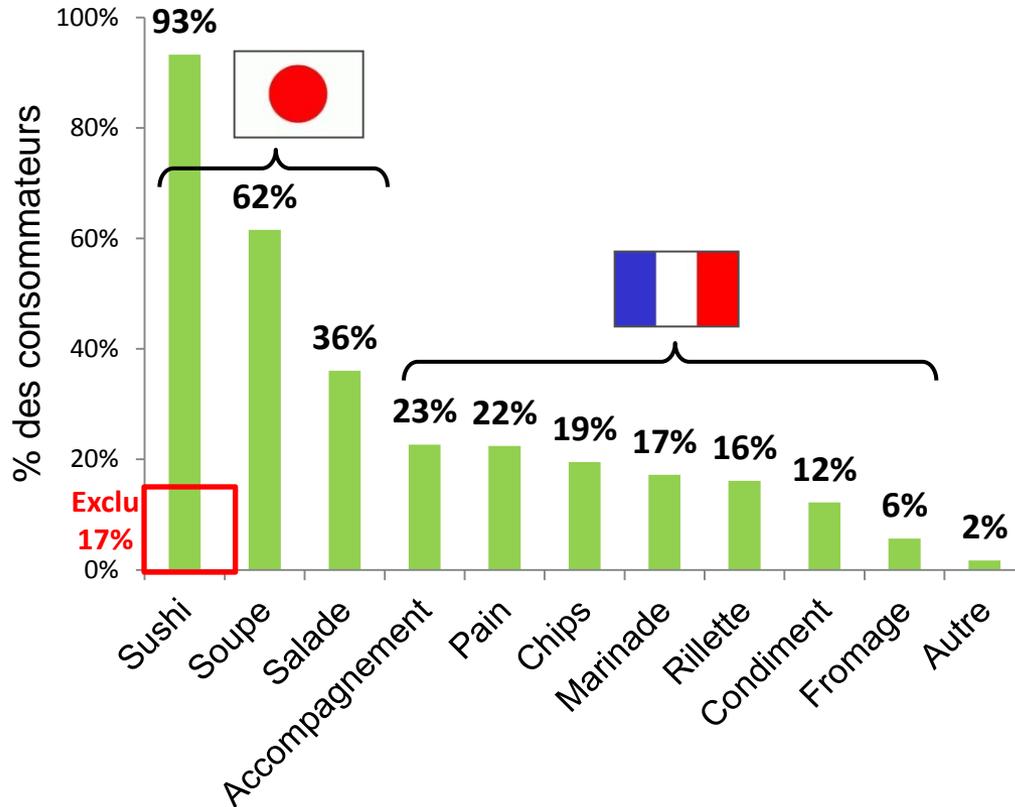
Appréciation du goût et de la texture (réponses : 467, NA : 10)



- *Peu de consommateurs n'apprécient pas les algues*
- *1/3 n'ont pas réellement distingué les algues = à convaincre (ex : sushis)*

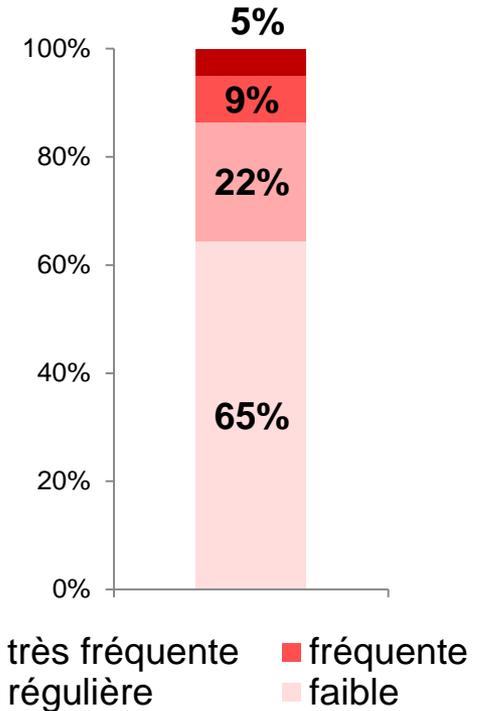
Consommation des produits aux algues

(réponses : 477, NA : 0)



Fréquence de consommation

(réponses : 468, NA : 9)

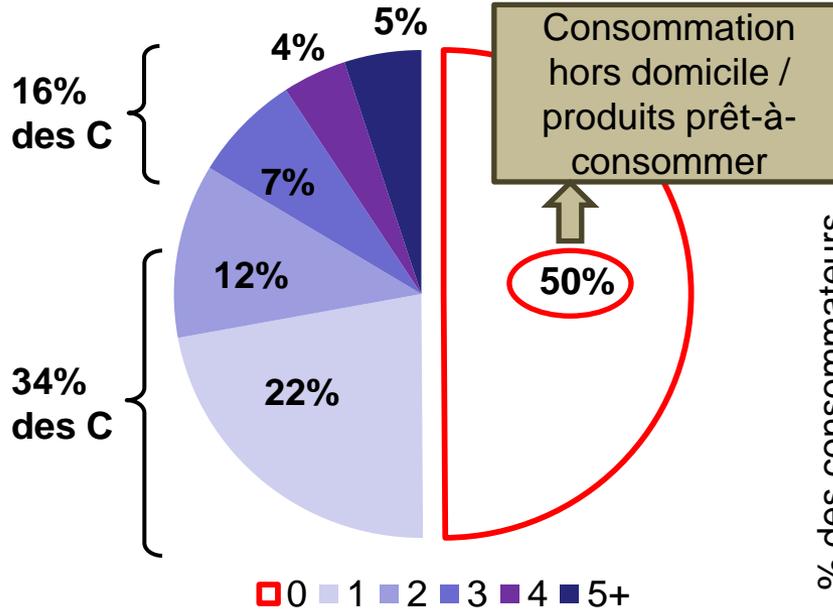


- *Porte d'entrée des algues = cuisine japonaise*
- *Emergence des algues associées à de la cuisine française*
- *14% des C en consomment fréquemment = marginal / 17% que sushis*

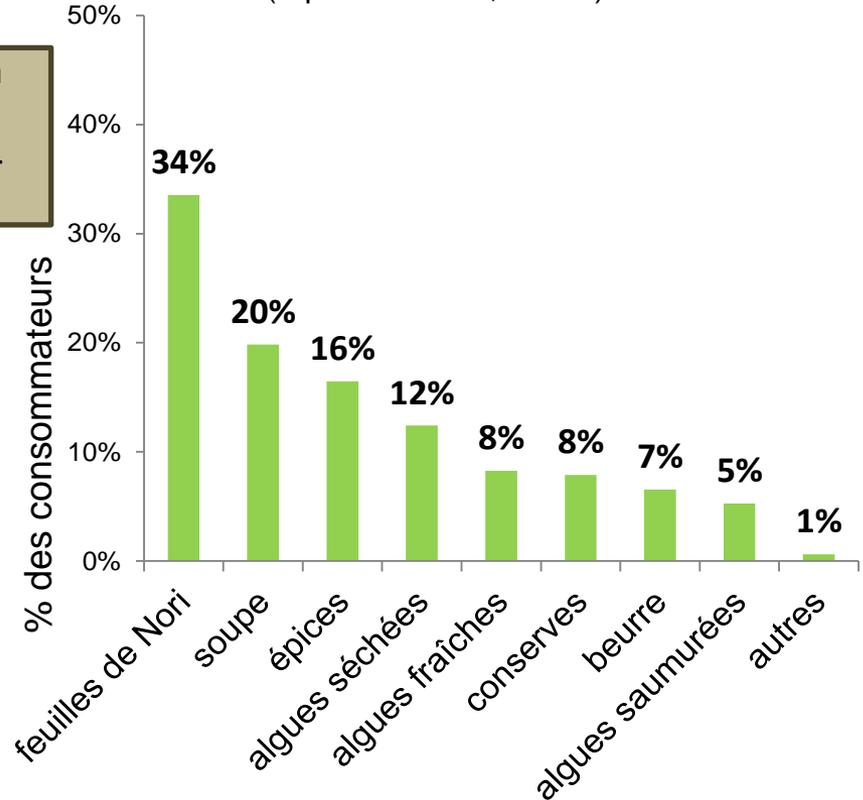
Produits bruts :
produits à intégrer à une
préparation culinaire

Les comportements des
consommateurs 3/4

Nombre de produits bruts achetés
(réponses : 477, NA : 0)

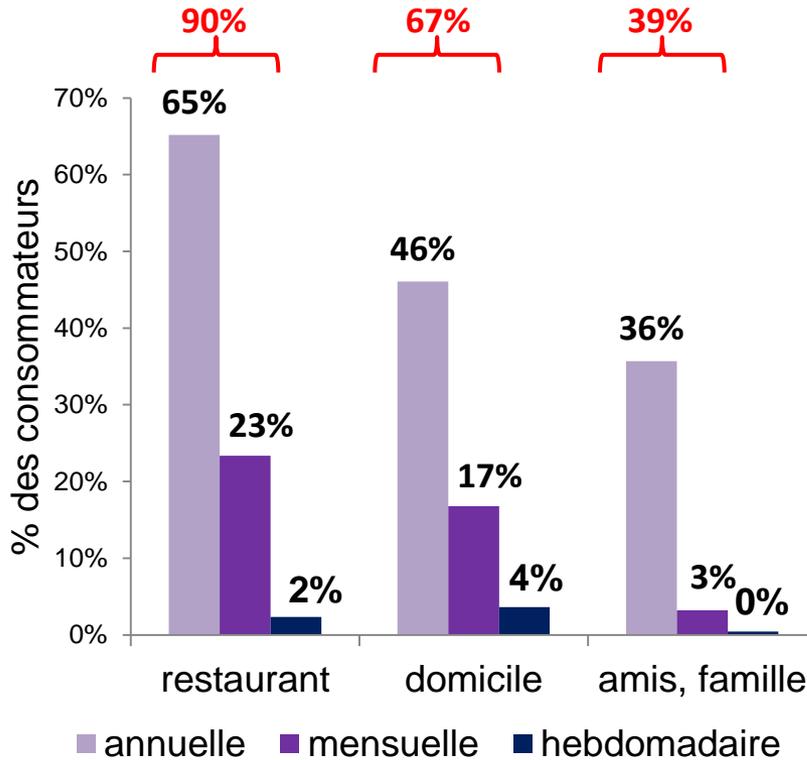


Produits bruts achetés
(réponses : 474, NA : 3)

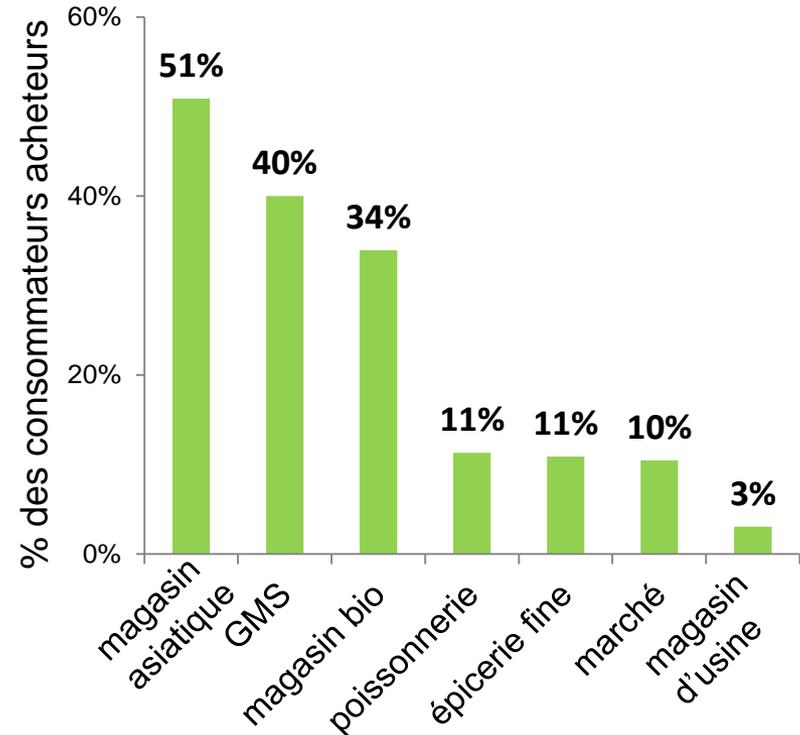


- 50% des C ont réalisés un acte d'achat, 16% se sont approprié les algues
- Produits phares = produits secs, n°1 feuilles pour sushis

Fréquence de consommation selon le lieu (réponses : 471, NA : 6)



Fréquentation des lieux d'achat de produits aux algues (réponses : 230, NA : 3)



- Produits consommés à domicile par 2/3 des C
- Trio lieux d'achats = 2 magasins spécialisés + GMS (2 références)



IDEALG
seaweed for the future

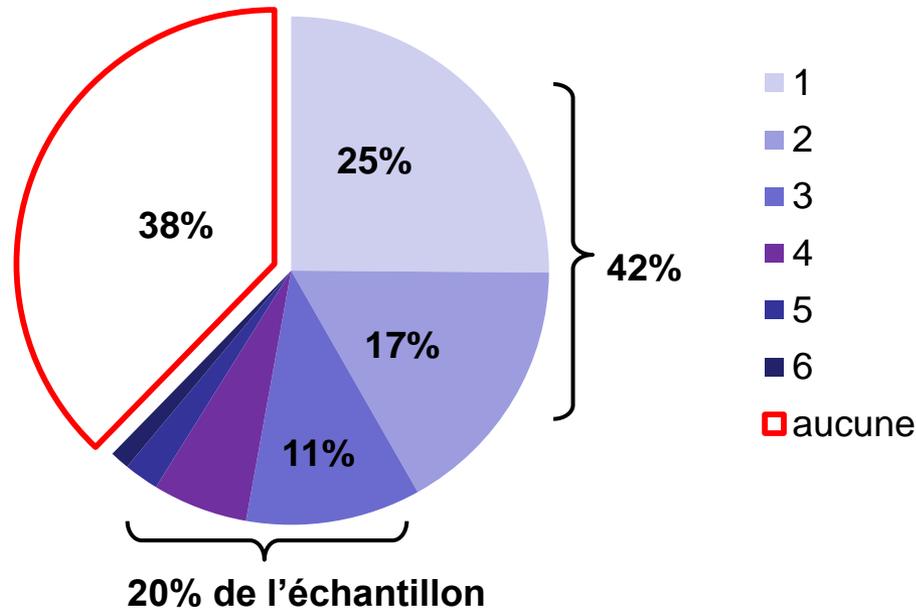


Espèce connue :
espèce ayant déjà été
identifiée ou dont le nom
a déjà été entendu

La connaissance des algues

Nombre d'espèces connues par l'échantillon

(réponses : 820, NA : 5)

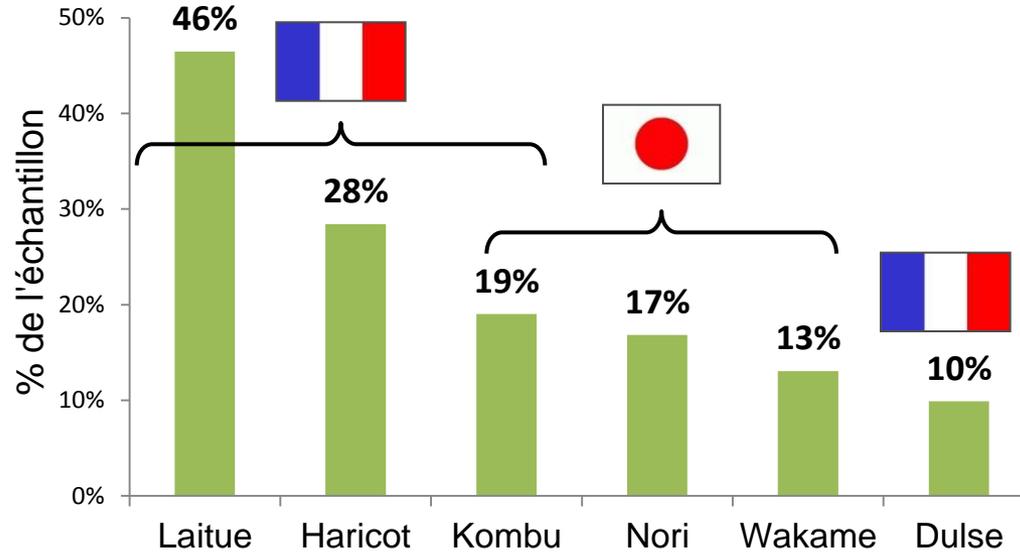


➤ *Espèces mal connues*

C

NC

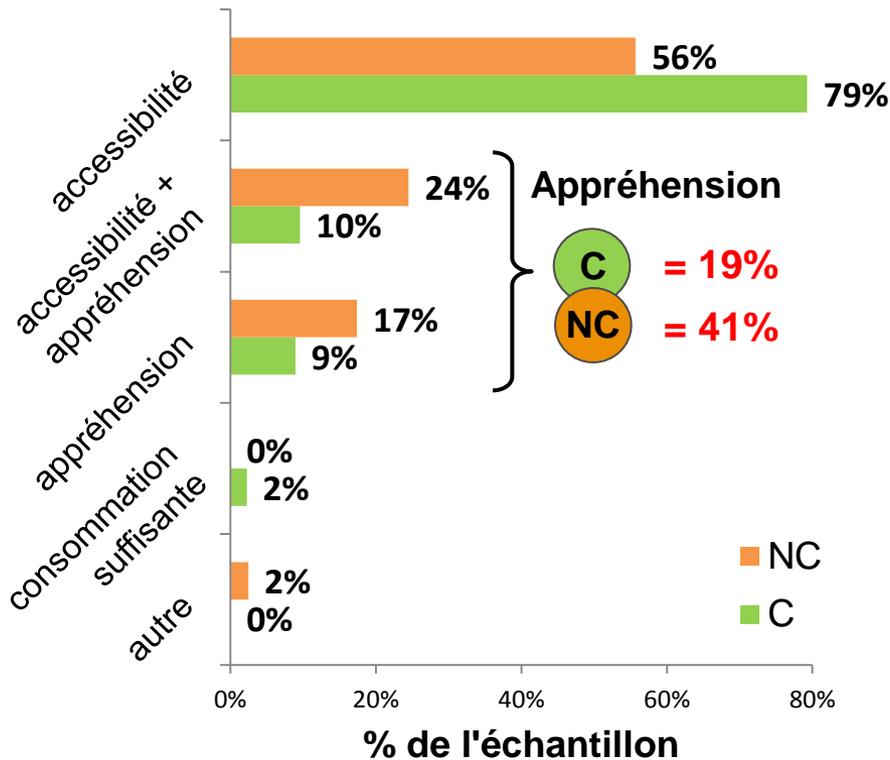
Connaissance des principales espèces d'algues consommées en France (réponses : 820, NA : 5)



➤ *Espèces les plus consommées = les moins connues*

Raisons engendrant un frein à la consommation de produits aux algues

(réponses C : 314, NA : 163) (réponses NC : 282, NA : 66)



Accessibilité

- ✓ Manque d'occasion
- ✓ Non disponible en magasin
- ✓ Méconnaissance des produits
- ✓ Autres :
 - pas dans les habitudes
 - ne saurait pas les cuisiner
 - pas eu l'idée
 - prix trop élevé

Appréhension

- ✓ Appréhension globale
- ✓ Crainte du goût
- ✓ Mauvaise image
- ✓ Autres :
 - pas appétissant
 - manque de volonté
 - milieux pollués
 - origines douteuses

➤ *Principal frein = accessibilité, mais appréhension assez présente, surtout chez les NC = communication nécessaire*

Les freins à la consommation

C

NC



Engagement des **C**

✓ Les contextes de consommation souhaités :

- n 1 : plats exotiques
- n 2 : en accompagnement standard
- n 3 : ex-aequo apéritif / assaisonnement
- n 5 : diététique

✓ **76 %** prêts à cuisiner des algues

Engagement des **NC**

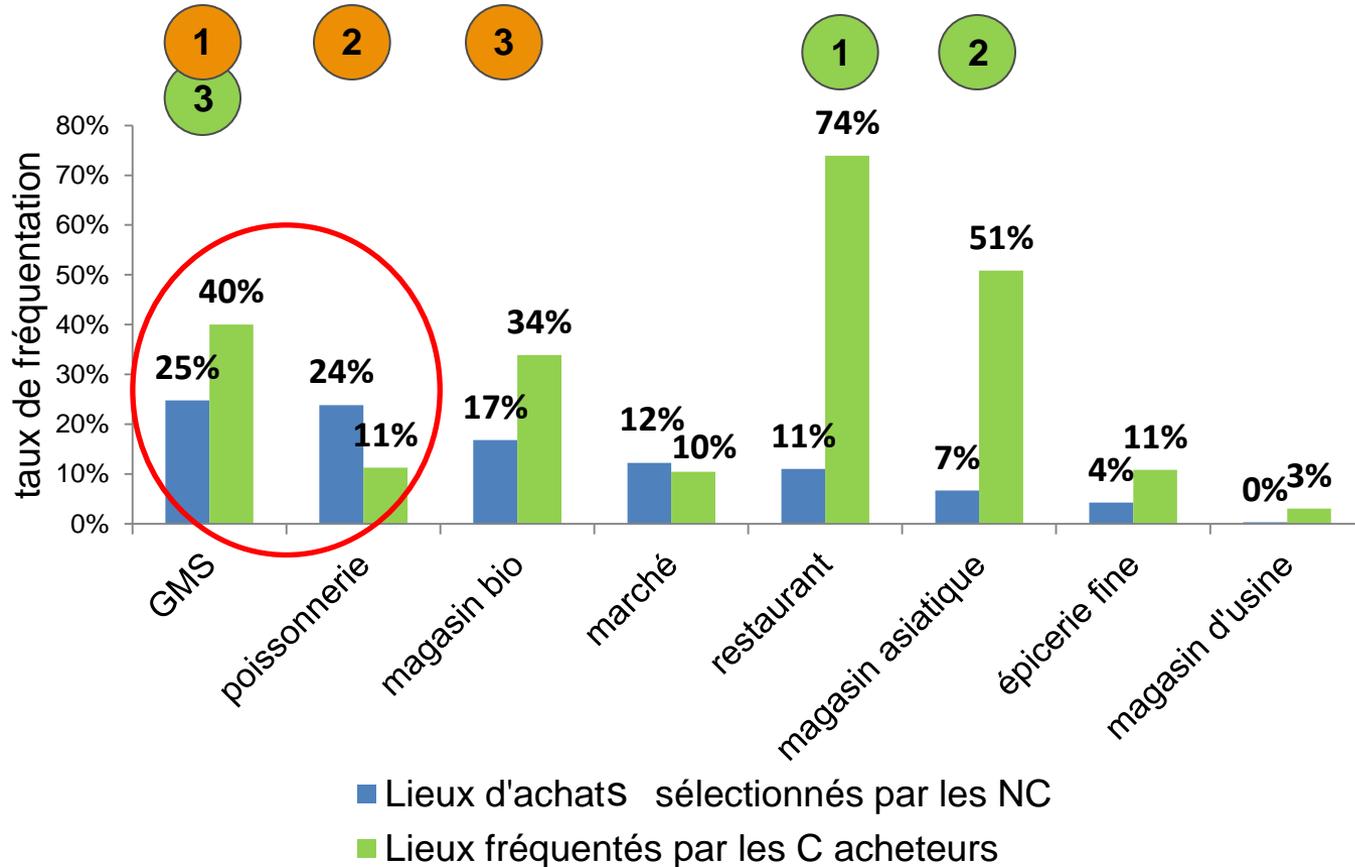
- ✓ **72%** prêts à tester 4 produits ou +
- ✓ 17% frileux
- ✓ 11% refus

➤ *Peu de refus venant des C et NC = potentiel*

➤ *Acceptation de la matière première*

Lieux d'achats effectifs et supposés

(réponses NC : 327, NA : 21) (réponses C acheteurs: 230, NA : 3)



➤ **Incohérence lieux fréquentés / lieux espérés**
 = lieux à investir (ex : poissonneries, diversification en GSM)



Plus de résultats disponibles bientôt sur le site :
<http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/cet.php>



MERCI DE VOTRE ATTENTION