



## Effet de la crise Covid-19 sur la consommation de PPA en RHD en France

Kilian HEUTTE<sup>1</sup>, Fabienne DAURES<sup>1</sup>, Sterenn LUCAS<sup>2</sup>, Frédérique ALBAN<sup>3</sup>, Pascal LE FLOC'H<sup>3</sup>

### Introduction

En France, la consommation en Restauration Hors Domicile (RHD) de produits de la pêche et de l'aquaculture (PPA) est très peu explorée dans la littérature, faute de données disponibles. Les dépenses des restaurateurs en achat de PPA s'élevaient à 1 942 millions d'euros en 2017 (dont 75 % pour la restauration commerciale et 25 % pour la restauration collective) d'après FranceAgriMer. La pandémie a affecté lourdement le secteur de la restauration à travers des fermetures prolongées pendant de longues périodes.

### Objectifs

Le projet COPECO a cherché à comprendre les motivations et les comportements des Français sur leur consommation de PPA en RHD et évalué les différents impacts de la crise sanitaire sur ce secteur. Le travail porte sur la consommation générale de PPA en RHD, suivi d'un focus sur le saumon et le cabillaud, deux espèces fortement consommées en France, à domicile et en RHD. Celles-ci sont par ailleurs pas ou peu produites en France (0 % saumon et 6 % cabillaud selon Lucas et al. (2021)).

### Méthodologie

Deux vagues d'enquêtes en ligne menées par Kantar (resp. avril et octobre 2021) auprès de consommateurs de PPA sont utilisées. Chaque enquête a été menée auprès de 1 500 individus, représentatifs de la population française (âge, sexe, profession, lieu de vie, etc.). Les répondants de chaque enquête ont été divisés en deux afin de répondre spécifiquement à une des deux espèces en plus de leur consommation générale de PPA.

### Résultats

#### État des lieux de la consommation RHD avant Covid-19 en France :

24 % des individus déclaraient consommer des PPA au moins une fois par mois en restauration (R) collective et 37 % au moins une fois par mois en R commerciale. Comparée à la consommation à domicile où 80 % des personnes déclarent consommer des PPA au moins une fois par mois, la consommation en RHD est beaucoup moins fréquente. Sur les deux vagues d'enquête, 15 % des individus ne consomment jamais en R commerciale et 57 % jamais en R collective.

Les consommateurs fréquents de PPA en R commerciale sont souvent des consommateurs fréquents de PPA en R collective et *vice versa* (Table 1). Par ailleurs, la fréquence de consommation à domicile de PPA est plus fortement corrélée avec la consommation en R commerciale qu'avec la consommation en R collective.

Table 1 : Matrice de corrélation de la fréquence de consommation de PPA par lieu

	Restauration collective	Restauration commerciale
Domicile	0,1***	0,24***
Restauration collective	-	0,44***

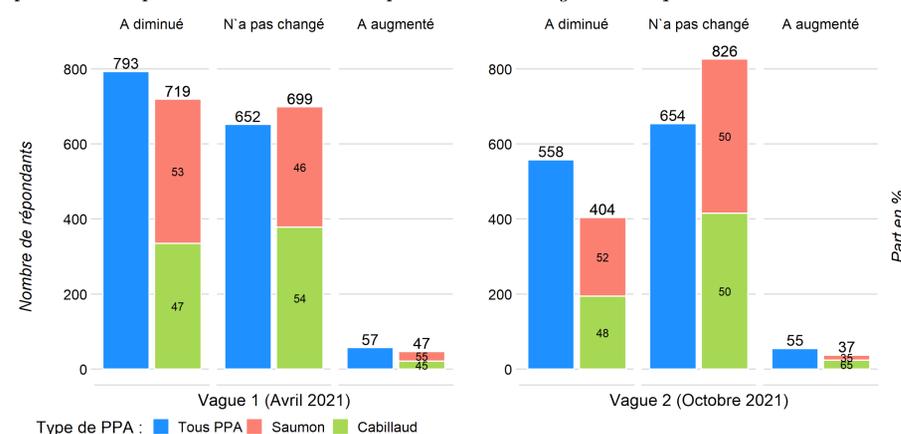
Vague 1 et 2, 2 998 obs, source : COPECO-COVID-Norway-DEFIPEL, 2022

#### Effet des restrictions Covid-19 sur la consommation de PPA en RHD :

La grande majorité des personnes interrogées déclarent que leur consommation en RHD a diminué ou est resté inchangée, de manière générale (tous PPA) ou si l'on considère le saumon et le cabillaud (Fig. 1). La crise sanitaire a donc affecté fortement la consommation de PPA en RHD. Cependant, un changement notable de la répartition de ces résultats est observable entre les deux vagues. En effet, interrogés en octobre 2021 (hors restrictions) sur leur comportement pendant les périodes de restriction, les français sont moins nombreux à déclarer que leur consommation en R commerciale a diminué, par rapport à ceux interrogés en avril 2021. Cet effet est également observé pour la consommation de saumon et de cabillaud en R commerciale (Fig. 1).

La fin des périodes de restriction ainsi que la réouverture des restaurants semble ainsi biaiser la perception rétroactive des individus à ce sujet.

Figure 1 : Évolution de la consommation par type de PPA en restauration commerciale pendant les périodes de restriction pour les deux vagues d'enquête



Vague 1 et 2, source : source : COPECO-COVID-Norway-DEFIPEL, 2022

**Considérations liées à la consommation en RHD :** Lorsqu'on les questionne plus précisément sur leur consommation de PPA en RHD, les français ont tendance à considérer le prix comme premier critère de choix pour la consommation de PPA en R commerciale. Notons également que 81 % des consommateurs prêtent attention à l'espèce qu'ils consomment en R commerciale (Table 2). A l'inverse, 19 % des personnes qui consomment en RHD n'ont pas connaissance ou ne sont pas attentifs à l'espèce qu'ils consomment. Les caractéristiques des produits consommés en RHD, de manière générale ou concernant spécifiquement le saumon et le cabillaud, n'intéressent qu'une faible partie des enquêtés. Ils sont seulement 30 % à se préoccuper de l'origine géographique du produit (tous PPA) et 32 % des méthodes de production. Ces résultats mettent en lumière deux caractéristiques de la consommation de PPA en R commerciale : une relative indifférence des consommateurs au produit qu'ils consomment et/ou un manque de transparence de la part des restaurants (Table 2). Or, ces informations sont considérées comme importantes par le consommateur (Eurobaromètre, 2021).

Table 2 : Répartition des réponses suivant les considérations de consommation de PPA en restauration commerciale pour la vague 2 (en %)

	Type de PPA	Attentif	Non-attentif	Manque d'information	
Espèce	Tous PPA	81	11	8	
	Méthode de production	Tous PPA	32	30	38
		Origine	Tous PPA	30	41
Saumon	34		31	34	
Cabillaud	36		29	35	
Durabilité de la production	Tous PPA	28	33	39	
	Saumon	20	40	40	
	Cabillaud	20	38	42	
Présence d'un label	Tous PPA	-	-	-	
	Saumon	24	44	32	
	Cabillaud	25	42	34	

Vague 2, 1 198 obs (Tous PPA), 534 obs (Saumon) et 525 obs (Cabillaud)  
source : COPECO-COVID-Norway-DEFIPEL, 2022

### Conclusion

La consommation de PPA en RHD est moins importante qu'à domicile mais apparaît comme complémentaire. Si elle reste plus ponctuelle et possède des caractéristiques différentes, le prix y joue également un rôle déterminant. Il apparaît que les méthodes de production, les labels, la durabilité et l'origine des produits consommés en R commerciale n'intéressent qu'une petite partie des consommateurs de PPA (autour d'1/3 en moyenne). Cependant, une proportion similaire déplore un manque d'information de la part des restaurateurs. Les deux vagues d'enquêtes successives ont permis de compléter les données disponibles dans les rapports de FranceAgriMer.

### Contact

• kilianheutte@outlook.com - Fabienne.Daures@ifremer.fr - sterenn.lucas@agrocampus-ouest.fr

<sup>1</sup> Ifremer, Univ Brest, CNRS, UMR 6308, AMURE, Unité d'Économie Maritime, IUEM, F-29280 Plouzané, France. <sup>2</sup> Institut Agro, INRAE, SMART, 65 Rue de Saint-Brieuc - CS 84215, 35042, Rennes Cedex, France. <sup>3</sup> Université Brest, Ifremer, CNRS, UMR 6308, AMURE, IUEM, F-29280 Plouzané, France.

### Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier les programmes de recherche : 1) COPECO, 2) COVID-NORWAY et 3) DEFIPEL