

ENQUÊTE SUR L'IMAGE DES MÉTIERS DE LA PÊCHE EN FRANCE

Mai 2025



**COMITÉ NATIONAL
DES PÊCHES MARITIMES
ET DES ÉLEVAGES MARINS**

Contacts Ipsos :

Salomé Quetier-Parent
salome.quetierparent@ipsos.com

Alexandre Leray
alexandre.leray@ipsos.com

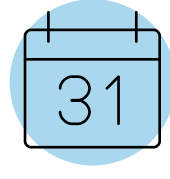


MÉTHODOLOGIE



ÉCHANTILLON

1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du 29 avril au 4 mai 2025



METHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Méthode des quotas :

Sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région d'habitation, catégorie d'agglomération.

Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)

Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*) il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur un fond rouge. [*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

Ce rapport a été réalisé pour :



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

Ce rapport a été relu par Salomé Quetier-Parent, Directrice d'études, Ipsos Public Affairs.



LES 5 CHIFFRES À RETENIR

- Plus de **9 Français sur 10** estiment que le métier de pêcheur n'est pas assez valorisé aujourd'hui
- **94%** des Français déclarent avoir de la sympathie pour les pêcheurs
- La pénibilité physique du travail arrive en **2^{ème} position** parmi les principaux défis auxquels font face les pêcheurs identifiés par les Français (derrière les normes et réglementations)
- Près d'**1 Français sur 4** estime que l'aspect le plus méconnu du métier de pêcheur est celui des efforts pour la préservation des ressources (23%)(en 2^{ème} position, derrière leurs conditions du travail)
- **82%** estiment qu'en France les métiers de la pêche se réinventent pour répondre aux enjeux environnementaux



LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Une image positive ancrée dans l'imaginaire collectif

Les pêcheurs bénéficient d'une image extrêmement favorable auprès du grand public. Une écrasante majorité (94%) des Français exprime de la sympathie envers ces professionnels, plus d'un tiers (37%) déclarant même en éprouver "beaucoup". Plus généralement, les métiers de la filière pêche sont des métiers quasi-unaniment perçus comme des métiers dont on peut être fier (95%), une vision partagée en particulier par les plus âgés (98% des Français âgés de 60 ans et plus contre 92% de ceux de moins de 35 ans).

Cette perception s'ancre dans une représentation du pêcheur comme figure courageuse, passionnée et experte dans son domaine, ces qualificatifs étant les trois auxquels les Français les associent le plus (ils sont classés par respectivement 71%, 56% et 37% des Français dans le top 3 des qualificatifs pour les définir).

Un secteur reconnu comme vital mais sous-valorisé

L'importance stratégique de la pêche est largement reconnue par les Français. 94% la considèrent indispensable au dynamisme économique du pays, 93% estiment qu'elle contribue à l'animation des territoires

littoraux, et 92% soulignent son rôle dans l'indépendance alimentaire nationale. La contribution de ces métiers à l'économie des régions côtière est d'ailleurs l'élément le plus cité parmi les principales raisons pour lesquels ces métiers sont importants.

Paradoxalement, malgré cette reconnaissance, 93% des sondés estiment que ces métiers ne sont pas suffisamment valorisés. Ce constat pointe du doigt un décalage entre l'apport des pêcheurs dans la société et la place qui leur est donnée dans celle-ci (reconnaissance, espace accordé dans les médias, etc.), suggérant un besoin urgent de revalorisation de ces professions.

Des défis multiples dans un contexte global en mutation

Les Français semblent assez conscients que les métiers de la pêche sont soumis à de nombreux défis. Les principaux défis perçus par le grand public sont la réglementation et les quotas de pêche (42% l'identifient comme l'un des 4 principaux défis de ces métiers), la pénibilité physique du travail (39%) et la concurrence des importations (38%). Ces défis s'inscrivent dans un contexte plus large de changement climatique, d'évolution des habitudes de consommation et de préoccupations environnementales croissantes.

La majorité des Français estiment plutôt qu'ils se montrent à la hauteur de ces défis, 82% d'entre eux considérant que les pêcheurs se réinventent pour répondre aux enjeux environnementaux (75% parmi les moins de 35 ans contre 89% parmi les 60 ans et plus). Mais les Français reconnaissent aussi manquer d'information à ce sujet. Parmi les aspects considérés comme le plus méconnus sur les métiers de la filière pêche, les efforts pour la préservation des ressources arrivent en 2^{ème} position (23%), derrière les conditions de travail (34%).

Un potentiel de soutien à exploiter

Malgré ces défis, il existe une forte réserve de soutien de la part des consommateurs. 91% des Français déclarent qu'ils seraient plus enclins à soutenir les produits de la pêche française s'ils avaient une meilleure connaissance du métier. Ce chiffre souligne l'importance de la communication et de l'éducation dans la valorisation de la filière.

Pour renforcer ce soutien, les Français expriment deux attentes principales : une meilleure sensibilisation à l'importance de soutenir la pêche française face à la concurrence internationale (41%), mais aussi des garanties renforcées concernant les pratiques de pêche durables (36%).

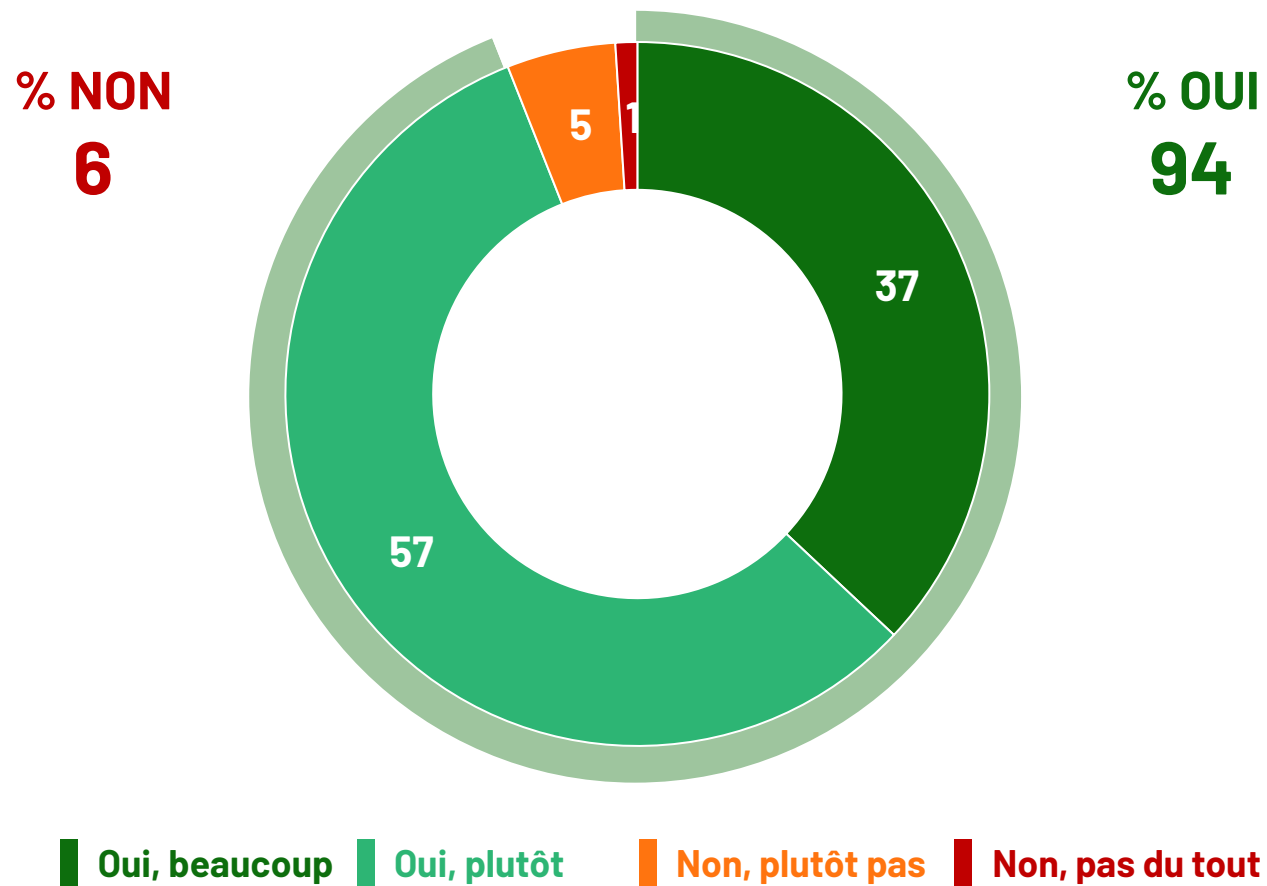
Résultats de l'enquête

01 Des Français attachés à leurs pêcheurs

**La quasi totalité
des Français
éprouvent de la
sympathie envers
les pêcheurs.
Et plus d'1 sur 3 en
éprouve même
"beaucoup".**

Personnellement, avez-vous
de la sympathie pour les
pêcheurs ?

Base : Ensemble de l'échantillon

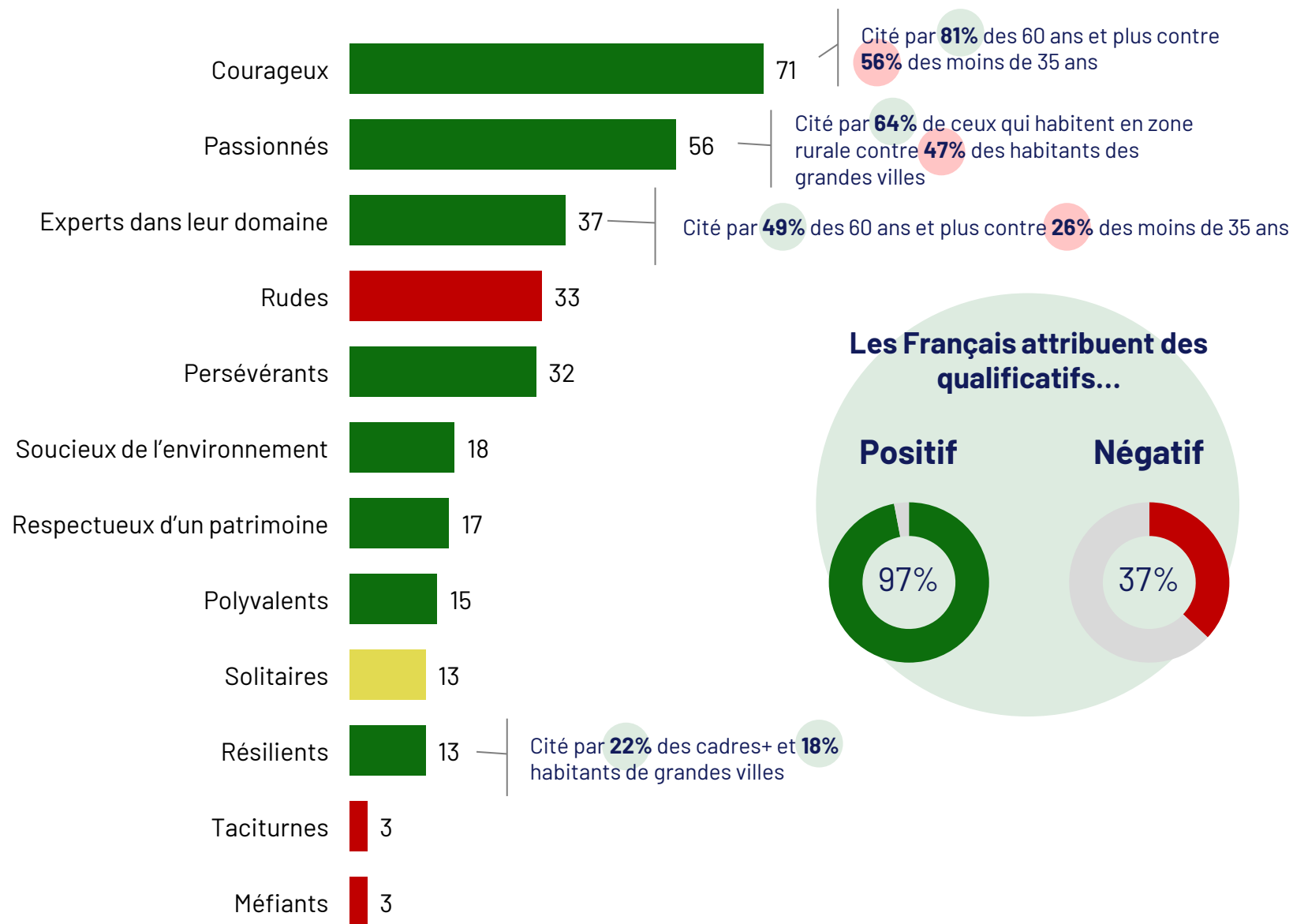


Les pêcheurs sont avant tout perçus comme étant courageux, passionnés et experts dans leur domaine même si 1 Français sur 3 leur attribue un caractère "rude"

Pour vous, quels sont les principaux qualificatifs qui s'appliquent aux personnes travaillant dans la pêche ?

Jusqu'à 4 réponses autorisées par répondants, total supérieur à 100%

Base : Ensemble de l'échantillon



Les Français attribuent des qualificatifs...

Positif

Négatif

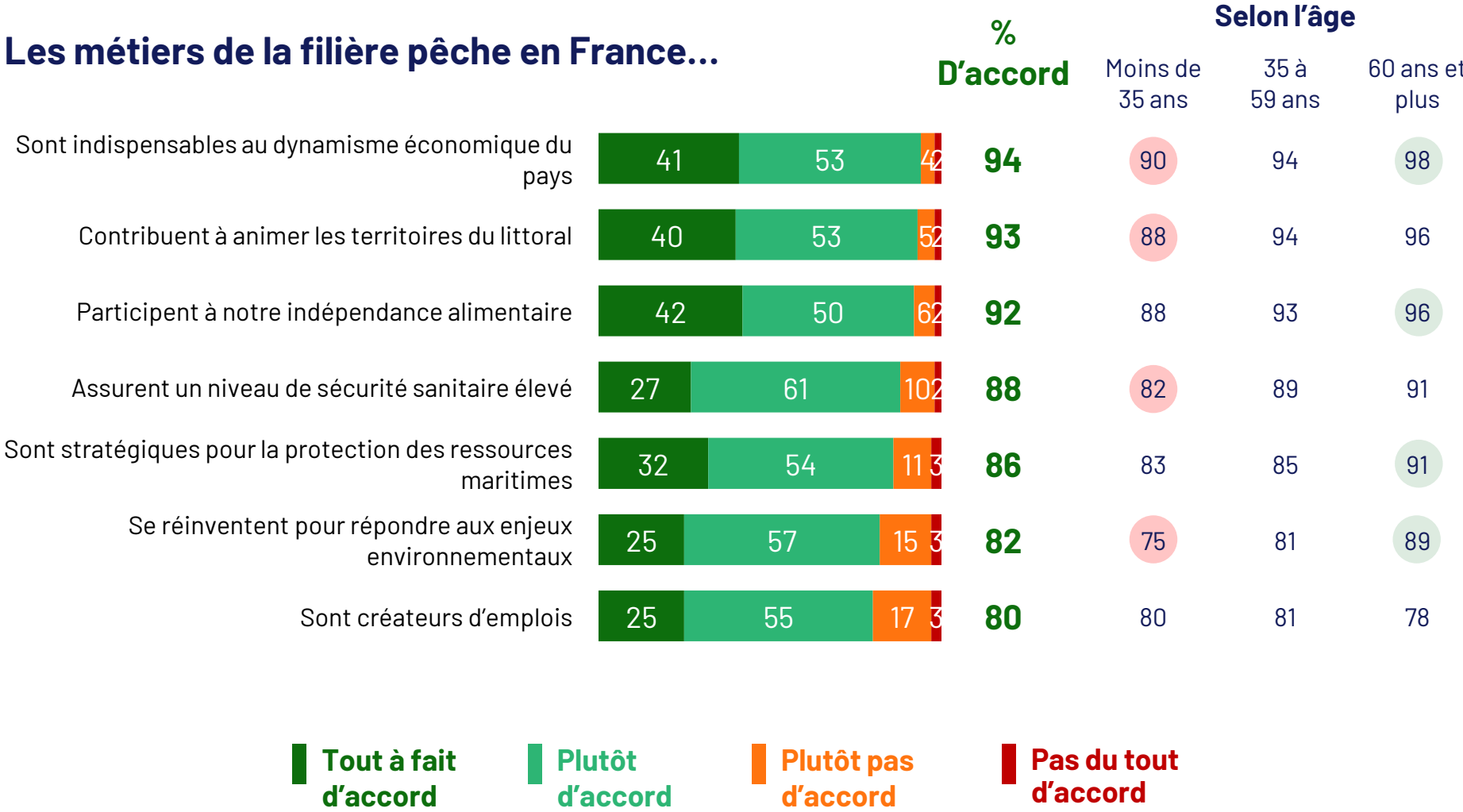
97%

37%

Les métiers de la pêche en France sont perçus comme indispensables au dynamisme économique et à l'animation des territoires du littoral, avec une forte reconnaissance de leur rôle dans l'indépendance alimentaire.

Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les opinions suivantes ?

Base : Ensemble de l'échantillon

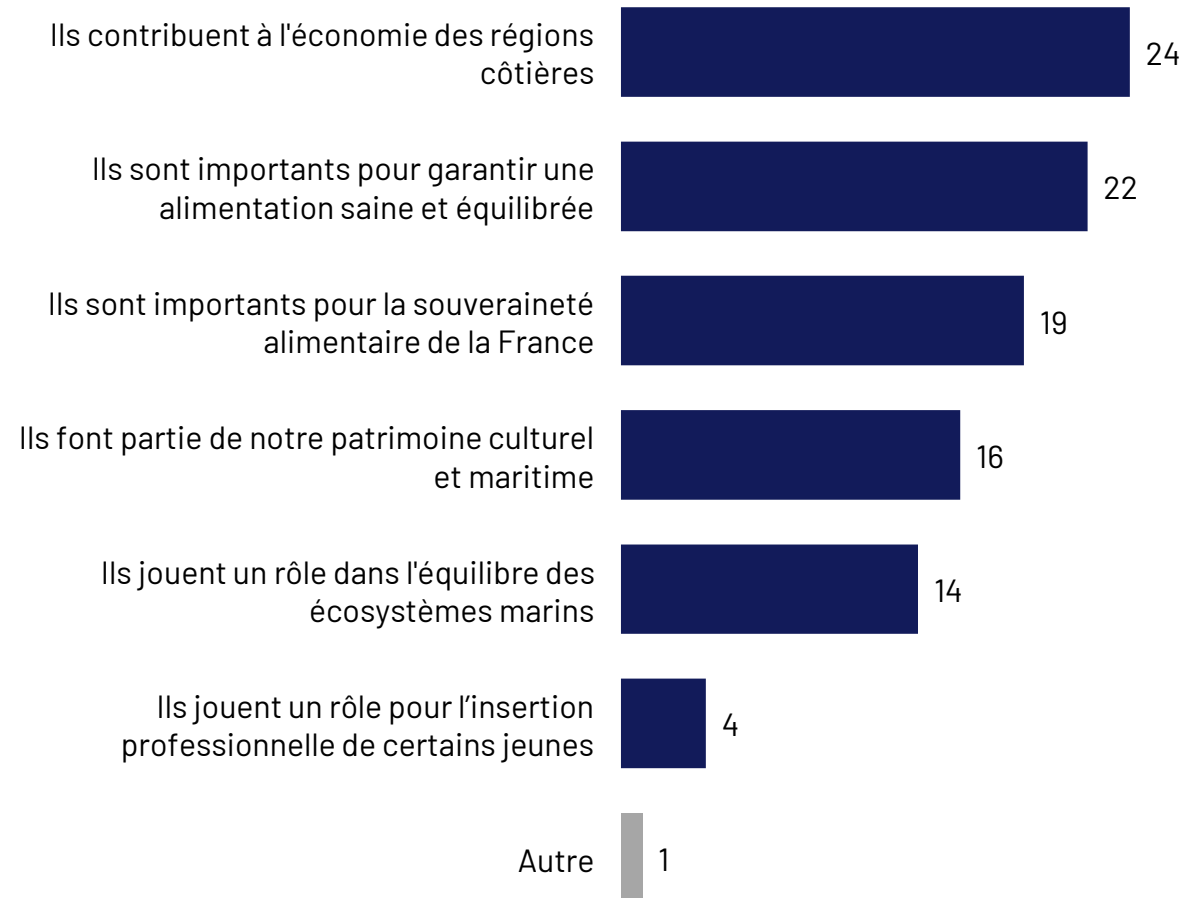


La contribution à l'économie des régions côtières (24%) et la garantie d'une alimentation saine (22%) sont en tête des raisons citées pour évoquer l'importance des métiers de la pêche, suivies de près par la souveraineté alimentaire (19%).

Selon vous pour quelle raison les métiers de la filière pêche sont-ils importants ?

Une seule réponse autorisée par répondant

Base : Ensemble de l'échantillon



02

Des Français assez conscients des défis auxquels les pêcheurs font face en 2025

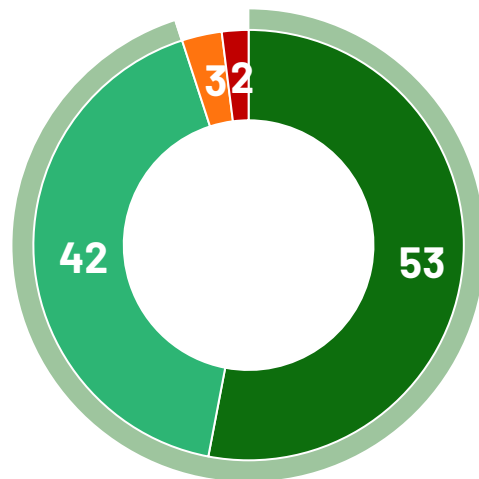
Les Français s'accordent majoritairement pour dire qu'on peut être fier de ces métiers mais qu'ils ne sont pas assez valorisés actuellement.

Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les opinions suivantes concernant la filière de la pêche française ?

Base : Ensemble de l'échantillon

Les métiers de la filière pêche sont des métiers dont on peut être fier

% D'ACCORD
95



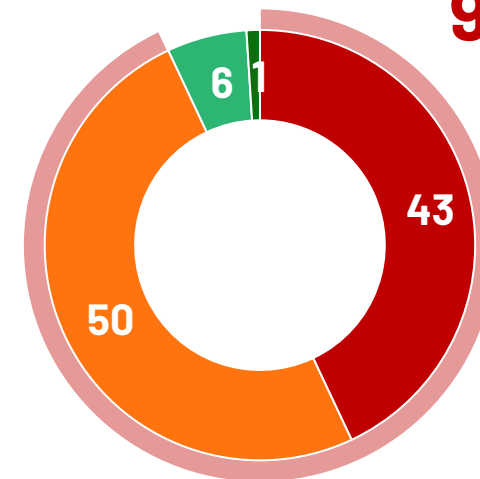
92 95 98

Moins de 35 ans 35 à 59 ans 60 ans et plus

■ **Tout à fait d'accord**
■ **Plutôt d'accord**
■ **Plutôt pas d'accord**
■ **Pas du tout d'accord**

Les métiers de la pêche ne sont pas assez valorisés actuellement

% D'ACCORD
93



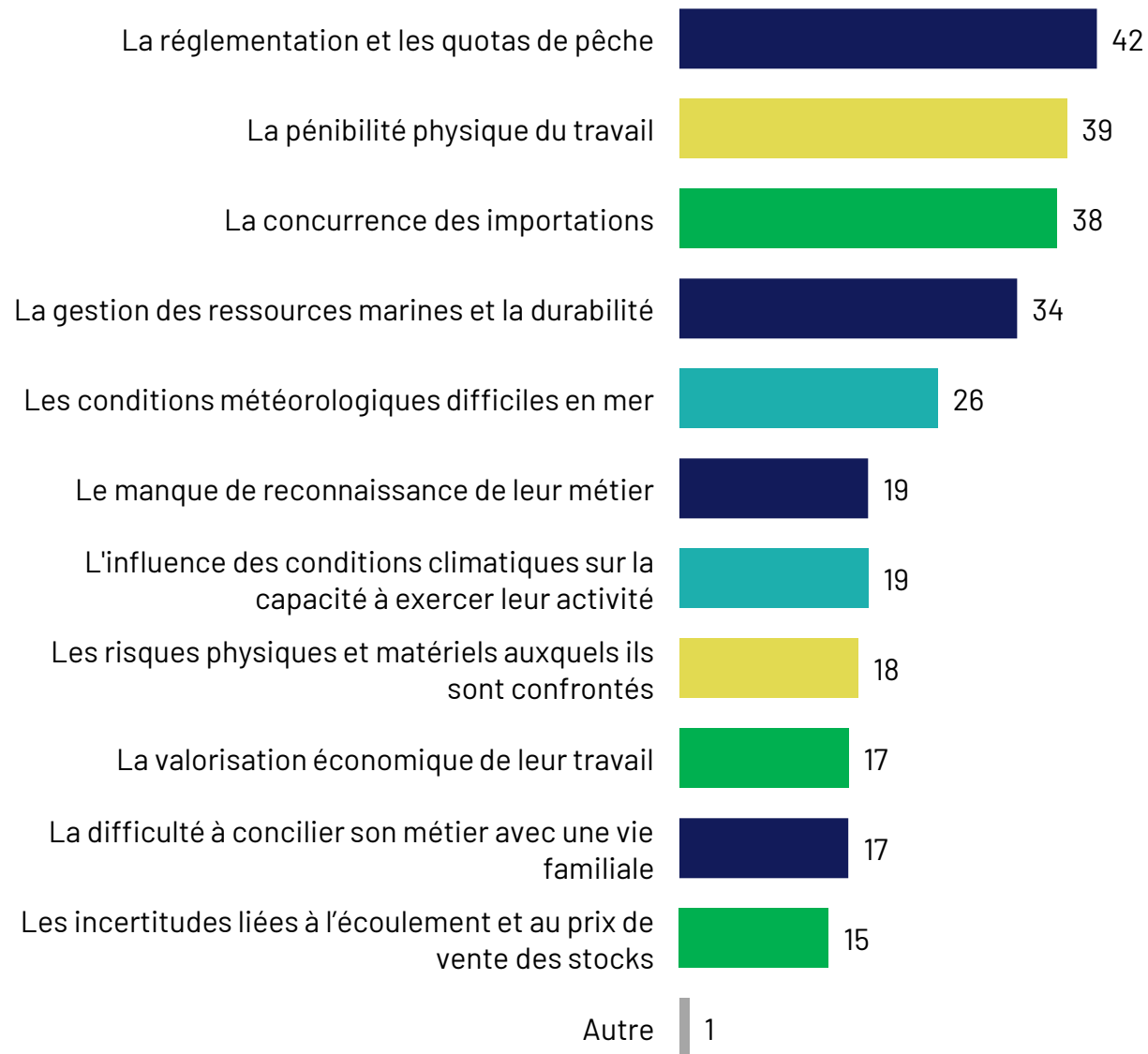
■ **Tout à fait d'accord**
■ **Plutôt d'accord**
■ **Plutôt pas d'accord**
■ **Pas du tout d'accord**

Par ailleurs, les Français sont assez conscients des nombreux défis auxquels font face les pêcheurs : les principaux identifiés sont la réglementation et quotas imposés, la pénibilité physique du métier et la concurrence extérieure.

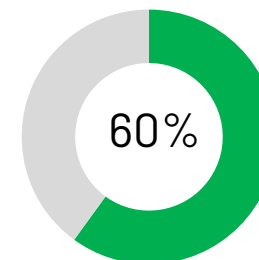
Selon vous, parmi les défis suivants, quels sont selon vous les 3 principaux auxquels les professionnels de la pêche sont confrontés ?

Jusqu'à 3 réponses autorisées par répondant, total supérieur à 100%

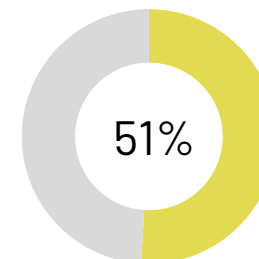
Base : Ensemble de l'échantillon



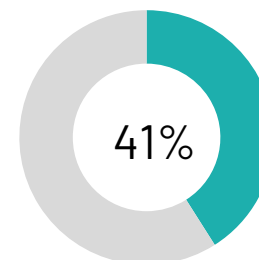
Réalité économique



Risques & pénibilité



Conditions météo

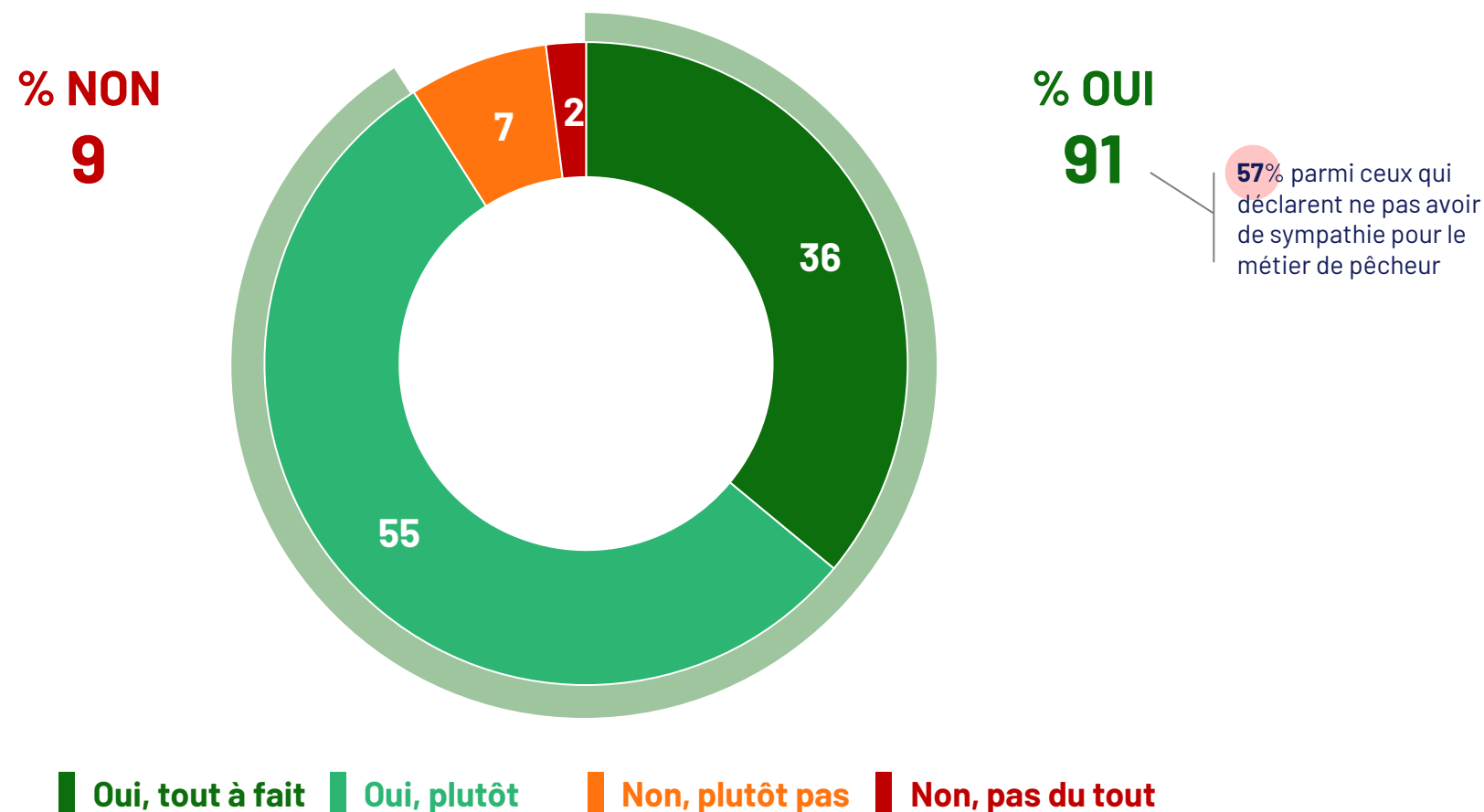


03 **Comment aller plus loin pour soutenir le métier de pêcheur en France ?**

Plus de 9 Français sur 10 déclarent qu'ils seraient enclins à soutenir les produits de la pêche française si ils avaient une meilleure connaissance du travail des pêcheurs, dont 36% « tout à fait ».

Seriez-vous plus enclin(e) à soutenir les produits de la pêche française si vous aviez une meilleure connaissance du travail des pêcheurs ?

Base : Ensemble de l'échantillon

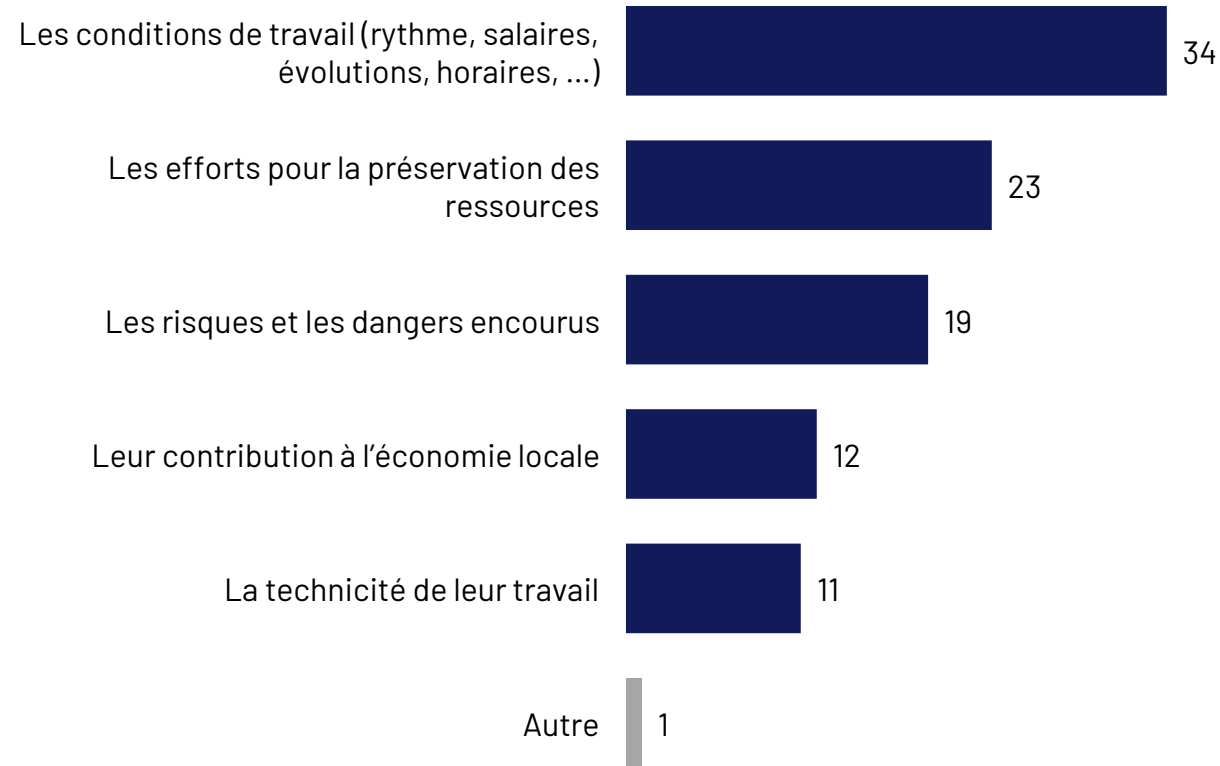


Les conditions de travail dans la filière pêche est l'aspect le plus méconnu du grand public selon 34% des Français, suivi par les efforts pour la préservation des ressources (23%) et les risques encourus par les pêcheurs (19%).

Selon vous, quel est l'aspect du métier de la filière pêche qui est le plus méconnu du grand public ?

Une seule réponse autorisée par répondant

Base : Ensemble de l'échantillon

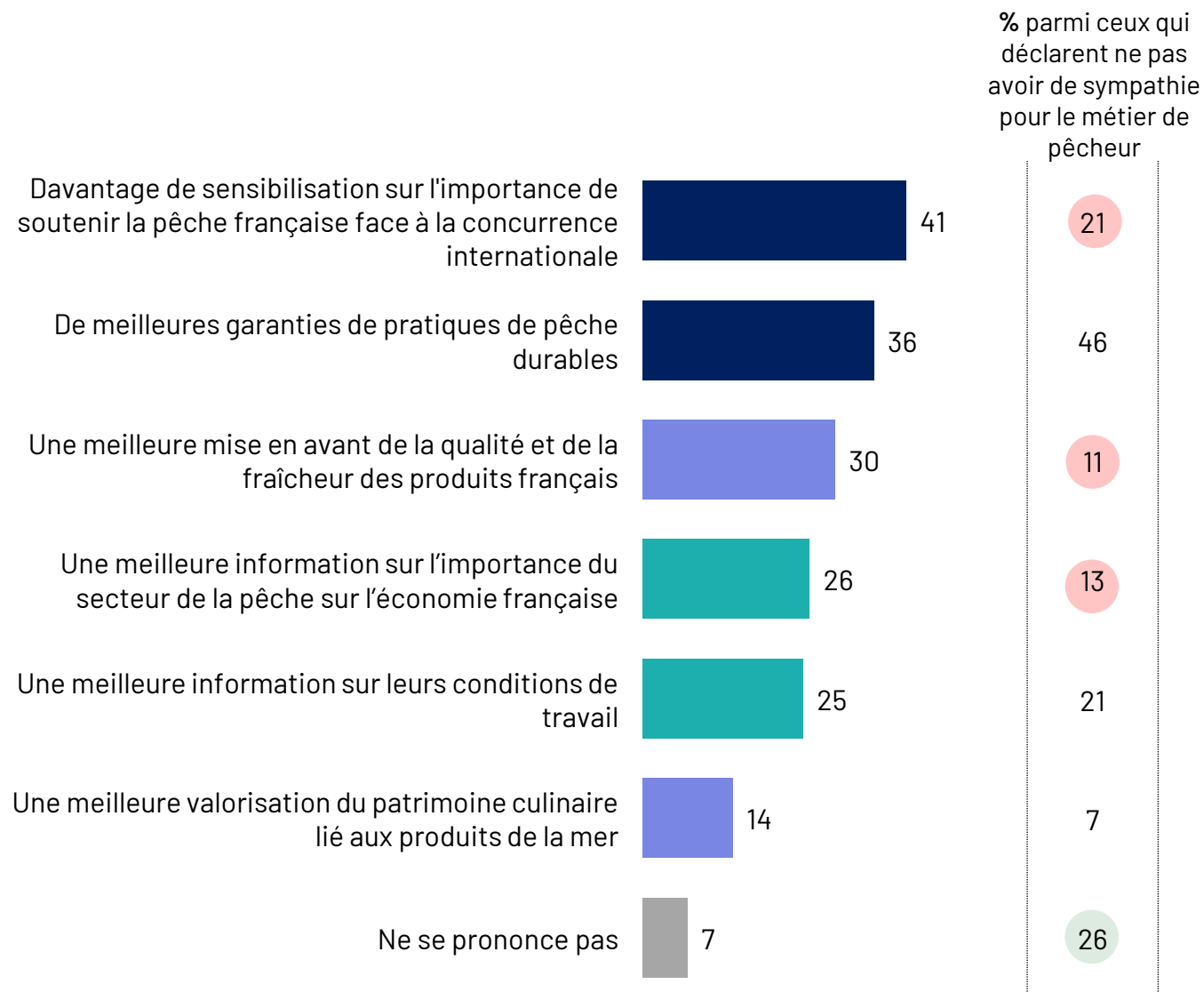


Pour valoriser la filière, les Français souhaiteraient plus de sensibilisation à la concurrence international auxquels les pêcheurs sont confrontés et de meilleures garanties sur des pratiques de pêche durables.

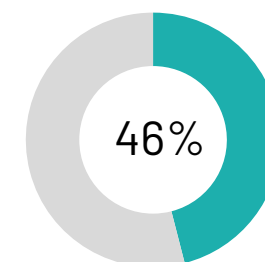
Parmi les éléments suivants, lesquels pourraient le plus renforcer votre sympathie envers les professionnels de la filière pêche ?

Jusqu'à 2 réponses autorisées par répondant, total supérieur à 100%

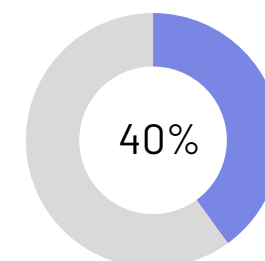
Base : Ensemble de l'échantillon



Meilleure information sur le secteur



Meilleure valorisation des produits



Merci !

ANNEXES

NOS ENGAGEMENTS



CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITE CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNEES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

Fiabilité des résultats

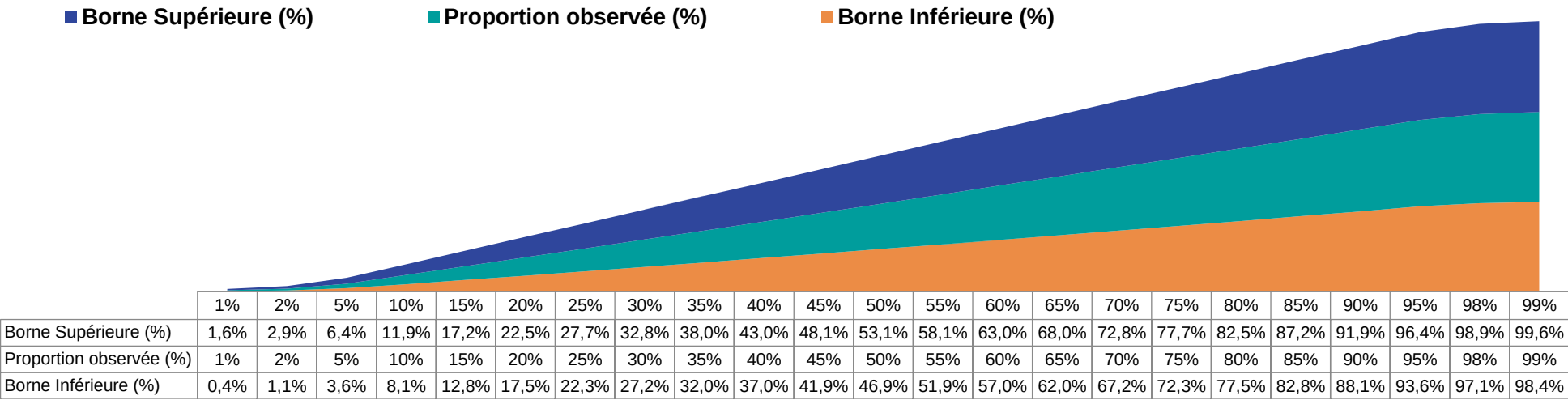


Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d’échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :



FICHE TECHNIQUE



ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Français âgés de 18 ans et plus
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : Sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région d'habitation, catégorie d'agglomération.



COLLECTE DE DONNÉES

- **Si rapport** : **Dates de terrain** : 29 avril au 4 mai 2025
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
Mode de recueil : Recueil On line Panel Ipsos
- **Outil** : Fast Fact
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses** : surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 12 mois



TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : Sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région d'habitation, catégorie d'agglomération.

Fiabilité des résultats : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité selon les données de l'INSEE
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

FICHE TECHNIQUE

Organisation (Étude sur panel online)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données en France

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan – résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

« YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE* »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.