

## France : Prix à la consommation, le poisson résiste

**Les étiquettes des produits alimentaires frais ont fléchi de 4 % l'an dernier. Pas celles du poisson et des crustacés frais qui ont augmenté de 1,7 %.**

Avec 0,5 % de hausse l'an dernier, l'inflation n'aura jamais été aussi faible en France depuis cinq ans. La baisse du prix du pétrole, des produits industriels et des prix alimentaires est à l'origine d'une décélération générale qui épargne les produits de la mer.

En 2014, l'Insee enregistre une hausse de 1,7 % des prix à la consommation du poisson et des crustacés frais. Sous les criées françaises, la tendance est atténuée avec 1 % d'augmentation générale des cours.

Des différences apparaissent néanmoins par familles d'espèces. Les poissons blancs et bleus augmentent à la première vente (respectivement +1 et +4 %), tandis que les poissons fins baissent légèrement (-1 %).

Sur les étals, l'évolution des prix de la marée tranche par rapport à l'univers des produits alimentaires frais où les étiquettes reculent de 4,1 %.

Les fruits et légumes ont en effet souffert de l'abondance des récoltes. De son côté, la viande n'affiche qu'une très légère hausse de 0,9 %.

En GMS, les prix de la viande ont même baissé l'an dernier. À la différence des produits de la mer qui s'orientent en majorité à la hausse.

En dehors des découpes de cabillaud (-4 à -5 %) et de la raie (-4 %), la plupart des espèces de poissons blancs augmentent (+1 à +7 %). Idem pour la truite (+3 %) alors que les découpes de saumon se sont stabilisées.

Au rayon coquillages, la coquille Saint-Jacques entière et en noix a nettement grimpé (respectivement +14 et +6 %) et les moules augmentent aussi (+5 %).

Afin d'élargir la consommation de produits de la mer à tous les segments, poisson entier, traiteur, conserve ou surgelés, FranceAgriMer a achevé le 6 mars 2015 sa campagne de promotion sur le thème : « En frais ou déjà prêts, les produits de la mer, ils ont tout pour plaire ».

Cofinancé par le Fonds européen pour la pêche (FEP), le budget de la campagne a atteint 1,5 million d'euros.

Les régions sous-consommatrices de l'est, du nord et du centre ont bénéficié d'un dispositif particulier en GMS avec 800 journées d'animations.

Source : [http://www.pdm-seafoodmag.com/lactualite/detail/items/prix-a-la-consommation-le-poisson-resiste.html\(26/03/15\)](http://www.pdm-seafoodmag.com/lactualite/detail/items/prix-a-la-consommation-le-poisson-resiste.html(26/03/15))