

Saumon fumé, Les Français achètent moins mais mieux

Dans son dernier bulletin, l'observatoire européen des marchés de produits de la mer (Eumofa) dresse une synthèse pertinente sur la formation des prix du saumon fumé et ses effets sur la demande.

Premier stade, les cours de la matière première saumon ont vraiment pris leur envol en 2013 (+30 %) suite à la baisse de production norvégienne. La hausse s'est poursuivie en 2014 puis un retournement de tendance s'est fait sentir en 2015.

FranceAgriMer observe même une baisse des prix à l'importation en France du saumon frais entier de 4 % (cumul annuel mobile fin novembre) l'an dernier.

Au stade de la fumaison, l'Eumofa souligne une évolution quasi-symétrique des prix moyens sortie-usine de 2011 à fin 2014 par rapport aux prix de la matière première.

Les fumeurs n'ont cependant pas répercuté intégralement l'augmentation du saumon utilisé. Le rôle d'amortisseur des hausses revient davantage aux distributeurs qui ont réduit leur marge.

De fait, les prix apparaissent nettement plus stables sur les rayons. Où l'échelle de valeur tient beaucoup au marketing de l'origine : Norvège en moyenne gamme, Écosse et Irlande en haut de gamme.

Moins rapide qu'en amont, la hausse du prix de détail a néanmoins fait reculer la consommation. L'augmentation d'1 €/kg en 2013 (en lien avec celle de la matière première) va réduire le pourcentage de ménages acheteurs (-4,5 %) ainsi que la fréquence d'achat.

La tendance s'accroît en 2014 lorsque les étiquettes grimpent de 2 €/kg.

L'autre facteur de baisse de consommation, et pas le moindre, tient à l'effet médiatique du reportage d' « Envoyé spécial » très défavorable à l'élevage de saumon norvégien.

Renversement de courant en 2015, selon le panel IRI, les prix de détail en légère hausse n'entravent pas la reprise de consommation : +4,2 % en volume (cumul annuel mobile fin 2015).

Le « fish gate » s'éloigne et le panel Kantar note le retour des consommateurs : la fréquence d'achat et le taux de pénétration du saumon fumé s'améliorent.

Parallèlement, le marché continue à se valoriser avec du saumon plus qualitatif. IRI cite 17,8 % de croissance sur le sauvage d'Alaska, +40 % pour le bio, +3,2 % sur l'origine Écosse et -1,8 % pour la Norvège.

Cette tendance s'était déjà vérifiée en période de baisse de consommation, par le retrait des premiers prix au profit des produits de qualité, fussent-ils plus onéreux.

Les fumeurs français ont vite saisi l'opportunité pour se différencier de la concurrence polonaise axée sur les premiers prix.

Stratégie payante que confirme le recul des exportations de saumon fumé en Pologne vers la France. Ce, alors que l'écart des prix sortie-usine entre les produits français et polonais oscille entre 30 et 35 %.

Soit environ 5 €/kg de plus chez les Français, pour un prix moyen à l'import du saumon frais matière première équivalent en France et en Pologne.

La différence tient au coût du travail, au process et dans une moindre mesure au marketing sur les produits.

Ainsi, « le prix sortie-usine n'est pas le seul, ni le principal facteur de compétitivité », relève l'observatoire européen des marchés.

En France, la part de marché des premiers prix n'est que de 3,5 % en valeur quand celle des marques propres aux fumeurs atteint 50 %. Au prix d'intenses campagnes de promotion et de communication grand public.

Source : <http://pdm-seafoodmag.com/lactualite/detail/items/saumon-fume-les-francais-achetent-moins-mais-mieux-6641.html>