

## La consommation de produits aquatiques recule en France

**L'an dernier, la valorisation des produits aquatiques n'a pas compensé le recul des ventes en volume entamé depuis plusieurs années. Seul le rayon traiteur de la mer parvient à recruter des consommateurs, et encore, ses produits phare perdent désormais du terrain.**

En 2018, les Français ont consommé quelque 640 000 tonnes de produits aquatiques, en recul de 1,6 % par rapport à l'an dernier pour une valeur de 7,432 milliards d'euros, en légère hausse de 0,3 %. La décroissance en volume engagée depuis plusieurs années a été moins bien compensée par l'augmentation en valeur que les années précédentes (entre 2016 et 2017, la progression avait été de 1,1 %). Pour autant, d'après une étude de Kantar Worldpanel réalisée pour FranceAgriMer à la veille du salon Seafood Global Expo, le potentiel de croissance de la consommation reste important.

### 12 % des Français en consomment plus d'une fois par semaine

Seuls 59 % des Français consomment des produits aquatiques deux fois par semaine contre 91 % qui consomment de la viande 5 fois par semaine. Autrement dit, seuls 12 % des Français en moyenne consomment des produits aquatiques frais 1,3 fois par semaine, alors qu'ils sont 78 % à consommer 3,1 fois par semaine de la charcuterie et 59 % à consommer 2,3 fois de la viande de boucherie fraîche.

Selon Kantar Worldpanel, si les produits aquatiques en surgelé et conserve touchent moins de consommateurs à la semaine, les produits traiteur recrutent. L'an dernier, les Français ont consommé plus de 180 000 tonnes de traiteur de la mer (+2,9 %) pour une valeur de plus 2,8 milliards d'euros (à +4,1 %).

### Seul le traiteur recrute

Le traiteur se porte globalement bien, même si ses produits phare continuent de perdre des acheteurs comme les poissons fumés, le surimi et les tartinables. Dans le détail, alors que le saumon fumé décline en nombre d'acheteurs, la truite fumée, elle, gagne du terrain



depuis quatre ans, notamment auprès d'une cible féminine et senior. Le surimi, star du rayon il y a encore quelques années, perd des points chez les moins de 50 ans, les plus modestes et dans la région Centre-Est. « En revanche, de plus petites offres recrutent comme les entrées et les plats cuisinés, les poissons précuits et les poissons séchés », souligne l'étude de Kantar Worldpanel qui note toutefois qu'après deux années de fort recrutement les sushis/makis marquent le pas, avec la remontée des prix.

### **En frais, le préemballé progresse**

Les produits aquatiques frais hors traiteur ont plus de mal. En 2018, ils ont reculé en volume de 4 % en volume à 210 000 tonnes et en valeur de 3,1 % à 2,347 milliards d'euros. « Si le poisson frais recrute les célibataires, principalement dans l'Ouest et le Sud-Ouest, en parallèle, on observe une mauvaise double tendance pour les familles avec moins d'acheteurs qui achètent moins », note Kantar Worldpanel.

Le panéliste souligne par ailleurs une perte marquée d'acheteurs de produits aquatiques frais en hypermarchés, compensée par une légère hausse du niveau d'achat, de belles performances des enseignes ex-hard-discounters qui continuent de gagner du terrain, alors que les marchés, foires et poissonneries perdent des acheteurs. En revanche, l'offre préemballée continue de prendre de l'importance dans les achats des Français avec 22,4 % des achats des foyers français en volume des produits aquatiques frais (contre 21,7 % en 2017 et 17,8 % en 2013).

Le saumon reste la star des produits aquatiques en France, avec 48 000 tonnes commercialisées en 2018 pour 1,162 milliard d'euros, le saumon frais ayant plus recruté l'an passé que le saumon fumé. Une tendance à mettre en relation avec une baisse des prix sur le frais. À la deuxième place du podium des espèces de poissons, on retrouve le cabillaud avec 32 000 tonnes consommées pour une valeur de 489 millions d'euros. Une espèce appréciée d'une cible plus senior et de plus petits foyers.

Si l'on prend en compte l'ensemble du rayon produits aquatiques, la deuxième place du podium revient à la crevette. Les Français en ont consommé 42 000 tonnes l'an dernier pour une valeur de 618 millions d'euros, un record !



### ***La taille de clientèle en surgelés se stabilise***

Le rayon produits aquatiques surgelés a vu ses ventes reculer de 3,4 % à 118 000 tonnes et de 1,9 % à 1,270 milliard d'euros en valeur l'an passé. « Les surgelés ne renouent pas avec la croissance, mais la taille de clientèle se stabilise pour la première fois depuis 4 ans », souligne le panéliste. Si les MDD continuent de perdre des acheteurs, les marques nationales enregistrent un léger mieux sans toutefois retrouver leur niveau de 2016. Hypermarchés et supermarchés stabilisent la taille de leur clientèle, mais les magasins spécialisés perdent des acheteurs pour la seconde année consécutive.

Côté conserves, la consommation a reculé de 1,9 % en volume l'an passé à 125 000 tonnes, mais s'est appréciée de 1,6 % en valeur à 1,137 milliard d'euros. Seuls le thon et l'anchois maintiennent leur taille de clientèle, sardine et maquereau poursuivant leur érosion.

#### **Rapport complet :**

<https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/60637/document/2019-04-09-FranceAgriMer%20-PDX-AQUATIQUES-Kantar.pdf>

#### **Lien article :**

<https://lesmarches.reussir.fr/la-consommation-de-produits-aquatiques-recule-en-france>

