



Politique d'approvisionnements des GMS et de la RHD en produits de la pêche et de l'aquaculture en Espagne

Compte rendu de l'enquête réalisée pour l'OFIMER
en juin - juillet 2006

Conseil de Direction OFIMER du 20/09/06



LES APPROVISIONNEMENTS DU MARCHÉ ESPAGNOL

L'Espagne : 1er marché de l'UE pour les produits de la pêche et de l'aquaculture

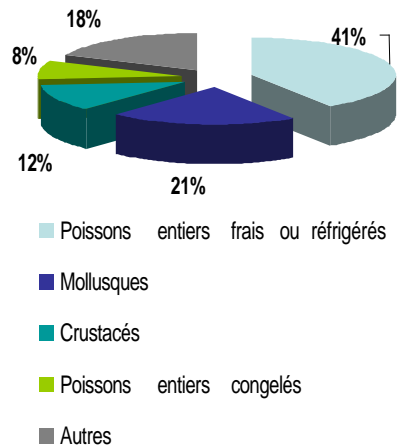
- **Pêche** : Diminution des captures (-30% vs 1995), **816 800 t débarquées en 2005** (-4% vs 2004) : 52% en frais, 47% sous forme surgelée, 0,6% sous forme de produits salés.
Principales espèces pêchées : bonite, thon albacore, sardines, chinchard et merlan bleu. → Poissons bleus : 57% des captures,
Vigo : 1^{er} port de pêche en Espagne et en Europe.
- **Aquaculture** : 1^{er} pays producteur aquacole de l'UE : 272 600 tonnes en 2005, **dominée à 80% par la conchyliculture. Secteur stratégique*** et en pleine croissance (volumes de production doublant tous les 6 ans environ).
Principales zones de production : Galice (turbot et moule), Valence et Andalousie (dorade et loup).
- **Importations** : 1^{er} pays importateur européen, 2^{ème} au niveau mondial. **1,6 million de tonnes et 4,62 milliards d'euros.** → +70% en vol. en 10 ans (+90% en val.). **Déficit commercial : 2,54 milliards EUR en 2005.**
Le merlu : 1^{er} produit importé en frais avec un volume proche des 58 000 tonnes annuelles.



LA PLACE DE LA FRANCE

- **2^{ème} fournisseur en valeur de l'Espagne** derrière le Maroc : 6,6% des importations au niveau mondial et 17,5% au niveau de l'UE.
- **Ventes françaises** : 71 350 t et 259 millions € en 2005 dont **42 700 t et 180 millions € en frais** (poissons et filets 27 200 t et 106 millions, mollusques 8 750 t, crustacés 1 370 t).
- **Chute de 25% en volume et 12% en valeur en 2005** (baisse des disponibilités d'anchois et de céphalopodes).
- **Principales espèces de produits frais** importées en provenance de France : anchois (-65% en 2005 vs 2004), sole (-13%), cardine (-9%), lotte (stable), seiches (-65,2%).

Structures des importations espagnoles en provenance de France, en valeur, en 2005



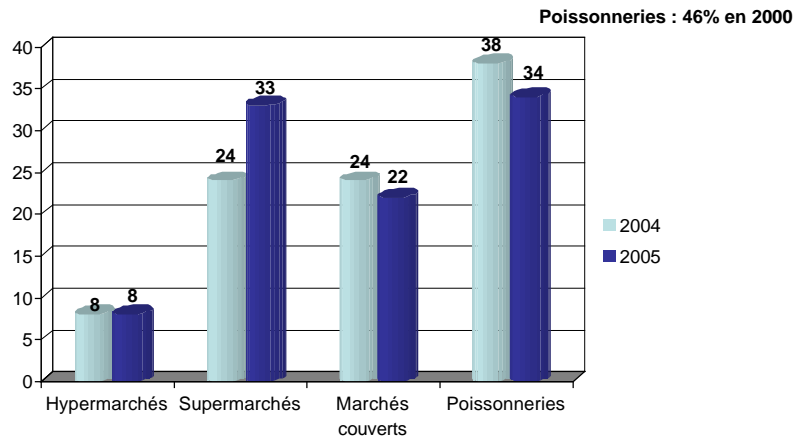
Source : UBIFRANCE d'après les Douanes Françaises



LA CONSOMMATION

- **Produits de la pêche et de l'aquaculture** : 13,3% du budget alimentaire des Espagnols. 2^{ème} poste de dépenses derrière la viande.
- **Consommation de produits aquatiques par habitant et par an** : 36,7 kg dont **28,5 kg/hab./an à domicile, avec 58% de poisson frais (en vol.)**.
- **Une certaine régionalisation de la consommation** de produits aquatiques.
- **Le merlu : espèce la plus consommée par les ménages espagnols** (4,5 kg/hab./an). 91% des consommateurs achètent ce poisson.
- **Produits frais, un poids toujours plus important** : + 15% en 2005 vs 2003 (en vol.).
Principales espèces de poissons frais consommées : merlu (23% des volumes de poissons frais), sole (7,4%), saumon, sardine et anchois.
 - Consommation en 🐟 : merlu et cabillaud,
 - Consommation en 🐟 : saumon et truite.
- **Fruits de mer** : calamars et poulpes (25% en vol.), moules (23,5%), palourdes et coques (13,4%).
- **Marché encore limité pour les produits traiteurs en Espagne** car **fortes traditions culinaires**, très spécifiques selon les régions, des **jeunes Espagnols qui s'émancipent tard**, des **produits globalement chers**. **Mais de nouveaux modes de consommation** (praticité, rapidité de préparation, aspect « santé » de l'aliment) et **des industriels locaux toujours plus nombreux à innover**.

Evolution des achats de produits de la pêche et l'aquaculture frais par type de magasin, en %, en valeur

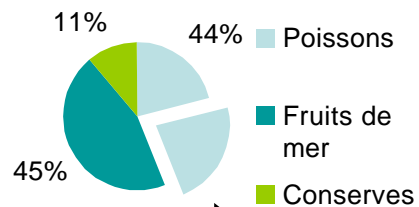


Baisse des circuits « traditionnels »

Source: UBIFRANCE d'après FROM

- **Les produits aquatiques en 2005 : 11,4%** des dépenses alimentaires totales (+6% en vol. et -3% en val. vs 2004)
- **Poissons et fruits de mer** : niveau de consommation identique.
- **Préférence pour le frais.**
- **Faible consommation** de plats préparés à base de poissons **mais belles perspectives de croissance. Produits surgelés généralement basiques** (*filets de poisson en sauce, croquettes, crevettes panées ou seiches farcies*). **Produits traiteur frais élaborés encore limités.**

Répartition des volumes de produits aquatiques dans la RHD, en 2005



Dont Merlu : 23%

Source : UBIFRANCE d'après MAPA



CIRCUITS D'IMPORTATION ET DE DISTRIBUTION

- **Réseau des marchés de gros (23) très organisé** : 3 principaux = Mercamadrid (1^{er} marché au poisson d'Europe), Mercabarna, Mercavalence ; **60% des volumes de produits aquatiques** (80% frais) consommés en Espagne commercialisés par ce biais mais ↘ des volumes traités (-8% entre 2000 et 2004). Circuit encore important mais **en perte de vitesse** orientés vers le **secteur traditionnel** (poissonneries, grossistes) **et la RHD indépendante et locale**.
- **Les particularismes régionaux** (culturels et culinaires) favorisent encore aujourd'hui une **forte atomisation de la distribution**, en particulier en ce qui concerne le circuit RHD en région.
- **Les principaux circuits de distribution sont** : les importateurs - distributeurs d'envergure nationale (6 principaux) et régionale; les nombreux grossistes - distributeurs régionaux et locaux (pour la RHD), les plateformes de distribution des GMS (importation en direct).
- **La RHD s'approvisionne** pour 58% auprès des grossistes distributeurs et 12% auprès des C&C (poissonneries 13%); les **Chaînes de restauration** (poids=26%): **évolution** vers des méthodes proches de celles de la grande distribution → centralisation des achats, contacts directs avec les producteurs, plateformes de distribution, etc.



L'OFFRE EN GMS : caractéristiques et perspectives d'évolution

- **Les approvisionnements : Des achats centralisés** : 3 à 7 acheteurs selon la chaîne; **logistique organisée** : au moins 2 plateformes de distribution de produits aquatiques et jusqu'à 6 pour les chaînes les plus importantes (une spécifique produits aquatiques frais). **Fournisseurs*** : 85% espagnols. Approvisionnement directement auprès de certains fournisseurs étrangers (Norvège, Italie, France, Danemark, Irlande principalement), grands importateurs-distributeurs nationaux et entreprises de pêche et/ou d'élevage. **Faible participation des marchés de gros** (quelques chaînes régionales y ont encore recours mais en ↘).
- **Le rayon poissonnerie** : entre 3 et 8% du CA total du PDV. **Moyenne de 4-5%**; environ **50 références**; différences régionales dans l'assortiment; 70% poissons / 30% fruits de mer; le merlu est l'espèce la plus vendue (jusqu'à 15% des ventes du rayon); **part des poissons d'aquaculture** : en ↗, entre 20 et 30%.
- **Le rayon LS** est plus ou moins fourni selon les enseignes (part dans le CA du secteur marée : jusqu'à 20%). En général, filets de saumon, truite, cabillaud et perche ; calamars en rondelles, crevettes cuites, poupe en morceaux ; le tout conditionné en barquette (par le PDV).
- **Les tendances : développement des filets frais et mollusques nettoyés et de « produits traiteur »** en barquette (sous atmosphère contrôlée). **Poursuite de la croissance des produits d'aquaculture** (tout particulièrement importante en GMS). **Sensibilité croissante des consommateurs espagnols aux labels de qualité** qui valorisent les productions nationales.



UN MARCHÉ PORTEUR MAIS DIFFICILE

- **Un marché porteur** : baisse des captures, hausse des importations, progression de la consommation, **croissance également de la demande en produits transformés** (filets, tranches, produits cuits) aussi bien en GMS qu'en RHD.
- **Des circuits qui s'organisent** : mise en place d'une **logistique performante et tendance à la centralisation des achats** au moins pour les GMS et chaînes de restauration (mais le réseau des **grossistes distributeurs en région** reste **atomisé** : ce qui complexifie l'acheminement des produits hors des grands centres urbains). **Perte d'influence et spécialisation des Mercas.**
- **Régionalisme et nationalisme** : les **spécificités régionales en matière de consommation et de distribution restent fortes et les consommateurs préfèrent les produits nationaux**, pour les produits de l'aquaculture en particulier, un secteur en plein essor en Espagne.



ATOUTS ET FAIBLESSES DE L'OFFRE FRANÇAISE

- **Bonne image de l'offre française auprès des opérateurs espagnols en termes de** qualité intrinsèque des produits, de diversité de l'assortiment, de notoriété commerciale pour les produits de marque à forte valeur ajoutée (en particulier traiteur frais).
- **Forte présence des chaînes de distribution françaises**, leaders de surcroît, avec un assortiment vaste de produits traiteur et de filets/portions (par exemple chez AUCHAN).
- **La qualité de la logistique française est appréciée**
- **Les opérateurs espagnols sont d'ailleurs demandeurs d'opérations de communication** de la part des producteurs/exportateurs français
- Mais aussi **quelques critiques de certains importateurs ibériques** : offre limitée et dispersée... prix élevés (en particulier pour les produits transformés) ... manque de réactivité...suivi commercial irrégulier...
- **Certains produits sont encore peu connus ou suscitent peu d'intérêt** (Saint Pierre, moules de bouchoth...)
- Et également **une forte concurrence** de la production locale ainsi que de la Grèce et la Turquie pour les espèces d'élevage.