

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

FranceAgriMer présente les grandes tendances des achats des Français en produits de la pêche et de l'aquaculture en 2008 et début 2009.

FranceAgriMer a présenté aux professionnels de la filière, le 30 juin 2009, les résultats d'un panel sur la consommation à domicile des ménages français en produits aquatiques ⁽¹⁾. Ce panel, copiloté et financé par FranceAgriMer, a été réalisé par TNS Worldpanel à partir d'un échantillon représentatif de la population française composée de 12 000 ménages pour le frais et de 20 000 ménages pour les produits gencodés ⁽²⁾, sur un ensemble de 24 millions de ménages consommateurs.

Les grandes tendances alimentaires 2008 comparées à 2007 : recul des achats en volume, hausse en valeur

En 2008, on assiste à une rupture des évolutions de la consommation en France. Dans un contexte de hausse de prix de 4,8 % sur l'ensemble des produits gencodés (PGC) et des produits frais en libre service dans les grandes et moyennes surfaces (GMS), les ménages ont davantage dépensé (+ 2,2 %), mais ont parallèlement diminué leurs achats en volume (- 2,2 %). Ce recul touche l'ensemble des familles. Celles composées d'enfants de 18 à 24 ans et les célibataires affichent la plus forte baisse.

Les ménages se sont moins déplacés en GMS (90 visites en 2007 et 88 visites en 2008). Le panier de la ménagère se voit amputé de 22 produits et les quantités achetées ont régressé. Les Français semblent également arbitrer au sein de leurs achats et se tournent de préférence vers les MDD ⁽³⁾ (+ 2,2 points de part de marché valeur en 2008) et les hard discounters (+ 0,7 point). On peut être amené à penser que le prix bas devient une préoccupation importante pour une majorité des ménages français.

À noter : les produits équitables, biologiques et produits verts, mêmes s'ils restent marginaux, continuent de séduire les consommateurs avec un gain de 8 points d'acheteurs en trois ans, avec 78,8 % de ménages ayant acheté au moins un de ces produits au cours de l'année 2008 (71 % en 2006). Les achats en quantité significative de ce type de produit concernent 13 % de l'ensemble des ménages.

Les grandes tendances alimentaires de mai 2008 à fin avril 2009 : les prix semblent se stabiliser, le recul des volumes persiste début 2009

De mai 2008 à fin avril 2009, les prix, après les fortes hausses de 2008, diminuent à partir de février et retrouvent une certaine stabilité. Pour autant, on n'observe pas de grand changement : les rayons PGC frais et en libre-service reculent en volume ; seule la charcuterie en libre service tire son épingle du jeu, de même la saurisserie et les poissons fumés se maintiennent en volume (+ 0,4 %) et en valeur (+ 2,3 %). Le rayon poissonnerie, dans un contexte de baisse de prix (- 1,4 %), régresse en volume (- 2,3 %). Certaines catégories – que l'on pourrait qualifier de produits de base, moins chers – sont épargnées en volume : beurre, œufs, farine, féculents, conserves de fruits, boisson avec et sans alcool, conserves de viande (ravioli, choucroute) et de légumes.

Les produits aquatiques de mai 2008 à fin avril 2009 : recul des dépenses et des volumes via les surgelés et le frais

Pour la première fois depuis cinq ans, les ménages dépensent moins dans leurs achats sur l'ensemble des produits aquatiques (- 0,4 %). Ce repli en valeur est principalement dû aux produits frais (- 4,5 %). De même, les volumes accusent un repli de 1,8 %, surtout pour les surgelés (- 3,3 %) et le frais (- 2,6 %). Les commerces de proximité sont les plus touchés, avec 65 % des pertes de volume du poisson frais.

(1) Produits aquatiques : poissons, coquillages et crustacés en frais + conserves + surgelés + traiteurs réfrigérés

(2) Produits gencodés : produits à code barre

(3) Marque de distributeur

Si les poissons frais gagnent des acheteurs et atteignent leur plus haut niveau avec 80 % de foyers acheteurs, ce segment est pénalisé par une baisse de fréquence d'achat (12 déplacements contre 14 en 2005) et par un recul du niveau moyen d'achat (12 kg contre 14 kg en 2005). Cependant, avec la baisse de prix, certains produits frais ont tiré leur épingle du jeu. C'est le cas notamment des coquillages, des moules, des crustacés, des coquilles Saint-Jacques, mais également du cabillaud (+ 450 000 foyers), du merlu et du saumon pour ne citer que les espèces les plus représentatives en termes de volume. Mais ces hausses ne rattrapent pas les pertes des autres poissons. Toutefois, en 2008-2009, les apports importants en cabillaud ont permis à ce produit de bénéficier de transferts d'achats en provenance d'autres espèces comme le panga, produit pourtant moins cher mais moins présent dans les étals.

Le poisson préemballé poursuit sa croissance (+ 1 point en volume, + 0,5 point en valeur).

Les 3/4 de la baisse du poisson frais s'effectuent par le cœur de clientèle, composé des couples seniors et des couples d'âge moyen, qui en ont acheté 400 g de moins en moyenne. En revanche, les familles avec enfants de moins de 18 ans – soit 24 % des foyers français – maintiennent leurs achats de poissons frais et se tournent également de plus en plus vers le traiteur. Ces familles sont de gros acheteurs de panés surgelés (33 % de leurs achats) et de surimi (42 % de leurs achats de traiteurs).

Fait marquant sur cette période, le poisson frais (8,9 €/kg) est en moyenne moins cher que le surgelé (9,1 €/kg). Certaines espèces sont même devenues plus chères en surgelé (cabillaud, saumon et merlu) qu'en frais. Ce qui expliquerait, qu'après des gains de volume l'an dernier, les produits surgelés (- 3,3 %) réalisent les plus forts replis en ménages acheteurs (- 150 000 foyers). Les plats cuisinés déclinent également. Pour les surgelés, seul le circuit hard discount affiche des évolutions positives.

Les conserves sont en perte de vitesse en volume depuis 2005, mais la fin de l'année 2008 et le début 2009 laissent entrevoir une reprise de ce segment. Même si les prix ont augmenté pour les conserves, ces dernières restent le produit poisson le moins onéreux.

Sur les produits traiteurs, on observe des pertes d'acheteurs qui s'accompagnent d'une baisse du niveau d'achat sur les entrées et les plats cuisinés. Les autres segments sont stables en volume. Seuls, les poissons fumés continuent de recruter des ménages acheteurs.

Globalement, en 2008-2009, la consommation de produits aquatiques marque, pour la première fois depuis cinq ans, une tendance à un léger repli en valeur et en volume, avec des prix en baisse relative.

Toutefois, les acheteurs restent relativement fidèles au poisson : si les actes d'achats et les quantités reculent, le nombre d'acheteurs augmente. Ils ont su profiter de la présence accrue de certaines espèces et se sont montrés sensibles aux efforts de prix faits sur certaines catégories, comme le cabillaud.

Contacts presse FranceAgriMer

Laurence Gibert Tél. : 01 73 30 34 05 laurence.gibert@franceagrimer.fr
Virginie Nicolet Tél. : 01 73 30 22 54 virginie.nicolet@franceagrimer.fr