

**Centre Français du
Commerce Extérieur**
Etudes et Analyse Concurrentielle

**Direction des Relations
Economiques Extérieures**
Mission Economique de Berne

Le marché des produits de la pêche et de l'aquaculture en Suisse

SYNTHESE



1 CONTEXTE

UNE ALIMENTATION PAUVRE EN PRODUITS DE LA MER DONT LA CONSOMMATION S'ELEVE A 8 KG/HAB/AN EN POIDS NET

Les habitudes alimentaires suisses sont relativement traditionnelles : elles se caractérisent par une forte consommation de viande et une utilisation limitée d'aliments prêts à l'emploi.

Les Suisses sont **de faibles consommateurs de produits de la mer** et, par conséquent, **peu connaisseurs** dans ce domaine.

Cette consommation, égale à **8 kg/hab/an**, est **très saisonnière**, avec un pic lors du carême. Elle est également **variable en fonction de la région et de la catégorie de population** :

- les Suisses romands consommeraient 60% des produits de la mer du pays, pour seulement 20% de la population.
- la population étrangère, qu'elle soit pauvre ou riche, a une consommation supérieure à celle des Suisses d'origine.

TOUTEFOIS, LA CONSOMMATION AUGMENTE ET SE DIVERSIFIE

L'alimentation des Suisses évolue vers un régime plus diététique. **La consommation de produits de la mer augmente** donc, avec un bond lors de la crise de l'ESB en 2000, et se diversifie, passant d'une forte proportion de poissons plutôt bas de gamme, à **une progression des espèces nobles**.

On assiste également à une **plus grande utilisation des plats préparés**, en raison de la réduction du temps consacré à la préparation des repas.

LA PRINCIPALE CATEGORIE EST CELLE DES PREPARATIONS ET CONSERVES ET DES FILETS DE POISSON FRAIS OU SURGELES

Les conserves (surtout de thon) et préparations de produits de la mer ainsi que **les filets de poisson, frais ou surgelés**, sont les plus consommés. Parmi les produits élaborés frais, **le poisson fumé** est le plus important. Les autres segments sont encore étroits mais certains se développent.

LES CONSOMMATEURS PRIVILEGIENT LA QUALITE SANITAIRE ET LA QUALITE INTRINSEQUE : POISSON SAUVAGE OU D'ELEVAGE SOUS LABEL SONT LES FAVORIS.

EN SECOND LIEU, LE PRIX EST EGALEMENT UN FACTEUR DETERMINANT

Les critères de choix sont variés et dépendent du type de clientèle :

- **la qualité sanitaire** : fraîcheur et absence de résidus d'additifs.

➤ **la qualité intrinsèque : les poissons sauvages** sont très appréciés des restaurateurs et des particuliers. Les restaurateurs sont également demandeurs de **poissons de pêche côtière**. Toutefois, **les considérations éthiques** telles que la protection des espèces prennent de l'ampleur et **pourraient, à terme, détériorer l'image des produits de la mer sauvages**.

➤ **Les labels qualité** : les Suisses sont **amateurs de marques et de labels**. L'image des produits d'aquaculture biologique est très bonne. De même les labels garantissant une pêche dans le respect des quotas ou un élevage mené selon les principes d'une alimentation saine sont bien acceptés, **si la communication auprès des consommateurs est suffisante**.

➤ **Le prix**, même s'il n'est pas le premier critère de choix, **influence largement les achats**. Ainsi, les particuliers sont prêts à payer un peu plus cher pour obtenir un produit satisfaisant en termes de qualité. Mais des prix très élevés comme ceux du poisson sauvage ou des produits de la mer biologiques en limitent fortement la consommation.

**LA PRODUCTION ET LA TRANSFORMATION SUISES
DE PRODUITS DE LA MER SONT TRES LIMITEES**

La production suisse est négligeable: **moins de 3000 tonnes issues de la pêche ou de l'aquaculture**.

De même, l'industrie de transformation est très restreinte : les plus gros transformateurs appartenant à NESTLE et UNILEVER, produisent des plats préparés surgelés. En dehors de cette activité, la transformation suisse est concentrée sur le fumage de poisson et la production de plats préparés frais.

En outre, les restaurateurs peuvent bénéficier d'une petite fabrication artisanale de produits élaborés frais réalisée par leurs fournisseurs.

**PRES DE 54 000 TONNES DE PRODUITS DE LA MER ONT
ETE IMPORTEES EN 2002 CE QUI REPRESENTE 95% DE
LA CONSOMMATION**

Etant donné sa faible production, **le pays est dépendant des importations à plus de 95%** pour sa consommation de produits de la mer. Celles-ci ont atteint en 2002 près de 54 000 tonnes pour 520 000 CHF (354 500 €).

Les principales catégories importées par la Suisse sont **les préparations et conserves de produits de la mer** (38% des importations en volume), **le poisson frais entier** (16%), **les filets de poisson frais** (12%) et **les filets de poisson surgelés** (14%).

**LA FRANCE EST LE TROISIEME PAYS FOURNISSEUR EN VOLUME :
ELLE EST BIEN POSITIONNEE DANS
LA PLUPART DES CATEGORIES DE PRODUIT.**

Les sources d'approvisionnement sont variées :

- **la Thaïlande**, premier fournisseur, en 2002, (12,1% de part de marché en volume), exporte surtout des conserves de thon et un peu de crevettes.
- **le Danemark** (pdm : 11,9%), fournit une marchandise variée : beaucoup de filets frais ou surgelés, des préparations à base de poisson et de fruits de mer et du poisson fumé, entre autres articles.
- **La France** est le **troisième fournisseur de la Suisse** en volume (pdm : 10,7%) et le deuxième en valeur (pdm : 10,9%). Elle exporte de nombreux produits dont le poisson entier et les filets de poissons frais, les mollusques et les préparations et conserves sont les plus représentatifs

**LA REGLEMENTATION SUISSE ET LES FORMALITES
ADMINISTRATIVES SONT A PRENDRE EN COMPTE POUR
L'EXPORTATION DE PRODUITS DE LA MER**

Les importations sont soumises à la législation suisse, différente de celle de l'Union Européenne sur de nombreux points, en particulier concernant les **additifs et résidus admis dans les denrées alimentaires**. La marchandise est **souvent contrôlée en douane par le service vétérinaire suisse**. Les exportateurs sont également confrontés à la **lourdeur des formalités administratives**, qui doivent être suivies scrupuleusement sous peine de voir la marchandise retenue par la douane.

**DE NOMBREUX OPERATEURS REALISENT UNE PARTIE DE LEURS
IMPORTATIONS EN DIRECT,
MAIS S'APPROVISIONNENT AUSSI
AUPRES D'AUTRES IMPORTATEURS.**

Le marché suisse est plus ou moins saturé en importateurs, une quarantaine au total. Les opérateurs qui importent de la marchandise en direct sont :

- **les importateurs-grossistes**, souvent spécialisés en produits de la mer exclusivement,
- **les "Comestibles"** : il s'agit soit de commerçants, soit de grossistes en produits de la mer et épicerie fine qui livrent surtout les restaurants,
- **les centrales d'achats**,
- **les transformateurs**.

Quelques interconnexions existent entre ces différents opérateurs car les centrales d'achats et les comestibles achètent une partie de leur assortiment en seconde main.

Selon qu'ils sont Suisses romands, Suisses allemands ou Suisses italiens, les opérateurs ont des affinités avec différents pays fournisseurs. **Les Suisses romands** sont naturellement beaucoup **plus enclins à travailler avec les exportateurs français**.

**40 A 45% DES DEPENSES LIEES AUX PRODUITS DE LA MER
SONT EFFECTUEES VIA LE COMMERCE DE DETAIL.**

Selon une estimation basée sur les dépenses des ménages suisses, **40 à 45% des ventes de produits de la mer (en valeur)** sont réalisés dans le commerce de détail, ce qui correspond à un montant **d'environ 900 millions de CHF** (environ 615 millions d'Euros).

**LA PLUS GRANDE PARTIE DES PRODUITS DE LA MER EST VENDUE EN GMS,
LES COMMERCES SPECIALISES CONSTITUENT UN CIRCUIT SECONDAIRE.**

A peine plus de 80 commerces spécialisés distribuent une quantité minoritaire de produits. Il s'agit des poissonneries, "Comestibles" et quelques boucherie-charcuterie.

La grande distribution constitue donc le principal circuit de vente.

**LES CHAINES PROPOSENT DES PRODUITS
PRE-EMBALLES EN SUPERMARCHES ET RESERVENT
LES "RAYONS POISSONNERIE" AUX HYPERMARCHES**

**TANDIS QUE LES GRANDS MAGASINS
MISENT TOUT SUR LE "RAYON POISSONNERIE"**

➤ La grande distribution est largement **dominée par deux groupes suisses : MIGROS et COOP**, qui cumulent 70% de parts de marché alimentaire en GMS et exploitent tous deux une large palette de points de vente, de la supérette à l'hypermarché.

Dans ces deux chaînes de grande distribution, les rayons de produits de la mer sont globalement peu développés.

Les produits de saurisserie et quelques articles de poisson frais en barquette constituent **l'assortiment de base** de toute supérette. **Plus la surface de vente augmente, plus l'assortiment s'élargit**, d'abord aux produits élaborés frais puis à la vente de poisson frais en "rayon poissonnerie".

Leur particularité est également la **forte présence de marques ou labels distributeurs** pour les produits préemballés : celles-ci représentent 50% des ventes dans la grande distribution suisse.

➤ En dehors de ces groupes, on recense **quelques chaînes d'hypermarchés** dont l'assortiment de produits frais et élaborés est distribué en rayons poissonnerie et en libre-service.

➤ **Les grands magasins** représentent un bon circuit de vente pour les produits de la mer frais, avec une part non négligeable d'articles haut de gamme.

➤ Enfin, **les discounters** ne distribuent, en revanche, quasiment aucun produit de la mer.

**LA RESTAURATION REPRESENTE 55 A 60% DU CHIFFRE D'AFFAIRES REALISE EN SUISSE
PAR LES PRODUITS DE LA MER.**

Les spécialités à base de poisson représentent environ 10% du chiffre d'affaires de la RHD soit **environ 1,3 milliards de CHF (près de 900 millions d'Euros)** ce qui représente **55 ou 60% des dépenses totales** de produits de la mer réalisées en Suisse par les consommateurs.

**LES DEPENSES DE LA RESTAURATION COMMERCIALE SE SONT ELEVEES
A 11,6 MILLIARDS DE CHF EN 2001 (7,9 MILLIARDS D'EUROS)
MAIS ONT DIMINUE EN 2002**

**FILETS, POISSONS NOBLES ET DIVERS CATEGORIES
DE MOLLUQUES ET CRUSTACES Y SONT CONSOMMES**

Les dépenses globales des consommateurs de la restauration hors foyer avaient progressé en 2001 mais ont connu une forte baisse en 2002, malgré un surcroît d'établissements.

➤ **Les restaurations traditionnelle et étrangère** représentent **près de 61% des dépenses** en restauration commerciale. Elles n'ont pas souffert de la diminution du chiffre d'affaires du secteur.

➤ En revanche, **la restauration rapide a fortement subi les effets de cette situation** en 2002, alors qu'auparavant, le secteur progressait.

En restauration rapide, les groupes de la grande distribution sont très présents avec des chaînes de restaurants en libre-service.

La restauration commerciale de **moyenne gamme** est surtout consommatrice **de filets et de quelques mollusques et crustacés**, en particulier les moules ou les céphalopodes.

Les poissons nobles et fruits de mer haut de gamme sont privilégiés dans les **restaurants traditionnels de luxe**.

**LA RESTAURATION COLLECTIVE : UN MARCHÉ
DE 1,3 MILLIARD DE CHF (0,9 MILLIARD D'EUROS)
SURTOUT CONSOMMATRICE DE FILETS FRAIS ET SURGELES**

La restauration collective est constituée, à parts égales, de

- foyers, hôpitaux ou maisons de retraites
- restaurants d'entreprise. Les sociétés de restauration collectives (SRC) gèrent environ 50% des établissements.

Ce secteur se porte bien actuellement car il récupère une partie des clients de la restauration rapide.

La demande de la restauration collective est limitée à des filets de poisson frais ou surgelés.

2 SEGMENTS DE PRODUITS

Les segments de produits étudiés sont :

- les produits de la mer frais
- les produits de saurisserie
- les plats préparés frais
- les autres produits élaborés frais
- les produits en conserve
- les produits élaborés surgelés

✓ PRODUITS DE LA MER FRAIS

**LE MARCHE SUISSE DES PRODUITS DE LA MER FRAIS
OU REFRIGERES EST D'ENVIRON 20 000 TONNES**

- 18 000 tonnes de filets et poissons
- plus de 1000 tonnes de mollusques
- environ 300 tonnes de crustacés

**SAUMON, POISSONS PLATS ET CABILLAUD
SONT LES PRINCIPALES CATEGORIES DE POISSON FRAIS.**

**LES MOULES DOMINENT LARGEMENT
LE MARCHE DES MOLLUSQUES ET CRUSTACES**

Les espèces les plus consommées **sont le saumon, les poissons plats, en particulier la sole**, et le cabillaud. Elles sont importées soit en filets, soit entières puis filetées en Suisse par les "Comestibles" ou les restaurateurs.

Les poissons nobles, **bar et daurade** en tête, sont achetés par la restauration et les grands magasins.

Le marché des mollusques et crustacés est largement basé sur les importations de **moules** (près de 70% des importations en volume). **Les huîtres et les coquilles Saint-Jacques** représentent également des volumes conséquents, de même que **les homards**.

La France est le premier fournisseur de la Suisse en mollusques et le deuxième en poisson frais, derrière la Norvège. Les Etats-Unis dominent le marché des crustacés avec leurs exportations de homards. La France exporte **tous les types de crustacés mais en petites quantités**.

✓ PRODUIT DE SAURISSERIE

2500 A 3000 TONNES DE PRODUITS DE SAURISSERIE SONT IMPORTES

**AINSI QUE 3000 TONNES DE MATIERE PREMIERE
DESTINEE A LA TRANSFORMATION**

Les produits de saurisserie sont consommés aussi bien par **les particuliers** qu'en restauration.

Le poisson fumé, en particulier **le saumon fumé domine largement** ce segment : il représente probablement 3/4 des volumes. **La truite et le hareng fumés** sont également assez courants. Les autres produits de saurisserie sont **les rollmops et les crevettes en saumure**.

L'offre française est marginale sur ce marché. La Norvège, le Danemark et l'Allemagne en sont les fournisseurs traditionnels.

✓ PLATS PREPARES FRAIS

**UN PETIT SEGMENT (PAS PLUS DE 500 TONNES)
MAIS QUI PROGRESSE**

Le marché des plats préparés frais est **en progression dans la grande distribution**. En revanche, ce type de produit n'est **pas utilisé en restauration**.

La production suisse est très faible, il existe un seul fabricant (PIZOLER) ayant une gamme conséquente en plats préparés frais. L'offre est complétée par des produits français essentiellement.

La gamme de produits est assez différente en Suisse allemande et en Suisse romande. Les Suisses romands disposent d'une offre plus importante et plus riche en articles français.

✓ AUTRES PRODUITS ELABORES FRAIS

**LE MARCHE GLOBAL DES PRODUITS ELABORES FRAIS
PEUT ETRE EVALUE A 1000 OU 2000 TONNES**

➤ Si les salades composées à base de produits de la mer sont rares, voire inexistantes, **les barquettes de poissons et fruits de mer** sont, en revanche, répandues en Suisse. Il s'agit le plus souvent de calmars, poulpes, crevettes ou moules décortiquées et pré-emballées, seuls ou en mélanges.

Dans cette catégorie, on trouve également des filets de harengs en sauce.

Ces produits sont utilisés comme base dans les salades ou les plats. Ils sont commercialisés par la grande distribution et par les fournisseurs de la restauration.

➤ **Le surimi** souffre d'une image médiocre en restauration ce qui limite son utilisation. La Thaïlande est un des principaux fournisseurs de la restauration.

On trouve régulièrement ce produit en GMS. L'offre, limitée à quelques références et à une seule marque par point de vente, est presque exclusivement française.

Les articles de surimi, relativement élaborés et présentés en frais, sont plutôt destinés au grignotage. Le marché est encore petit et **les ventes stagnent**.

➤ **La charcuterie de poisson** représente une niche en restauration.

Les terrines et rillettes sont un peu plus répandues en GMS mais ne connaissent pas un gros succès.

➤ **Les autres produits élaborés** frais présents dans l'offre suisse de produits de la mer sont :

- **les brochettes, rôtis ou paupiettes** de poisson frais dont la consommation se développe. Ces produits sont commercialisés en GMS à la coupe ou en barquette,
- le tarama,

- les filets de poisson panés,
- des soupes de poisson et bisques de homard, ainsi que quelques sauces,
- des sushis en barquette.

✓ PRODUITS EN CONSERVES

**ENVIRON 10 000 TONNES DE CONSERVES DE PRODUITS DE LA MER SONT
CONSOMMEES ANNUELLEMENT EN SUISSE
ET SURTOUT COMMERCIALISEES EN GMS**

Les produits de la mer en conserve sont essentiellement commercialisés en grande distribution. Ce segment est constitué à **75% de conserves de thon**, dont la Thaï lande et les Philippines sont les principaux fournisseurs.

Les conserves plus "**haut de gamme**" sont généralement à base de **mollusques ou crustacés**. L'offre espagnole est importante dans ce domaine.

✓ PRODUITS ELABORES SURGELES

**LE MARCHE DES PRODUITS ELABORES SURGELES
ATTEINT ENVIRON 8000 TONNES PAR AN.**

Il consiste en deux catégories de produits :

- **les plats cuisinés surgelés**. Il s'agit surtout de produits simples : des poissons au four. Quelques marques dominent le marché : des marques de grand producteurs et des MDD. Dans les cantons frontaliers, l'offre en marques françaises est plus importante.
- **les poissons panés**. L'offre est encore assez large mais L'intérêt pour ce type de produits diminue.

Bien implantés en grande distribution, les produits surgelés sont également utilisés en restauration "bas de gamme" ou en collectivités. En revanche, l'utilisation de plats cuisinés surgelés "hauts de gamme" n'est pas encore répandue, contrairement à celle des produits de la mer non préparés.

3 CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Contexte

- ✓ Une consommation importante de **poisson frais et surgelé** : surtout en filet.
Diversification de la consommation, surtout en Suisse romande, vers le poisson noble, les mollusques et crustacés.
Les poissons fins issus de la pêche sont surtout utilisés par la restauration.
- ✓ **Le poisson fumé** est un marché assez important en RHD comme en GMS
- ✓ Le marché des **produits élaborés frais** (hors poisson fumé) est encore restreint et réservé à la GMS. **Les plats préparés frais** et les **brochettes de poisson frais** sont les segments qui se développent le plus.
- ✓ Les volumes de **conserves** consommées sont très importants mais limités aux conserves de poissons.
- ✓ **Les produits élaborés surgelés** commencent à se faire une place en RHD, mais il s'agit surtout de produits basiques. Ce segment est important en GMS et largement dominé par les MDD et les groupes internationaux
- ✓ Les importateurs de Suisse romande ont une plus forte affinité avec la France qu'avec les autres pays fournisseurs.
- ✓ Il existe une bonne proportion de restaurants haut de gamme, bien que ce marché soit en léger déclin depuis mi-2002. Ces restaurateurs sont très exigeants dans leurs demandes : pêche côtière et calibre très précis sont souvent exigés.
- ✓ Les consommateurs suisses s'intéressent à la qualité et aux conditions de pêche ou d'élevage, avant de s'intéresser au prix, bien que celui-ci ait une certaine importance.
Pour cette raison, ils sont amateurs de labels qui leur apportent certaines garanties.

Atouts

La France est l'origine principale pour les poissons frais à prix élevé : poissons fins sauvages.

Qualité du poisson d'élevage reconnue par les importateurs suisses romands comme étant supérieure à celle des pays concurrents, notamment méditerranéens.

Handicaps

Poissons fins sauvages : bien que la France soit un gros fournisseur, elle se fait rattraper par l'Espagne et le Portugal

Poissons nobles d'élevage : concurrence de la Grèce, la Turquie et l'Italie qui offrent des prix bas.

Poissons à gros volumes (poissons plats, cabillaud) : prédominance des pays du Nord surtout en Suisse allemande, mais aussi, de plus en plus, en Suisse romande.

Prix élevé du transport des produits de la mer depuis la France en raison du petit nombre d'opérateurs.

Recommandations

- ✓ Développer la communication portant sur les labels pour les faire connaître auprès des consommateurs finaux, et pas seulement des importateurs.
- ✓ S'adapter si possible à la demande et aux exigences des clients suisses sur les caractéristiques des produits. Ne pas chercher à leur imposer le point de vue français car cela est incompatible avec leur mentalité.
- ✓ Etre plus rigoureux en remplissant soigneusement les papiers exigés par les douanes.
- ✓ Respecter les exigences de qualité des clients, en particulier des restaurateurs : poisson vidé, calibrage très précis pour les poissons entiers et les filets.
- ✓ Améliorer les relations commerciales :
 - toujours rappeler les clients qui sont intéressés par la marchandise
 - ne pas annuler les commandes sans explication
 - augmenter la fréquence de déplacement en salons ou auprès des clients