

UBIFRANCE

Département Agroalimentaire

Le marché du saumon et de la truite fumés en Europe occidentale

Octobre 2004

Etude réalisée pour le compte de

L'OFIMER



Réalisée sous la responsabilité de Philippe CLEMENT
Chef de service Produits de la pêche et de l'aquaculture,
Produits surgelés, Produits d'épicerie sèche à UBIFRANCE

En collaboration avec les Missions Economiques de Madrid, Londres,
Düsseldorf, La Haye, Milan, Copenhague, Bruxelles et Stockholm

The UBIFRANCE logo features a stylized graphic of a blue and yellow arc above the word 'UBIFRANCE' in a bold, sans-serif font. The 'U' and 'B' are blue, while 'I', 'F', 'R', 'A', 'N', 'C', and 'E' are red. Below the name is the tagline 'L'Agence française pour le développement international des entreprises' in a smaller, black font.

UBIFRANCE
L'Agence française pour le développement international des entreprises

AVERTISSEMENT

Cette étude a été entreprise par UBIFRANCE à la demande et avec la participation financière de l'OFIMER.

Elle a été réalisée par **Philippe Clément**, chef de service au Département Agroalimentaire, qui en a assuré la coordination ainsi que la rédaction de certains chapitres, en collaboration avec les Missions Economiques de Bruxelles, Copenhague, Düsseldorf, La Haye, Londres, Madrid, Milan et Stockholm.

Les chapitres concernant l'Espagne et l'Italie ont été respectivement rédigés par **Philippe Eeckhoutte**, Chargé de mission agricole à Madrid et **Sophia Salmi**, Chargée de mission agricole à Milan.

Katherine Iddon, Assistante sectorielle à la Mission Economique de Londres, **Michelle Pilverdier**, Attachée sectorielle à la Mission Economique de Copenhague et **Mickaël Héroult**, Adjoint de l'Attaché Agricole à Bruxelles ont rédigé l'essentiel des chapitres sur le Royaume-Uni, le Danemark et la Belgique.

Daniel Blanc, Chargé de mission agricole à Stockholm, **Renaud Zurfluh**, Chargé de mission agricole à Düsseldorf et **Robert Flipse** Chargé de mission agricole à La Haye ont également participé à la réalisation de cette étude.

Les tableaux statistiques qui figurent dans ce document sont, sauf mentions contraires, issus de la banque de données Agrostat d'après la source des Douanes européennes.

Pour tout renseignement relatif à cette étude, s'adresser à :

UBIFRANCE
10, avenue d'Iéna
75116 Paris

Département Agroalimentaire
Philippe Clément
Tél : 01 40 73 31 59
E-mail : philippe.clement@ubifrance.fr
ou **Marie Astrid Chevalier**
Tél : 01 40 73 37 59
E-mail : marie-astrid.chevalier@ubifrance.fr

SYNTHESE - CONCLUSIONS

**APPROVISIONNEMENTS EN MATIERES PREMIERES :
POUR LE SAUMON, LA NORVEGE EST LE PRINCIPAL
FOURNISSEUR DEVANT L'ECOSSE,
POUR LA TRUITE LE DANEMARK DEMEURE LEADER**

- ◆ Il existe dans l'Union européenne une production de saumon d'élevage en Ecosse et en Irlande (environ 160 000 tonnes) mais la **majeure partie des approvisionnements est d'origine extracommunautaire**. En 2003, environ **490 000 tonnes (équivalent poids vif)** de saumon frais ou congelé, entier ou en filet, c'est-à-dire de saumon matière première, ont été produites ou importées par les pays de l'Union européenne (en excluant les réexportations qui peuvent concerner des volumes importants).

- ◆ Une grande partie de ces volumes est destinée à la transformation : fumaison (environ 35% du total, mais cette proportion est beaucoup plus importante si l'on ne prend en compte que le frais réfrigéré) mais aussi la fabrication de plats préparés, de snacks ou de marinades (saumon à l'aneth...).

- ◆ Les **principaux fournisseurs** des pays de l'Union pour cette matière première sont **la Norvège (51%)** et le **Royaume-Uni (28%)**. Les Féroé, l'Irlande, les Etats-Unis, le Chili apparaissent comme des fournisseurs secondaires avec des parts entre 7% et 4%.

- ◆ **Le Danemark**, qui est en but à une concurrence croissante de la part de la **Pologne**, reste de loin le **principal fournisseur de truite** de l'Union européenne. Dans la production danoise qui est d'environ 32 000 tonnes, 22% serait destinée à la fumaison, les volumes de truite fumée exportés par le Danemark sont d'environ 3 300 tonnes.

**UNE PRODUCTION DE SAUMON FUME EN
PROGRESSION : LA FRANCE EST LE PREMIER
PRODUCTEUR DE L'UE DEVANT L'ALLEMAGNE.**

- ◆ On peut évaluer la production de saumon fumé dans les pays de l'Union Européenne à **85 000 tonnes** de produits finis en **2003** (ce qui correspond à plus de 150 000 tonnes de matière première mise en œuvre).

- ◆ La **France** est le **premier producteur de l'Union** (22 900 tonnes en 2003 contre 22 000 en 2002) **devant l'Allemagne** (environ 18 600 tonnes, +20%/2002) puis le **Danemark** (13 900 tonnes) et le **Royaume-Uni** (12 500 tonnes).

- ◆ **Près des ¾ du saumon fumé** produit serait d'origine **norvégienne** (70 à 71%). La part du saumon **écossais** dans la production de saumon fumé serait de l'ordre de **24%** (transformation principalement en Grande-Bretagne et en France). La part des autres origines reste confidentielle, 5-6 % dont 2% environ pour l'Irlande. Le saumon sauvage d'Alaska représenterait également 2% à peu près.

**LE DANEMARK EST LE PREMIER PRODUCTEUR
EUROPEEN DE TRUITE FUMEE.**

- ◆ La production de **truite fumée** dans l'Union européenne serait de l'ordre de **11 000 à 12 000 tonnes**. Les principaux producteurs étant le Danemark (4 000 à 4 500 tonnes) devant la France (environ 2 000 tonnes) et l'Allemagne (1 000 à 1 500 tonnes).

LE DANEMARK : 1^{er} FOURNISSEUR DE L'U.E. POUR LE SAUMON ET LA TRUITE FUMES ; FORT DEVELOPPEMENT DES IMPORTATIONS EN PROVENANCE DE LA POLOGNE.

◆ Pour le saumon fumé, le **volume global des importations** des pays de l'Union européenne est de l'ordre de **27-28 000 tonnes** avec une **tendance** plutôt à **la baisse** depuis 2000. On constate en parallèle une **diminution du prix moyen des produits importés** (-12,5 % entre 2000 et 2003). Ceci traduit à la fois un **développement de la production** dans beaucoup de pays consommateurs et une **pression croissante de la distribution** sur les prix.

◆ L'essentiel des échanges s'effectue entre pays partenaires de l'U.E. Les **grands importateurs** sont en premier lieu **l'Allemagne** (de l'ordre de 9 à 10 000 tonnes) suivie par **l'Italie**, la France, la Belgique... Les **principaux fournisseurs dans l'Union européenne** sont le **Danemark** (1^{er} fournisseur avec 10 000 tonnes), le **Royaume-Uni**, l'Allemagne. Les exportations françaises sont réduites et ne progressent guère (2 300 tonnes en 2003). Elles sont moins importantes que les importations qui elles sont plutôt en augmentation (3 500 tonnes en 2003).

◆ Les échanges de l'U.E. avec les pays tiers étaient limités jusqu'en 2002. En 2003, l'UE a exporté 2 400 tonnes de saumon fumé vers des clients hors-Union et a **importé 5 400 tonnes** de provenances extra-communautaires. On constate une **montée en puissance de la Pologne** (qui est devenu le 2^{ème} fournisseur de l'U.E., devant le Royaume-Uni) au détriment en particulier du Danemark : les exportations polonaises de saumon fumé ont progressé de 175 % en volume et 177 % en valeur entre 2002 et 2003.

◆ En ce qui concerne la **truite fumée**, le **total des importations cumulées** des pays membres de l'Union se serait élevé à **près de 7 000 tonnes**. **L'Allemagne** s'affirme comme le premier importateur avec près des **¾ des quantités**, très loin devant les Pays-Bas et la Belgique). En 2003, 3 pays : **le Danemark** (avec une PDM de 45%), **la Pologne** (30%) et la Turquie (moins de 10%) ont assuré l'essentiel des approvisionnements des pays de l'Union Européenne.

LES PRINCIPAUX MARCHES QUE SONT L'ALLEMAGNE ET LA FRANCE REPRESENTENT ENSEMBLE PRES DE 55% DE LA CONSOMMATION DE SAUMON FUME DE L'U.E.

◆ Dans l'Union européenne des 15, la consommation totale apparente de saumon fumé peut être évaluée à **près de 88 000 tonnes en 2003**. **L'Allemagne** serait devenu **le premier marché européen du saumon fumé**, devant la France, avec **environ 25 000 tonnes**. La consommation y est en forte progression. La **part des produits importés** (Danemark et maintenant Pologne) est **importante**, de l'ordre de 40 %. **La France** a un niveau de consommation très proche : **24 000 tonnes**. On constate sur la période 2000-2003 une progression de l'ordre de 2 à 3% par an. **86 %** du saumon fumé consommé est **produit en France**.

◆ Viennent ensuite 3 pays qui ont des niveaux de consommation assez proches : **l'Italie** avec 8 500 tonnes à peu près (70% d'importation), **l'Espagne** (plus de 8 000 tonnes essentiellement produits dans le pays) et le **Royaume-Uni** (environ 8 000 tonnes : essentiellement du saumon écossais).

◆ **La Belgique** avec 5 000 tonnes et les **Pays-Bas** (3 500 à 4 000 tonnes) sont les autres grands marchés européens du saumon fumé.

◆ Dans les autres pays de l'Union la consommation annuelle est inférieure à 2 000 tonnes/an.

◆ En terme de produits, il existe des **spécificités nationales** : en Italie, le saumon est souvent **consommé avec les pâtes** (tagliolini, risotto...) ou les pizzas, ce qui représente un débouché pour les chutes et copeaux de saumon fumé ; au Royaume-Uni, on constate un fort développement des produits élaborés pour cocktails (type **party foods** : canapés, roulades...) qui représenteraient de 15 à 20 % du marché. En Allemagne, dans les Pays scandinaves, au Royaume-Uni... se développe une gamme de **saumon mariné** (au whisky, aux épices, aux herbes, au raifort...).

**LA TRUITE FUMÉE : UN MARCHÉ STAGNANT
ET PEU NOVATEUR
15 000 TONNES DANS L'UE DONT 40% EN ALLEMAGNE.**

◆ Dans l'Union européenne des 15, le **marché à la consommation de la truite fumée** pouvait être estimé en 2003 à **un peu moins de 15 000 tonnes** de produits finis (essentiellement filets). Ce marché ne semble **pas** connaître **d'évolutions très sensibles** en volume depuis plusieurs années. Le plus gros marché de l'Union est **l'Allemagne** qui représenterait à peu près **6 000 tonnes** (dont environ 5 000 tonnes d'importations), puis vient **la France** (de l'ordre de 2 500 tonnes), l'Espagne, la Belgique, l'Italie et les Pays Scandinaves.

◆ Dans de nombreux pays, la truite fumée apparaît comme un « **parent pauvre** » du saumon. Moins appréciée que ce dernier, son image est souvent plutôt « vieillissante » et la **consommation stagne** voire régresse dans la plupart des pays européens. Le marché est dominé par le filet fumé, il n'y a que **peu d'innovation** en terme de produits.

**FORT DEVELOPPEMENT SUR LES CIRCUITS GMS
ET « DISCOUNT », MEME SI LA RHD CONSERVE
SON IMPORTANCE DANS CERTAINS PAYS.**

◆ Le marché de la **consommation hors-foyer** (collectivités et surtout restauration commerciale) peut conserver, dans le cas du saumon fumé, un poids important dans certains pays : France environ 20%, Royaume-Uni 30%, **Italie 30 à 35%**, **Espagne près de 50%** (importance du marché des « tapas »)... La **progression** du marché des **produits traiteurs** à emporter (en particulier des sandwiches) partout en Europe, favorise également le développement de la consommation.

◆ Cependant, sur les 5 dernières années, **l'évolution est surtout favorable à l'expansion des ventes dans les circuits du commerce de détail**. Le **saumon fumé** devient de plus en plus un « **produit de GMS** ». Dans certains pays une part importante et croissante est commercialisée dans le **hard discount** (c'est le cas en particulier de l'Allemagne). En France également les achats dans les circuits des discounters auraient progressé de 25% entre 2002 et 2003 selon TN Sofres. En conséquence, les **prix connaissent une évolution à la baisse** depuis plusieurs années et **les ventes en promotion se développent** sur tous les grands marchés.

◆ Pour la **truite fumée**, les produits (essentiellement filets) sont aussi principalement distribués dans les **circuits modernes de la distribution** (GMS, discounters) et subissent la concurrence du saumon fumé. La **montée en puissance des « fournisseurs de l'Est »** (Pologne, Turquie) s'accompagne d'une pression sur les prix.

**LA PART DES MDD PROGRESSE : ELLE
REPRESENTE AUTOUR DE 50% DES VENTES AU
DETAIL DANS CERTAINS PAYS.**

◆ Une tendance assez générale également est la **part de plus en plus importante** prise par les ventes **sous marques de distributeurs** (MDD) : celles-ci sont prépondérantes en Grande-Bretagne, en Allemagne (où les discounters avec leurs marques propres occupent une position importante), en Espagne (57% en 2002). En France, en 2003, elles représentaient 49% en volume des ventes en GMS (Nielsen).

**LA SAISONNALITE RESTE FORTE MALGRE UNE
BAISSE CONSTANTE DES PRIX.**

◆ Une **caractéristique spécifique** (et pratiquement générale) est aussi la **saisonnalité des ventes**, au moins pour le saumon. Une grosse part de celles-ci (jusqu'à 30 %) sont réalisées **en fin d'année** en France, Belgique, Italie, Royaume-Uni, Espagne... Au Royaume-Uni et en Italie, **Pâques** est également une période de forte consommation. Cette saisonnalité tend cependant à **s'estomper progressivement** au fur et à mesure que les prix baissent et la consommation se démocratise.

LES PLUS GROSSES ENTREPRISES PRODUCTRICES DE SAUMON FUME SONT EN FRANCE ET EN ALLEMAGNE. EN POLOGNE APPARAISSENT DES SOCIETES DOTÉES DE FORTES CAPACITES ET D'OUTILS TRES MODERNES.

◆ Il existe un grand nombre de sociétés en Europe qui produisent du poisson fumé (en particulier saumon, truite et anguille). En ce qui concerne le **saumon, une dizaine de firmes** occupe une **position leader** avec des volumes de production qui **dépassent** nettement les **2 000 tonnes**.

◆ Certaines sociétés transformatrices sont des filiales de sociétés norvégiennes mais beaucoup restent contrôlées par des capitaux nationaux. **Labeyrie**, contrôlé par le fond d'investissement suédois **INDUSTRI KAPITAL**, qui a repris **Vensy** en Espagne et **Farne** en Ecosse, est en train de devenir une sorte de **multinationale du saumon fumé**.

◆ **En France**, sur plus de 20 sociétés fabriquant du saumon fumé, **8 produisent plus de 1 000 tonnes** et cinq au moins réalisent des volumes de production beaucoup plus importants. En **Allemagne**, **Laschinger** (7 000 t de capacité de production) et **Gottfried Friedrichs** (5 000 tonnes) dominant. **Au Royaume-Uni**, les leaders sont **Macrae** (3 000 t annoncées) et **Farne** (près de 2 000 tonnes). Pinney's of Scotland (filiale d'Uniq) est également un producteur important. Au **Danemark** il existe plusieurs producteurs majeurs qui commercialisent en général entre 85 et 90% de leur production à l'exportation (en premier lieu vers l'Allemagne) : **Nordlax** est le premier d'entre eux devant **Royal Greenland**. En **Espagne**, **Vensy España** occupe le premier rang (plus de 2 300 tonnes en 2003). **L'Italie ne compte** pas de très gros producteurs : COAM, Fjord et Torrente figurent parmi les plus importants.

◆ En **Pologne**, où la production, qui atteignait 5 500 tonnes en 2002, a dépassé les 7 000 tonnes, les leaders sont **Almar**, **Suempol** et **Morpol**. Les deux premiers disposent d'outils ultramodernes (mis en service en 2004). Suempol aurait une production de l'ordre de 2 500 tonnes. Certaines sociétés norvégiennes ou danoises prévoient de transférer ou d'implanter dans ce pays des unités de transformation.

**DEUX SOCIETES DANOISES DOMINENT LE
SECTEUR DE LA TRUITE FUMEE.**

- ◆ Parmi les **firmes productrices de truite fumée**, la société danoise **Hevico** s'affirme comme le leader européen avec un volume produit de 2 750 tonnes de produits finis (plaquettes 125 g) en 2002 exporté à 50% vers l'Allemagne. **Danforel** est également important avec une capacité de production de 1 500 tonnes par an.

- ◆ **Aqualande** (1 100 tonnes) est **leader en France**.

- ◆ En Allemagne, Ternäben (anguilles et truites fumées) fournit Aldi et Lachsinger est aussi présent sur ce créneau. Les principaux transformateurs polonais (Suempol, ...) se sont lancés également dans la production de filets de truite fumés pour l'exportation (essentiellement vers l'Allemagne).

LE SAUMON FUME S'INSCRIT DANS LES NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION AVEC DE BONNES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT. LE PRODUIT PEUT CEPENDANT ETRE AFFECTE PAR UNE MAUVAISE IMAGE DE L'AQUACULTURE INTENSIVE ET RISQUE A TERME DE SE « BANALISER ».

◆ Le **saumon fumé**, avec toutes ses déclinaisons (party foods, marinés, produits snacks...), s'inscrit tout à fait dans les **nouvelles tendances de consommation** en raison de sa facilité d'emploi. Jusqu'ici il a bénéficié de la **bonne image du poisson** (produit peu gras, sain et naturel). Fin 2003, on pouvait donc évaluer les **perspectives de progression** de la consommation à 2 ou 3% par an sur tous les grands marchés.

◆ Cependant **l'hostilité** des mouvements écologistes, relayée par une fraction croissante de consommateurs, à l'égard des **pratiques de l'aquaculture « intensive »** est un facteur dont il faut tenir compte. Les **saumons norvégien et écossais** (et dans une moindre mesure, mais par contrecoup, **la truite d'élevage**) apparaissent, de ce point de vue, **très vulnérables**.

◆ L'impact de l'article paru dans Science en janvier 2004, dont on peut s'interroger sur les motivations et les bénéficiaires, a été sensible cet hiver en France, au Royaume-Uni et en Espagne. Les conséquences ont été plus fortes sur le saumon frais que sur le saumon fumé et il semble que la baisse de consommation n'ait été que temporaire. Pourtant de telles alertes peuvent avoir des **conséquences importantes** et difficiles à appréhender sur les évolutions de la consommation et **infléchir une tendance** qui s'annonçait jusqu'ici très positive.

**LA PRESSION CONSTANTE SUR LES PRIX DEVRAIT
ABOUTIR A UNE BIPOLARISATION DU MARCHÉ.
ELLE PEUT SE REVELER DANGEREUSE POUR LES
FUMEURS D'EUROPE DE L'OUEST.**

◆ Un autre facteur important est la **part** toujours **croissante** prise par la distribution de détail (c'est à dire les **GMS** et les **discounters**) sur ce marché. La **pression** constante des circuits « modernes » de distribution **sur les prix** devrait conduire à une « **bipolarisation** » du marché avec :

- ◆ des produits 1^{er} prix ou sous MDD (du type plaquette de 200 g de « Saumon Atlantique » ou plaquette de 125 g de filets de truite fumée) proposés entre 10 et 15 €/kg
- ◆ et des produits « sophistiqués », le plus souvent sous marques de fabricants, plus de 2 fois plus chers.

◆ Le **saumon « biologique »** ou sous « **label éthique** » (free range) ainsi que le **saumon sauvage** (en particulier le saumon Pacifique) y trouveront également leur place.

◆ Cette **pression de la distribution** a déjà eu des conséquences graves pour un certain nombre d'entreprises au Danemark qui étaient essentiellement orientées sur l'export. Elle est en train de **favoriser la délocalisation d'une partie de la production à l'Est**. Les principaux producteurs polonais qui disposent d'installations modernes et performantes se sont déjà spécialisés dans l'approvisionnement des **GMS** et des **discounters** allemands souvent au détriment des fournisseurs danois.