

Etude de marché: le marché du saumon.



Sommaire

Contexte Général

- I. Le marché du saumon en France terme d'offre.
 1. Le produit et ces nouveautés.
 2. Les producteurs et les distributeurs.
- II. Le marché du saumon en terme de demande.
 1. Les principaux marchés.
 2. La place du saumon dans la consommation de poisson.
 3. Les achats des ménages français.
 4. Le marché du saumon fumé en France.
- III. L'environnement externe.
 1. Technologique.
 2. Economique.
 3. Socioculturel.
 4. Ecologique.
 5. Législatif.

Conclusion

Contexte Général.

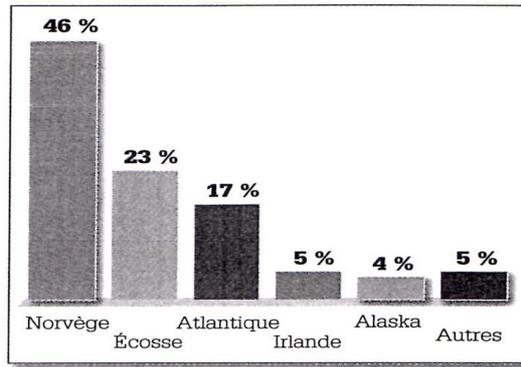
Depuis les dernières décennies, le marché des salmonides s'est développé très rapidement. D'après les statistiques de la FAO, l'offre mondiale totale de saumon de pêches et d'élevages se serait multipliée par quatre entre 1980 et 2002. Cette croissance ne cesse de progresser depuis 2005. Le moteur de cette croissance a été l'aquaculture, dont la production a été multipliée près de 15 fois de 1980 à nos jours.

I. Le marché du saumon en France terme d'offre.

1. Le produit.

Les espèces de saumon les plus consommées sont le saumon de l'Atlantique (saumon d'élevage) et trois espèces de saumon sauvage du Pacifique (le rouge, le kéta et le rose) qui, en raison de la distance, sont fréquemment consommées en conserve. Le saumon est un poisson dit « gras » qui contient des lipides dont l'importance varie selon son espèce. Après de longues recherches les chercheurs sont unanimes en ce qui concerne la consommation du poisson gras : celle ci a un impact sur la diminution du risque de maladies cardiovasculaires et de mortalité par maladie coronarienne. Des études ont aussi démontré que les gens consommant plus de poisson souffraient moins de dépression et avaient moins de risque d'être atteints de la maladie d'Alzheimer. L'American Heart Association recommande aux adultes en santé de consommer au moins deux repas de poisson par semaine (principalement de poissons gras) afin de profiter de leurs effets santé⁷. Globalement, le saumon de Norvège représente 46% du volume du marché, celui d'Ecosse 23%, le saumon d'Atlantique 17%, puis l'Alaska et l'Irlande et les autres environ 15% (D'après le magazine Linéaires).

Source : panel distributeurs, origine fournisseurs. Total France, novembre-décembre 2009.



LINÉAIRES n° 263 novembre 2010

En 2010, le segment du saumon sauvage apparaît particulièrement rigoureux, avec un croissance qui approche les 18 % sur les sept premiers mois de l'année, même s'il ne représente que 3% des tonnages de saumon fumé, il est largement répandu dans l'offre MDD.

Les nouveautés.

En ce moment, le marché du saumon fumé est en forte croissance. Mais deux problèmes vont bientôt faire parler d'eux. Tout d'abord, les prix des matières premières à augmenté en moyenne de 18 % ! Depuis la défection en 2007 d'un fournisseur de poids, le Chili, le marché mondial du saumon ne cesse d'en subir les conséquences. En France par exemple, au premier semestre 2011, le prix moyen en rayon du saumon fumé à augmenté de 3,6% ! Enfin, d'ici quelques mois, le marché de la saurisserie pourrait bien être frappé d'une tempête médiatique : le saumon d'Atlantique d'Aquabounty est en attente d'agrément aux Etats Unis. Il pourrait bien être le premier animal génétiquement modifié à entrer dans l'alimentation humaine ! Les saumons transgéniques ne risque pas d'apparaître en Europe, mais l'image du saumon auprès des consommateurs risque de prendre un coup.

2. Les producteurs et les distributeurs.

Le France est le premier pays producteur et consommateur de l'Union Européenne. Sur le marché européen, les disponibilités totales en saumons

frais ont augmenté de 28% en 4ans à partir de 2007, cette progression est liée à la hausse des importations de la Norvège, un pays incontournable pour la matière première.

Avec l'intégration de la Pologne, la production européenne de saumons fumés enregistre une forte hausse. La production de saumon fumé au sein de l'Union serait de l'ordre de 110 000 tonnes de produits finis en 2007. Les grands importateurs de saumon fumé en Europe sont l'Allemagne et l'Italie (45% et 15%). L'Allemagne exporte et réexporte le saumon fumé à des prix bas. Elle est le principal importateur et le 2eme exportateur de saumon fumé.

Il existe un grand nombre de sociétés européennes produisant du poisson fumé.

Sur le marché du saumon fumé, 4 leaders dont 2 polonais leaders commencent

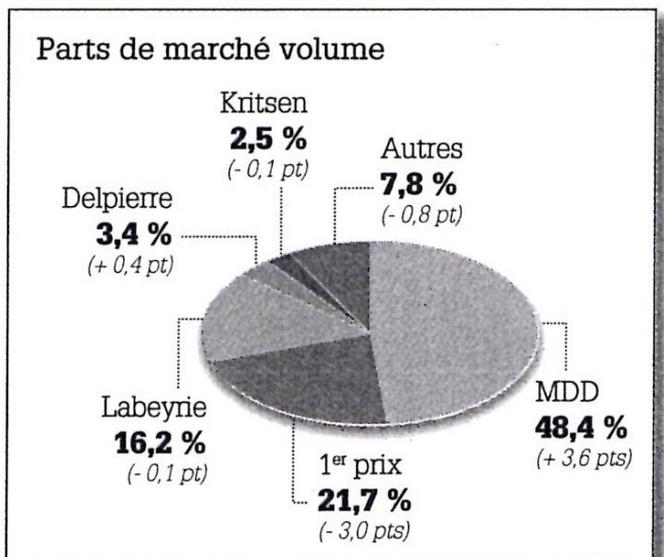
à apparaître. Deux sociétés polonaises (MORPOL et SUEMPOL) contrôlaient en 2007 près de 25 % du marché européen. Parmi les « géants », il y a aussi le groupe ALFESCA ou encore MARINE HARVEST qui contrôlent plusieurs sociétés, dont certaines en France. Cependant un grand nombre de petites et moyennes entreprises couvre encore environ 40 % des besoins du marché européen : une demi-douzaine de sociétés dont le volume de production ensemble environ 15 % du marché européen. Globalement, la consommation de saumon fumé est concentrée sur quelques marchés. En effet, La France et l'Allemagne représentent ensemble près de la moitié (47 %) de la consommation de saumon fumé (si l'on ajoute l'Italie et le Royaume-Uni, on arrive à 67 %). La France et l'Allemagne réunies totalisent aussi près des deux tiers de la consommation de truite fumée de l'Union européenne.

On observe dans la plupart des pays une hausse de la consommation du saumon fumé. Ce phénomène s'accompagne d'un fort développement de la part des marques de distributeurs, d'une part croissante des circuits discount et des promotions au niveau de la distribution. Des produits originaux (ex : saumon biologique, certaines origines telles que le saumon d'Alaska, saumon fumé traditionnel, saumon au sel de Guérande<)

occupent quelques créneaux spécifiques de la distribution.

Nôel représente 33% des volumes annuels de saumon fumé. Le saumon au départ est considéré comme un produit de luxe pour les fêtes, mais il est de plus en plus consommé tous les jours. Labeyrie est le leader du marché avec 63% des volumes sur la période des fêtes. En 2011, le saumon fumé a recruté plus de 160 000 nouveaux foyers de consommateurs en France. Les hyper marchés, et les supers marchés ont augmenté leurs volumes de ventes et les chiffres d'affaires. En ce qui concerne les MDD, ils sont en pleine forme, mais Delpierre est la seule marque à avoir augmenté sa part de marché sur douze mois (voir tableau annexe).

Source : panel distributeurs, origine fournisseurs. Total France, cumulé 12 mois au 6 septembre 2010.



II. Le marché du saumon en terme de demande.

1. Les principaux marchés.

Le marché américain : Il a connu une croissance très forte depuis le début des années 90. En ce qui concerne le saumon frais et congelé, la consommation fut de 200 000 tonnes en 2001, approvisionné à 75% par l'importation d'autres pays. Ce sont surtout le Chili et le Canada qui

fournissent le pays, principalement du saumon d'Atlantique d'élevage. La consommation de saumon est conservée aux Etats-Unis, qui est estimée à 55 000 tonnes par an, en diminution par rapport à celle du thon en conserve cependant.

Le saumon japonais : La consommation de saumon frais et congelé dans le pays a été de l'ordre de 600 000 tonnes en 2001, en y comptant la truite. L'importation de ces produits atteint les 60% majoritairement en provenance de la Norvège, du Chili, et des USA. Traditionnellement, le saumon n'était pas consommé cru au Japon, à cause de la présence de parasites dans le saumon de pêche. C'est l'introduction du saumon d'élevage que la consommation de saumon cru a augmenté.

Le marché de l'Union Européenne : Avec une production de l'ordre de 150 000 tonnes de saumon d'élevage et plus du double de truites, des importations venant d'autres pays de l'ordre de 340 000 tonnes et des exportations de l'ordre de 35 000 tonnes en 2001, le marché du saumon est estimé à 700 000 tonnes. Dans l'Union Européenne c'est la France qui est le premier marché pour le saumon frais, à égalité avec le Royaume - Uni.

Le marché français :

En France la consommation de saumon a augmenté depuis 10 ans : elle importe de 120 000 à 130 000 tonnes par an, dont 35% de saumon fumé. 90% du saumon consommé provient d'élevage.

La part des produits d'importation représente seulement 15% du marché pour le saumon, beaucoup moins pour la truite. Ce sont surtout des produits d'origine polonaise pour les produits de 1^{er} prix et pour les MDD. Sur le marché national, ce sont surtout les ventes en GMS qui augmentent. Elles représentent 80 % de la consommation.

Dans le commerce de détail, les MDD progressent ces dernières années : elles sont devenues majoritaires.

Même si la consommation se « banalise », que les gens en achètent toute

l'année et qu'ils en ont fait un produit presque quotidien, la saisonnalité demeure marquée : 25 % des achats annuels de saumon fumé sont réalisés pendant les fêtes de fin d'année.

2. La place du saumon dans la consommation de poisson.

Toutes formes de présentation confondues (frais, congelé, transformé), le saumon contribue pour 9% en volume à la consommation de poisson en France, avec près de 2 kg par an et par habitant en équivalent saumon entier. C'est la deuxième espèce de poisson la plus consommée en France, derrière le thon, à égalité avec le lieu loin devant le cabillaud (11%), le merlan, le lieu, la sole ou la baudroie (6%), la perche du Nil (5%) et la truite (4%).

La proportion de saumon d'élevage dans la consommation de saumon en France est de l'ordre de 90%. Le saumon d'élevage représente 60% de la consommation de poisson d'élevage en France, devant la truite (25%). Les importations de saumon, qui sont de l'ordre de 120 000 à 130 000 tonnes par an (en équivalent saumon entier), se répartissent à peu près également entre les trois circuits :

- de la vente au détail (38%)
- de la restauration hors foyer (28%)
- de l'industrie de la transformation (34%, saumon fumé principalement).

C'est en effet un nouveau mode de vie que voit les français dans les produits à base de saumon: nous pouvons en confectionner des repas légers et individualisés, grignotage et il est aussi symbole de praticité car il ne nécessite pas forcément de beaucoup de préparation.

3. Les achats des ménages.

La part des GMS est la plus importante dans les achats de saumon frais par les ménages, avec une part de marché volume de 86% en 2003, contre 72% seulement en moyenne pour l'ensemble des poissons frais.

Depuis 1998, alors que la consommation de poisson frais par les ménages est en baisse, celle de saumon frais est stable, augmentant ainsi sa part de marché. Les achats des ménages portent aussi sur le saumon fumé, dont la consommation est stable et sur le saumon surgelé dont la consommation est en hausse.

4. Le marché du saumon fumé

Environ 15% de la production française de saumon fumé est exportée, principalement vers l'Italie et la Belgique. Sur le marché allemand, principal acheteur européen de saumon fumé, la concurrence est difficile avec le Danemark qui fournit des produits moins chers. Si près d'un ménage sur deux achète du saumon frais, près de deux ménages sur trois achètent du saumon fumé.

La France est le deuxième consommateur de saumon après le [Japon](#).

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...).

Pour les œufs, le principal marché est le [Japon](#) (3 à 4 000 tonnes par an) où les œufs sont consommés "façon caviar" très peu salés ou très salés dans la poche entière. En [Europe](#), la consommation est d'environ 300 à 400 tonnes "façon caviar", en [Amérique du Nord](#) de 50 à 100 tonnes. La consommation en [Russie](#) a considérablement chuté.

III. L'environnement externe.

1. Technologique

La salmoniculture représente l'élevage des salmonidés ; C'est à dire du saumon, de la truite, des ombles... son aboutissement répond à 80% au besoins de la consommation générale et 20% seront consacrés aux

activités de repeuplement des rivières et des différents plans d'eau, de façon à conserver l'espèce mais aussi à conserver les pratiques de pêche sportive.

De toutes nouvelles technologies sont mises en place, et s'avèrent être de plus en plus performantes de façon à résoudre les problèmes de reproduction de la race.

En effet, ce sont les avis scientifiques qui permettent de prendre des décisions en matière de réglementation, de pratiques aquacoles, de mesures de performances environnementales. Toutes les recherches en aquaculture par exemple effectuées par le MPO, ont pour but de transférer les nouvelles technologies à l'industrie aquacole. Les études sur les effets environnementaux de l'aquaculture constituent de véritables propriétés scientifiques en matière de conservation et de protection du saumon ainsi que de son habitat dans les écosystèmes marins et d'eau douce.

En matière d'innovation et de performance, l'entreprise LE MOULIN DE LA MARCHE conçoit depuis plus de vingt ans du saumon et de la truite fumée. De nouveaux produits remplissent régulièrement une gamme inventive : les saumons en tranche se trouvent désormais aux côtés des carpaccios de saumon et des autres roulés de saumon.

Pêches et Océans Canada (MPO) se consacre et favorise l'innovation ainsi que la mise au point de nouvelles technologies. Par exemple les systèmes d'élevage en parc clos qui pourraient très nettement améliorer le rendement environnemental des pratiques industrielles de salmoniculture. Même si ces dernières années, le MPO a davantage dirigé ses recherches

sur les effets de l'aquaculture dans les habitats et écosystèmes marins et d'eau douce.

2. Economique.

En effet malgré la crise économique, le marché du saumon est en pleine essor. On ne consomme plus du saumon uniquement pour les grandes occasions (saumon fumé pour Noël). La consommation de saumon atteint un niveau record en 2008, elle représente environ 8,8 millions d'euros. On observe une augmentation d'environ 3% par rapport à l'année 2007. De plus, sur un plan international, la France est le premier marché mondial du saumon avec plus de 122 000 tonnes exportées en 2009. Ces chiffres représentent une augmentation d'environ 7% en se basant sur l'année 2007.

La consommation du saumon représente en tout 19,5% de la consommation globale des ménages français en produits de la mer. Cependant les Français consomment essentiellement le saumon sous forme de saumon fumé.

Salmon: France Imports (1 000 tonnes)						
	Jan - Dec				Jan-Sept	Jan-Sept
	2004	2005	2006	2007	2007	2008
Fr. salmon	76.5	88.9	86.2	88.5	59.3	63.4
Norway	40	60.2	59.1	63.3	42.4	45.4
UK	23.8	17.9	18.7	17.8	11.7	12
Fz Pac. salmo	7.2	5.7	5.9	5.3	2.2	1.8
USA	6.6	5.1	5.6	5.3	1.9	1
Fz Atl. salmon	3	4.2	4.9	4.5	3.1	2.2
Sm. salmon	3.3	3.8	5	4.1	2.7	3.2
UK	2.4	2.8	2.1	1	0.6	0.6
Fr. fil. salmon	5.4	5	5.2	5	3.7	4.3
Norway	4.6	3.9	4.3	3.6	2.5	3.8
Fz fil. salmon	13.5	16.1	18.3	18.9	13.5	14.2
Chile	5.4	8.3	9.2	9.1	6.6	6.6
China	2.3	2.5	3.6	3.5	2.5	3.6
Grand Total	108.9	123.6	125.4	126.3	84.6	89.2

Source National Statistics

NB : chiffres d'importation du saumon en France

3. Ecologique.

Le marché du saumon pose un problème écologique. Nous sommes en droit de nous demander si la consommation de saumon peut se révéler être un danger pour la santé. En effet, de la simple pêche à l'aquaculture intensive, l'évolution des méthodes de production est flagrante depuis ces dernières années. Nous savons qu'il faut environ sept kilos de poisson sauvages pour réussir à produire un kilo de saumon d'élevage. Face à la disparition de certaines espèces, cette aquaculture intensive commence à être mal perçue dans notre société. Ce pourrait-il que cette méthode de production détruise peu à peu notre environnement très orienté consommation alimentaire biologique.

En effet elle requiert l'utilisation de produits chimiques comme les engrais qui sont très nocifs pour notre environnement. Il existe très peu de contrôle face à cette nocivité qui nous concerne tous. Nous savons que le

tiers des poissons pêchés dans le monde sert uniquement à nourrir d'autres animaux. Effectivement le gaspillage de nourriture donnée en surabondance aux poissons contribue à la pollution environnementale, tout comme certains produits du métabolisme des poissons, des traitements chimiques pour éliminer maladies et parasites des poissons.

Les médias promotionnent les saumons bio, sans antibiotiques qui arrivent peu à peu sur le marché français. Cependant, nous savons que cette consommation qui met l'accent sur l'éthique et le respect de notre environnement coûte plus cher. Elle reste réservée essentiellement à la population la plus aisée.

4. Législatif.

Récemment, les américains souhaitent introduire sur le marché français des saumons transgéniques. Il s'agit d'un saumon nommé AquAdvantage. Cette forme de produit semblerait déplaire aux consommateurs et n'est pour le moment pas légalement autorisé sur le marché français.



NB :Aquaculture intensive.

Conclusion

Une des raisons du succès dans le commerce international des produits aquatiques est certainement sa variété de produits (frais ou transformés, poissons entiers ou découpés) mais aussi de part ses différentes manières d'être cuisinés et préparés. Le *saumon* est un des produits de la mer le plus demandés par les consommateurs, malgré une baisse de sa population dans les mers et les rivières.

C'est un produit de fête, mais qui trouve aujourd'hui sa place dans les repas de tous les jours. De plus, dans une société où la volonté de manger sainement s'accroît, le *saumon*, semble être un produit d'avenir malgré des ressources qui ne sont pas inépuisables. Le marché des salmonidés s'est développé très rapidement au cours des dernières décennies. Les ménages en consomment beaucoup plus, le saumon est perçu comme un produit innovant, et encore luxueux malgré ses évolutions et sa diversité. L'offre mondiale a été multipliée par quatre entre 1980 et 2002. Le moteur de cette croissance a été l'aquaculture dont la production est passée de

moins de 15 000 tonnes de saumon en 1980 à environ 1 200 000 tonnes de truite en 2002. Les principaux producteurs tels que les Pays Nordiques, les Etats-Unis, le Japon, et la Russie s'arrachent ce marché du saumon (d'élevage ou sauvage) en expansion.



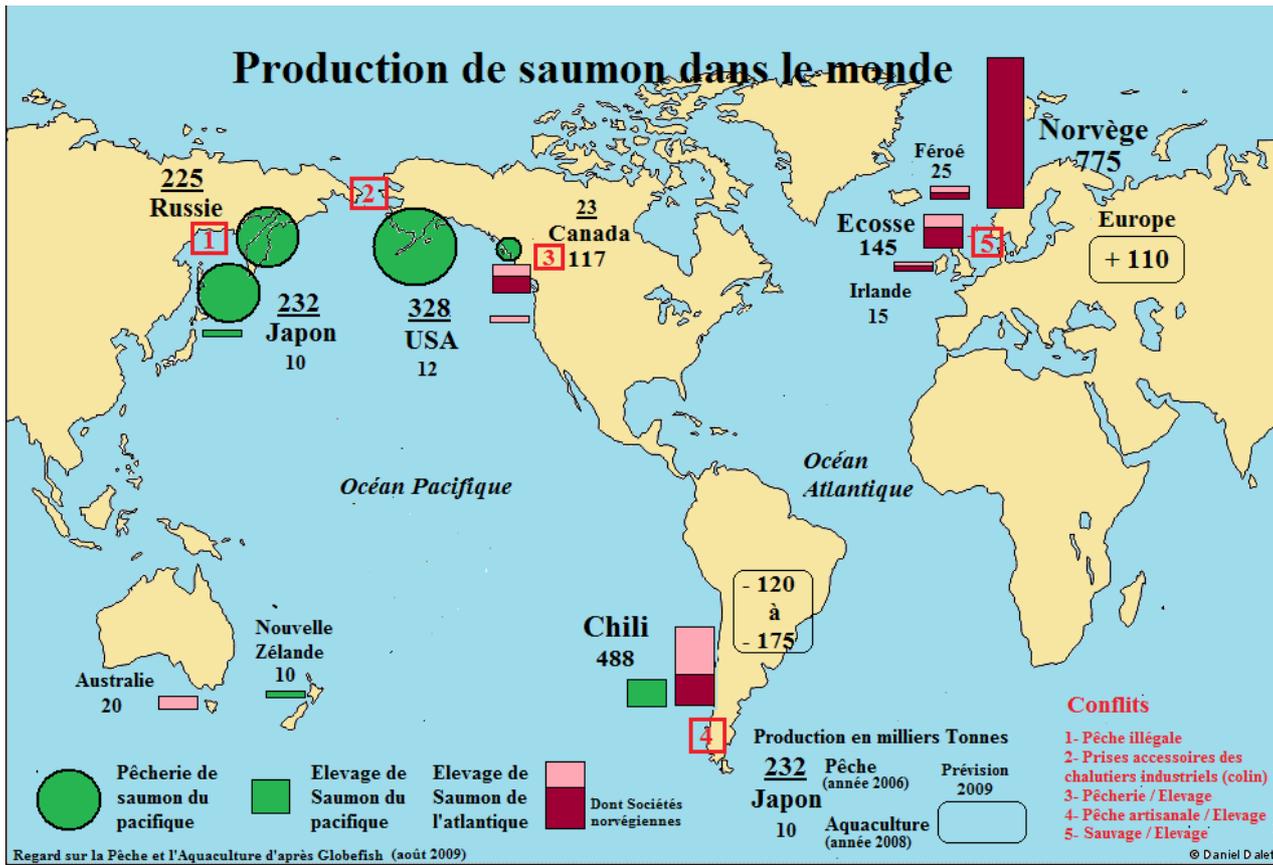
Sources

Les magazines Linéaires, LSA, Point de ventes. (En particulier : Linéaire novembre 2010 et LSA février 2011)

La base de données Diane.

Internet : FAO.

Annexe



http://1.bp.blogspot.com/_rEqLpFma6-o/Spk55ibLRwI/AAAAAAAABhA/8W2MnPOUpyI/s1600-h/Saumon+dans+le+monde+-+final.png

France : Saumon fumé et part de marché

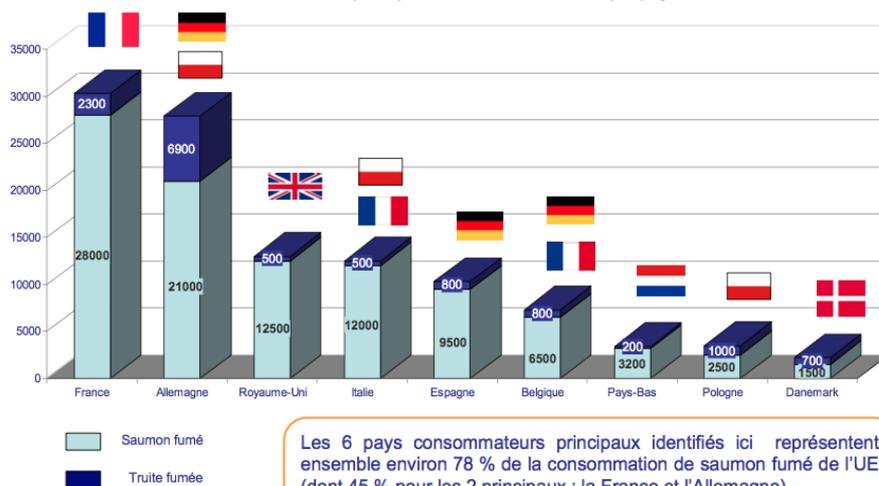
Société	Marque	PART
Alfesca (Islande)	Labeyrie, Delpierre, Blini	30 à 40%
Marine Harvest (Norvège)	kristen	20 à 30%
MerAlliance (France)	Narvik, Armoric	10 à 20%
Intermarché (France)	Moulin de la Marche	10 à 20%
Bretagne Saumon (France)		< 5%
Pêcheurs d'Islande (France)		< 5%

Source : DGCCRF (2007)

<http://aquaculture-aquablog.blogspot.com/2009/03/saumon-fume-la-logique-des.html>

Taille du marché du saumon et de la truite fumés

Avec indication des principaux fournisseurs de chaque pays



Que vaut une « portion » de saumon?

Poids/volume	Saumon de l'Atlantique d'élevage, au four ou Saumon kéta, avec arêtes, en conserve, grillé, 100 g	Saumon kéta, avec arêtes, en conserve, égoutté, 100 g
Calories	206	141
Protéines	22,1 g	21,4 g
Glucides	0,0 g	0,0 g
Lipides	12,4 g	5,5 g
-saturés	2,5 g	1,5 g
-monoinsaturés	4,4 g	1,9 g
-polyinsaturés	4,4 g	1,5 g

-oméga-3*	2,3 g	1,2 g
Cholestérol	71 mg	39 mg
Fibres alimentaires	0,0 g	0,0 g

Source : Santé Canada. *Fichier canadien sur les éléments nutritifs*, 2005.

*AEP, ADH et acide alpha-linolénique