

> Pêche et aquaculture

> Juillet 2016

# Données et bilans

# Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture 2015







FranceAgriMer

# Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture



# Sommaire

<b>Notes méthodologiques .....</b>	<b>5</b>
<b>Consommation par habitant .....</b>	<b>9</b>
<b>Indice annuel des prix à la consommation.....</b>	<b>10</b>
<b>Achats des ménages pour leur consommation à domicile en 2015</b> (Panel Kantar Worldpanel)	
<b>1. Analyse du marché en 2015.....</b>	<b>13</b>
<b>2. Tendances du marché depuis 2010 .....</b>	<b>17</b>
2.1 Évolution par type de produit.....	20
2.1.1 Les produits frais.....	21
2.1.2 Les produits traiteurs réfrigérés .....	22
2.1.3 Les produits surgelés .....	23
2.1.4 Les conserves .....	24
2.2 Évolution par espèce ou produit en valeur	
2.2.1 Les produits frais.....	25
2.2.2 Les produits transformés.....	26
2.3 Évolution par espèce ou produit en volume	
2.3.1 Les produits frais.....	27
2.3.2 Les produits transformés .....	28
2.4 Évolution par espèce ou produit du prix moyen	
2.4.1 Les produits frais.....	29
2.4.2 Les produits transformés .....	30
2.5 Le poisson préemballé, frais et réfrigéré	
2.5.1 Le poisson frais ou réfrigéré.....	31
2.5.2 Le poisson surgelé .....	32
2.6 Évolution par circuit de distribution	
2.6.1 Les produits frais.....	33
2.6.2 Les produits traiteurs réfrigérés .....	34
2.6.3 Les produits surgelés.....	35
2.6.4 Les conserves.....	36
<b>3. Structure du marché en 2015</b>	
3.1 Données quantitatives par type de produit et par espèce	
3.1.1 Les poissons frais .....	37
3.1.2 Les coquillages frais .....	38
3.1.3 Les crustacés et céphalopodes frais .....	38
3.1.4 Les poissons fumés, séchés, salés .....	39
3.1.5 Les autres produits traiteurs réfrigérés.....	40
3.1.6 Les produits surgelés.....	41
3.1.7 Les conserves.....	42
3.2 Données sociodémographiques par type de produits (tableaux).....	43
3.3 Données sociodémographiques par type de produits (graphiques)	
3.3.1 Les poissons frais .....	45
3.3.2 Les coquillages frais .....	47
3.3.3 Les crustacés frais.....	49
3.3.4 Les céphalopodes frais.....	51
3.3.5 Les produits traiteurs réfrigérés.....	53
3.3.6 Les produits surgelés.....	55
3.3.7 Les conserves.....	57

3.4 Saisonnalité par type de produit	
3.4.1 Les produits frais.....	59
3.4.2 Les produits traiteurs réfrigérés.....	61
3.4.3 Les produits surgelés.....	61
3.4.4 Les conserves.....	62

## Focus par espèce

1. bar.....	65
2. baudroie (lotte).....	67
3. cabillaud.....	69
4. céphalopodes (calmar, poulpe, seiche).....	72
5. crevette.....	74
6. églefin.....	77
7. hareng.....	79
8. huître.....	81
9. julienne.....	83
10. langoustine.....	85
11. lieu noir.....	87
12. limande.....	89
13. maquereau.....	91
14. merlan.....	94
15. merlu.....	96
16. moule.....	98
17. plie.....	100
18. raie.....	102
19. Saint-Jacques.....	104
20. sardine.....	108
21. saumon.....	111
22. sole.....	114
23. surimi.....	116
24. thon.....	118
25. tourteau.....	121
26. truite.....	123

# Notes méthodologiques

## 1. Consommation par habitant

À partir des données du bilan d'approvisionnement, une estimation de la consommation française par habitant est calculée. Elle concerne l'ensemble de la population française, évaluée par l'Insee à 66 millions d'habitants en 2015 (1<sup>er</sup> janvier 2016, DOM inclus), et l'ensemble des produits de la pêche et de l'aquaculture.

Le **bilan d'approvisionnement** consiste à calculer la disponibilité nationale pour l'alimentation humaine des produits issus de la pêche et de l'élevage. Il est construit en considérant, d'une part, la production nationale et, d'autre part, les importations et les exportations. Il est fait abstraction des stocks et de leur variation, difficiles à appréhender, faute d'élément d'information.

Les données de production sont issues des données du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie (Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture - DPMA).

Ces données sont exprimées **en poids vif** (depuis 2000), c'est-à-dire **avant** toute manipulation ou transformation (étêtage, éviscération, filetage...). Par exemple, pour un filet frais de poisson blanc, le coefficient de conversion est d'environ 2,5.

Les chiffres d'importation et d'exportation sont issus des données des Douanes françaises, Direction générale des douanes et des droits indirects du Ministère de l'Économie et des Finances. Les volumes fournis par les Douanes françaises étant en **poids net**, ils sont corrigés par un coefficient de conversion permettant de les estimer en **équivalent poids vif**, avant toute transformation du produit. Un coefficient de conversion spécifique est estimé pour chaque ligne de nomenclature.

## 2. Achats des ménages pour leur consommation à domicile

FranceAgriMer suit les achats des ménages ordinaires métropolitains pour leur consommation à domicile des produits aquatiques frais, des produits traiteurs réfrigérés, des produits aquatiques surgelés et des conserves de produits aquatiques. Ces données sont fournies par le panel consommateurs **Kantar Worldpanel** (anciennement TNS).

Ce panel consommateur est caractérisé par :

- Un échantillon représentatif de la population française (selon les critères sociodémographiques de l'Insee), constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre. Seulement 12 000 d'entre eux déclarent, en plus, les achats de produits sans code barre ;
- Un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine leurs achats pour leur consommation à domicile, notamment des informations sur les lieux d'achat :
  - o l'agrégat **GMS** (Grandes et Moyennes Surfaces) regroupe les hypermarchés, les supermarchés, les superettes, le hard discount (HD) et le e-commerce (dont le drive) ;
  - o l'agrégat « Spécifiques et autres » comprend les poissonniers, les marchés et les circuits de vente directe ;
  - o le terme *freezer-center* désigne les magasins spécialisés dans la vente de produits surgelés.

Les précisions statistiques suivantes sont nécessaires à l'interprétation des données du panel :

- **Significativité des variables** : seules les espèces dont au moins 2 % de ménages sont acheteurs sont significatives et transmises par Kantar Worldpanel.

- **Taux de couverture** : de par son fonctionnement sur une base déclarative à partir d'un échantillon de ménages volontaires ne déclarant que leurs achats pour une consommation à leur domicile, le panel Kantar Worldpanel ne mesure pas l'exhaustivité des achats de produits aquatiques par la totalité des ménages français. Le taux de couverture du panel est estimé à **80 %** environ pour l'ensemble des produits aquatiques, mais varie fortement selon les produits.

#### - Unités de mesure

- Volumes : les quantités achetées sont exprimées en tonnes de poids net
- Valeurs : les sommes dépensées sont exprimées en euro (ou k€)
- Prix : euro courant par kilogramme. Pour mémoire, l'inflation entre 2010 et 2015 a été de + 1,6 % en moyenne annuelle. Le tableau suivant donne le détail par année.

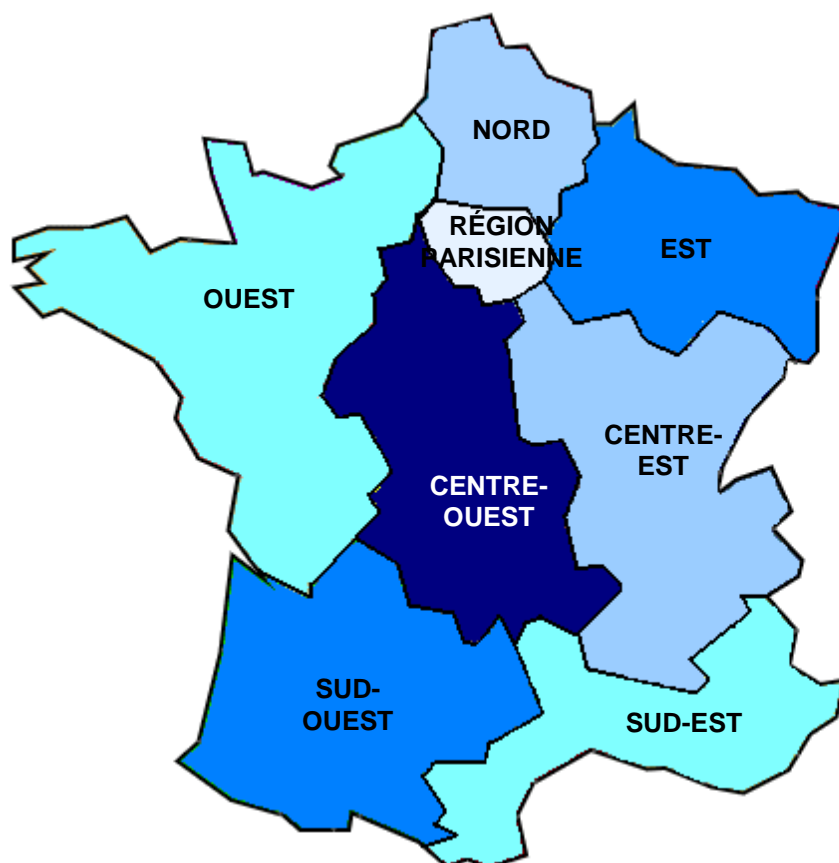
Indice des prix à la consommation (Insee, base 100 en 1998, ensemble des ménages, métropole + DOM)

2010	2011	2012	2013	2014	2015
121,1	123,7	126,1	127,2	127,9	127,9

#### - Nomenclatures

- l'appellation « *crustacés frais* » ne comprend pas les crevettes cuites réfrigérées présentées en rayon frais, qui sont incluses dans la famille « *produits traiteurs réfrigérés* » ;
- les ménages déclarent dans le panel Kantar Worldpanel leurs achats de bar et de loup sur la même ligne. La nomenclature « *bar / loup* » est un agrégat comprenant *Dicentrarchus labrax* (bar, bar commun, loup bar) et *Anarhichas lupus* (loup de mer, loup de l'Atlantique), (définition sur le site internet de la DGCCRF)  
<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Listes-des-denominations-commerciales> ;
- dans le cas des poissons frais, la somme des données « *Poisson frais entier* » et « *Poisson frais découpé* » n'est pas égale à la donnée « *Poissons frais* ». Cette différence est due à l'existence de produits non ventilés dans ces deux catégories. Cette différence se retrouve aussi pour les poissons surgelés « *nature* » ;
- des modifications de nomenclatures ont été faites entre l'édition 2011 (données 2010) et l'édition 2012 (données 2011). Les comparaisons avec les données des éditions antérieures sont donc délicates.
- **enfin, les conditions de diffusion des données issues du panel, prévues dans le contrat entre FranceAgriMer et Kantar Worldpanel, ont été revues en 2014. Certaines lignes de nomenclatures ne sont désormais plus diffusables.**

#### - Régions du panel





**Attention** : Depuis 2015, FranceAgriMer ne suit plus la consommation en restauration hors domicile en France en raison de la difficulté à appréhender les niveaux d'achat de ce secteur et les évolutions d'une année sur l'autre.

### 3. Focus par espèce

En dernière partie du document, une fiche sur la consommation des espèces les plus représentatives du marché français est proposée. Quand les données sont disponibles, le focus est composé de deux parties :

- un **bilan d'approvisionnement** pour l'alimentation humaine,
- les **achats des ménages** pour leur consommation à domicile (Kantar Worldpanel).



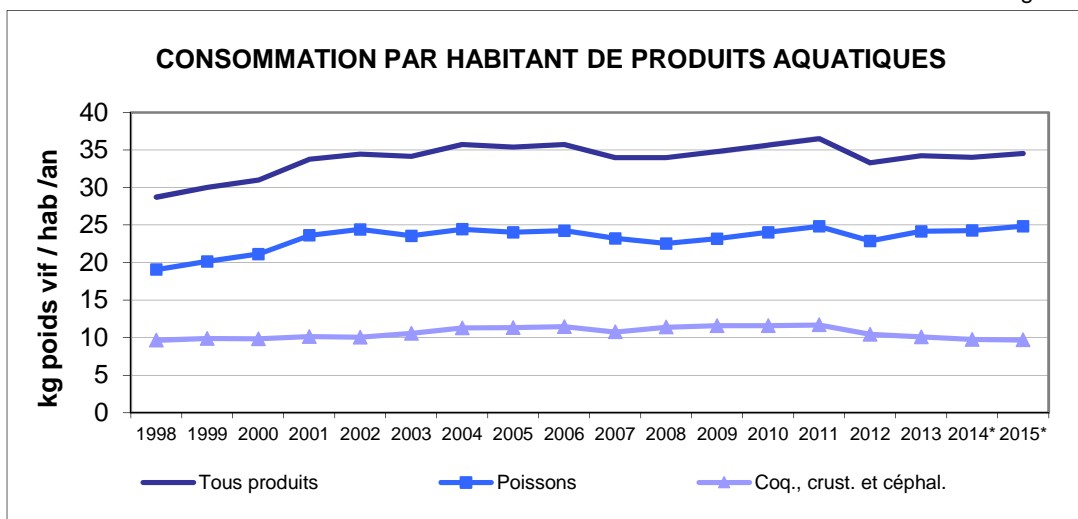
## Consommation par habitant (en kg poids vif par habitant et par an)

(Calculée par bilan)

	Population (millions d'hab.)	TOUS PRODUITS AQUATIQUES	POISSONS	COQUILLAGES, CRUSTACÉS ET CÉPHALOPODES
1998	59,899	28,7	19,1	9,7
1999	60,123	30,0	20,1	9,9
2000	60,508	31,0	21,1	9,8
2001	60,941	33,8	23,6	10,1
2002	61,385	34,4	24,4	10,0
2003	61,824	34,1	23,6	10,6
2004	62,251	35,7	24,4	11,3
2005	62,731	35,4	24,0	11,3
2006	63,186	35,7	24,3	11,5
2007	63,601	34,0	23,2	10,8
2008	63,962	34,0	22,6	11,4
2009	64,305	34,8	23,2	11,6
2010	64,613	35,6	24,0	11,6
2011	64,933	36,5	24,8	11,7
2012	65,241	33,3	22,9	10,4
2013	65,525	34,2	24,1	10,1
2014*	66,021	34,0	24,3	9,7
2015*	66,318	34,5	24,9	9,7

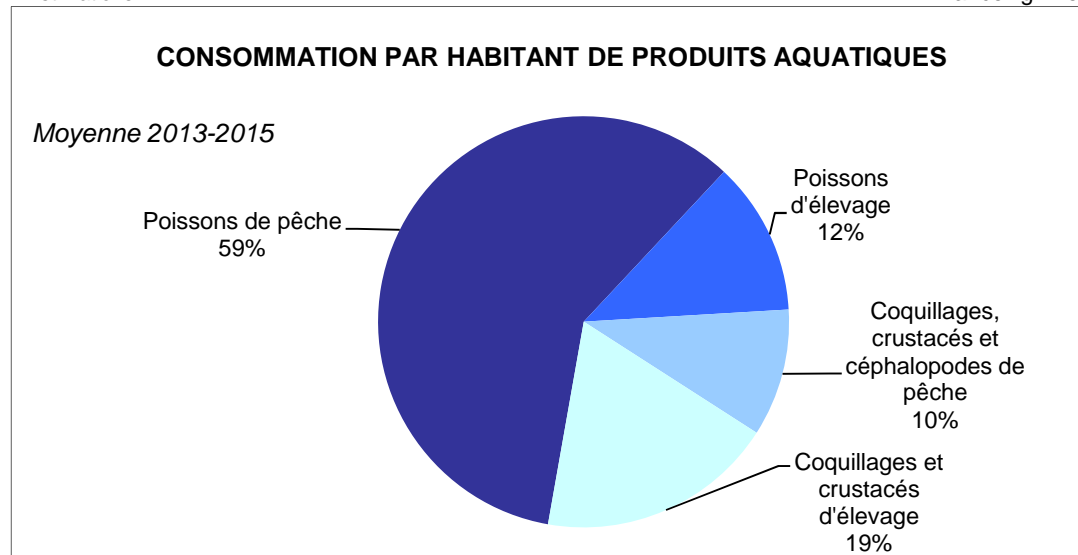
\* Estimations

FranceAgriMer



\* Estimations

FranceAgriMer



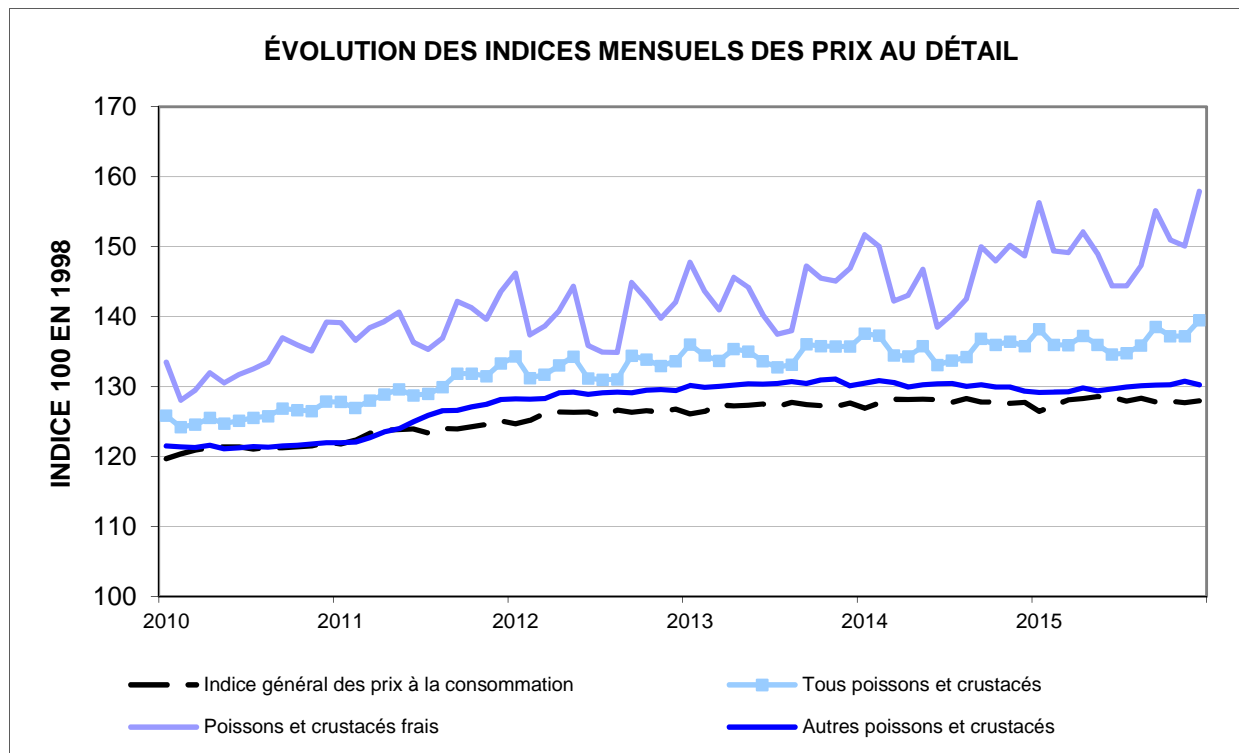
FranceAgriMer

## Indice annuel des prix à la consommation

(base 100 en 1998)

	INDICE GÉNÉRAL DES PRIX À LA CONSOMMATION	POISSONS ET CRUSTACÉS	dt poissons et crustacés frais	dt poissons et crustacés préparés, en conserves et surgelés
1998	100,0	100,0	100,0	100,0
1999	100,5	103,9	101,6	105,4
2000	102,2	106,9	107,1	106,8
2001	103,9	110,6	111,3	110,2
2002	105,9	113,7	114,7	113,3
2003	108,1	115,6	116,6	115,2
2004	110,4	115,5	118,8	113,8
2005	112,4	115,9	123,3	111,9
2006	114,2	119,0	129,2	113,7
2007	115,9	120,6	130,5	115,2
2008	119,2	124,6	130,9	120,7
2009	119,3	124,4	127,1	122,0
2010	121,1	125,8	133,2	121,5
2011	123,7	129,8	139,1	125,1
2012	126,1	132,7	140,2	129,0
2013	127,2	134,8	143,6	130,4
2014	127,9	135,5	146,0	130,2
2015	127,9	136,7	150,5	129,8

Insee



FranceAgriMer d'après Insee

# Les achats des ménages en 2015 /

*source Kantar worldpanel*





# Achats des ménages pour leur consommation à domicile

**Attention :** Dans le cadre du contrat entre FranceAgriMer et Kantar Worldpanel, les conditions de diffusion des données issues du panel ont été revues en 2014. Certaines lignes de nomenclatures ne sont désormais plus diffusables et ont été exclues de cette brochure.

## Les faits majeurs de 2014

- Le déséquilibre entre l'offre et la demande sur les marchés internationaux a provoqué une hausse du prix du saumon et le repli des quantités achetées de saumon frais et fumé
- Le cabillaud est devenu la première espèce achetée en frais par les ménages français, du fait d'un prix en baisse, inférieur à celui du saumon
- Les achats de truite fraîche et fumée continuent leur progression
- Le rayon surgelé est toujours peu dynamique
- La consommation de certains produits traiteurs a été pénalisée par les conditions météorologiques défavorables en été (surimi, conserves de thon)
- Les disponibilités limitées de coquilles Saint-Jacques ont entraîné une hausse des prix et une désaffection des acheteurs

## 1. Analyse du marché en 2015

La contraction du marché des produits aquatiques constatée en 2014 se poursuit en 2015. Les volumes achetés ont régressé de 1,3 % et l'ensemble des segments du marché sont touchés par des baisses significatives. Les produits traiteurs résistent mieux grâce au dynamisme des achats de poissons fumés, de crevettes et gambas cuites, de plats préparés et grâce à un enrayement du déclin du surimi. En plus des volumes achetés, ce sont les points de contacts consommateurs qui régressent d'année en année, c'est-à-dire la taille de clientèle combinée à la fréquence d'achat.

Toutefois, contrairement à l'année précédente, l'augmentation du prix des produits aquatiques permet de compenser la perte des volumes achetés : le chiffre d'affaires progresse de 0,5 % en 2015. Le poids des produits aquatiques se maintient dans le budget global des produits de grande consommation des foyers français.

Les achats régressent sur l'ensemble des circuits de distribution à l'exception du hard-discount, des commerces de proximité et surtout des grandes surfaces spécialisées en produits frais (+ 42 %) même si leur part de marché reste faible. Pour le hard-discount, le repositionnement de l'offre de certains discounters à travers le développement de poissons préemballés leur a permis de gagner des parts de marché. Les poissonneries et les marchés marquent un léger recul cette année même si ils restent un lieu important d'achat notamment pour les produits aquatiques frais.

## Les produits frais

### Le poisson frais

La baisse de la consommation de **poissons frais** constatée depuis 2012 continue en 2015 (- 2,6 % en volume par rapport à 2014). L'augmentation de la taille de clientèle observée en 2014 ne s'est pas pérennisée et, dans le même temps, la baisse du niveau d'achat et de la fréquence d'achat se poursuit. Le recul des achats de poissons frais concerne aussi bien le poisson entier que le poisson découpé. La grande distribution et les marchés sont fortement impactés par la chute des volumes ; à l'inverse les circuits discount gagnent des parts de marché et les volumes achetés progressent de 400g par acheteur en un an. En parallèle le prix moyen des achats de poissons frais progresse de 2,3 % pour atteindre 18,2 €/kg ce qui permet de stabiliser la valeur globale des ventes en 2015. Si le poisson frais reste majoritaire dans les achats des ménages en produits frais, il pèse de moins en moins lourd et perd du terrain face aux coquillages. Il représentait 55,4 % des volumes en 2011 contre 53,8 % en 2015.

En 2015, le **saumon frais** est le principal moteur de croissance et redevient la première espèce de poisson frais consommée par les français. Les volumes de saumon frais achetés progressent de 10 %, encouragés par une baisse du prix d'achat de 1 % ce qui permet au saumon de développer fortement son chiffre d'affaires. La taille de clientèle est en hausse et atteint 44 % ce qui reste toutefois inférieur au niveau de 2012, avant la hausse des prix.

Un tiers de la hausse des achats de saumon frais provient d'un report des achats de **cabillaud frais**. En effet, le cabillaud frais est pénalisé cette année par une perte de clientèle et un prix en forte hausse (+ 5 %). Les grandes et moyennes surfaces sont au cœur de la décroissance du cabillaud frais et les volumes totaux régressent de 8 % en 2015.

La baisse observée en 2014 sur les achats de **lieu noir frais** se confirme en 2015. Les volumes achetés ont diminué (- 4 %), quel que soit le circuit de distribution, pour un prix en hausse de 4 %.

La **sole fraîche** enregistre une nouvelle année difficile (- 17 % en volume). La baisse des débarquements en 2015 a contribué à la hausse du prix à la première vente qui s'est répercutée au détail (+ 5 %) ce qui a pu freiner les achats des ménages malgré un bon début d'année.

Les achats de **sardines fraîches** ont eux aussi été impactés par la baisse des disponibilités dans les criées françaises. Malgré un été propice aux grillades, les volumes régressent. Parallèlement, les achats de maquereau se portent bien et progressent pour la troisième année consécutive sans que le

chiffre d'affaires s'améliore significativement compte tenu de la baisse du prix moyen.

Enfin, la **truite fraîche** consolide ses bonnes performances de 2014. La taille de clientèle qui avait progressé fortement en 2014 se stabilise et la fréquence d'achat progresse malgré un prix moyen en hausse de presque 8 % qui atteint 12,80 €/kg.

### Les crustacés frais

Après une bonne année 2014, les achats de crustacés régressent de nouveau en 2015 en volume (- 6,5 %) en dépit d'un prix d'achat stable. Pour la deuxième année consécutive, la taille de clientèle diminue et s'accompagne d'une baisse des niveaux d'achats qui touche particulièrement le cœur de clientèle (les plus de 50 ans et les foyers aisés). Ce sont les achats d'araignées, de homards et, dans une moindre mesure, de tourteaux, qui ont le plus régressé, pénalisés par des prix en hausse. À l'inverse, les volumes achetés de langoustines et de crevettes et gambas crues augmentent respectivement de 9 % et 4 %.

### Les coquillages frais

Les volumes de coquillages frais achetés par les ménages sont en hausse de 1,2 % en 2015 grâce à une taille de clientèle qui augmente légèrement. Les **huitres** sont le principal moteur de croissance cette année (+ 6,5 % en volume) avec un prix en net recul pour la première année depuis la crise ostréicole. Les achats de **moules** sont stables en volume et les achats de **coquilles Saint-Jacques** augmentent de 2,1 % grâce à la hausse des débarquements en criées comparativement à la campagne précédente. La hausse du prix de 6,2 % n'a pas freiné les achats des ménages sur ce produit.

### Les céphalopodes frais

En 2015, la hausse des débarquements de céphalopodes a permis l'accroissement des volumes achetés de 2,6 % malgré un prix qui progresse également de 2 %. Les calmars et encornets restent majoritaires mais ce sont les autres céphalopodes qui ont tiré les volumes à la hausse (seiche, poulpe). Néanmoins, au fil des années, les achats se concentrent sur les gros acheteurs et la taille de clientèle se réduit, ce qui représente un risque pour l'évolution sur le long terme des quantités achetées

### Les produits traiteur réfrigérés

En 2015, le segment **traiteur de la mer** est celui qui se porte le mieux, avec une hausse des volumes achetés de 3 % et une hausse des prix de 1 % contribuant à une hausse significative de la valeur des achats. Le nombre de ménages acheteurs et la fréquence d'achat ont augmenté et parallèlement,



les quantités achetées par acte et le niveau d'achat sont stables.

Cette hausse cache des disparités entre les différents produits. Les volumes achetés de **poissons fumés** sont stables malgré une taille de clientèle en hausse. Cette catégorie a été pénalisée par la baisse des volumes achetés sur ses deux produits phares, le saumon (- 1 %) et le hareng (- 4 %) dont les prix sont en hausse. À l'inverse, la truite fumée continue sa belle progression (+ 12,5 % en volume) malgré un prix le plus cher du rayon, qui progresse encore cette année. Une partie des pertes observées sur le saumon fumé se sont reportées sur la truite fumée en 2015.

Après trois années de recul, **les crevettes et gambas cuites** contribuent également fortement à la hausse du rayon traiteur de la mer cette année (+ 7 % en volume) grâce à une hausse du nombre d'acheteurs et un prix en baisse.

Le **surimi** a stoppé ses pertes de performance, profitant des conditions climatiques favorables pendant l'été. Toutefois la hausse des volumes achetés reste limitée (+ 0,5 %) et ne confirme pas une réelle rupture de tendance.

Enfin, les achats de produits dits « tout prêt » ont encore bien évolué cette année à l'exception des tartinables. Les plus fortes hausses sont enregistrées par les salades de la mer (+ 23 %), les marinades (+ 10 %) et les plats préparés (+ 7 %) même si le prix de ces catégories reste à surveiller. Les **poissons crus** résistent en 2015 mais le recrutement des années précédentes a été stoppé et le niveau de consommation diminue également légèrement (- 100 g par foyer). La hausse du prix moyen a pénalisé les achats des foyers les plus modestes.

### Les produits surgelés

Le déclin des produits aquatiques surgelés se poursuit d'année en année, les volumes achetés ont régressé de 5 % en 2015 et toutes les catégories de produits sont concernées par cette baisse : poissons, crustacés et traiteur. Les quantités achetées par ménage sont en baisse, tout comme le nombre de ménages acheteurs. Seuls les circuits discount et la vente en ligne montrent une légère progression sur ces produits. L'augmentation de 2 % des prix moyen d'achat ne permet pas de maintenir la valeur des achats au niveau de 2014.

Malgré un prix d'achat en faible hausse (+ 1 %), les **poissons surgelés** voient leurs quantités achetées diminuer quel que soit le type de foyer acheteur. Les poissons surgelés naturels, notamment le saumon, et les poissons enrobés sont particulièrement touchés tandis que les poissons grillés progressent sensiblement. Les achats de **crustacés, coquillages et céphalopodes surgelés** sont

également en recul à l'exception des calmars. La baisse est particulièrement marquée sur les noix de Saint-Jacques et les achats de crevettes se maintiennent difficilement face à un prix en hausse et une baisse de la taille de clientèle. Il est probable que le prix des produits surgelés pénalisent les achats en se rapprochant, voire dépassant, le prix des produits frais comme c'est le cas pour les crevettes, le cabillaud ou le saumon.

Enfin, les **produits traiteurs surgelés et les plats préparés surgelés** à base de poisson suivent la tendance générale à la baisse des produits surgelés.

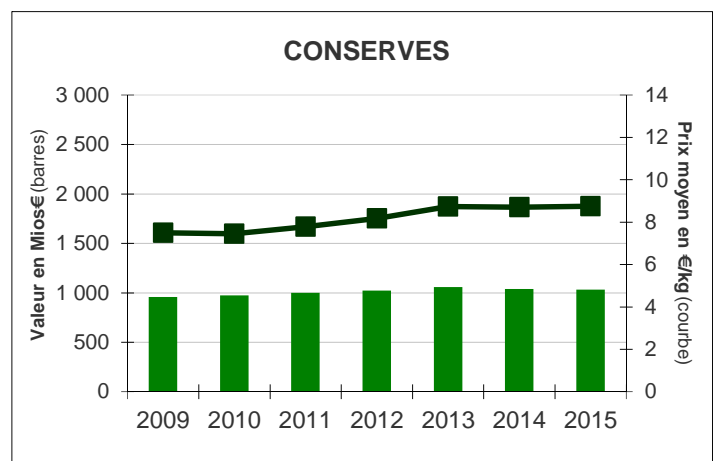
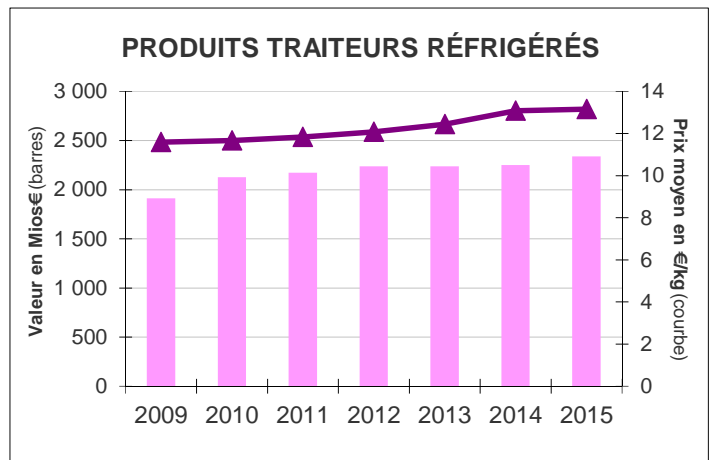
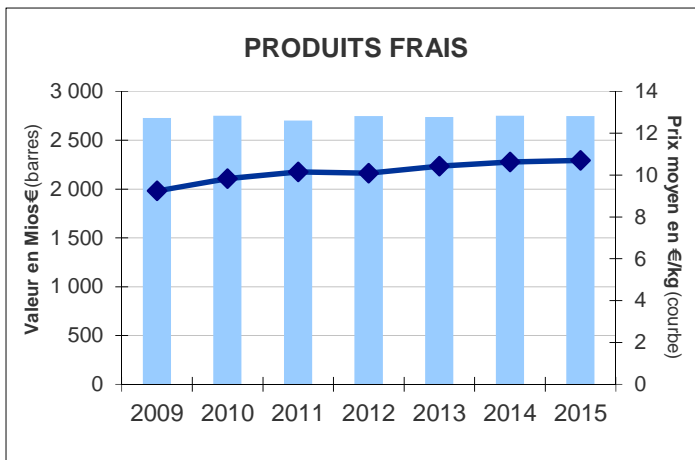
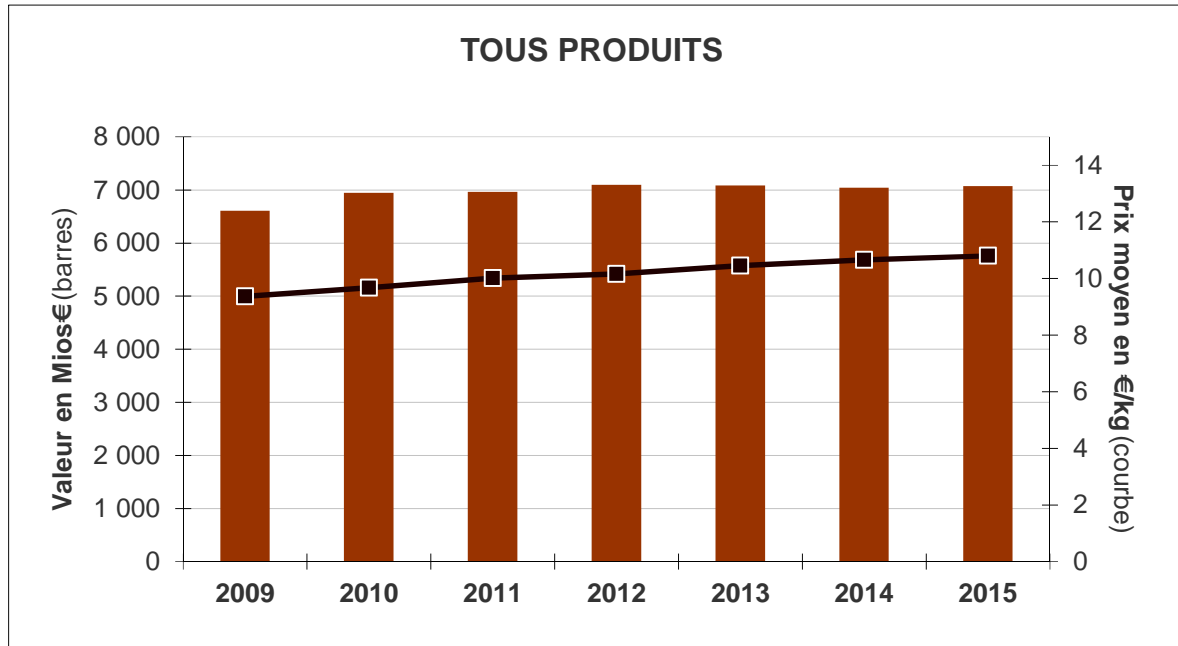
### Les conserves

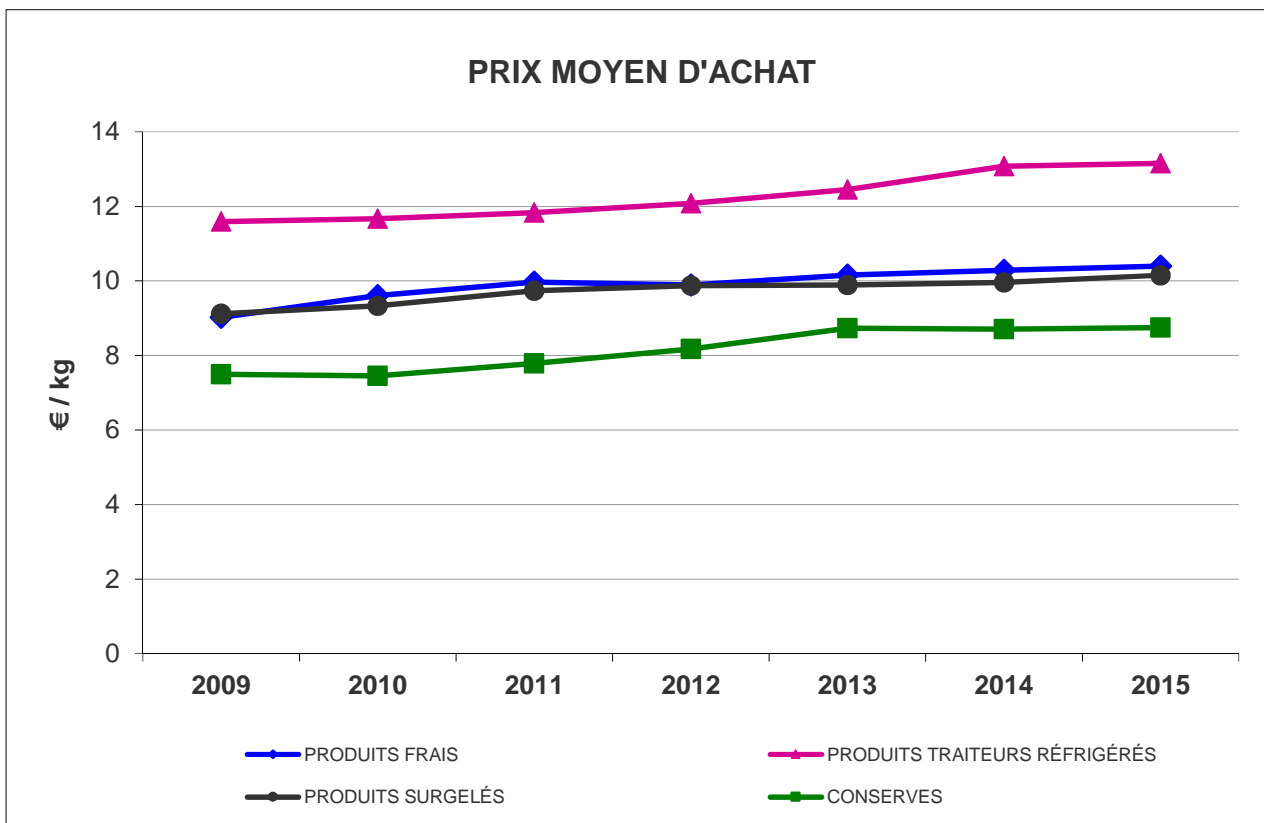
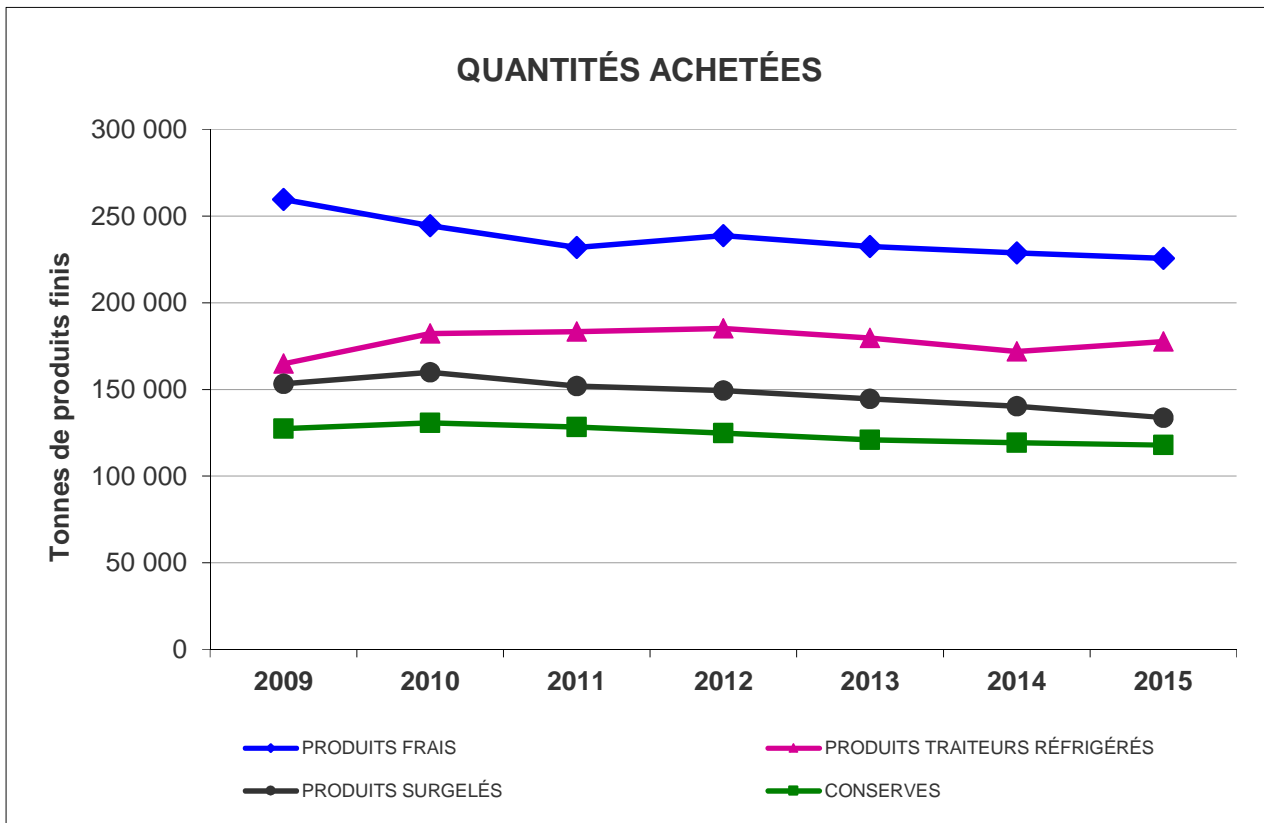
La baisse lente et régulière des conserves de la mer observée depuis 2010 se poursuit. Les achats régressent de 1,2 % en volume et 0,7 % en valeur en 2015. La taille de clientèle mais aussi les niveaux d'achat et la fréquence d'achat contribuent à ce déclin. Les marques distributeurs régressent plus fortement que les marques nationales qui ont réussi à tirer profit de campagnes de publicité, et seuls les circuits discount et la vente en ligne parviennent à recruter de nouveaux consommateurs.

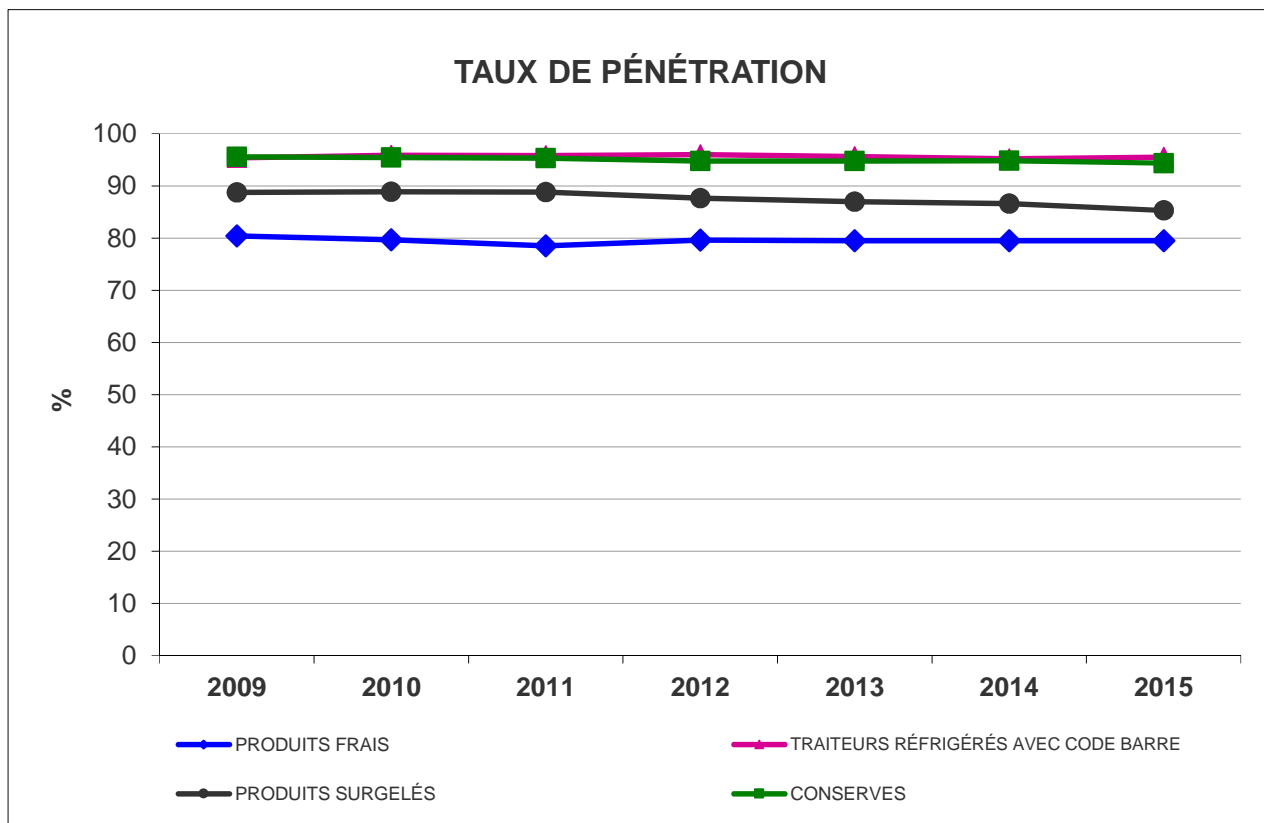
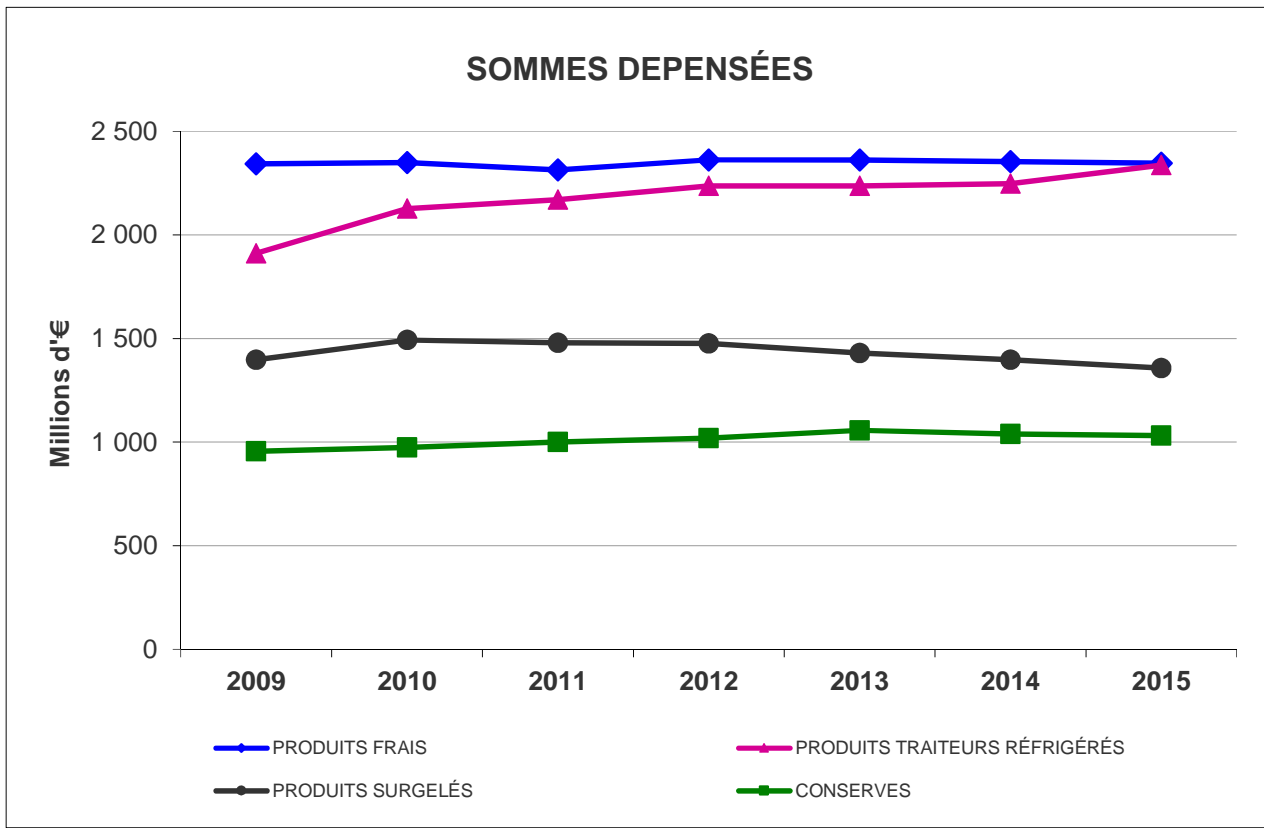
Les **conserves de thon** qui représentent 60 % des volumes achetés sont en recul (- 1 %) malgré la bonne météo de l'été. Les **conserves de sardines** font figure d'exception, il s'agit de la seule espèce dont les achats sont en hausse (+ 1,4 %) malgré un prix qui progresse, parmi les plus hauts du rayon. À l'inverse, les achats de **conserves de maquereau** enregistrent une légère baisse (- 0,4 %). Enfin, les **tartinables** sont stables en volume mais augmentent en valeur grâce à un prix d'achat en hausse de 3 %. Pour la deuxième année consécutive, leur taille de clientèle augmente et leur niveau d'achat se consolide.



## 2. Tendances du marché depuis 2010







## 2.1 Évolution par type de produit

TOUS PRODUITS (1)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Valeur (k€)	6 943 242	6 963 961	7 093 384	7 083 747	7 039 509	7 073 173	0,5%
Prix moyen (€/kg)	9,7	10,0	10,2	10,5	10,7	10,8	0,9%

PRODUITS FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	244 553	232 022	238 838	232 525	228 824	225 731	-1,4%
Valeur (k€)	2 349 502	2 313 814	2 362 590	2 362 369	2 354 504	2 346 805	-0,3%
Prix moyen (€/kg)	9,6	10,0	9,9	10,2	10,3	10,4	1,0%

POISSONS FRAIS (2)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	135 689	128 973	133 762	128 189	124 751	121 501	-2,6%
Valeur (k€)	1 635 575	1 613 581	1 646 473	1 630 923	1 603 872	1 606 090	0,1%
Prix moyen (€/kg)	12,1	12,5	12,3	12,7	12,9	13,2	2,3%

POISSONS FRAIS ENTIERS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	43 395	40 981	39 545	37 884	38 121	36 139	-5,2%
Valeur (k€)	386 946	384 315	368 584	360 577	366 679	345 854	-5,7%
Prix moyen (€/kg)	8,9	9,4	9,3	9,5	9,6	9,6	0,0%

POISSONS FRAIS DÉCOUPÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	89 778	85 213	91 484	87 618	83 742	82 264	-1,8%
Valeur (k€)	1 213 303	1 188 901	1 238 996	1 230 507	1 193 533	1 211 560	1,5%
Prix moyen (€/kg)	13,5	14,0	13,5	14,0	14,3	14,7	2,8%

CRUSTACÉS FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	16 410	15 338	14 994	14 345	15 582	14 570	-6,5%
Valeur (k€)	199 393	186 183	178 975	183 054	198 737	186 540	-6,1%
Prix moyen (€/kg)	12,2	12,1	11,9	12,8	12,8	12,8	0,0%

COQUILLAGES FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	88 165	83 593	85 427	85 069	82 985	83 944	1,2%
Valeur (k€)	477 580	476 819	488 366	495 814	495 348	493 773	-0,3%
Prix moyen (€/kg)	5,4	5,7	5,7	5,8	6,0	5,9	-1,7%

CÉPHALOPODES FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	4 289	4 116	3 988	4 056	4 408	4 525	2,6%
Valeur (k€)	36 954	37 156	37 502	37 959	39 156	41 196	5,2%
Prix moyen (€/kg)	8,6	9,0	9,4	9,4	8,9	9,1	2,2%

PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	182 280	183 457	185 181	179 659	171 849	177 668	3,4%
Valeur (k€)	2 126 582	2 170 580	2 236 796	2 236 289	2 248 192	2 337 019	4,0%
Prix moyen (€/kg)	11,7	11,8	12,1	12,4	13,1	13,2	0,8%

PRODUITS SURGELÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	159 891	151 967	149 443	144 524	140 366	133 735	-4,7%
Valeur (k€)	1 492 963	1 479 703	1 476 096	1 429 553	1 398 338	1 357 877	-2,9%
Prix moyen (€/kg)	9,3	9,7	9,9	9,9	10,0	10,2	2,0%

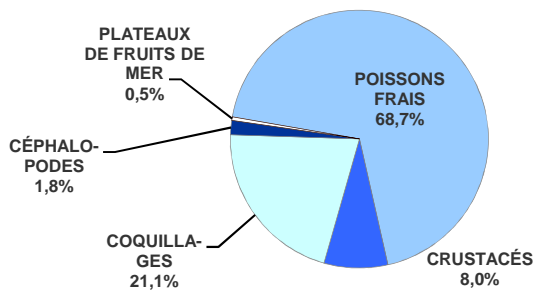
CONSERVES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	130 758	128 400	124 763	121 001	119 309	117 903	-1,2%
Valeur (k€)	974 195	999 938	1 019 661	1 057 057	1 039 004	1 031 797	-0,7%
Prix moyen (€/kg)	7,5	7,8	8,2	8,7	8,7	8,8	1,1%

(1) La ligne "Tous produits" comporte l'intégralité des produits aquatiques, y compris les coquilles et les produits préparés à base de produits de la mer.

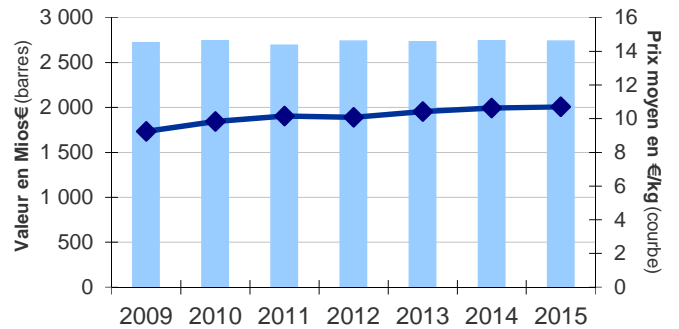
(2) Le total "POISSONS FRAIS" n'est pas strictement égal à la somme "POISSONS FRAIS ENTIERS" + "POISSONS FRAIS DÉCOUPÉS". En effet, le consommateur ne déclare pas systématiquement si le poisson qu'il a acheté est découpé ou non.

## 2.1.1 Les produits frais

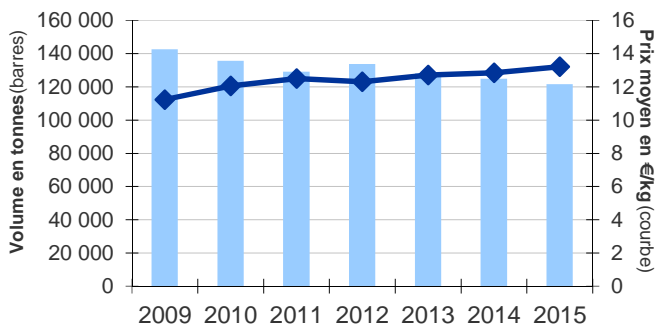
STRUCTURE DES VALEURS D'ACHATS DE PRODUITS FRAIS EN 2015



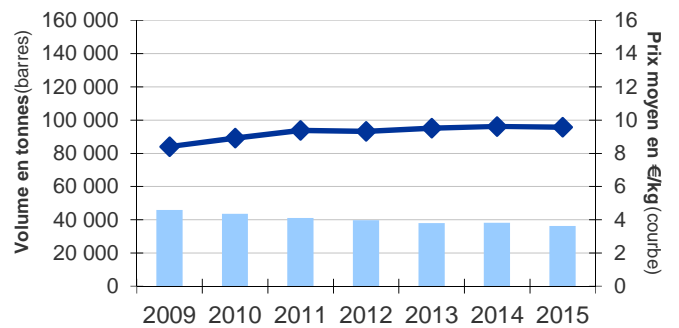
PRODUITS FRAIS



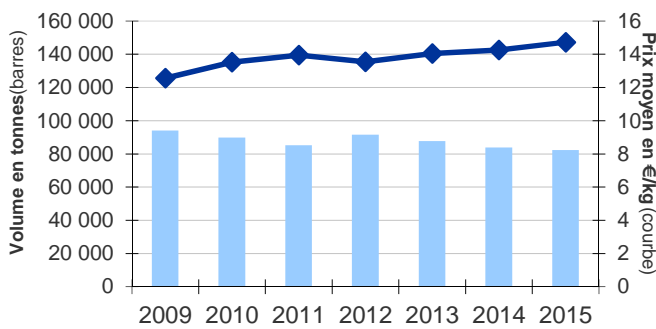
POISSONS FRAIS



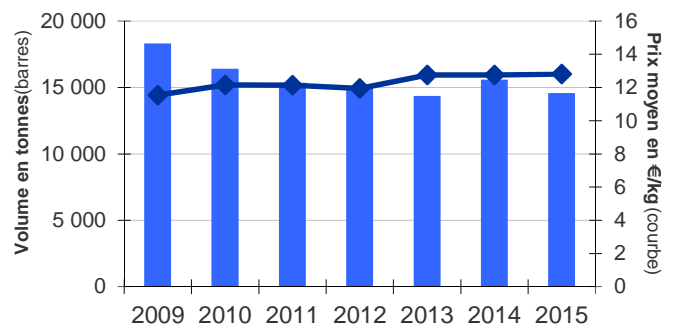
POISSONS FRAIS ENTIERS



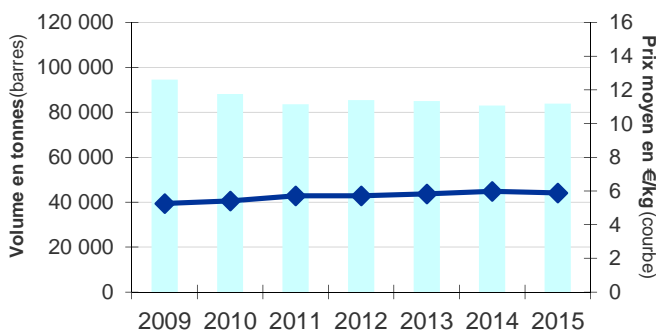
POISSONS FRAIS DECOUPÉS



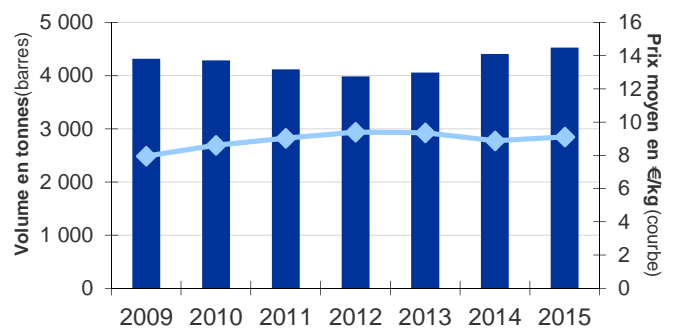
CRUSTACÉS FRAIS



COQUILLAGES FRAIS

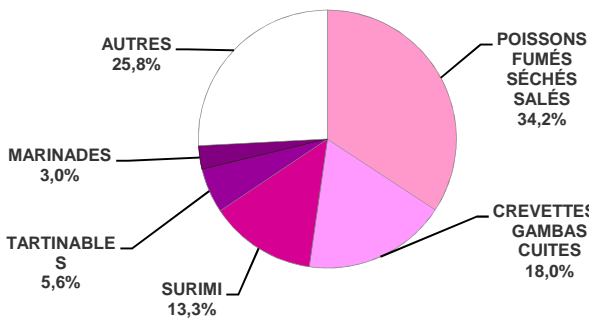


CÉPHALOPODES FRAIS

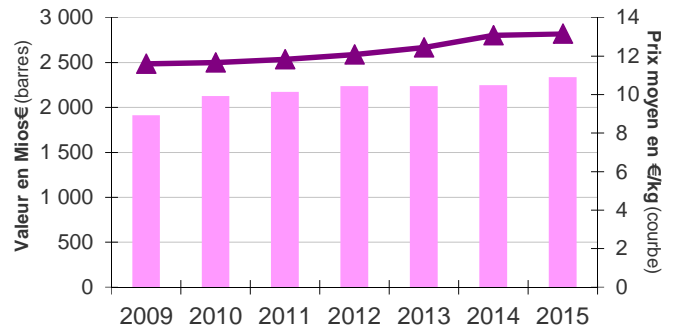


## 2.1.2 Les produits traiteurs réfrigérés

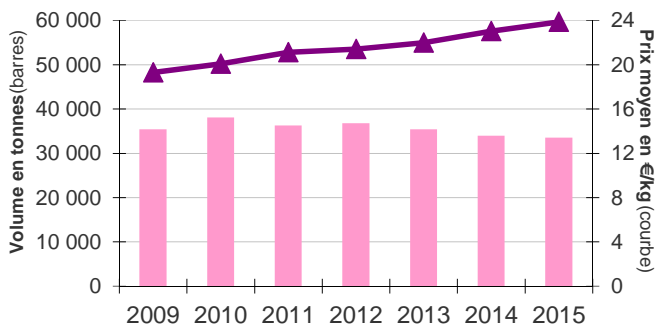
STRUCTURE DES VALEURS D'ACHATS DES PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS EN 2015



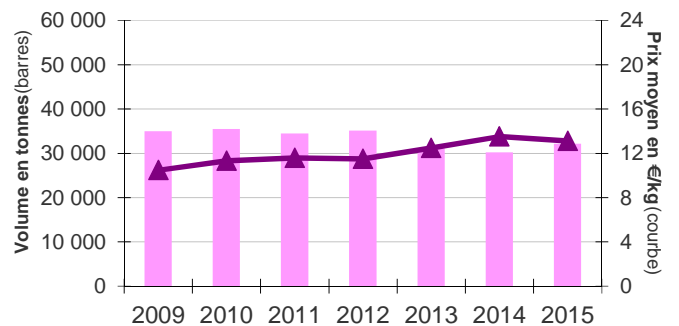
PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS



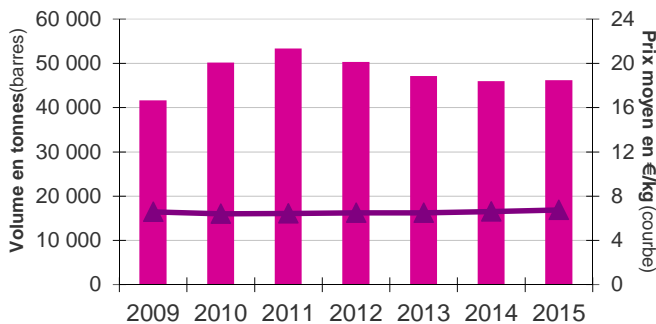
POISSONS FUMÉS SÉCHÉS SALÉS



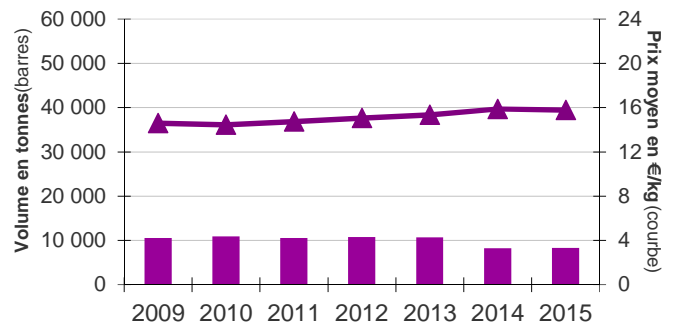
CREVETTES / GAMBAS CUITES



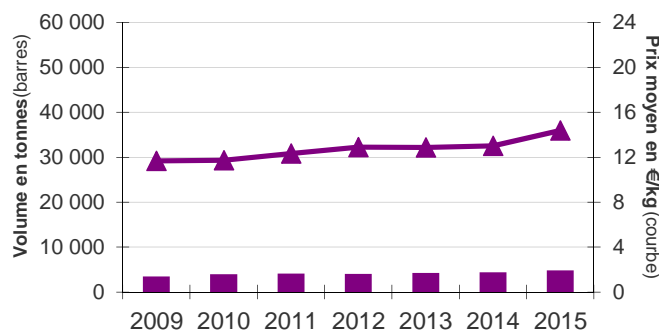
SURIMI



TARTINABLES

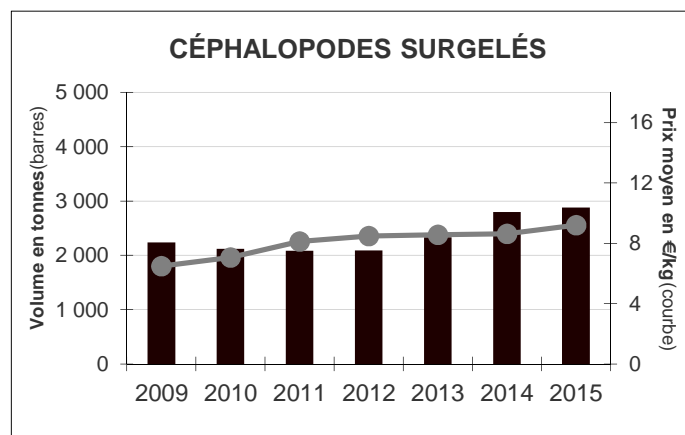
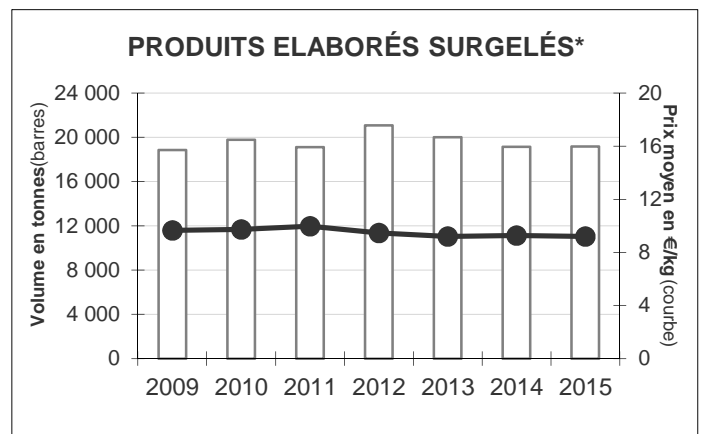
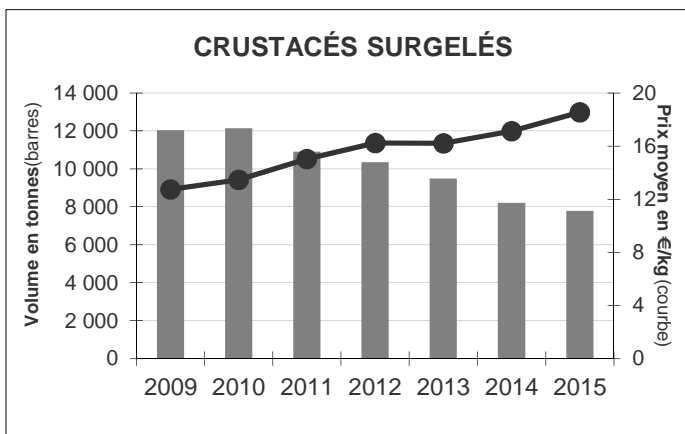
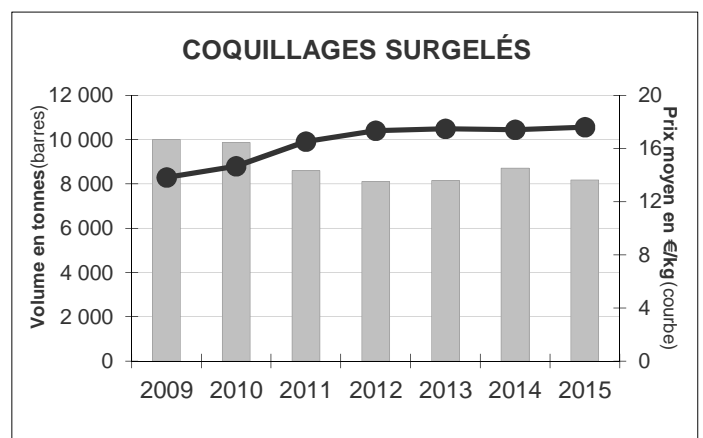
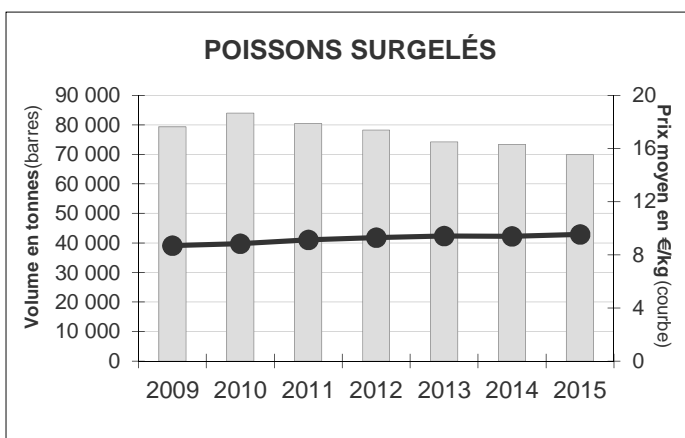
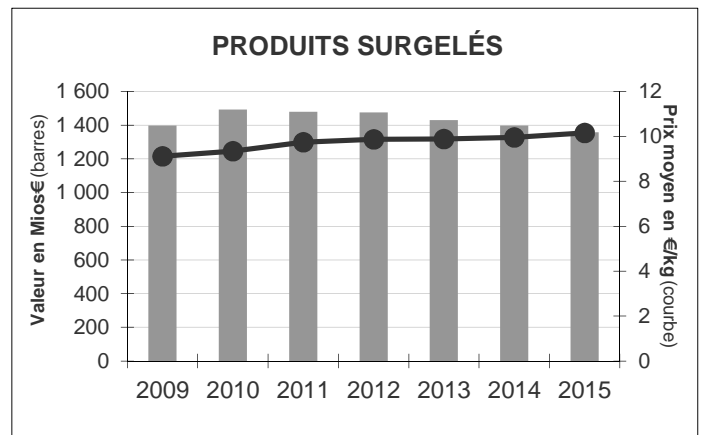
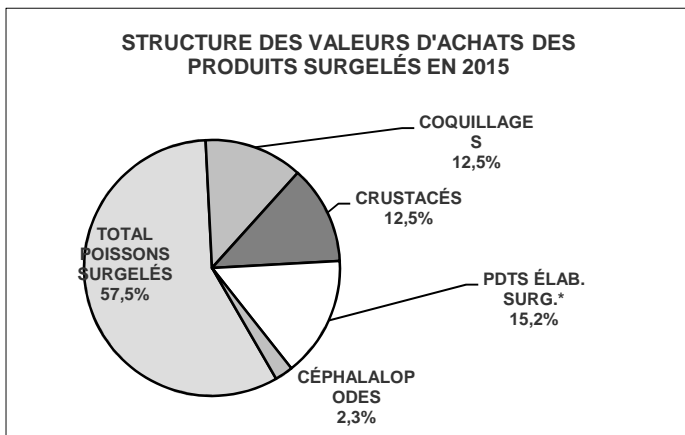


MARINADES





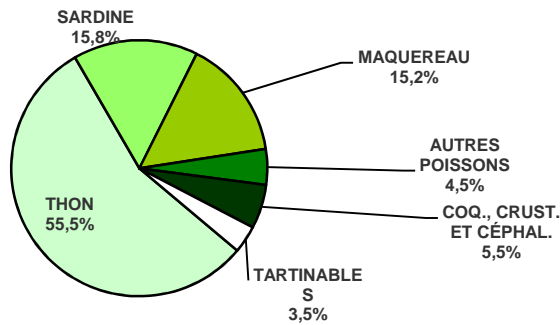
### 2.1.3 Les produits surgelés



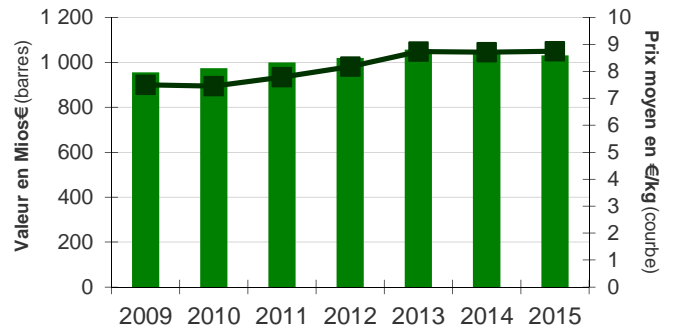
\* : Surimi, soupes, cocktail de fruits de mer, plats préparés

2.1.4 Les conserves

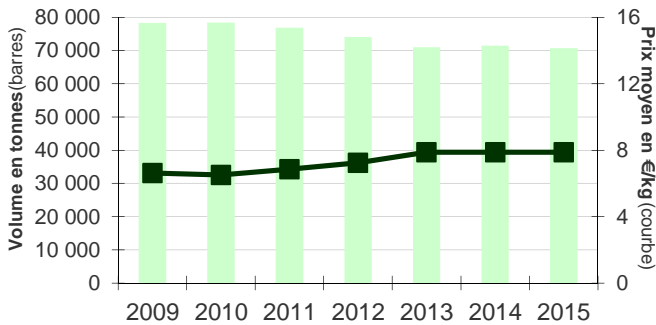
STRUCTURE DES VALEURS D'ACHATS  
DES CONSERVES EN 2015



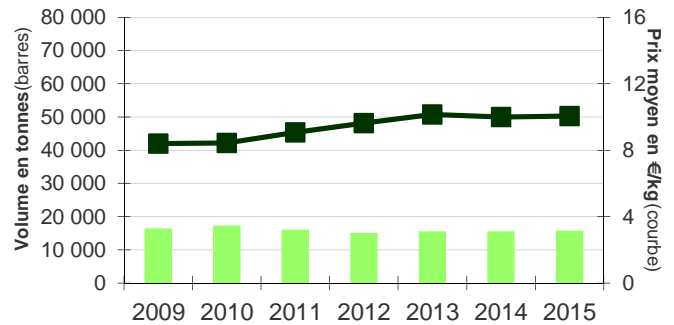
CONSERVES



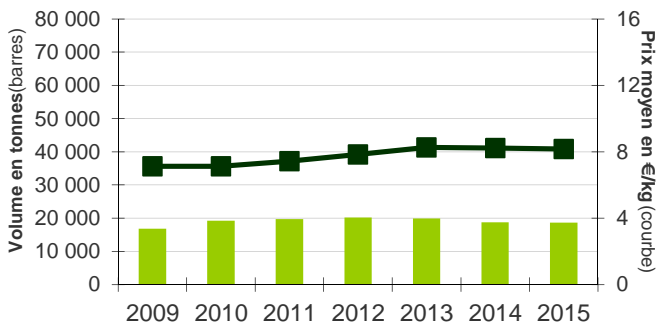
CONSERVES DE THON



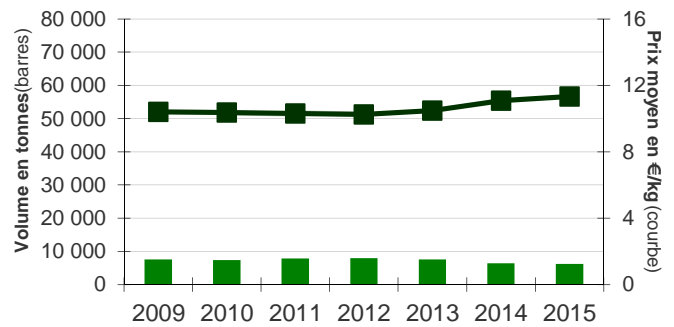
CONSERVES DE SARDINE



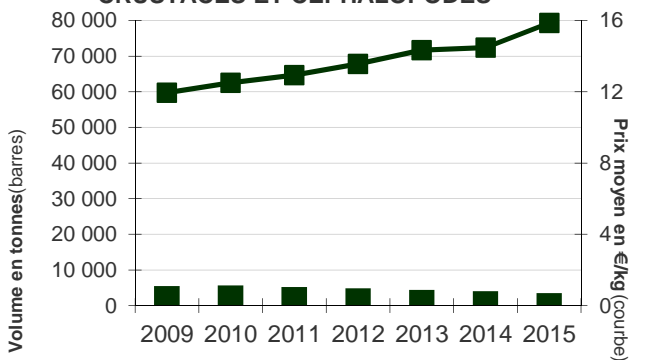
CONSERVES DE MAQUEREAU



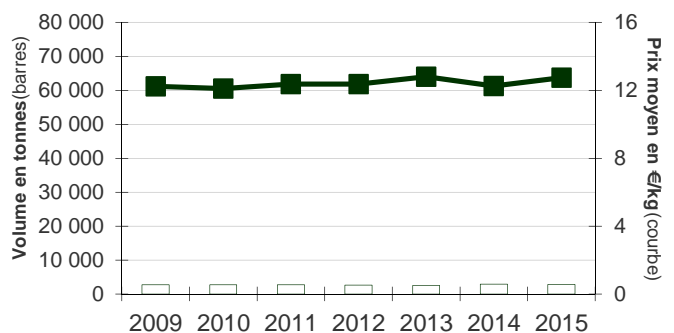
CONSERVES D'AUTRES POISSONS



CONSERVES DE COQUILLAGES,  
CRUSTACÉS ET CÉPHALOPODES



TARTINALBES EN CONSERVES



## 2.2 Évolution par espèce ou produit en valeur (k€)

### 2.2.1 Les produits frais

Valeur (k€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>POISSONS FRAIS</b>	<b>1 635 575</b>	<b>1 613 627</b>	<b>1 646 473</b>	<b>1 630 923</b>	<b>1 603 872</b>	<b>1 606 090</b>	<b>0,1%</b>
Saumon	372 430	351 329	410 868	388 238	345 880	376 663	8,9%
Cabillaud	260 798	264 426	283 462	309 245	333 095	321 815	-3,4%
Lieu noir	74 819	71 025	71 786	77 862	72 653	73 818	1,6%
Baudroie (lotte)	77 216	74 468	85 407	69 107	69 871	72 299	3,5%
Truite	48 392	43 364	44 173	50 856	63 791	70 685	10,8%
Merlan	66 372	67 311	64 193	65 355	61 379	62 831	2,4%
Sole	67 180	68 085	60 296	61 592	61 242	53 205	-13,1%
Bar / Loup	73 564	63 216	56 456	52 212	50 379	46 658	-7,4%
Dorade	55 897	50 496	49 415	49 863	49 179	49 528	0,7%
Merlu / Colin	46 756	52 416	47 277	46 536	42 786	42 693	-0,2%
Raie	40 604	39 763	37 612	34 368	38 976	38 099	-2,2%
Julienne	34 191	37 485	31 378	34 179	34 903	32 112	-8,0%
Eglefin	31 260	35 326	43 943	38 256	31 683	27 516	-13,2%
Maquereau	23 276	23 768	25 400	27 228	30 410	30 634	0,7%
Thon	23 703	23 950	23 541	27 031	27 867	29 777	6,9%
Sardine	19 035	21 462	20 406	21 932	24 298	22 186	-8,7%
Limande	20 127	19 996	18 048	17 802	23 115	26 523	14,7%
Rouget barbet	22 613	22 150	19 930	17 009	19 262	22 754	18,1%
Lieu jaune	19 141	18 288	15 388	17 787	18 824	14 633	-22,3%
Plie	11 089	13 831	16 229	15 131	18 431	18 821	2,1%
Saumonette	18 313	23 907	22 903	19 771	17 661	17 738	0,4%
Perche	25 565	26 382	22 261	18 801	13 628	10 148	-25,5%
Autres poissons	203 234	201 185	176 099	170 762	119 101	113 983	-4,3%

Valeur (k€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>COQUILLAGES</b>	<b>477 580</b>	<b>476 872</b>	<b>488 366</b>	<b>495 814</b>	<b>495 348</b>	<b>493 773</b>	<b>-0,3%</b>
Huître	179 442	190 490	189 235	192 624	190 078	188 326	-0,9%
Moule	148 380	141 980	151 313	158 028	156 296	158 384	1,3%
Coquille Saint-Jacques y compris noix	88 807	76 251	81 987	81 172	74 755	77 337	3,5%
<i>dont avec coquille</i>	33 477	30 714	30 715	27 737	28 690	30 875	7,6%
<i>dont noix de Saint-Jacques</i>	55 330	45 537	51 272	53 436	46 065	46 463	0,9%
Autres coquillages	60 951	68 151	65 830	63 990	74 219	69 726	-6,1%

Valeur (k€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>CRUSTACÉS</b>	<b>199 393</b>	<b>186 184</b>	<b>178 975</b>	<b>183 054</b>	<b>198 737</b>	<b>186 540</b>	<b>-6,1%</b>
Langoustine	57 023	48 964	44 188	44 793	48 583	51 109	5,2%
Tourteau	44 197	40 331	43 512	40 169	44 300	43 802	-1,1%
Crevette / Gambas crues	26 781	23 435	24 194	25 347	25 357	24 982	-1,5%
Homard	15 173	18 287	12 995	13 425	18 796	13 740	-26,9%
Araignée	11 331	11 112	9 796	10 033	14 689	13 412	-8,7%
Autres crustacés	44 888	44 055	44 290	49 286	47 012	39 495	-16,0%

Valeur (k€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>CÉPHALOPODES</b>	<b>36 954</b>	<b>37 156</b>	<b>37 502</b>	<b>37 959</b>	<b>39 156</b>	<b>41 196</b>	<b>5,2%</b>
Calmar et encornet	22 951	24 422	23 447	24 660	27 542	27 995	1,6%
Autres céphalopodes	14 003	12 734	14 055	13 299	11 614	13 201	13,7%

## 2.2.2 Les produits transformés

Valeur (k€)	2 010	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015	%15/14
<b>TRAITEUR DE LA MER REFRIGÉRÉ</b>	<b>2 126 979</b>	<b>2 173 258</b>	<b>2 236 796</b>	<b>2 236 289</b>	<b>2 248 192</b>	<b>2 337 019</b>	<b>4,0%</b>
<b>Poissons fumés séchés salés</b>	<b>764 064</b>	<b>766 327</b>	<b>786 389</b>	<b>778 777</b>	<b>782 293</b>	<b>800 251</b>	<b>2,3%</b>
<b>Poissons fumés</b>	<b>711 014</b>	<b>718 154</b>	<b>740 932</b>	<b>732 513</b>	<b>730 417</b>	<b>753 072</b>	<b>3,1%</b>
Saumon	570 686	566 864	590 019	567 227	554 117	565 170	2,0%
Truite	63 290	72 944	70 958	83 140	49 845	48 750	-2,2%
Hareng	49 142	50 330	51 167	51 195	96 558	109 958	13,9%
Haddock	12 744	12 090	12 154	12 657	12 809	13 315	4,0%
Maquereau	4 312	4 359	4 863	5 833	5 546	5 388	-2,9%
Autres poissons fumés	10 841	11 568	11 770	12 461	11 541	10 490	-9,1%
<b>Poissons séchés salés</b>	<b>53 050</b>	<b>48 173</b>	<b>45 457</b>	<b>46 251</b>	<b>51 877</b>	<b>47 180</b>	<b>-9,1%</b>
Morue	44 951	39 174	36 942	37 629	42 030	35 792	-14,8%
<b>Crevette / Gambas cuites</b>	<b>401 186</b>	<b>398 582</b>	<b>403 901</b>	<b>387 544</b>	<b>407 460</b>	<b>421 213</b>	<b>3,4%</b>
<b>Surimi</b>	<b>321 411</b>	<b>342 853</b>	<b>326 096</b>	<b>306 430</b>	<b>304 105</b>	<b>311 863</b>	<b>2,6%</b>
En batonnet	263 451	283 109	273 323	263 303	267 819	280 512	4,7%
Autres présentations	57 960	59 745	52 773	43 127	36 287	30 565	-15,8%
<b>Autres produits traiteur réfrigérés</b>	<b>640 318</b>	<b>665 496</b>	<b>720 410</b>	<b>763 538</b>	<b>754 334</b>	<b>803 693</b>	<b>6,5%</b>
<b>Entrées, plats préparés</b>	<b>219 436</b>	<b>229 785</b>	<b>257 337</b>	<b>265 033</b>	<b>274 021</b>	<b>287 463</b>	<b>4,9%</b>
<b>Tartinables</b>	<b>157 243</b>	<b>155 684</b>	<b>161 292</b>	<b>163 601</b>	<b>130 133</b>	<b>131 088</b>	<b>0,7%</b>
Œufs de poissons	38 593	38 273	39 760	40 576	40 894	42 088	2,9%
Tarama	28 903	28 805	32 263	34 384	32 533	29 523	-9,3%
Terrines et autres tartinables	89 747	88 605	89 269	88 641	56 706	59 476	4,9%
<b>Poissons crus préparés</b>	<b>38 528</b>	<b>36 899</b>	<b>47 091</b>	<b>58 819</b>	<b>84 069</b>	<b>84 141</b>	<b>0,1%</b>
<b>Poissons précuits</b>	<b>45 511</b>	<b>56 709</b>	<b>60 129</b>	<b>68 947</b>	<b>71 003</b>	<b>77 300</b>	<b>8,9%</b>
<b>Salades de la mer</b>	<b>44 366</b>	<b>48 777</b>	<b>50 701</b>	<b>54 449</b>	<b>58 344</b>	<b>71 563</b>	<b>22,7%</b>
<b>Marinades</b>	<b>46 770</b>	<b>50 486</b>	<b>51 845</b>	<b>54 260</b>	<b>57 440</b>	<b>69 701</b>	<b>21,3%</b>
<b>Coq., crust. et céphal. (hors crev.cuite)</b>	<b>20 242</b>	<b>24 494</b>	<b>31 054</b>	<b>34 897</b>	<b>29 348</b>	<b>32 634</b>	<b>11,2%</b>
<b>Semi-conserves d'anchois</b>	<b>25 734</b>	<b>25 240</b>	<b>23 655</b>	<b>24 872</b>	<b>22 748</b>	<b>22 354</b>	<b>-1,7%</b>
<b>Sandwichs de la mer</b>	<b>22 428</b>	<b>20 317</b>	<b>19 695</b>	<b>20 515</b>	<b>18 355</b>	<b>19 185</b>	<b>4,5%</b>
<b>Soupes de la mer</b>	<b>20 060</b>	<b>17 106</b>	<b>17 611</b>	<b>18 146</b>	<b>15 021</b>	<b>14 131</b>	<b>-5,9%</b>
<b>Valeur (k€)</b>	<b>2 010</b>	<b>2 011</b>	<b>2 012</b>	<b>2 013</b>	<b>2 014</b>	<b>2 015</b>	<b>%15/14</b>
<b>CONSERVES DE LA MER</b>	<b>974 252</b>	<b>999 959</b>	<b>1 019 661</b>	<b>1 057 057</b>	<b>1 039 004</b>	<b>1 031 797</b>	<b>-0,7%</b>
Conserves de thon	510 756	526 368	536 282	558 490	562 513	557 008	-1,0%
Conserves de sardine	146 318	145 761	145 397	158 498	155 394	158 259	1,8%
Conserves de maquereau	136 833	146 202	158 524	164 485	153 715	152 267	-0,9%
Conserves de coq., crust. et céphal.	71 266	67 559	66 037	63 046	59 135	55 493	-6,2%
Tartinables en conserves	32 109	32 983	32 657	32 634	34 850	36 036	3,4%
<b>Valeur (k€)</b>	<b>2 010</b>	<b>2 011</b>	<b>2 012</b>	<b>2 013</b>	<b>2 014</b>	<b>2 015</b>	<b>%15/14</b>
<b>PRODUITS AQUATIQUES SURGELÉS</b>	<b>1 490 490</b>	<b>1 474 977</b>	<b>1 476 096</b>	<b>1 429 553</b>	<b>1 398 338</b>	<b>1 357 877</b>	<b>-2,9%</b>
Poissons hors plat préparé	738 029	728 095	725 896	699 241	687 701	665 019	-3,3%
Coq., crust. Et céphal. Surgelés	510 922	508 880	521 324	496 233	490 954	487 699	-0,7%
Traiteur de poisson surgelé	241 538	238 003	228 876	234 079	219 683	205 159	-6,6%

\* Uniquement les produits avec code barre

## 2.3 Évolution par espèce ou produit en volume (tonnes)

### 2.3.1 Les produits frais

Volume (tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>POISSONS FRAIS</b>	<b>135 689</b>	<b>128 973</b>	<b>133 762</b>	<b>128 189</b>	<b>124 751</b>	<b>121 501</b>	<b>-2,6%</b>
Cabillaud	18 345	17 384	18 981	21 655	23 390	21 609	-7,6%
Saumon	27 150	25 760	33 594	27 081	23 262	25 551	9,8%
Lieu noir	7 980	7 089	7 273	8 181	7 449	7 234	-2,9%
Truite	4 978	3 946	4 144	4 443	5 354	5 515	3,0%
Merlan	5 558	5 409	5 161	5 352	4 857	5 045	3,9%
Maquereau	4 681	4 188	4 332	4 371	4 780	4 910	2,7%
Merlu / Colin	5 511	5 782	5 103	4 847	4 450	4 118	-7,4%
Baudroie (lotte)	4 511	4 175	4 781	3 937	4 176	4 301	3,0%
Dorade	5 409	4 515	4 328	4 368	4 208	4 289	1,9%
Sardine	3 883	4 157	3 547	3 559	4 168	3 613	-13,3%
Sole	3 425	3 567	3 399	3 527	3 515	2 916	-17,1%
Bar / Loup	5 523	4 550	3 784	3 514	3 364	3 258	-3,1%
Julienne	3 138	3 374	2 809	3 110	3 195	2 673	-16,3%
Raie	3 280	3 123	2 927	2 617	3 012	2 957	-1,8%
Eglefin	2 347	2 642	3 547	2 992	2 252	1 841	-18,2%
Limande	1 994	1 680	1 474	1 596	1 902	1 990	4,6%
Plie	1 081	1 334	1 522	1 391	1 744	1 647	-5,6%
Thon	1 533	1 511	1 467	1 737	1 744	1 886	8,2%
Saumonette	1 723	2 180	2 150	1 843	1 662	1 624	-2,3%
Lieu jaune	1 624	1 438	1 253	1 326	1 478	1 029	-30,4%
Perche	2 185	2 244	1 972	1 599	1 138	803	-29,5%
Rouget barbet	1 374	1 365	1 115	870	1 133	1 566	38,3%
Autres poissons	13 088	13 175	10 828	9 989	8 388	11 127	32,7%

Volume (tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>COQUILLAGES</b>	<b>88 169</b>	<b>83 673</b>	<b>85 427</b>	<b>85 069</b>	<b>82 985</b>	<b>83 944</b>	<b>1,2%</b>
Moule	43 532	41 507	45 371	44 591	43 312	43 502	0,4%
Huître	28 384	26 456	24 346	25 456	23 873	25 415	6,5%
Coquille Saint-Jacques y compris noix	8 710	7 467	7 654	7 206	6 187	6 261	1,2%
<i>dont avec coquille</i>	6 041	5 417	5 524	4 872	4 385	4 476	2,1%
<i>dont noix de Saint-Jacques</i>	2 669	2 050	2 130	2 334	1 802	1 785	-1,0%
Autres coquillages	7 543	8 243	8 056	7 816	9 614	8 766	-8,8%

Volume (tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>CRUSTACÉS</b>	<b>16 410</b>	<b>15 338</b>	<b>14 994</b>	<b>14 345</b>	<b>15 582</b>	<b>14 570</b>	<b>-6,5%</b>
Tourteau	5 459	5 018	5 500	4 910	5 160	4 849	-6,0%
Langoustine	4 007	3 436	2 842	2 780	2 947	3 199	8,6%
Araignée	1 909	1 965	1 820	1 845	2 791	2 296	-17,7%
Crevette / Gambas crues	2 125	1 938	1 997	1 927	1 778	1 842	3,6%
Homard	693	838	590	579	830	530	-36,2%
Autres crustacés	2 217	2 144	2 245	2 303	2 076	1 855	-10,7%

Volume (tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>CÉPHALOPODES</b>	<b>4 289</b>	<b>4 116</b>	<b>3 988</b>	<b>4 056</b>	<b>4 408</b>	<b>4 525</b>	<b>2,6%</b>
Calmar et encornet	2 628	2 764	2 503	2 711	3 211	3 172	-1,2%
Autres céphalopodes	1 662	1 351	1 484	1 345	1 197	1 353	13,0%

## 2.3.2 Les produits transformés

Volume (tonnes)	2 010	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015	%15/14
<b>TRAITEUR DE LA MER REFRIGÉRÉ</b>	<b>182 324</b>	<b>183 624</b>	<b>185 181</b>	<b>179 659</b>	<b>171 849</b>	<b>177 668</b>	<b>3,4%</b>
<b>Poissons fumés séchés salés</b>	<b>38 041</b>	<b>36 270</b>	<b>36 731</b>	<b>35 417</b>	<b>33 978</b>	<b>33 530</b>	<b>-1,3%</b>
<b>Poissons fumés</b>	<b>33 635</b>	<b>32 338</b>	<b>33 088</b>	<b>31 711</b>	<b>29 741</b>	<b>29 763</b>	<b>0,1%</b>
Saumon	24 039	22 486	23 653	21 869	19 789	19 660	-0,6%
Hareng	5 804	5 728	5 451	5 301	5 135	4 932	-4,0%
Truite	2 277	2 607	2 536	2 982	3 394	3 817	12,5%
Haddock	668	666	658	660	601	586	-2,5%
Maquereau	289	274	274	318	316	311	-1,5%
Autres poissons fumés	559	578	517	580	507	457	-9,8%
<b>Poissons séchés salés</b>	<b>4 405</b>	<b>3 932</b>	<b>3 643</b>	<b>3 705</b>	<b>4 237</b>	<b>3 767</b>	<b>-11,1%</b>
Morue	3 781	3 294	3 003	3 063	3 532	2 972	-15,9%
<b>Crevette / Gambas cuites</b>	<b>35 470</b>	<b>34 429</b>	<b>35 102</b>	<b>31 081</b>	<b>30 160</b>	<b>32 143</b>	<b>6,6%</b>
<b>Surimi</b>	<b>50 154</b>	<b>53 323</b>	<b>50 304</b>	<b>47 120</b>	<b>45 815</b>	<b>46 053</b>	<b>0,5%</b>
En batonnet	44 559	47 503	45 123	42 728	42 289	43 111	1,9%
Autres présentations	5 595	5 820	5 180	4 333	3 623	3 021	-16,6%
<b>Autres produits traiteur réfrigérés</b>	<b>58 660</b>	<b>59 602</b>	<b>63 045</b>	<b>66 041</b>	<b>61 895</b>	<b>65 941</b>	<b>6,5%</b>
<b>Entrées, plats préparés</b>	<b>21 280</b>	<b>22 133</b>	<b>24 050</b>	<b>24 310</b>	<b>24 849</b>	<b>26 590</b>	<b>7,0%</b>
<b>Tartinables</b>	<b>10 886</b>	<b>10 563</b>	<b>10 716</b>	<b>10 657</b>	<b>8 197</b>	<b>8 306</b>	<b>1,3%</b>
Œufs de poissons	1 339	1 275	1 246	1 337	1 435	1 516	5,7%
Tarama	2 436	2 343	2 531	2 653	2 633	2 484	-5,6%
Terrines et autres tartinables	7 110	6 945	6 939	6 667	4 130	4 306	4,3%
<b>Salades de la mer</b>	<b>5 192</b>	<b>5 670</b>	<b>5 852</b>	<b>6 162</b>	<b>6 439</b>	<b>7 907</b>	<b>22,8%</b>
<b>Poissons précuits</b>	<b>4 588</b>	<b>5 509</b>	<b>5 454</b>	<b>6 092</b>	<b>6 343</b>	<b>6 752</b>	<b>6,4%</b>
<b>Marinades</b>	<b>3 987</b>	<b>4 089</b>	<b>4 019</b>	<b>4 218</b>	<b>4 413</b>	<b>4 848</b>	<b>9,9%</b>
<b>Soupes de la mer</b>	<b>6 286</b>	<b>5 157</b>	<b>5 330</b>	<b>5 402</b>	<b>4 378</b>	<b>4 058</b>	<b>-7,3%</b>
<b>Coq., crust. et céphal. (hors crev.cuite)*</b>	<b>1 295</b>	<b>1 614</b>	<b>2 662</b>	<b>3 805</b>	<b>3 691</b>	<b>3 954</b>	<b>7,1%</b>
<b>Poissons crus préparés</b>	<b>1 522</b>	<b>1 425</b>	<b>1 762</b>	<b>2 069</b>	<b>2 757</b>	<b>2 779</b>	<b>0,8%</b>
<b>Sandwichs de la mer</b>	<b>2 305</b>	<b>2 171</b>	<b>2 068</b>	<b>2 153</b>	<b>1 966</b>	<b>2 027</b>	<b>3,1%</b>
<b>Semi-conserves d'anchois</b>	<b>1 319</b>	<b>1 271</b>	<b>1 132</b>	<b>1 173</b>	<b>1 098</b>	<b>972</b>	<b>-11,5%</b>
<b>Volume (tonnes)</b>	<b>2 010</b>	<b>2 011</b>	<b>2 012</b>	<b>2 013</b>	<b>2 014</b>	<b>2 015</b>	<b>%15/14</b>
<b>CONSERVES DE LA MER</b>	<b>131 237</b>	<b>128 643</b>	<b>124 763</b>	<b>121 001</b>	<b>119 309</b>	<b>117 903</b>	<b>-1,2%</b>
Conserves de thon	78 426	76 860	74 112	70 958	71 503	70 699	-1,1%
Conserves de maquereau	19 211	19 685	20 212	19 908	18 710	18 631	-0,4%
Conserves de sardine	17 720	16 240	15 113	15 603	15 531	15 741	1,4%
Conserves de coq., crust. et céphal.	5 788	5 316	4 868	4 400	4 082	3 497	-14,3%
Tartinables en conserves	2 655	2 666	2 642	2 548	2 842	2 827	-0,5%
<b>Volume (tonnes)</b>	<b>2 010</b>	<b>2 011</b>	<b>2 012</b>	<b>2 013</b>	<b>2 014</b>	<b>2 015</b>	<b>%15/14</b>
<b>PRODUITS AQUATIQUES SURGELÉS</b>	<b>159 768</b>	<b>151 596</b>	<b>149 443</b>	<b>144 524</b>	<b>140 366</b>	<b>133 735</b>	<b>-4,7%</b>
Poissons hors plat préparé	83 700	79 984	78 206	74 232	73 345	69 847	-4,8%
Coq., crust. Et céphal. Surgelés	43 105	39 847	40 951	39 295	38 405	37 529	-2,3%
Traiteur de poisson surgelé	32 963	31 765	30 286	30 997	28 616	26 359	-7,9%

\* Uniquement les produits avec code barre

## 2.4 Évolution par espèce en prix moyen (€/kg)

### 2.4.1 Les produits frais

Prix moyen (€/kg)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>POISSONS FRAIS</b>	<b>12,1</b>	<b>12,5</b>	<b>12,3</b>	<b>12,7</b>	<b>12,9</b>	<b>13,2</b>	<b>2,3%</b>
Sole	19,6	19,1	17,7	17,5	17,4	18,2	4,6%
Rouget barbet	16,5	16,2	17,9	19,6	17,0	14,5	-14,7%
Baudroie (lotte)	17,1	17,8	17,9	17,6	16,7	16,8	0,6%
Thon	15,5	15,8	16,0	15,6	16,0	15,8	-1,3%
Bar / Loup	13,3	13,9	14,9	14,9	15,0	14,3	-4,7%
Saumon	13,7	13,6	12,2	14,3	14,9	14,7	-1,3%
Cabillaud	14,2	15,2	14,9	14,3	14,2	14,9	4,9%
Eglefin	13,3	13,4	12,4	12,8	14,1	14,9	5,7%
Raie	12,4	12,7	12,8	13,1	12,9	12,9	0,0%
Lieu jaune	11,8	12,7	12,3	13,4	12,7	14,2	11,8%
Merlan	11,9	12,4	12,4	12,2	12,6	12,5	-0,8%
Limande	10,1	11,9	12,2	11,2	12,2	13,3	9,0%
Perche	11,7	11,8	11,3	11,8	12,0	12,6	5,0%
Truite	9,7	11,0	10,7	11,4	11,9	12,8	7,6%
Dorade	10,3	11,2	11,4	11,4	11,7	11,5	-1,7%
Julienne	10,9	11,1	11,2	11,0	10,9	12,0	10,1%
Saumonette	10,6	11,0	10,7	10,7	10,6	10,9	2,8%
Plie	10,3	10,4	10,7	10,9	10,6	11,4	7,5%
Lieu noir	9,4	10,0	9,9	9,5	9,8	10,2	4,1%
Merlu / Colin	8,5	9,1	9,3	9,6	9,6	10,4	8,3%
Maquereau	5,0	5,7	5,9	6,2	6,4	6,2	-3,1%
Sardine	4,9	5,2	5,8	6,2	5,8	6,1	5,2%
Autres poissons	11,3	11,6	11,7	12,0	12,1	13,0	7,4%

Prix moyen (€/kg)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>COQUILLAGES</b>	<b>5,4</b>	<b>5,7</b>	<b>5,7</b>	<b>5,8</b>	<b>6,0</b>	<b>5,9</b>	<b>-1,7%</b>
Coquille Saint-Jacques y compris noix	10,2	10,2	10,7	11,3	12,1	12,4	2,5%
<i>dont avec coquille</i>	5,5	5,7	5,6	5,7	6,5	6,9	6,2%
<i>dont noix de Saint-Jacques</i>	20,7	22,2	24,1	22,9	25,6	26,0	1,6%
Huître	6,3	7,2	7,8	7,6	8,0	7,4	-7,5%
Moule	3,4	3,4	3,3	3,5	3,6	3,6	0,0%
Autres coquillages	9,4	9,7	10,1	9,9	7,7	8,0	3,9%

Prix moyen (€/kg)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>CRUSTACÉS</b>	<b>12,2</b>	<b>12,1</b>	<b>11,9</b>	<b>12,8</b>	<b>12,8</b>	<b>12,8</b>	<b>0,0%</b>
Homard	21,9	21,8	22,0	23,2	22,6	25,9	14,6%
Langoustine	14,2	14,3	15,5	16,1	16,5	16,0	-3,0%
Crevette / Gambas crues	12,6	12,1	12,1	13,2	14,3	13,6	-4,9%
Tourteau	8,1	8,0	7,9	8,2	8,6	9,0	4,7%
Araignée	5,9	5,7	5,4	5,4	5,3	5,8	9,4%
Autres crustacés	13,7	14,2	14,1	15,5	15,8	16,0	1,3%

Prix moyen (€/kg)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	%15/14
<b>CÉPHALOPODES</b>	<b>8,6</b>	<b>9,0</b>	<b>9,4</b>	<b>9,4</b>	<b>8,9</b>	<b>9,1</b>	<b>2,2%</b>
Calmar et encornet	8,7	8,8	9,4	9,1	8,6	8,8	2,3%
Autres céphalopodes	8,4	9,4	9,5	9,9	9,7	9,8	1,0%



## 2.4.2 Les produits transformés

Prix moyen (€/kg)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>TRAITEUR DE LA MER REFRIGÉRÉ</b>	<b>11,7</b>	<b>11,8</b>	<b>12,1</b>	<b>12,4</b>	<b>13,1</b>	<b>13,2</b>	<b>0,8%</b>
<b>Poissons fumés séchés salés</b>	<b>20,1</b>	<b>21,1</b>	<b>21,4</b>	<b>22,0</b>	<b>23,0</b>	<b>23,9</b>	<b>3,9%</b>
<b>Poissons fumés</b>	<b>21,1</b>	<b>22,2</b>	<b>22,4</b>	<b>23,1</b>	<b>24,6</b>	<b>25,3</b>	<b>2,8%</b>
Haddock	19,1	18,1	18,5	19,2	21,3	22,7	6,6%
Truite	23,7	25,2	24,9	25,9	28,5	28,8	1,1%
Maquereau	14,9	15,9	17,7	18,3	17,6	17,3	-1,7%
Hareng	8,5	8,8	9,4	9,7	9,7	9,9	2,1%
Saumon	23,7	25,2	24,9	25,9	28,0	28,7	2,5%
Autres poissons fumés	19,4	20,0	22,8	21,5	22,8	22,9	0,4%
<b>Poissons séchés salés</b>	<b>12,0</b>	<b>12,3</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>12,2</b>	<b>12,5</b>	<b>2,5%</b>
Morue	11,9	11,9	12,3	12,3	11,9	12,0	0,8%
<b>Crevette / Gambas cuites</b>	<b>11,3</b>	<b>11,6</b>	<b>11,5</b>	<b>12,5</b>	<b>13,5</b>	<b>13,1</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Surimi</b>	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>6,5</b>	<b>6,5</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>3,0%</b>
En batonnet	5,9	6,0	6,1	6,2	6,3	6,5	3,2%
Autres présentations	10,4	10,3	10,2	10,0	10,0	10,1	1,0%
<b>Autres produits traiteur réfrigérés</b>	<b>10,9</b>	<b>11,2</b>	<b>11,4</b>	<b>11,6</b>	<b>12,2</b>	<b>12,2</b>	<b>0,0%</b>
<b>Poissons crus préparés</b>	<b>25,3</b>	<b>25,9</b>	<b>26,7</b>	<b>28,4</b>	<b>30,5</b>	<b>30,3</b>	<b>-0,7%</b>
<b>Semi-conserves d'anchois</b>	<b>19,5</b>	<b>19,9</b>	<b>20,9</b>	<b>21,2</b>	<b>20,7</b>	<b>23,0</b>	<b>11,1%</b>
<b>Tartinables</b>	<b>14,4</b>	<b>14,7</b>	<b>15,1</b>	<b>15,4</b>	<b>15,9</b>	<b>15,8</b>	<b>-0,6%</b>
Œufs de poissons	28,8	30,0	31,9	30,3	28,5	27,8	-2,5%
Tarama	11,9	12,3	12,7	13,0	12,4	11,9	-4,0%
Terrines et autres tartinables	12,6	12,8	12,9	13,3	13,7	13,8	0,7%
<b>Coq., crust. et céphal.(hors crev. cuite)*</b>	<b>15,6</b>	<b>15,2</b>	<b>11,7</b>	<b>9,2</b>	<b>8,0</b>	<b>8,3</b>	<b>3,8%</b>
<b>Poissons précuits</b>	<b>9,9</b>	<b>10,3</b>	<b>11,0</b>	<b>11,3</b>	<b>11,2</b>	<b>11,4</b>	<b>1,8%</b>
<b>Soupes de la mer</b>	<b>10,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>2,9%</b>
<b>Marinades</b>	<b>11,7</b>	<b>12,3</b>	<b>12,9</b>	<b>12,9</b>	<b>13,0</b>	<b>14,4</b>	<b>10,8%</b>
<b>Salades de la mer</b>	<b>9,7</b>	<b>8,6</b>	<b>8,7</b>	<b>8,9</b>	<b>9,1</b>	<b>9,1</b>	<b>0,0%</b>
<b>Sandwichs de la mer</b>	<b>8,5</b>	<b>9,4</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,3</b>	<b>9,5</b>	<b>2,2%</b>
<b>Entrées, plats préparés</b>	<b>3,2</b>	<b>10,4</b>	<b>10,7</b>	<b>10,9</b>	<b>11,0</b>	<b>10,8</b>	<b>-1,8%</b>
<b>Prix moyen (€/kg)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>%15/14</b>
<b>CONSERVES DE LA MER</b>	<b>7,4</b>	<b>7,8</b>	<b>8,2</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>	<b>8,8</b>	<b>1,1%</b>
Conserves de sardine	8,3	9,0	9,6	10,2	10,0	10,1	1,0%
Conserves de coq., crust. et céphal.	12,3	12,7	13,6	14,3	14,5	15,9	9,7%
Conserves de thon	6,5	6,8	7,2	7,9	7,9	7,9	0,0%
Tartinables en conserves	12,1	12,4	12,4	12,8	12,3	12,7	3,3%
Conserves de maquereau	7,1	7,4	7,8	8,3	8,2	8,2	0,0%
<b>Prix moyen (€/kg)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>%15/14</b>
<b>PRODUITS AQUATIQUES SURGELÉS</b>	<b>9,3</b>	<b>9,7</b>	<b>9,9</b>	<b>9,9</b>	<b>10,0</b>	<b>10,2</b>	<b>2,0%</b>
Coq., crust. et céphal. surgelés	11,9	12,8	12,7	12,6	12,8	13,0	1,6%
Poissons hors plat préparé	8,8	9,1	9,3	9,4	9,4	9,5	1,1%
Traiteur de poisson surgelé	7,3	7,5	7,6	7,6	7,7	7,8	1,3%

\* Non compris les produits sans code barre



## 2.5 Focus sur le poisson

### 2.5.1 Le poisson frais ou réfrigéré

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>TOTAL POISSONS NATURES</b>							
Quantités achetées (tonnes)	135 689	128 973	133 762	128 189	124 751	121 501	-2,6%
Valeur (k€)	1 635 575	1 613 627	1 646 473	1 630 923	1 603 872	1 606 090	0,1%
Prix moyen (€/kg)	12,1	12,5	12,3	12,7	12,9	13,2	2,8%
<b>dont préemballés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	24 461	22 440	24 170	22 902	23 207	23 527	1,4%
Valeur (k€)	337 106	322 765	340 989	341 371	348 070	365 255	4,9%
Prix moyen (€/kg)	13,8	14,4	14,1	14,9	15,0	15,5	3,5%
<b>dont préemballés découpés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	22 131	20 522	22 294	20 743	20 999	21 291	1,4%
Valeur (k€)	317 956	303 549	322 745	319 950	324 906	341 132	5,0%
Prix moyen (€/kg)	14,4	14,8	14,5	15,4	15,5	16,0	3,6%
<b>dont préemballés entiers</b>							
Quantités achetées (tonnes)	2 079	1 675	1 637	1 890	1 841	1 768	-3,9%
Valeur (k€)	15 854	15 752	14 903	17 593	17 827	17 417	-2,3%
Prix moyen (€/kg)	7,6	9,4	9,1	9,3	9,7	9,8	1,7%
<b>dont servis par un vendeur</b>							
Quantités achetées (tonnes)	110 947	106 089	109 245	104 944	101 149	97 558	-3,5%
Valeur (k€)	1 293 660	1 283 712	1 299 369	1 282 468	1 247 252	1 230 709	-1,3%
Prix moyen (€/kg)	11,7	12,1	11,9	12,2	12,3	12,6	2,3%
<b>dont servis découpés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	67 647	64 686	69 190	66 875	62 743	60 972	-2,8%
Valeur (k€)	895 345	885 306	916 251	910 557	868 627	870 428	0,2%
Prix moyen (€/kg)	13,2	13,7	13,2	13,6	13,8	14,3	3,1%
<b>dont servis entiers</b>							
Quantités achetées (tonnes)	41 316	39 305	37 908	35 994	36 280	34 371	-5,3%
Valeur (k€)	371 093	368 563	353 681	342 984	348 852	328 437	-5,9%
Prix moyen (€/kg)	9,0	9,4	9,3	9,5	9,6	9,6	-0,6%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>TOTAL POISSONS PRÉEMBALLÉS</b>							
Quantités achetées (tonnes)	29 049	27 949	29 624	28 994	29 550	30 278	2,5%
Valeur (k€)	382 617	379 474	401 118	410 318	419 073	442 555	5,6%
Prix moyen (€/kg)	13,2	13,6	13,5	14,2	14,2	14,6	0,2%
<b>dont naturels</b>							
Quantités achetées (tonnes)	24 461	22 440	24 170	22 902	23 207	23 527	1,4%
Valeur (k€)	337 106	322 765	340 989	341 371	348 070	365 255	4,9%
Prix moyen (€/kg)	13,8	14,4	14,1	14,9	15,0	15,5	3,5%
<b>dont naturels découpés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	22 131	20 522	22 294	20 743	20 999	21 291	1,4%
Valeur (k€)	317 956	303 549	322 745	319 950	324 906	341 132	5,0%
Prix moyen (€/kg)	14,4	14,8	14,5	15,4	15,5	16,0	3,6%
<b>dont naturels entiers</b>							
Quantités achetées (tonnes)	2 079	1 675	1 637	1 890	1 841	1 768	-3,9%
Valeur (k€)	15 854	15 752	14 903	17 593	17 827	17 417	-2,3%
Prix moyen (€/kg)	7,6	9,4	9,1	9,3	9,7	9,8	1,7%
<b>dont transformés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	4 588	5 509	5 454	6 092	6 343	6 752	6,4%
Valeur (k€)	45 511	56 709	60 129	68 947	71 003	77 300	8,9%
Prix moyen (€/kg)	9,9	10,3	11,0	11,3	11,2	11,4	2,3%

## 2.5.2 Le poisson surgelé

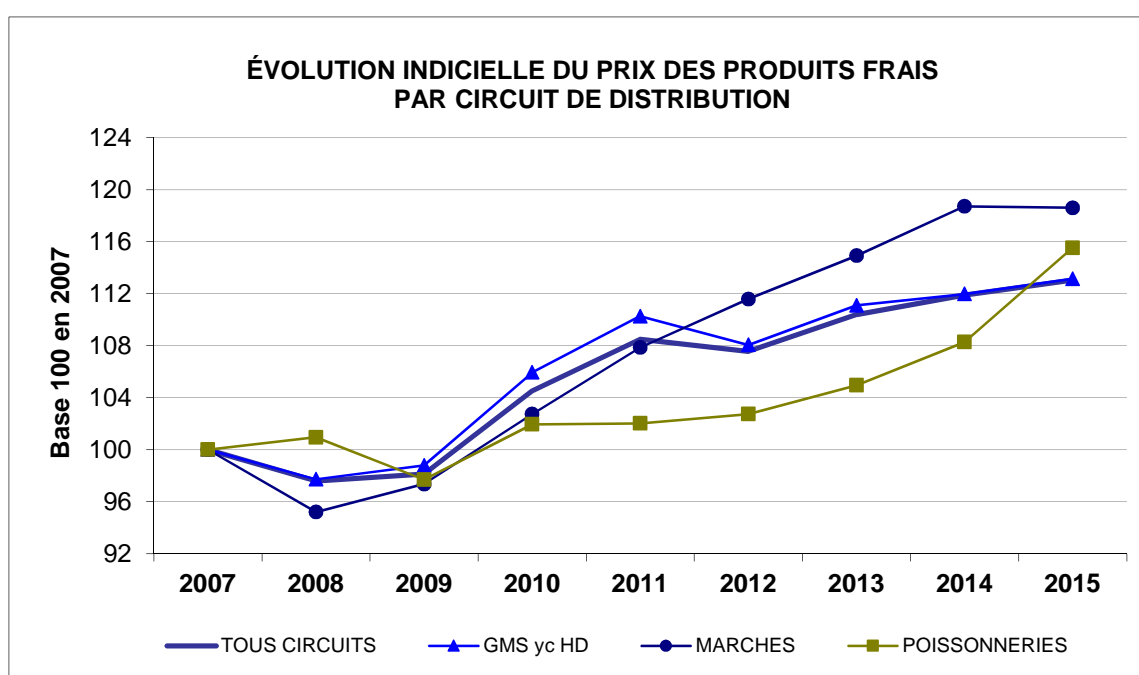
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
<b>TOTAL POISSONS SURGELES</b>							
Quantités achetées (tonnes)	83 700	79 984	78 206	74 232	73 345	69 847	-4,8%
Valeur (k€)	738 029	728 095	725 896	699 241	687 701	665 019	-3,3%
Prix moyen (€/kg)	8,8	9,1	9,3	9,4	9,4	9,5	1,5%
<b>dont natures</b>							
Quantités achetées (tonnes)	52 059	48 321	46 683	41 437	39 368	39 290	-0,2%
Valeur (k€)	535 256	516 521	510 725	474 884	458 204	467 003	1,9%
Prix moyen (€/kg)	10,3	10,7	10,9	11,5	11,6	11,9	2,1%
<b>dont natures découpés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	1 669	1 372	1 249	1 185	1 065	692	-35,0%
Valeur (k€)	11 167	9 961	10 078	9 233	8 583	5 240	-38,9%
Prix moyen (€/kg)	6,7	7,3	8,1	7,8	8,1	7,6	-6,1%
<b>dont natures entiers</b>							
Quantités achetées (tonnes)	50 348	46 922	45 039	39 730	37 861	38 233	1,0%
Valeur (k€)	523 894	506 168	496 459	459 459	445 351	458 551	3,0%
Prix moyen (€/kg)	10,4	10,8	11,0	11,6	11,8	12,0	2,0%
<b>dont transformés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	31 641	31 662	31 479	32 774	33 971	30 552	-10,1%
Valeur (k€)	202 773	211 574	214 618	224 081	229 383	197 882	-13,7%
Prix moyen (€/kg)	6,4	6,7	6,8	6,8	6,8	6,5	-4,1%
<b>dont panés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	28 248	28 343	28 007	28 925	30 197	29 535	-2,2%
Valeur (k€)	162 605	170 140	172 824	181 922	189 987	187 279	-1,4%
Prix moyen (€/kg)	5,8	6,0	6,2	6,3	6,3	6,3	0,8%
<b>dont meunières</b>							
Quantités achetées (tonnes)	2 003	2 084	2 212	2 839	2 922		
Valeur (k€)	25 841	27 654	27 621	30 458	30 156		
Prix moyen (€/kg)	12,9	13,3	12,5	10,7	10,3		
<b>dont grillés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	1 390	1 235	1 260	1 009	852	1 017	19,4%
Valeur (k€)	14 327	13 779	14 174	11 700	9 241	10 603	14,7%
Prix moyen (€/kg)	10,3	11,2	11,3	11,6	10,8	10,4	-3,9%

## 2.6 Évolution par circuit de distribution

### 2.6.1 Les produits frais

PRODUITS FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	244 754	232 470	238 838	233 270	228 824	225 731	-1,4%
Valeur (k€)	2 352 551	2 319 615	2 362 590	2 368 055	2 354 504	2 346 805	-0,3%
Prix moyen (€/kg)	9,6	10,0	9,9	10,2	10,3	10,4	1,0%
<b>En GMS y compris Hard discount</b>							
Quantités achetées (tonnes)	175 019	165 332	178 771	175 118	170 564	171 006	0,3%
Valeur (k€)	1 619 590	1 592 514	1 687 554	1 699 567	1 668 362	1 690 053	1,3%
Prix moyen (€/kg)	9,3	9,6	9,4	9,7	9,8	9,9	1,0%
<b>Sur les Marchés</b>							
Quantités achetées (tonnes)	36 691	34 194	31 136	29 776	29 857	27 587	-7,6%
Valeur (k€)	370 593	362 595	341 584	336 443	348 453	321 665	-7,7%
Prix moyen (€/kg)	10,1	10,6	11,0	11,3	11,7	11,7	-0,1%
<b>En Poissonnerie</b>							
Quantités achetées (tonnes)	22 051	20 783	19 192	18 153	17 840	16 591	-7,0%
Valeur (k€)	257 327	242 719	225 705	218 088	221 103	219 400	-0,8%
Prix moyen (€/kg)	11,7	11,7	11,8	12,0	12,4	13,2	6,7%

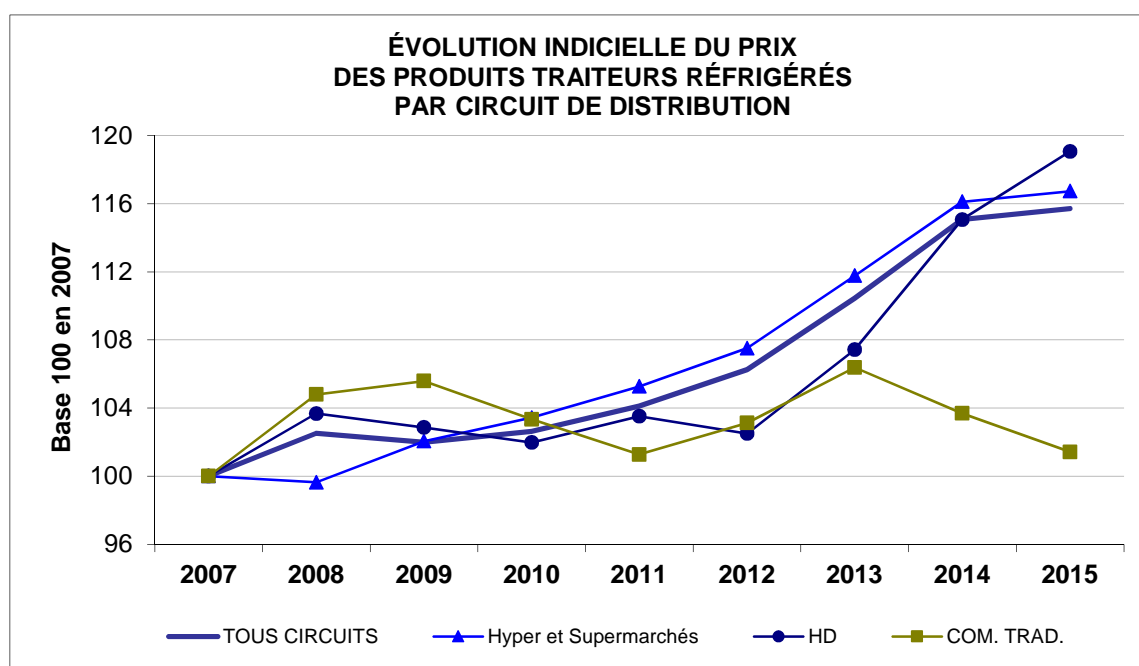
PRODUITS FRAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	15-14
<b>En GMS y compris Hard discount</b>							
Part de marché en volume	71,5%	71,1%	74,9%	75,1%	74,5%	75,8%	1,2pt
Part de marché en valeur	68,8%	68,7%	71,4%	71,8%	70,9%	72,0%	1,2pt
Ecart / prix moyen	-3,7%	-3,5%	-4,6%	-4,4%	-4,9%	-4,9%	0,0pt
<b>Sur les Marchés</b>							
Part de marché en volume	15,0%	14,7%	13,0%	12,8%	13,0%	12,2%	-0,8pt
Part de marché en valeur	15,8%	15,6%	14,5%	14,2%	14,8%	13,7%	-1,1pt
Ecart / prix moyen	5,1%	6,3%	10,9%	11,3%	13,4%	12,2%	-1,3pt
<b>En Poissonnerie</b>							
Part de marché en volume	9,0%	8,9%	8,0%	7,8%	7,8%	7,3%	-0,4pt
Part de marché en valeur	10,9%	10,5%	9,6%	9,2%	9,4%	9,3%	0,0pt
Ecart / prix moyen	21,4%	17,0%	18,9%	18,3%	20,4%	27,2%	6,7pt



## 2.6.2 Les produits traiteurs réfrigérés

PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	182 324	183 624	185 181	175 073	171 849	177 668	3,4%
Valeur (k€)	2 126 979	2 173 258	2 236 796	2 197 995	2 248 192	2 337 019	4,0%
Prix moyen (€/kg)	11,7	11,8	12,1	12,6	13,1	13,2	0,5%
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Quantités achetées (tonnes)	139 830	140 530	142 258	133 256	131 471	134 409	2,2%
Valeur (k€)	1 666 419	1 704 387	1 762 226	1 716 119	1 758 876	1 807 760	2,8%
Prix moyen (€/kg)	11,9	12,1	12,4	12,9	13,4	13,4	0,5%
<b>En Hard discount</b>							
Quantités achetées (tonnes)	26 105	25 412	24 602	22 173	20 974	22 886	9,1%
Valeur (k€)	210 872	208 375	199 755	188 670	191 173	215 842	12,9%
Prix moyen (€/kg)	8,1	8,2	8,1	8,5	9,1	9,4	3,5%
<b>En Commerces traditionnels y compris poissonneries</b>							
Quantités achetées (tonnes)	2 822	2 930	2 872	2 905	2 854	3 110	9,0%
Valeur (k€)	53 928	54 870	54 754	57 133	54 712	58 324	6,6%
Prix moyen (€/kg)	19,1	18,7	19,1	19,7	19,2	18,8	-2,2%

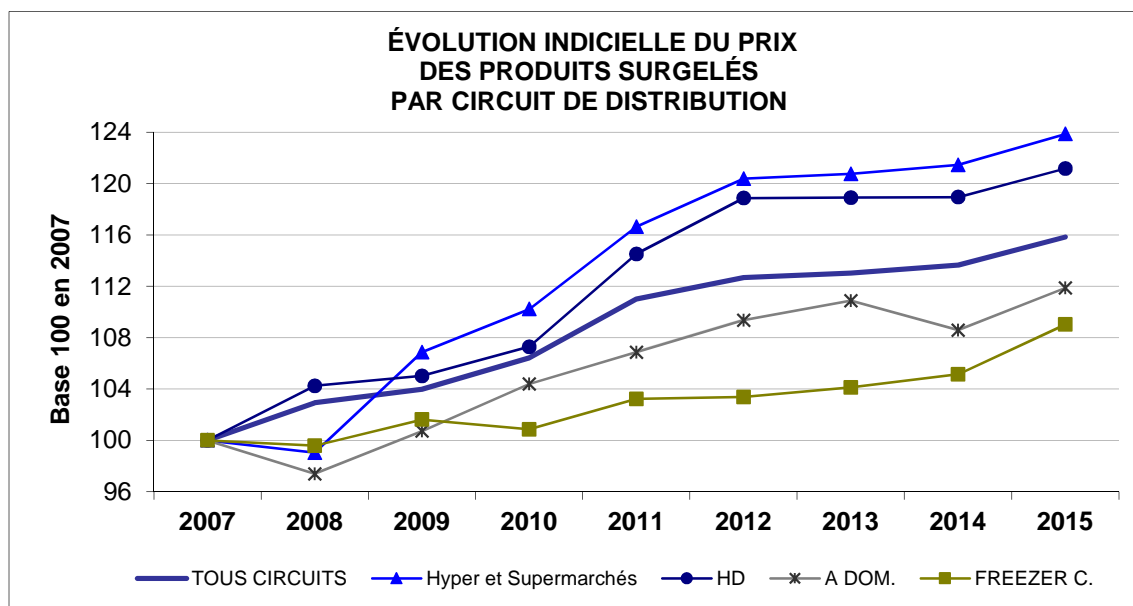
PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	15-14
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Part de marché en volume	76,7%	76,5%	76,8%	76,1%	76,5%	75,7%	-0,9pt
Part de marché en valeur	78,3%	78,4%	78,8%	78,1%	78,2%	77,4%	-0,9pt
Ecart / prix moyen	2,2%	2,5%	2,6%	2,6%	2,3%	2,2%	0,0pt
<b>En Hard discount</b>							
Part de marché en volume	14,3%	13,8%	13,3%	12,7%	12,2%	12,9%	0,7pt
Part de marché en valeur	9,9%	9,6%	8,9%	8,6%	8,5%	9,2%	0,7pt
Ecart / prix moyen	-30,8%	-30,7%	-32,8%	-32,2%	-30,3%	-28,3%	2,0pt
<b>En Commerces traditionnels y compris poissonneries</b>							
Part de marché en volume	1,5%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,8%	0,1pt
Part de marché en valeur	2,5%	2,5%	2,4%	2,6%	2,4%	2,5%	0,1pt
Ecart / prix moyen	63,8%	58,2%	57,8%	56,7%	46,5%	42,6%	-4,0pt



## 2.6.3 Les produits surgelés

PRODUITS SURGELÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	159 768	151 596	149 443	144 618	140 366	133 735	-4,7%
Valeur (k€)	1 490 490	1 474 977	1 476 096	1 432 615	1 398 338	1 357 877	-2,9%
Prix moyen (€/kg)	9,3	9,7	9,9	9,9	10,0	10,2	1,9%
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Quantités achetées (tonnes)	84 206	82 547	82 387	79 627	77 091	72 049	-6,5%
Valeur (k€)	695 389	721 363	743 080	720 393	701 470	668 553	-4,7%
Prix moyen (€/kg)	8,3	8,7	9,0	9,0	9,1	9,3	2,0%
<b>En Hard discount</b>							
Quantités achetées (tonnes)	28 073	24 531	24 480	22 221	20 349	20 621	1,3%
Valeur (k€)	182 161	169 901	175 987	159 810	146 383	151 116	3,2%
Prix moyen (€/kg)	6,5	6,9	7,2	7,2	7,2	7,3	1,9%
<b>Livrés à domicile</b>							
Quantités achetées (tonnes)	20 041	18 622	16 312	14 237	13 994	12 851	-8,2%
Valeur (k€)	276 241	262 761	235 539	208 407	200 636	189 802	-5,4%
Prix moyen (€/kg)	13,8	14,1	14,4	14,6	14,3	14,8	3,0%
<b>En Freezer centers</b>							
Quantités achetées (tonnes)	17 959	16 124	15 394	15 505	15 898	15 166	-4,6%
Valeur (k€)	249 098	228 898	218 871	222 032	229 876	227 380	-1,1%
Prix moyen (€/kg)	13,9	14,2	14,2	14,3	14,5	15,0	3,7%

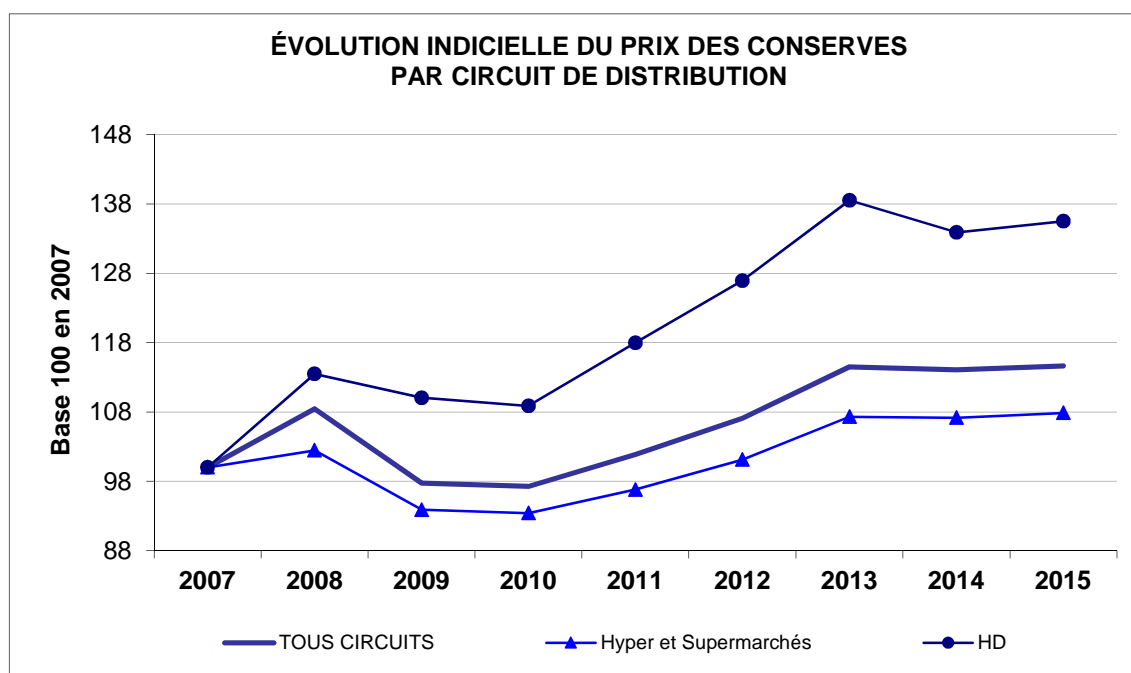
PRODUITS SURGELÉS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	15-14
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Part de marché en volume	52,7%	54,5%	55,1%	55,1%	54,9%	53,9%	-1,0pt
Part de marché en valeur	46,7%	48,9%	50,3%	50,3%	50,2%	49,2%	-0,9pt
Ecart / prix moyen	-11,5%	-10,2%	-8,7%	-8,7%	-8,7%	-8,6%	0,1pt
<b>En Hard discount</b>							
Part de marché en volume	17,6%	16,2%	16,4%	15,4%	14,5%	15,4%	0,9pt
Part de marché en valeur	12,2%	11,5%	11,9%	11,2%	10,5%	11,1%	0,7pt
Ecart / prix moyen	-30,4%	-28,8%	-27,2%	-27,4%	-27,8%	-27,8%	0,0pt
<b>Livrés à domicile</b>							
Part de marché en volume	12,5%	12,3%	10,9%	9,8%	10,0%	9,6%	-0,4pt
Part de marché en valeur	18,5%	17,8%	16,0%	14,5%	14,3%	14,0%	-0,4pt
Ecart / prix moyen	47,8%	45,0%	46,2%	47,8%	43,9%	45,5%	1,5pt
<b>En Freezer centers</b>							
Part de marché en volume	11,2%	10,6%	10,3%	10,7%	11,3%	11,3%	0,0pt
Part de marché en valeur	16,7%	15,5%	14,8%	15,5%	16,4%	16,7%	0,3pt
Ecart / prix moyen	48,7%	45,9%	43,9%	44,6%	45,1%	47,7%	2,5pt



## 2.6.4 Les conserves

CONSERVES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%15/14
Quantités achetées (tonnes)	131 237	128 643	124 763	121 130	119 309	117 903	-1,2%
Valeur (k€)	974 252	999 959	1 019 661	1 058 581	1 039 004	1 031 797	-0,7%
Prix moyen (€/kg)	7,4	7,8	8,2	8,7	8,7	8,8	0,5%
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Quantités achetées (tonnes)	93 920	92 563	90 320	87 149	85 884	84 708	-1,4%
Valeur (k€)	739 423	755 268	769 765	788 270	775 872	770 092	-0,7%
Prix moyen (€/kg)	7,9	8,2	8,5	9,0	9,0	9,1	0,6%
<b>En Hard discount</b>							
Quantités achetées (tonnes)	29 350	27 249	24 661	22 338	21 094	20 415	-3,2%
Valeur (k€)	161 041	162 010	157 755	155 937	142 346	139 418	-2,1%
Prix moyen (€/kg)	5,5	5,9	6,4	7,0	6,7	6,8	1,2%

CONSERVES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	15-14
<b>En Hyper et Supermarchés (hors drive à partir de 2012)</b>							
Part de marché en volume	71,6%	72,0%	72,4%	71,9%	72,0%	71,8%	-0,1pt
Part de marché en valeur	75,9%	75,5%	75,5%	74,5%	74,7%	74,6%	0,0pt
Ecart / prix moyen	6,1%	5,0%	4,3%	3,5%	3,7%	3,9%	0,1pt
<b>En Hard discount</b>							
Part de marché en volume	22,4%	21,2%	19,8%	18,4%	17,7%	17,3%	-0,4pt
Part de marché en valeur	16,5%	16,2%	15,5%	14,7%	13,7%	13,5%	-0,2pt
Ecart / prix moyen	-26,1%	-23,5%	-21,7%	-20,1%	-22,5%	-22,0%	0,5pt



### 3. Structure du marché en 2015

#### 3.1 Données quantitatives par type de produit et par espèce

##### 3.1.1 Les poissons frais (entier et découpé)

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
<b>POISSON FRAIS</b>	<b>121 501</b>	<b>1 606 090</b>	<b>13,2</b>	<b>71,8</b>	<b>9,6</b>	<b>6,1</b>	<b>81,1</b>	<b>0,6</b>	<b>8,5</b>	<b>74,5</b>
Cabillaud	21 609	321 815	14,9	39,2	3,8	2,0	29,8	0,5	7,8	81,7
Saumon	25 551	376 663	14,7	44,0	3,6	2,1	31,0	0,6	8,6	84,7
Lieu noir	7 234	73 818	10,2	20,2	2,6	1,3	13,3	0,5	5,2	77,7
Truite	5 515	70 685	12,8	18,1	2,4	1,1	14,2	0,5	5,8	81,6
Merlan	5 045	62 831	12,5	17,6	2,5	1,0	13,0	0,4	5,1	67,7
Maquereau	4 910	30 634	6,2	12,4	2,4	1,4	9,0	0,6	3,7	70,8
Merlu / Colin	4 118	42 693	10,4	9,2	2,5	1,6	16,9	0,6	6,7	60,2
Baudroie (lotte)	4 301	72 299	16,8	9,3	1,9	1,7	28,2	0,9	15,0	71,7
Dorade	4 265	49 060	11,5	11,3	1,9	1,3	15,5	0,7	8,2	65,4
Sardine	3 613	22 186	6,1	10,5	2,3	1,2	7,6	0,6	3,4	76,1
Sole	2 916	53 205	18,2	8,3	2,5	1,3	23,4	0,5	9,2	52,3
Bar / Loup	3 258	46 658	14,3	10,4	1,7	1,1	16,2	0,7	9,4	60,7
Julienne / Lingue	2 673	32 112	12,0	10,4	1,8	0,9	11,2	0,5	6,2	80,6
Raie	2 957	38 099	12,9	7,3	2,4	1,5	19,1	0,6	8,0	60,9
Églefin	1 841	27 516	14,9	9,3	1,8	0,7	10,7	0,4	5,8	79,1
Limande	1 990	26 523	13,3	8,3	2,6	0,9	11,6	0,3	4,5	75,2
Plie / Carrelet	1 647	18 821	11,4	6,0	2,3	1,0	11,4	0,4	5,0	77,7
Thon	1 886	29 777	15,8	7,6	1,8	0,9	14,3	0,5	7,9	68,0
Saumonette / Roussette	1 624	17 738	10,9	6,1	1,9	1,0	10,6	0,5	5,6	80,2
Lieu jaune	1 029	14 633	14,2	3,6	1,8	1,0	14,6	0,6	8,3	46,3
Perche	803	10 148	12,6	3,6	1,6	0,8	10,2	0,5	6,3	78,7
Rouget barbet	1 566	22 754	14,5	6,3	2,1	0,9	13,1	0,4	6,2	53,8

### 3.1.2 Les coquillages frais

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
<b>COQUILLAGES FRAIS</b>	<b>83 944</b>	<b>493 773</b>	<b>5,9</b>	<b>48,9</b>	<b>4,3</b>	<b>6,2</b>	<b>36,6</b>	<b>1,5</b>	<b>8,5</b>	<b>66,3</b>
Moule	43 502	158 384	3,6	35,6	2,8	4,4	16,2	1,6	5,7	78,3
Huître	25 415	188 326	7,4	18,6	2,9	4,9	36,7	1,7	12,9	58,1
<b>Saint-Jacques</b>	<b>6 261</b>	<b>77 337</b>	<b>12,4</b>	<b>12,2</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>23,1</b>	<b>1,1</b>	<b>13,4</b>	<b>58,0</b>
dont avec coquille	4 476	30 875	6,9	4,1	1,9	4,0	27,6	2,1	14,4	28,7
dont noix de Saint-Jacques	1 785	46 463	26,0	9,4	1,4	0,7	17,9	0,5	12,7	77,5

### 3.1 3 Les crustacés et céphalopodes frais

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
<b>CRUSTACES FRAIS</b>	<b>14 570</b>	<b>186 540</b>	<b>12,8</b>	<b>21,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	<b>31,2</b>	<b>0,9</b>	<b>11,0</b>	<b>66,2</b>
Tourteau	4 849	43 802	9,0	9,3	2,2	1,9	17,1	0,9	7,8	78,8
Langoustine	3 199	51 109	16,0	5,5	2,6	2,1	33,5	0,8	13,0	63,5
Araignée	2 296	13 412	5,8	2,0	3,2	4,2	24,6	1,3	7,7	57,6
Crevette / Gambas crue	1 842	24 982	13,6	8,3	1,7	0,8	10,9	0,5	6,4	63,3
Homard	530	13 740	25,9	1,5	1,1	1,2	32,4	1,1	28,2	65,9
<b>CEPHALOPODES FRAIS</b>	<b>4 525</b>	<b>41 196</b>	<b>9,1</b>	<b>9,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>16,7</b>	<b>0,8</b>	<b>7,6</b>	<b>61,0</b>
Calmar et encornet	3 172	27 995	8,8	7,2	2,0	1,6	14,1	0,8	7,1	62,8



### 3.1.4 Les poissons fumés, séchés, salés

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
------	-----------------------------------	-----------------------------	----------------------	-------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	---

#### AVEC CODE BARRE

<b>Poissons fumés</b>	<b>27 575</b>	<b>701 551</b>	<b>25,4</b>	<b>79,3</b>	<b>5,8</b>	<b>1,3</b>	<b>32,1</b>	<b>0,2</b>	<b>5,5</b>	<b>98,6</b>
Saumon	18 859	536 100	28,4	71,0	4,5	1,0	27,4	0,2	6,1	98,7
Truite	3 817	109 958	28,8	29,5	2,9	0,5	13,5	0,2	4,6	98,9
<b>Poissons séchés, salés</b>	<b>1 576</b>	<b>22 642</b>	<b>14,4</b>	<b>9,4</b>	<b>1,8</b>	<b>0,6</b>	<b>8,7</b>	<b>0,3</b>	<b>4,8</b>	<b>96,4</b>
Morue	1 001	13 630	13,6	4,3	1,7	0,9	11,6	0,5	6,9	95,1

#### SANS CODE BARRE

<b>Poissons fumés</b>	<b>2 189</b>	<b>51 520</b>	<b>23,5</b>	<b>12,7</b>	<b>2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>14,8</b>	<b>0,3</b>	<b>7,3</b>	<b>55,7</b>
Saumon	802	29 070	36,3	6,2	1,8	0,5	17,1	0,3	9,8	46,2
<b>Poissons séchés, salés</b>	<b>2 191</b>	<b>24 538</b>	<b>11,2</b>	<b>6,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>13,5</b>	<b>0,7</b>	<b>8,2</b>	<b>78,5</b>
Morue	1 971	22 162	11,2	5,5	1,7	1,3	14,5	0,8	8,7	79,5

#### CREVETTES / GAMBAS CUITES

<b>32 143</b>	<b>421 213</b>	<b>13,1</b>	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Sans code barre	25 052	297 097	11,9	46,4	4,7	2,0	23,2	0,4	4,9	82,6
Avec code barre	7 091	124 115	17,5	32,6	2,8	0,8	13,8	0,3	4,9	98,7

### 3.1.5 Les autres produits traiteurs réfrigérés

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
------	-----------------------------------	-----------------------------	----------------------	-------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	---

#### SANS CODE BARRE

Marinades	1 336	21 238	15,9	6,9	2,1	0,7	11,2	0,3	5,4	52,6
-----------	-------	--------	------	-----	-----	-----	------	-----	-----	------

#### AVEC CODE BARRE

Surimi	46 053	311 077	6,8	63,2	6,1	2,6	17,9	0,4	2,9	99,2
Entrées et plats préparés	26 590	287 463	10,8	52,8	4,2	1,8	19,7	0,4	4,7	97,7
Tartinables	8 183	126 089	15,4	46,5	3,3	0,6	9,8	0,2	3,0	97,3
Salades	7 907	71 563	9,1	24,3	3,4	1,2	10,7	0,3	3,1	97,8
Poissons précuits	6 752	77 300	11,4	22,8	3,4	1,1	12,3	0,3	3,6	98,3
Soupes	4 058	14 131	3,5	8,0	1,8	1,8	6,4	1,0	3,6	95,0
Marinades	3 512	48 462	13,8	21,1	2,3	0,6	8,3	0,3	3,7	98,0
Poissons crus préparés	2 779	84 141	30,3	12,4	2,5	0,8	24,7	0,3	9,9	99,5
Sandwichs de la mer	2 027	19 185	9,5	13,3	2,5	0,6	5,2	0,2	2,1	98,3
Semi-conserves d'anchois	972	22 354	23,0	14,4	2,1	0,2	5,6	0,1	2,7	95,6

### 3.1.6 Les produits surgelés

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
------	-----------------------------	-----------------------	-------------------	-------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------------	-----------------------------	----------------------------------

<b>PRODUITS AQUATIQUES SURGELES</b>	<b>133 735</b>	<b>1 357 877</b>	<b>10,2</b>	<b>85,3</b>	<b>7,4</b>	<b>5,7</b>	<b>57,8</b>	<b>0,8</b>	<b>7,8</b>	<b>68,7</b>
-------------------------------------	----------------	------------------	-------------	-------------	------------	------------	-------------	------------	------------	-------------

<b>Poissons (hors traiteur)</b>	<b>69 847</b>	<b>665 019</b>	<b>9,5</b>	<b>70,3</b>	<b>5,0</b>	<b>3,6</b>	<b>34,3</b>	<b>0,7</b>	<b>6,9</b>	<b>66,7</b>
<b>Poissons natures</b>	<b>39 290</b>	<b>467 003</b>	<b>11,9</b>	<b>52,9</b>	<b>3,8</b>	<b>2,7</b>	<b>32,0</b>	<b>0,7</b>	<b>8,4</b>	<b>60,0</b>
<i>dont Découpés</i>	38 233	458 551	12,0	52,4	3,8	2,6	31,8	0,7	8,4	60,0
<i>dont Entiers</i>	692	5 240	7,6	1,8	1,2	1,4	10,5	1,1	8,4	43,8
<b>Poissons enrobés</b>	<b>29 535</b>	<b>187 279</b>	<b>6,3</b>	<b>45,9</b>	<b>3,5</b>	<b>2,3</b>	<b>14,8</b>	<b>0,7</b>	<b>4,3</b>	<b>81,4</b>
<i>dont Poissons panés</i>	29 535	187 279	6,3	45,9	3,5	2,3	14,8	0,7	4,3	81,4
<i>dont Poissons meunières</i>										
<b>Poissons grillés</b>	<b>1 017</b>	<b>10 603</b>	<b>10,4</b>	<b>4,8</b>	<b>1,7</b>	<b>0,8</b>	<b>7,9</b>	<b>0,5</b>	<b>4,8</b>	<b>99,2</b>

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
------	-----------------------------	-----------------------	-------------------	-------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------------	-----------------------------	----------------------------------

<b>Traiteur de la mer surgelé</b>	<b>26 359</b>	<b>205 159</b>	<b>7,8</b>	<b>42,6</b>	<b>3,5</b>	<b>2,2</b>	<b>17,5</b>	<b>0,6</b>	<b>5,0</b>	<b>64,2</b>
-----------------------------------	---------------	----------------	------------	-------------	------------	------------	-------------	------------	------------	-------------

<b>Plats préparés à base de poissons</b>	<b>25 756</b>	<b>196 640</b>	<b>7,6</b>	<b>41,2</b>	<b>3,5</b>	<b>2,3</b>	<b>17,3</b>	<b>0,6</b>	<b>4,9</b>	<b>nd</b>
<b>Crustacés</b>	<b>7 780</b>	<b>144 247</b>	<b>18,5</b>	<b>25,9</b>	<b>2,0</b>	<b>1,1</b>	<b>20,2</b>	<b>0,5</b>	<b>10,1</b>	<b>79,5</b>
<i>Crevette / Gambas</i>	6 375	110 061	17,3	22,8	2,0	1,0	17,5	0,5	8,8	78,9

<b>Coquillages</b>	<b>8 177</b>	<b>143 946</b>	<b>17,6</b>	<b>31,7</b>	<b>1,8</b>	<b>0,9</b>	<b>16,5</b>	<b>0,5</b>	<b>9,1</b>	<b>72,4</b>
<i>Noix de Saint-Jacques</i>	3 665	86 731	23,7	18,5	1,5	0,7	17,0	0,5	11,4	76,2
<i>Moule</i>	2 264	21 807	9,6	9,8	1,7	0,8	8,1	0,5	4,9	62,7

<b>Céphalopodes</b>	<b>2 882</b>	<b>26 545</b>	<b>9,2</b>	<b>8,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>11,0</b>	<b>0,7</b>	<b>6,7</b>	<b>75,3</b>
---------------------	--------------	---------------	------------	------------	------------	------------	-------------	------------	------------	-------------

<b>Plats préparés à base de coq., crust.</b>	<b>15 702</b>	<b>144 763</b>	<b>9,2</b>	<b>36,5</b>	<b>2,4</b>	<b>1,6</b>	<b>14,4</b>	<b>0,7</b>	<b>6,0</b>	<b>65,3</b>
<b>Cocktail de fruits de mer</b>	<b>2 984</b>	<b>28 170</b>	<b>9,4</b>	<b>10,3</b>	<b>1,7</b>	<b>1,1</b>	<b>10,0</b>	<b>0,6</b>	<b>5,7</b>	<b>84,4</b>

### 3.1.7 Les conserves

2015	Quantités achetées (tonnes)	Sommes dépensées (k€)	Prix moyen (€/kg)	Taux de pénétration (%)	Nombre d'actes par acheteur	Niveau moyen d'achat (kg)	Budget moyen d'achat (€)	Quantités achetées / acte (kg)	Sommes dépensées / acte (€)	Part de marché valeur en GMS (%)
<b>CONSERVES</b>	<b>117 903</b>	<b>1 031 797</b>	<b>8,8</b>	<b>94,4</b>	<b>9,9</b>	<b>4,5</b>	<b>39,7</b>	<b>0,5</b>	<b>4,0</b>	<b>98,2</b>
<b>Conserves de poissons hors tartinable</b>	<b>111 495</b>	<b>939 900</b>	<b>8,4</b>	<b>93,5</b>	<b>9,3</b>	<b>4,3</b>	<b>36,5</b>	<b>0,5</b>	<b>3,9</b>	<b>98,3</b>
Conserves de thon	70 699	557 008	7,9	85,9	6,5	3,0	23,5	0,5	3,6	98,9
Conserves de maquereau	18 631	152 267	8,2	49,4	3,6	1,4	11,2	0,4	3,1	98,5
Conserves de sardine	15 741	158 259	10,1	53,4	3,7	1,1	10,8	0,3	2,9	97,0
Conserves d'anchois	789	15 744	19,9	10,2	2,0	0,3	5,6	0,1	2,9	92,7
Conserves de saumon	831	10 190	12,3	5,5	1,9	0,6	6,8	0,3	3,5	98,5
<b>Conserves de crustacés</b>	<b>2 301</b>	<b>41 510</b>	<b>18,0</b>	<b>18,0</b>	<b>1,9</b>	<b>0,5</b>	<b>8,4</b>	<b>0,2</b>	<b>4,5</b>	<b>99,1</b>
<b>Conserves de céphalopodes</b>	<b>945</b>	<b>9 638</b>	<b>10,2</b>	<b>7,9</b>	<b>1,7</b>	<b>0,4</b>	<b>4,4</b>	<b>0,3</b>	<b>2,6</b>	<b>93,0</b>
<b>Conserves de coquillages</b>	<b>251</b>	<b>4 345</b>	<b>17,3</b>	<b>2,4</b>	<b>1,3</b>	<b>0,4</b>	<b>6,5</b>	<b>0,3</b>	<b>4,8</b>	<b>96,3</b>
<b>Tartinables en conserves</b>	<b>2 827</b>	<b>36 036</b>	<b>12,7</b>	<b>20,6</b>	<b>2,4</b>	<b>0,5</b>	<b>6,3</b>	<b>0,2</b>	<b>2,6</b>	<b>96,7</b>

### 3.2 Données sociodémographiques par type de produits (tableaux)

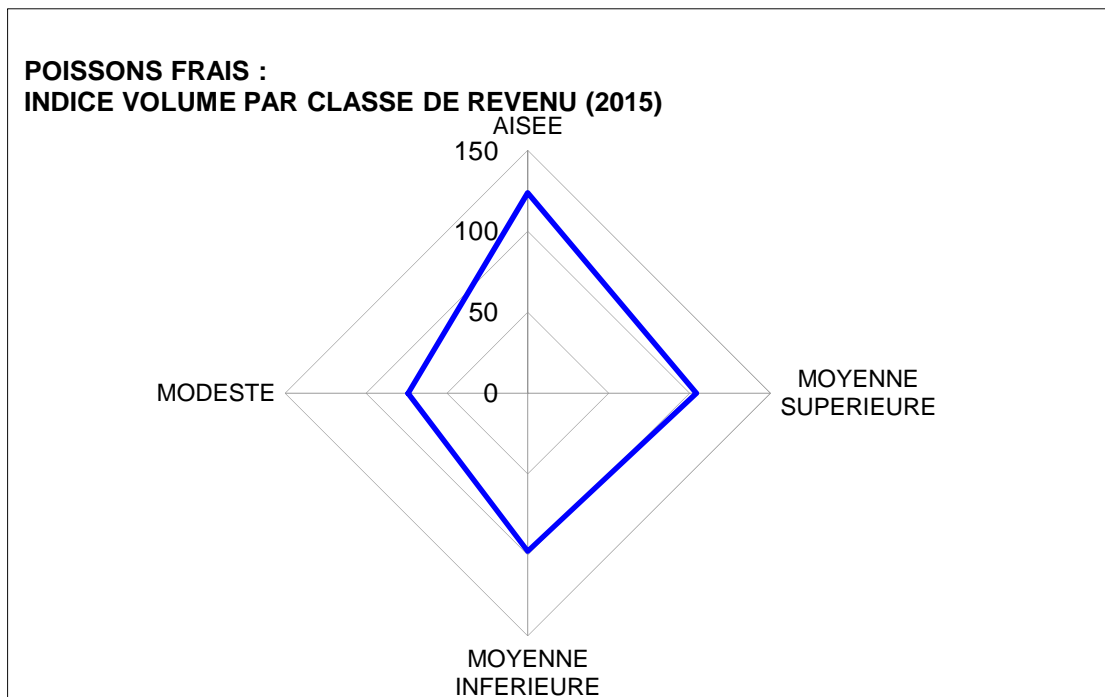
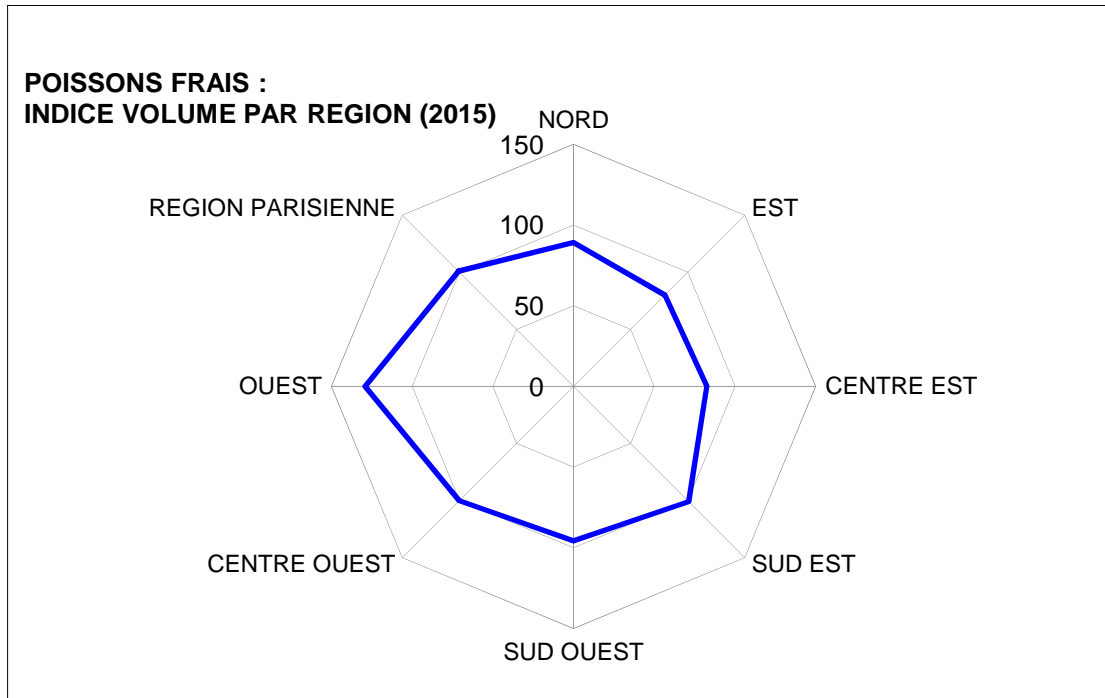
2015	Répartition de la population française (%)	Répartition des achats en volume (%)							
		PRODUITS FRAIS	dont poissons frais	dont crustacés frais	dont coquillages frais	dont céphalopodes frais	PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS	PRODUITS SURGELÉS	CONSERVES
<b>REGION</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Nord	9,2	8,6	8,2	5,3	10,0	3,8	9,5	7,5	8,8
Est	9,0	6,6	7,2	3,7	6,5	3,7	7,4	8,5	8,6
Centre est	14,0	10,8	11,6	4,8	10,6	9,2	12,6	14,5	14,8
Sud est	12,7	13,0	12,8	6,1	13,4	33,7	12,0	16,4	13,5
Sud ouest	10,1	9,5	9,6	5,6	9,9	10,7	10,0	11,0	10,6
Centre ouest	7,7	7,5	7,8	5,0	7,8	4,1	8,0	7,6	8,0
Ouest	18,5	26,1	23,9	55,5	24,8	16,5	21,4	16,1	20,2
Région parisienne	18,7	17,8	18,8	14,1	16,9	18,3	19,0	18,4	15,4
<b>CLASSE DE REVENU</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Aisée	15,0	17,8	18,6	17,6	16,9	16,8	15,7	12,5	12,5
Moyenne supérieure	30,0	30,7	31,3	26,8	30,9	25,7	30,2	26,9	28,4
Moyenne inférieure	40,0	40,5	39,1	44,7	41,4	46,4	39,8	42,9	42,7
Modeste	15,0	11,0	11,1	10,9	10,8	11,0	14,3	17,7	16,3
<b>AIRE URBAINE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Dominante rurale	18,2	18,2	17,0	16,9	20,1	17,5	18,6	18,4	20,6
Multipolarisées	4,9	4,6	4,5	5,3	4,6	3,7	5,2	5,3	5,7
Couronnes péri-urbaines	15,6	17,5	17,4	19,7	17,4	18,2	17,0	15,9	17,2
Pôles urbains	61,2	59,7	61,1	58,1	57,9	60,6	59,2	60,4	56,6

2015	Répartition de la population française (%)	Répartition des achats en volume (%)							
		PRODUITS FRAIS	dont poissons frais	dont crustacés frais	dont coquillages frais	dont céphalopodes frais	PRODUITS TRAITEURS RÉFRIGÉRÉS	PRODUITS SURGELÉS	CONSERVES
<b>CYCLE DE VIE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Jeunes célibataires	7,1	1,3	1,4	1,1	1,0		3,4	2,9	3,8
Célibataires d'âge moyen	11,9	6,3	5,8	5,2	7,2	5,8	10,0	7,0	9,6
Célibataires séniors	13,8	13,4	12,7	12,9	14,7	12,3	10,1	9,5	10,0
Jeunes couples	5,4	2,4	2,5	2,3	2,2	2,9	4,2	4,6	4,8
Couples d'âge moyen	16,4	25,2	25,0	26,7	25,8	18,3	20,9	19,5	20,5
Couples séniors	11,7	26,7	26,6	33,1	25,9	25,1	14,3	15,0	13,3
Familles enfant maternelle	6,8	3,4	3,9	2,1	3,0	3,1	5,7	7,1	6,0
Familles enfant primaires	8,7	5,5	5,9	3,7	5,1	7,6	8,8	10,9	8,9
Familles enfant collège/lycée	9,1	6,7	7,0	5,6	6,1	12,2	10,6	11,7	10,5
Familles enfant majeur	9,0	9,0	9,1	7,2	9,0	12,0	11,9	11,8	12,6
<b>AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Moins de 35 ans	21,3	7,9	8,4	5,7	7,3	7,8	15,0	17,4	16,7
De 35 à 49 ans	27,5	19,1	20,1	16,5	17,5	26,8	30,3	30,6	30,3
De 50 à 64 ans	25,4	32,5	31,6	31,7	34,3	27,4	30,0	27,1	29,5
Plus de 65 ans	25,8	40,5	39,8	46,1	40,9	37,9	24,7	24,8	23,5

### 3.3 Données sociodémographiques par type de produits (graphiques)

#### 3.3.1 Les poissons frais

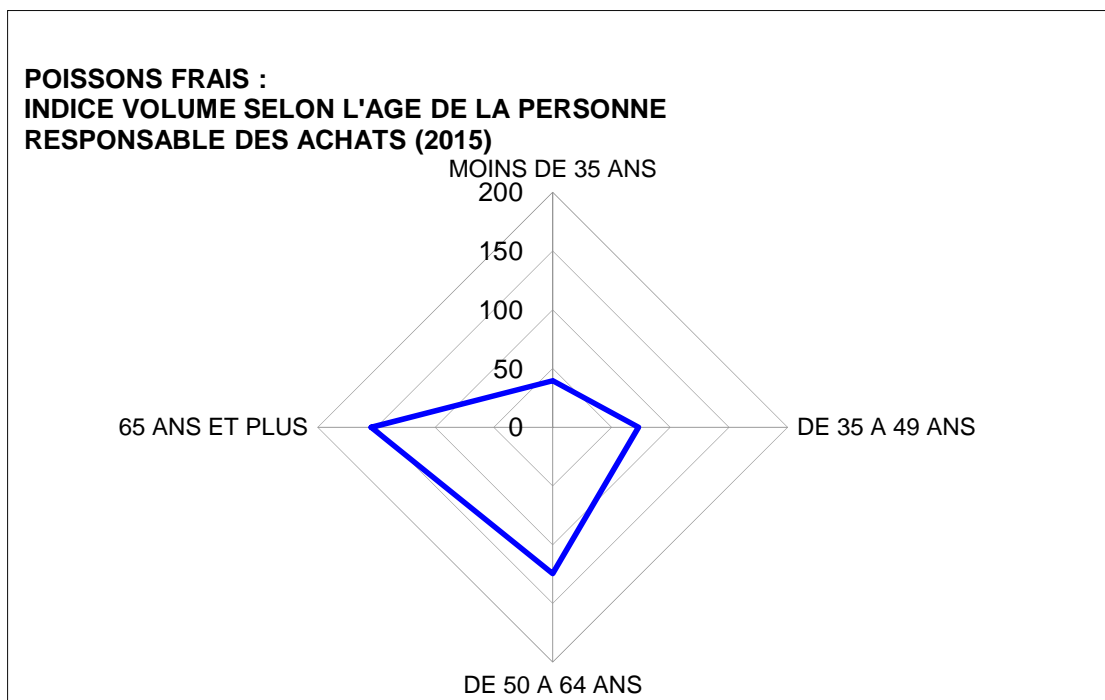
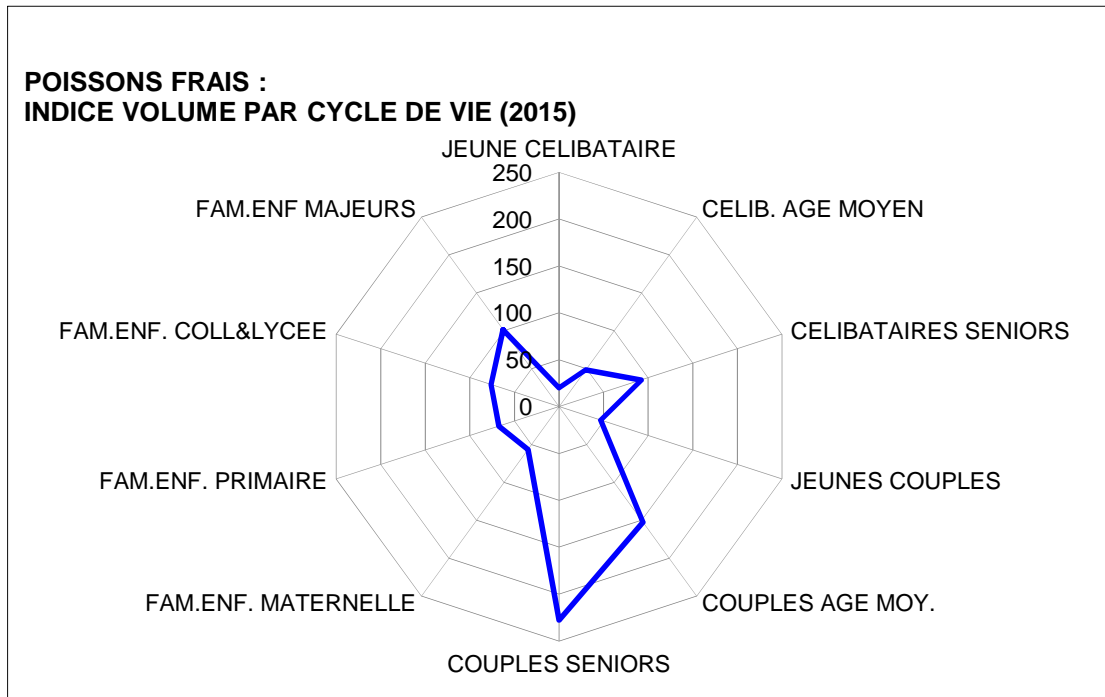
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.1 Les poissons frais

#### Répartition des achats en volume en 2015

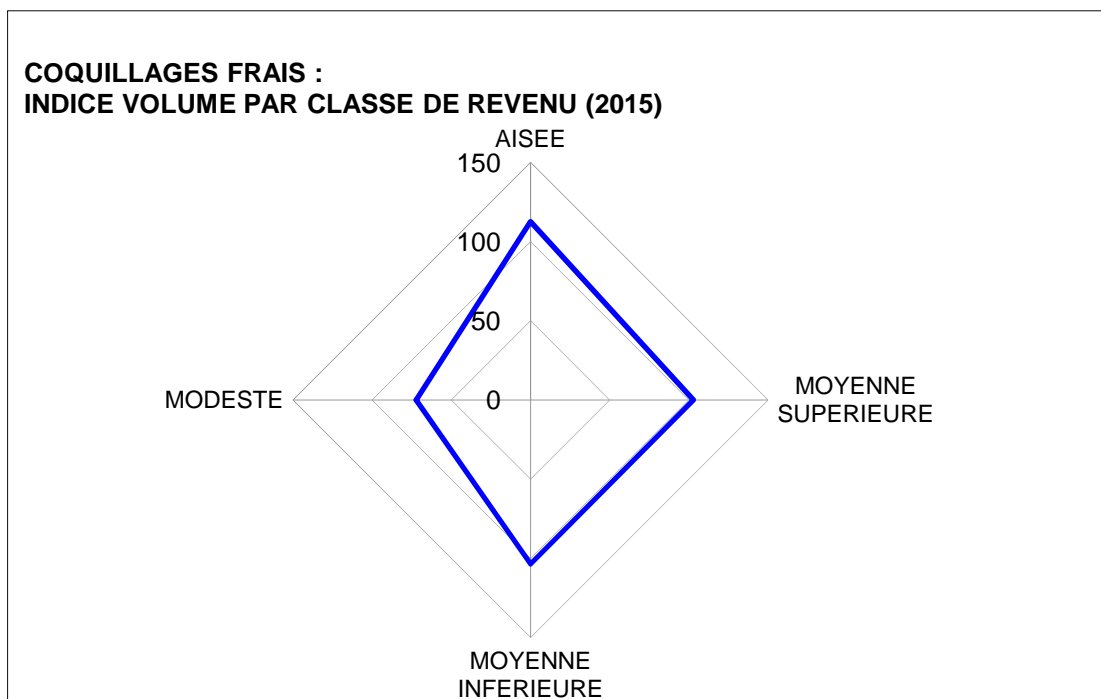
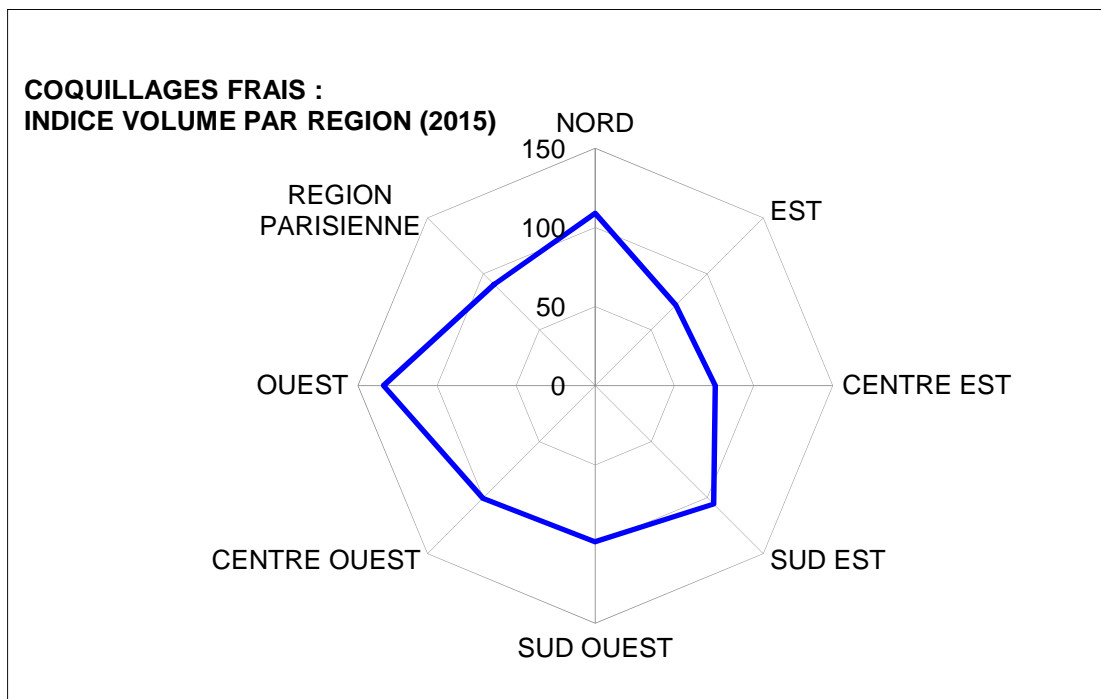
Base 100 : moyenne nationale





### 3.3.2 Les coquillages frais

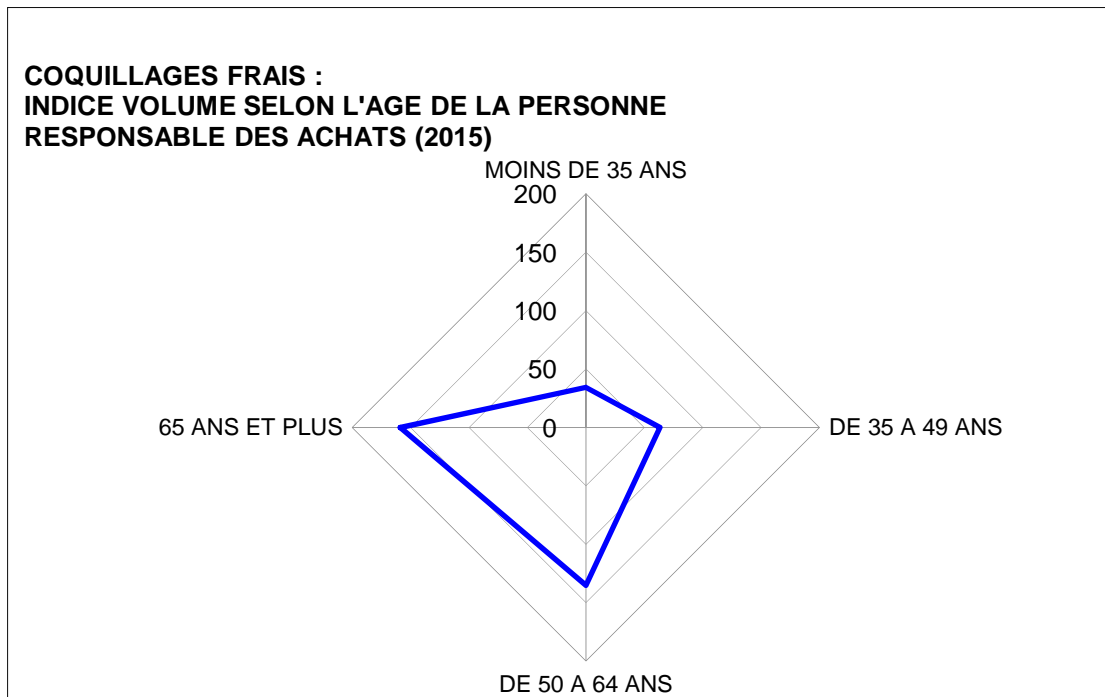
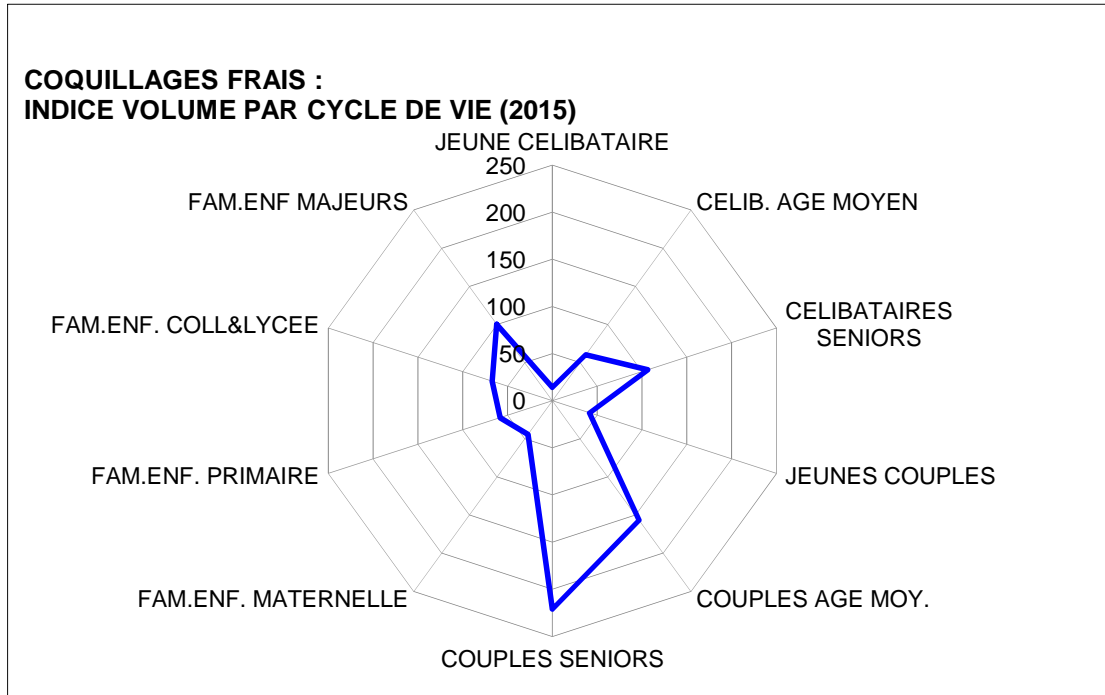
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.2 Les coquillages frais

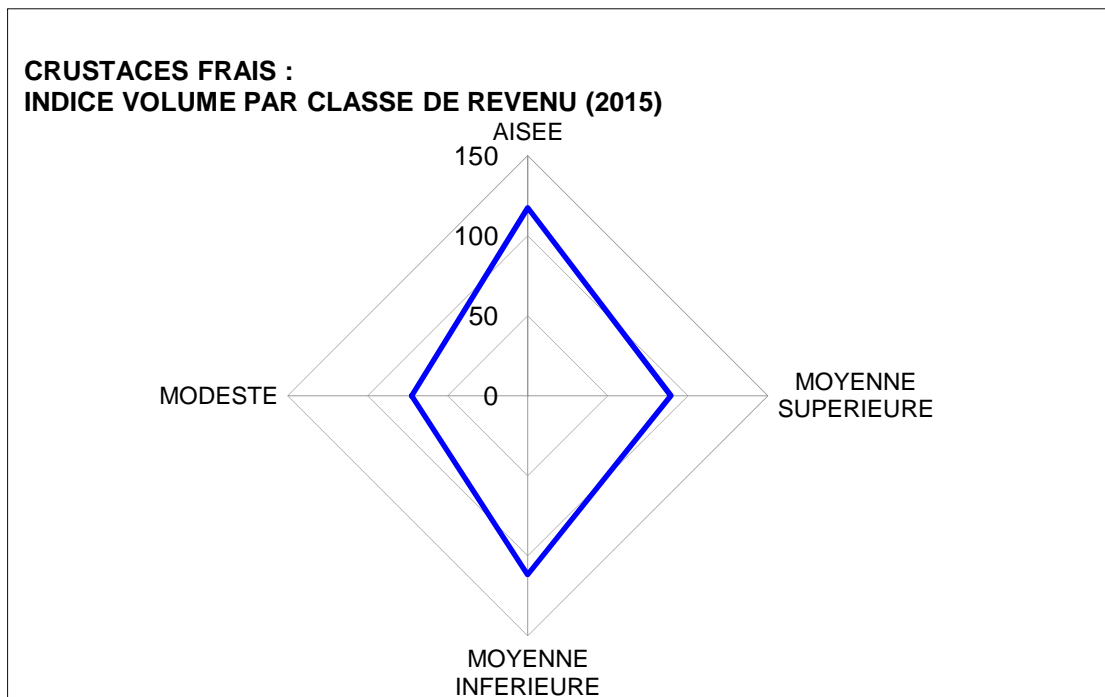
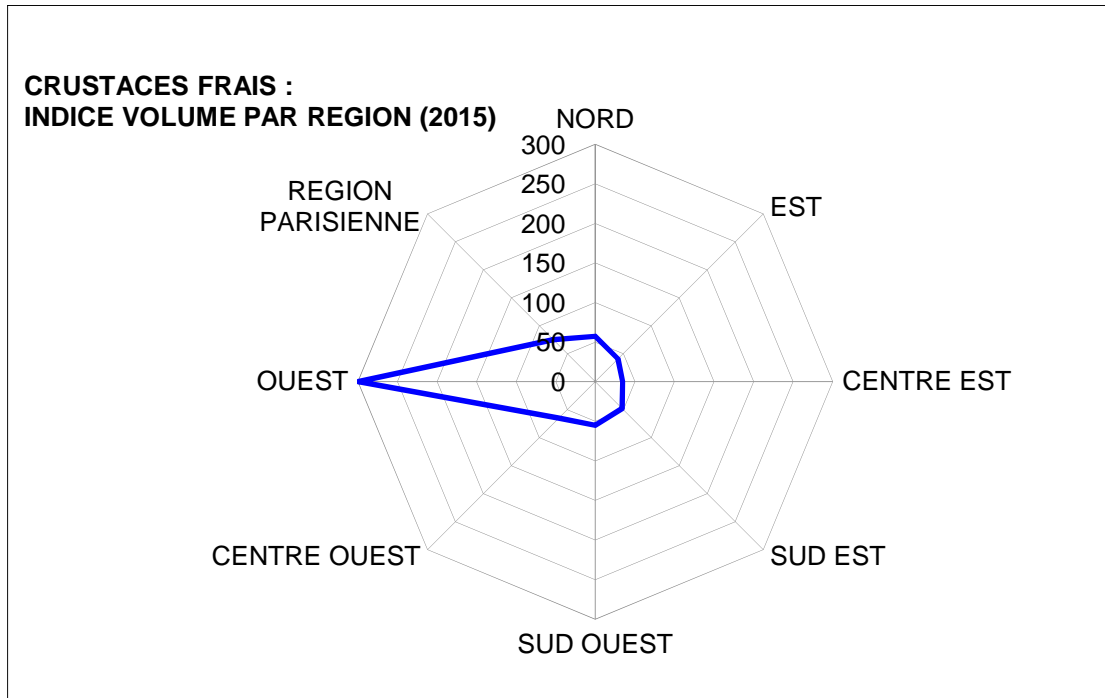
#### Répartition des achats en volume en 2015

Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.3 Les crustacés frais

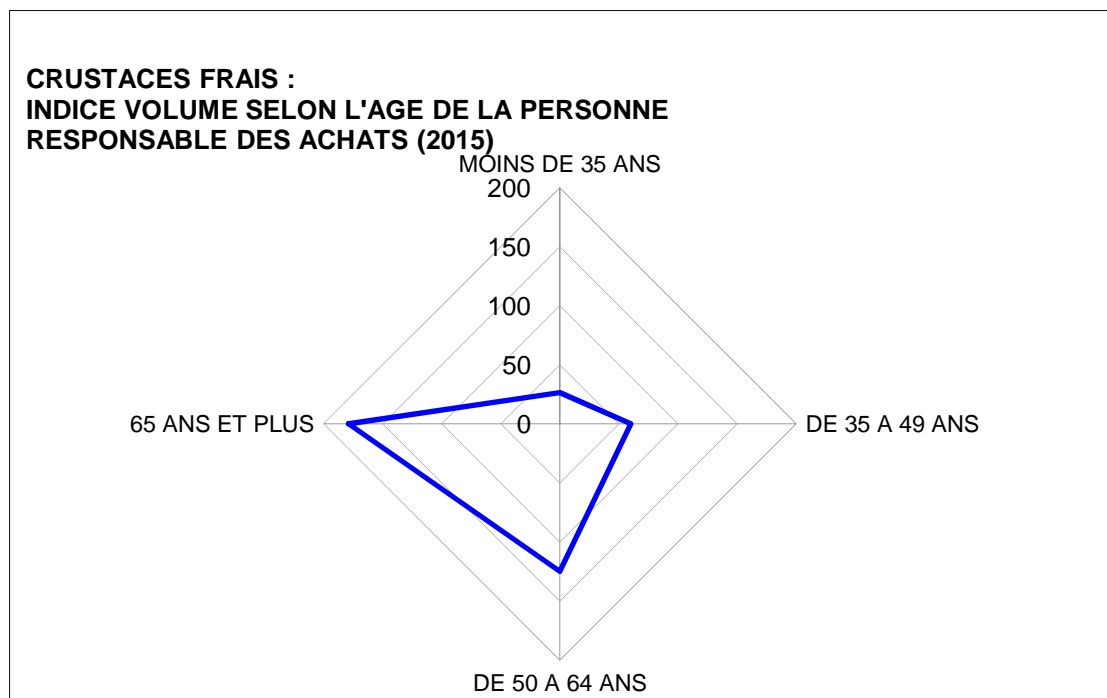
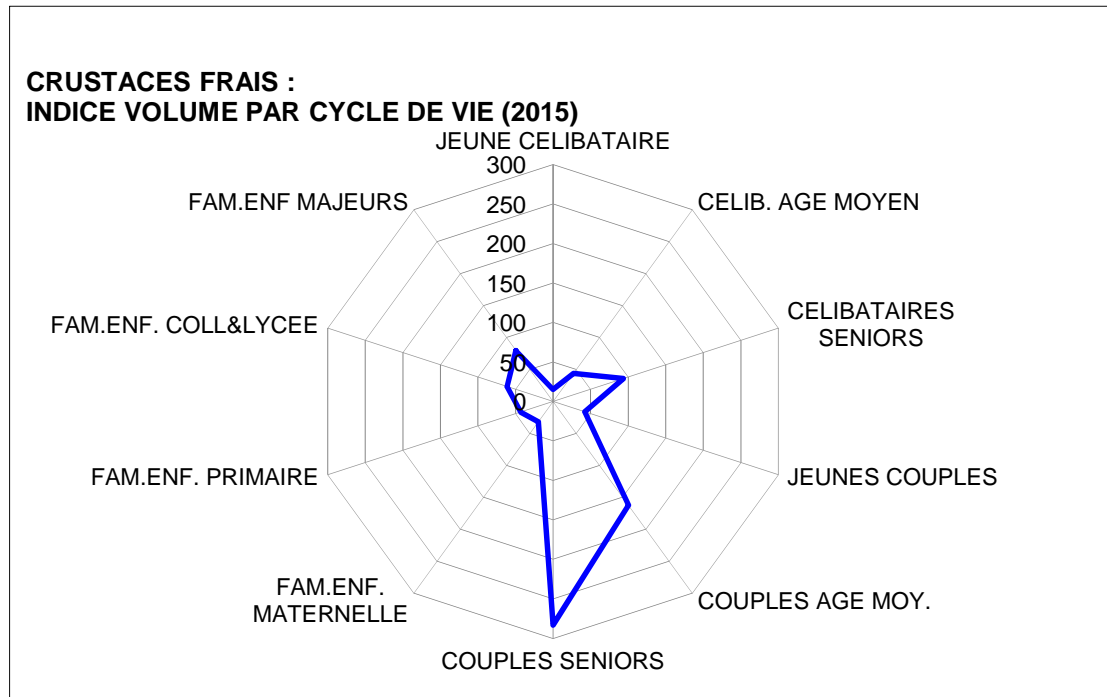
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.3 Les crustacés frais

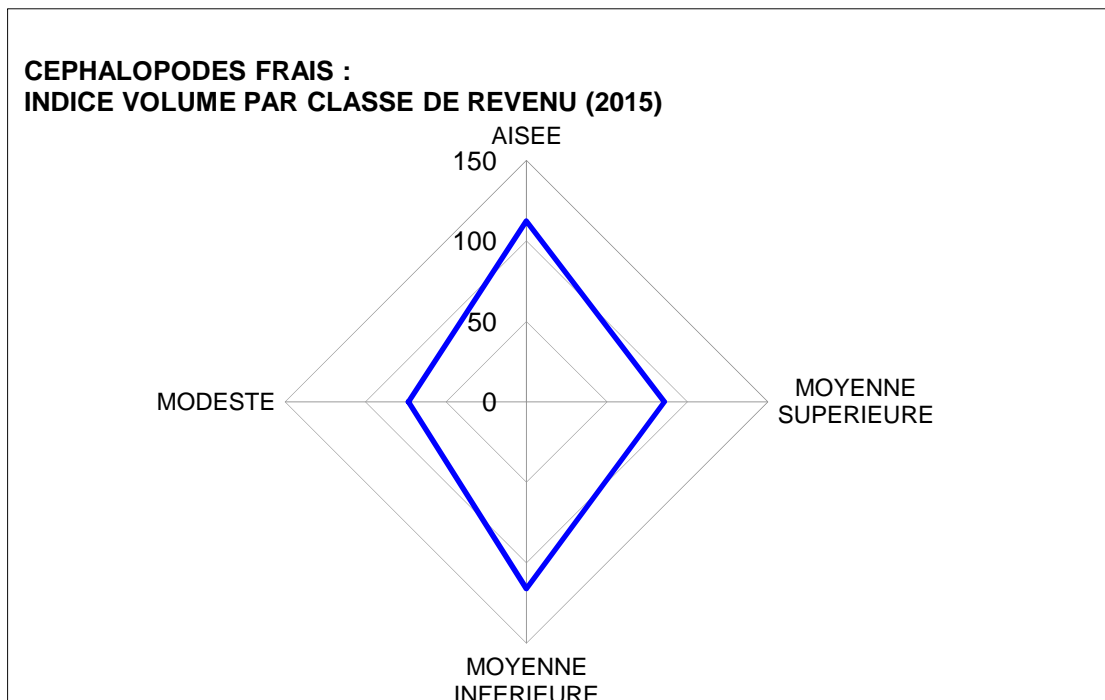
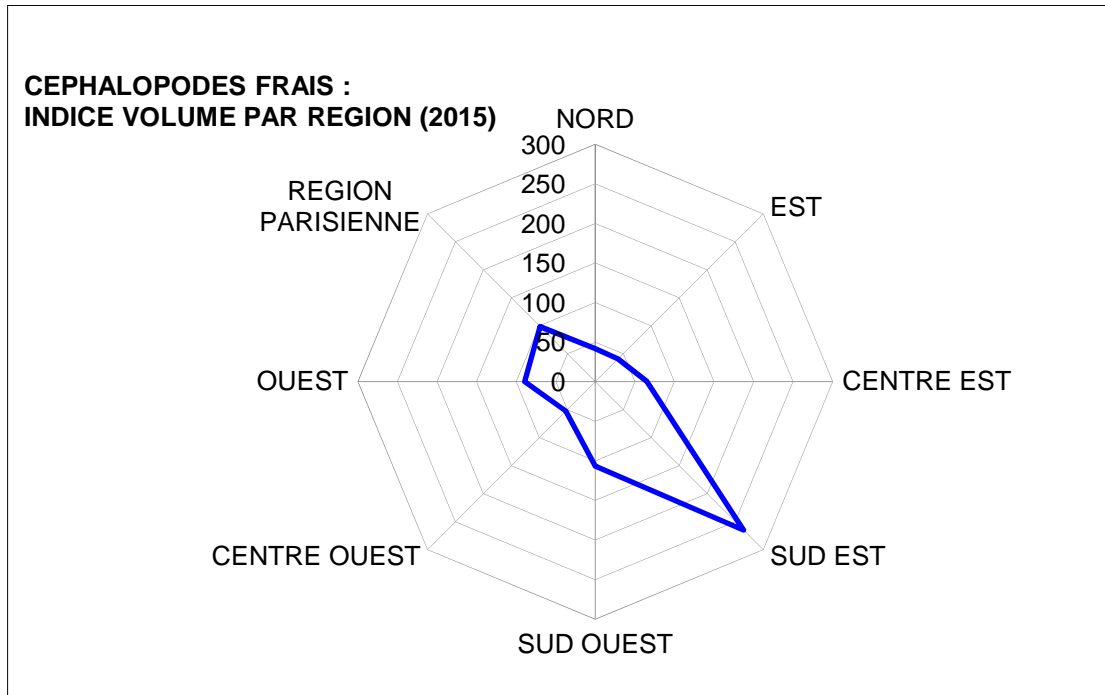
#### Répartition des achats en volume en 2015

Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.4 Les céphalopodes frais

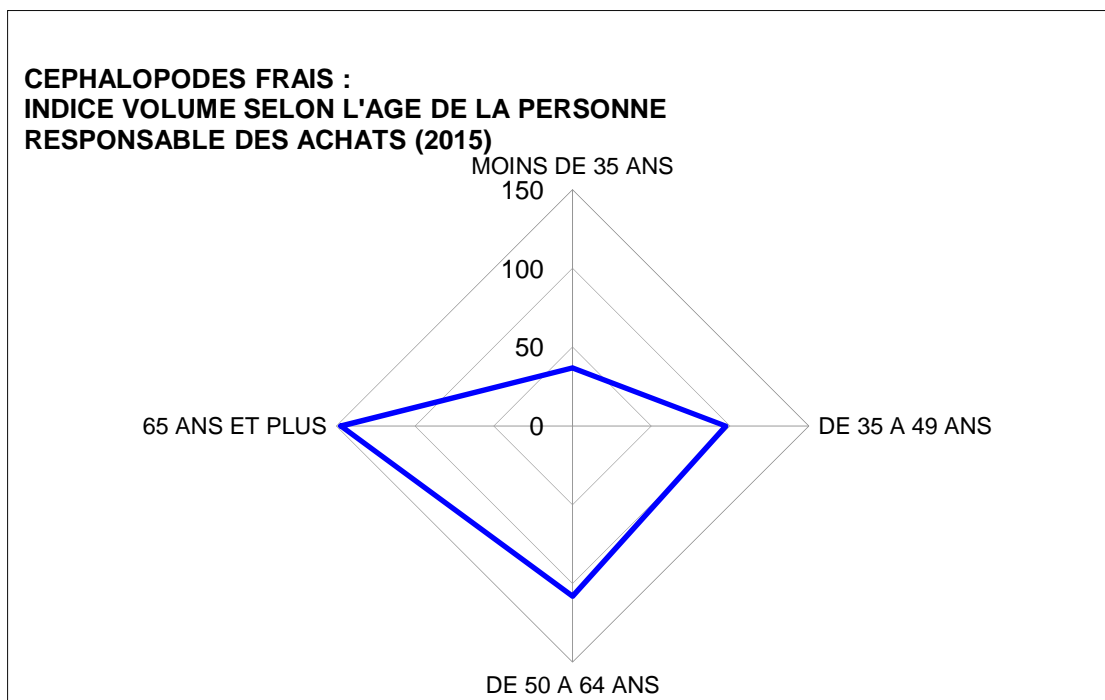
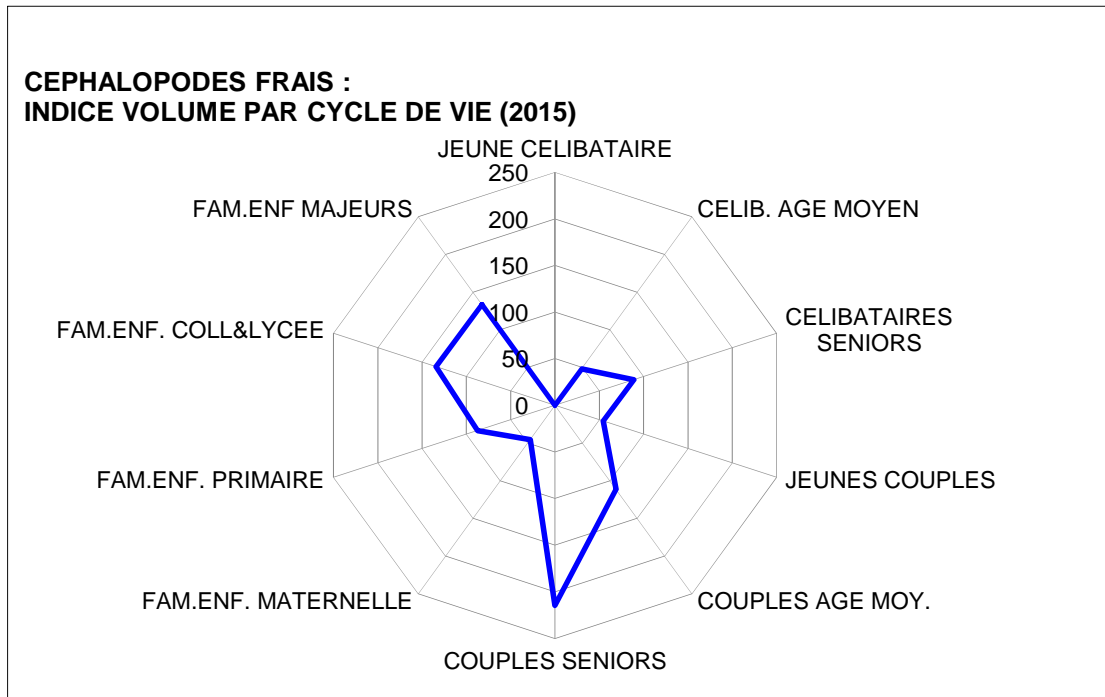
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.4 Les céphalopodes frais

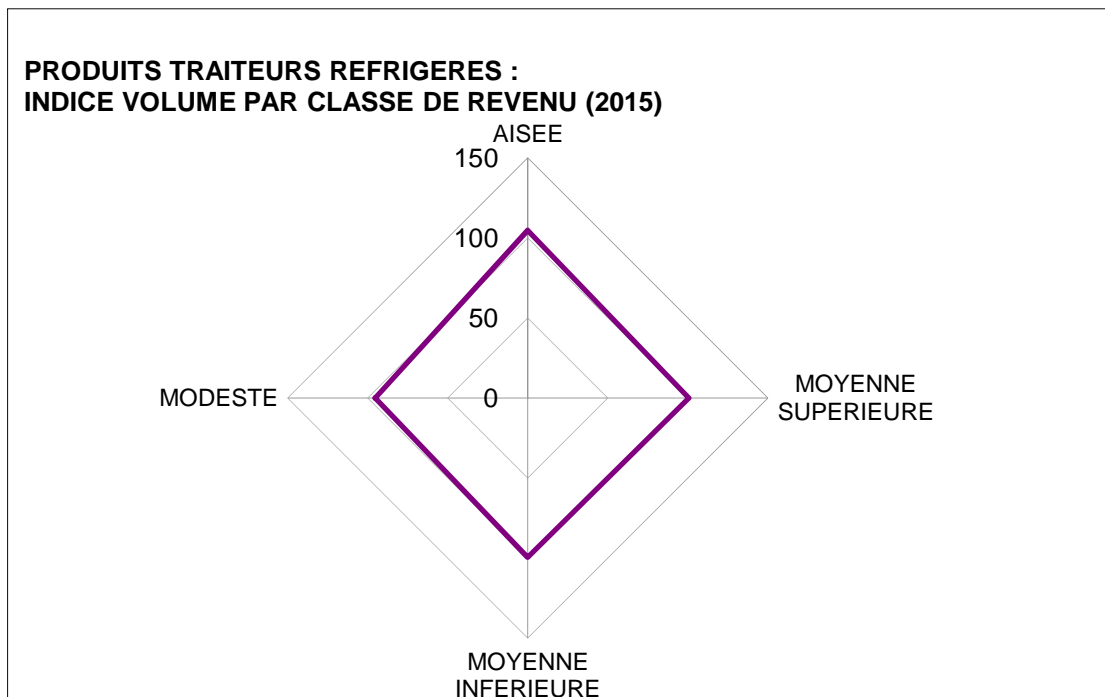
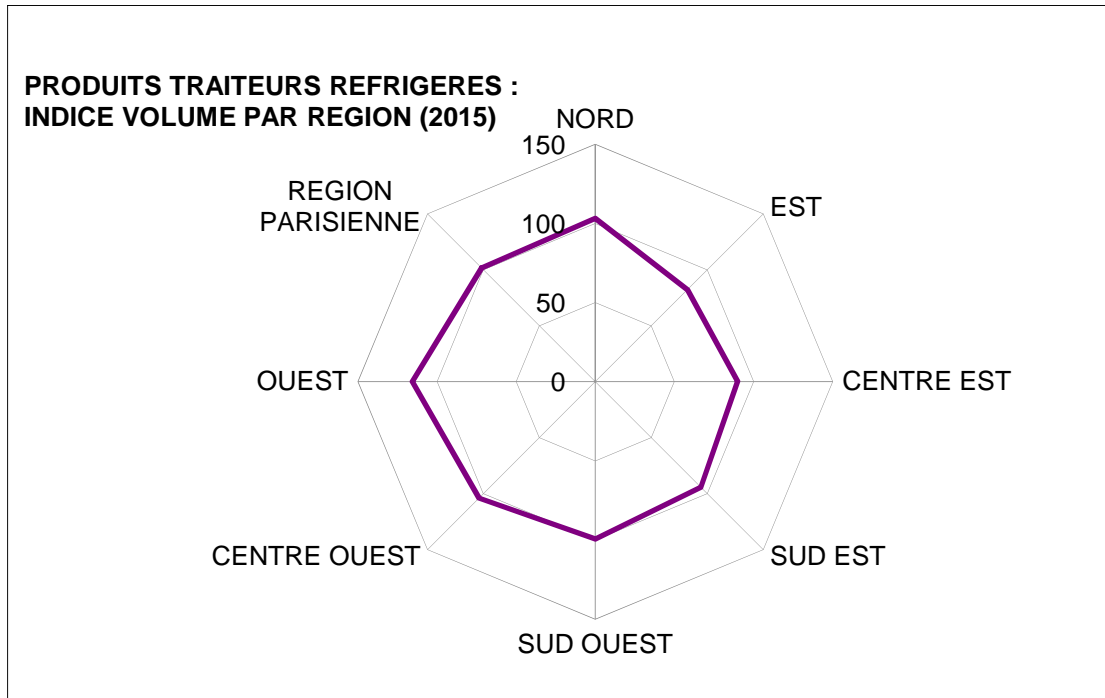
#### Répartition des achats en volume en 2015

Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.5 Les produits traiteurs réfrigérés

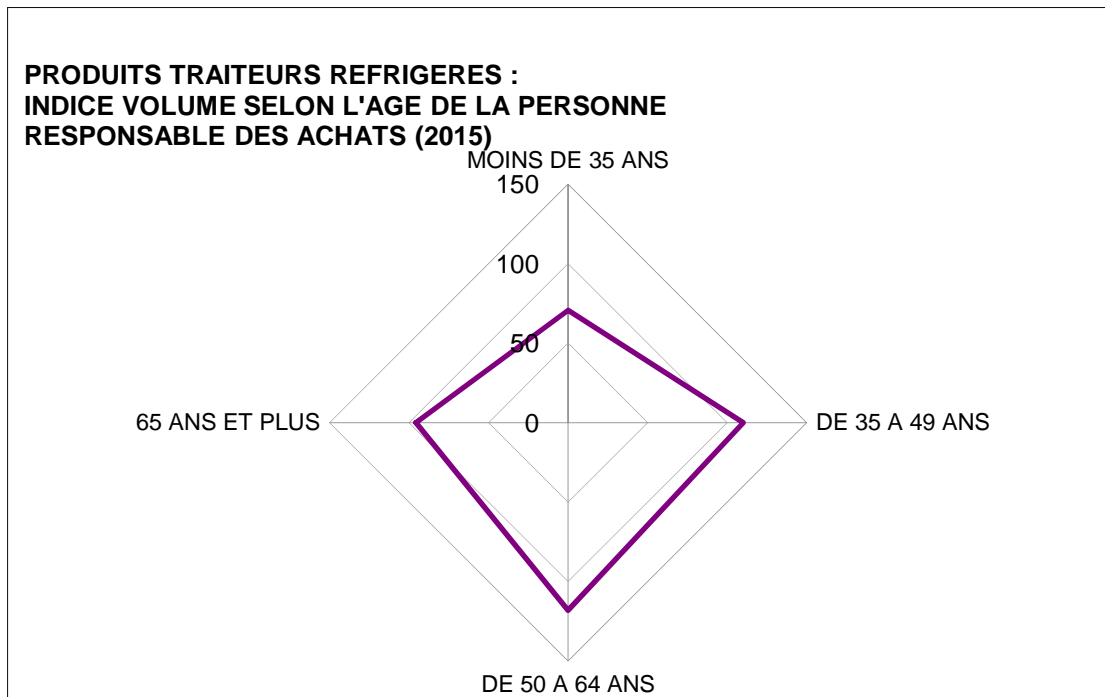
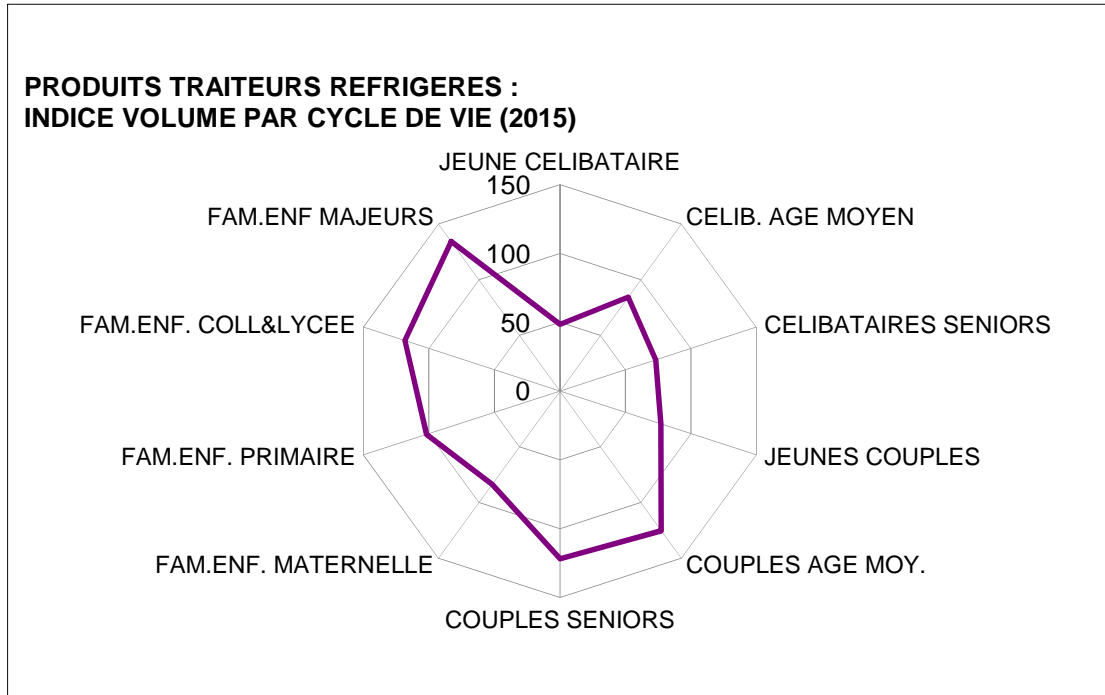
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.5 Les produits traiteurs réfrigérés

Répartition des achats en volume en 2015

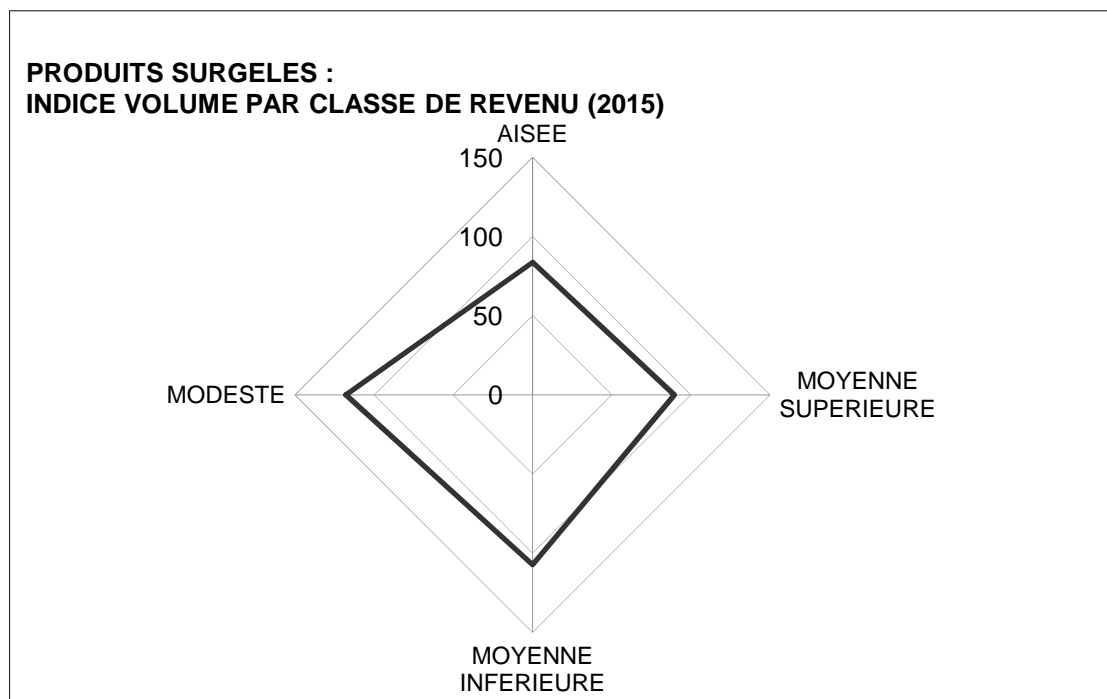
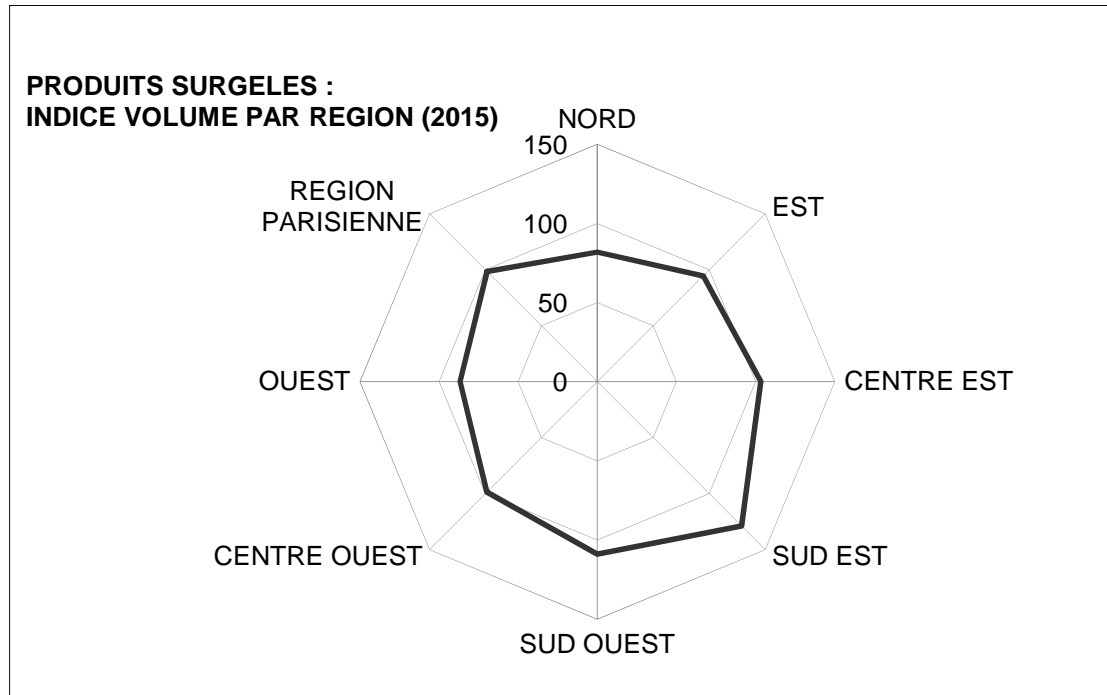
Base 100 : moyenne nationale





### 3.3.6 Les produits surgelés

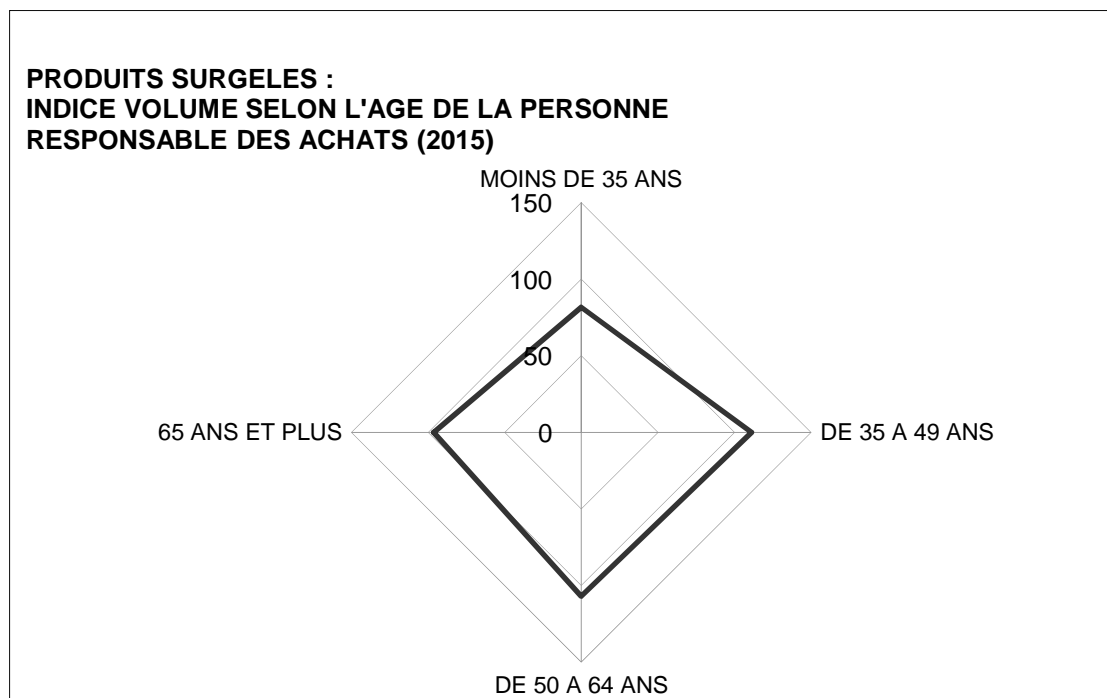
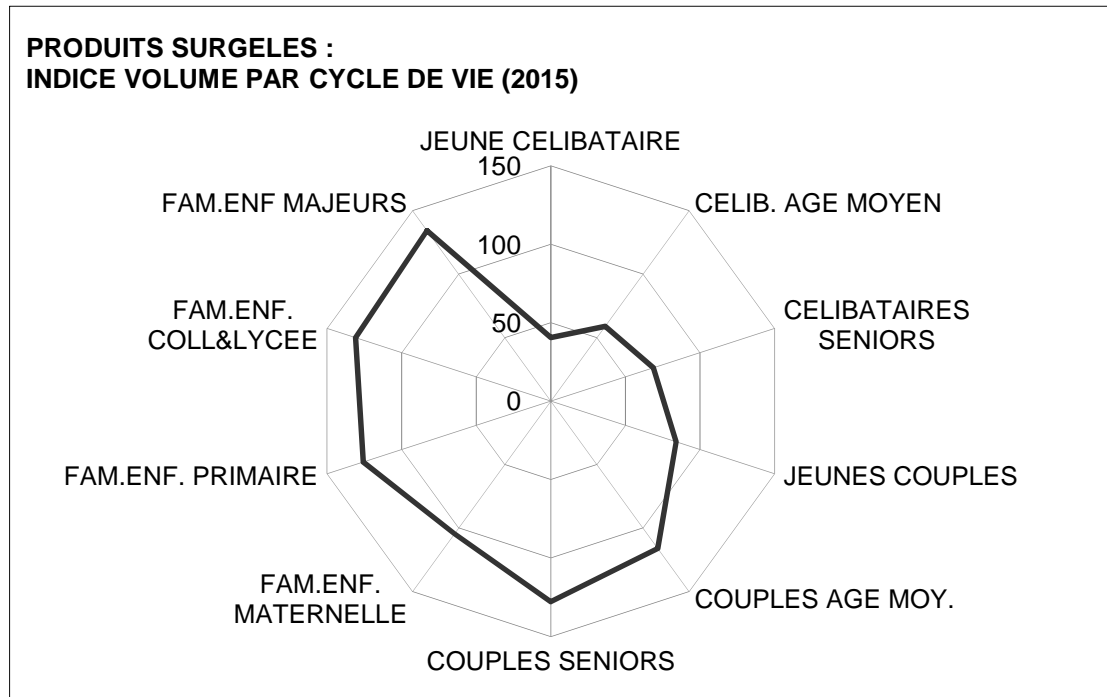
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.6 Les produits surgelés

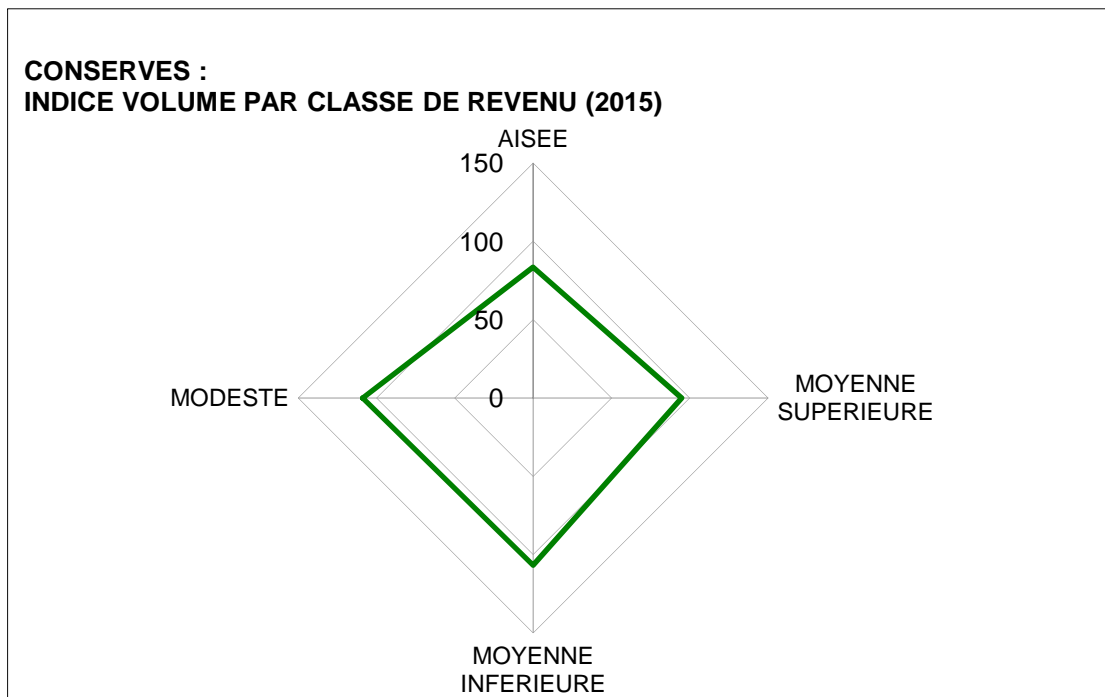
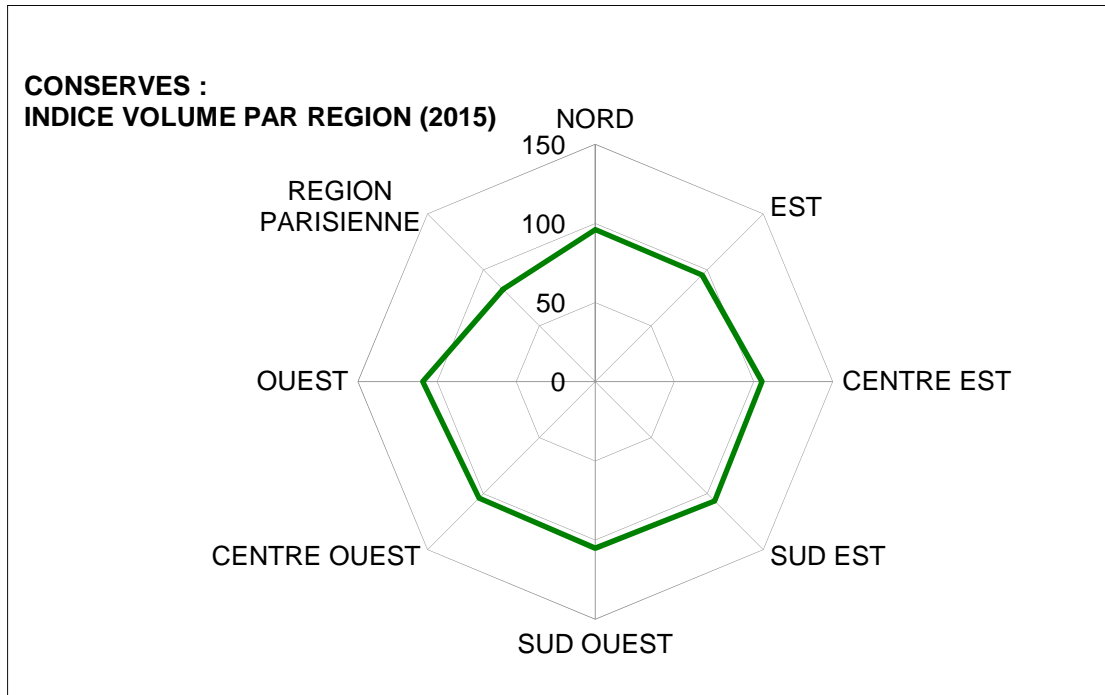
#### Répartition des achats en volume en 2015

Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.7 Les conserves

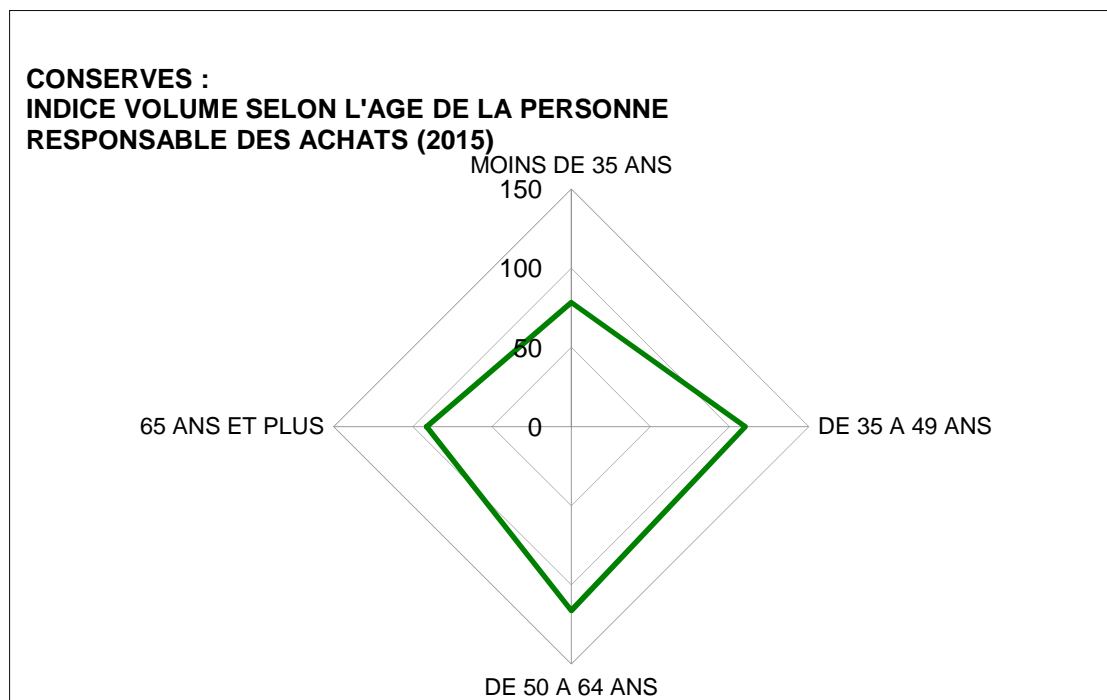
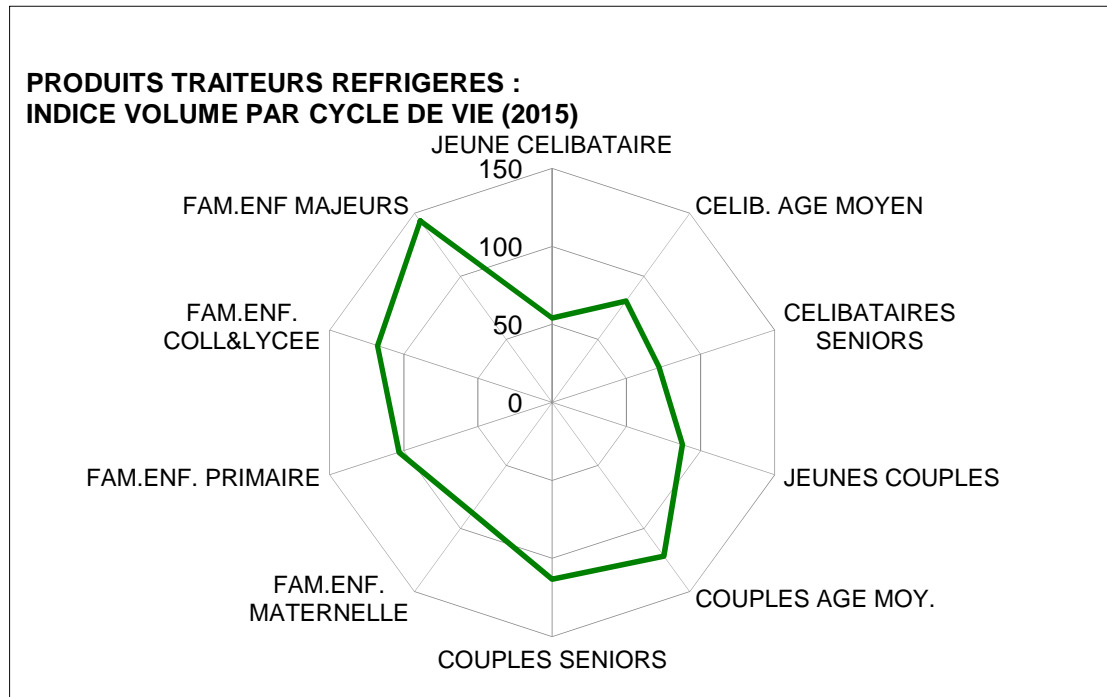
Répartition des achats en volume en 2015  
Base 100 : moyenne nationale



### 3.3.7 Les conserves

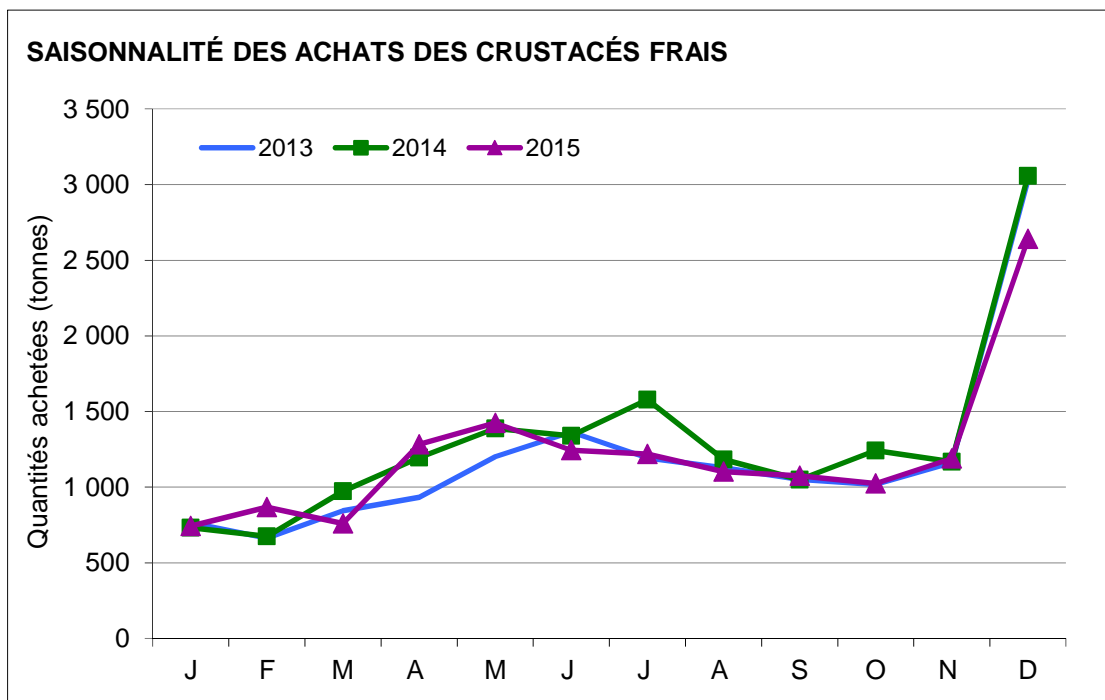
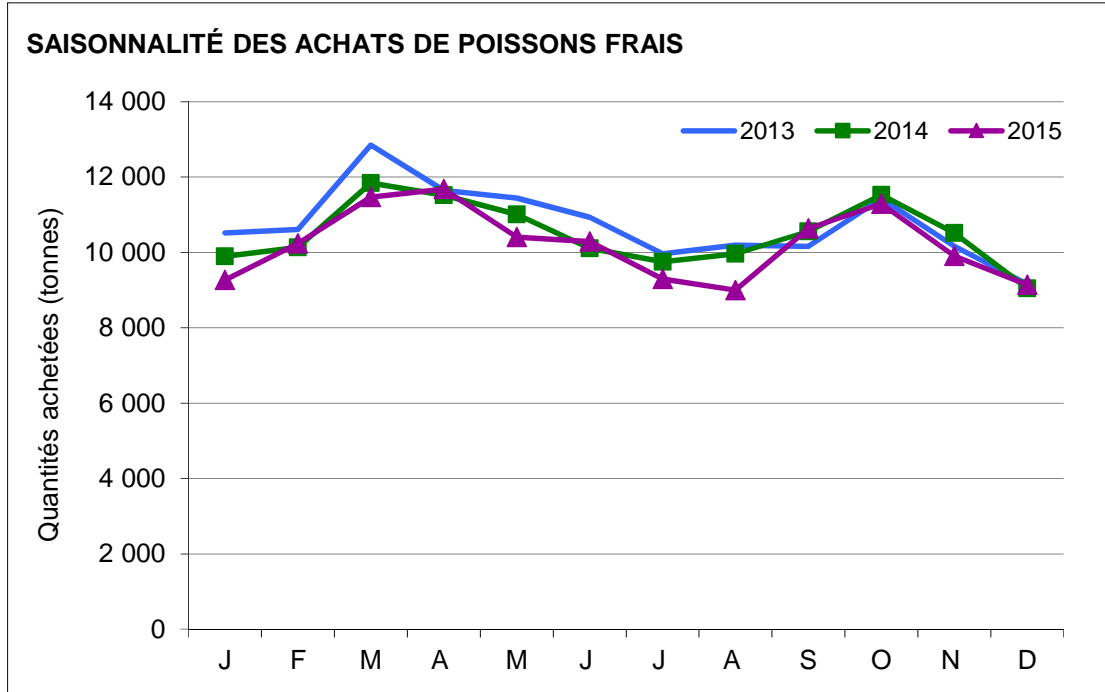
#### Répartition des achats en volume en 2015

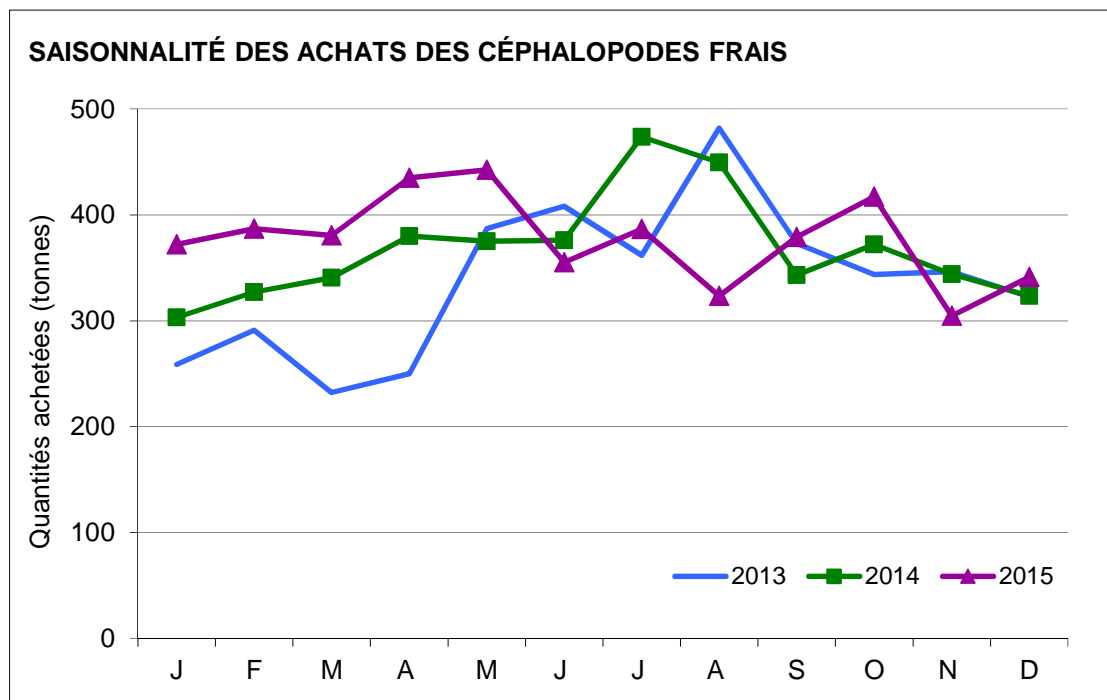
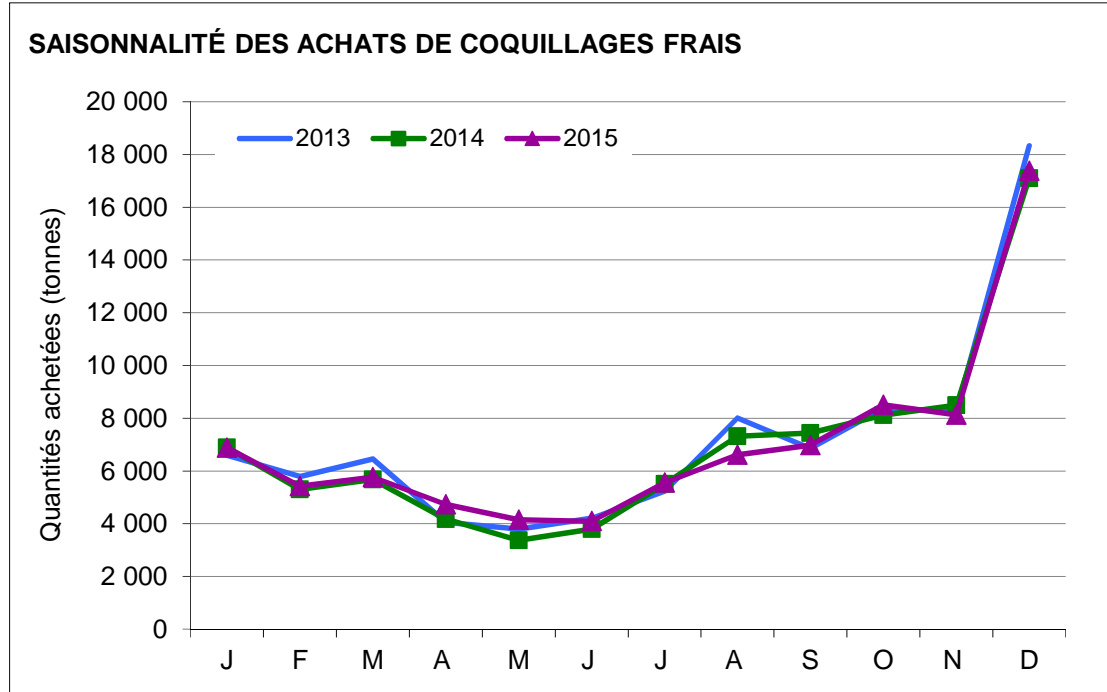
Base 100 : moyenne nationale



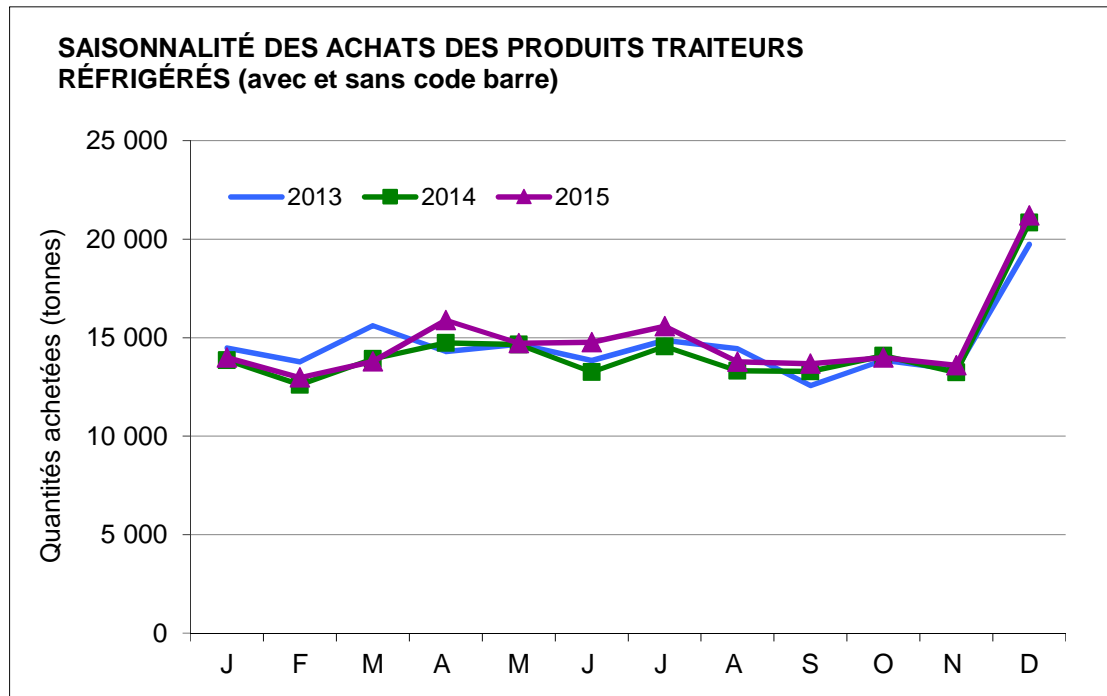
### 3.4 Saisonnalité par type de produits

#### 3.4.1 Les produits frais

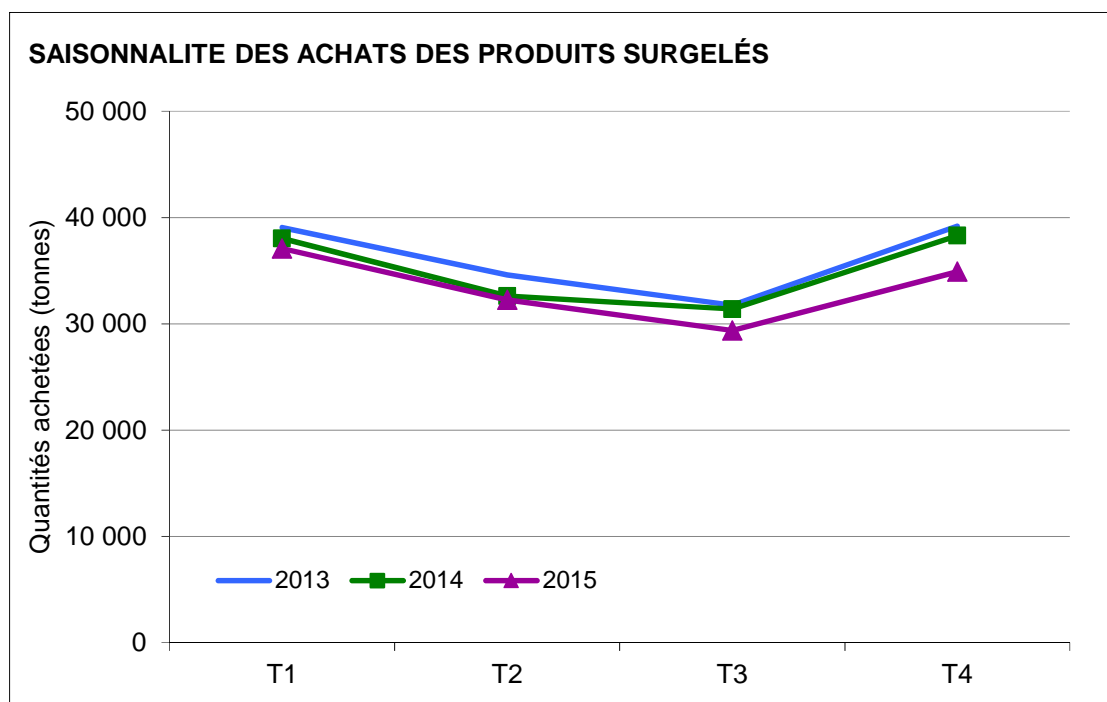




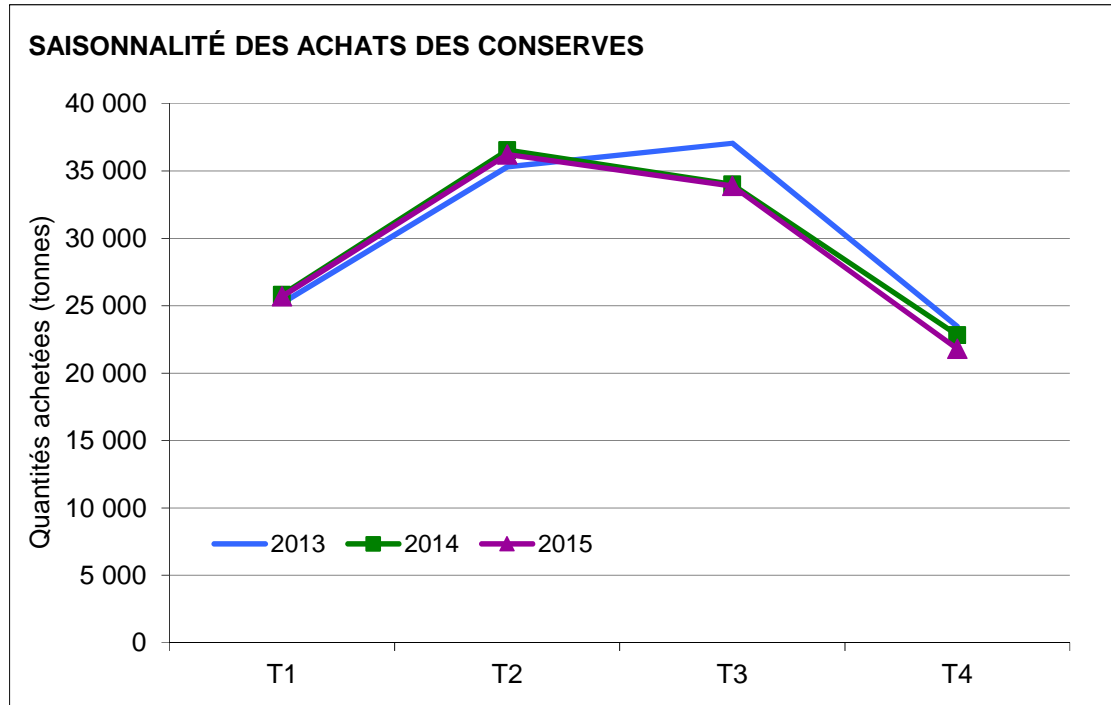
### 3.4.2 Les produits traiteurs réfrigérés



### 3.4.3 Les produits surgelés



### 3.4.4 Les conserves





Focus par espèce /

*source Kantar worldpanel*





## BAR (LOUP)

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	7 210	6 190	1 980	11 420	62%

\* estimation pour 2015

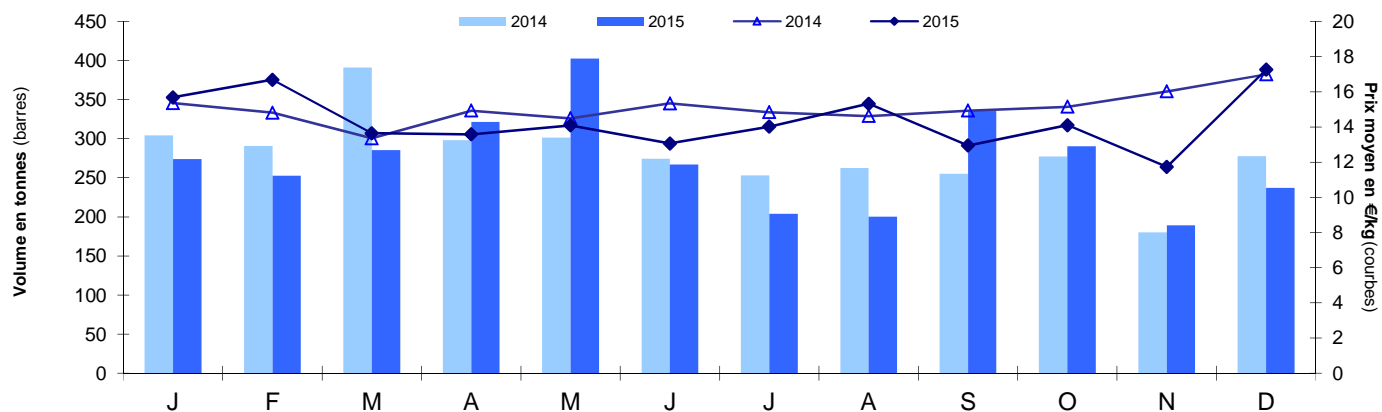
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>BAR FRAIS</b>	<b>14,3</b>	<b>-4,4</b>	<b>3 258</b>	<b>-3,1</b>	<b>46 658</b>	<b>-7,4</b>	<b>10,4</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### BAR FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

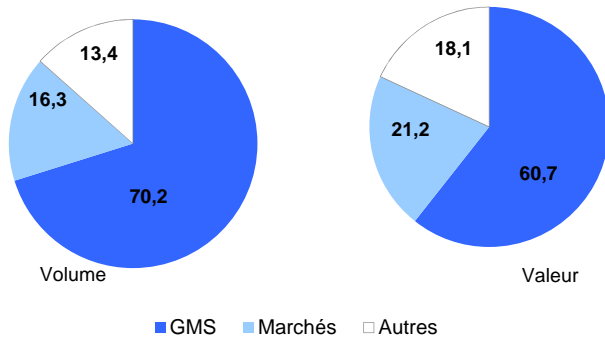


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## BAR (LOUP)

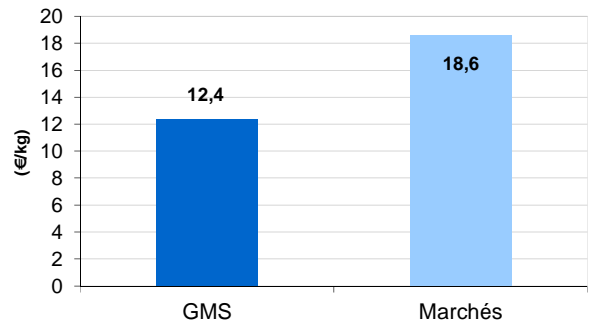
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**BAR FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



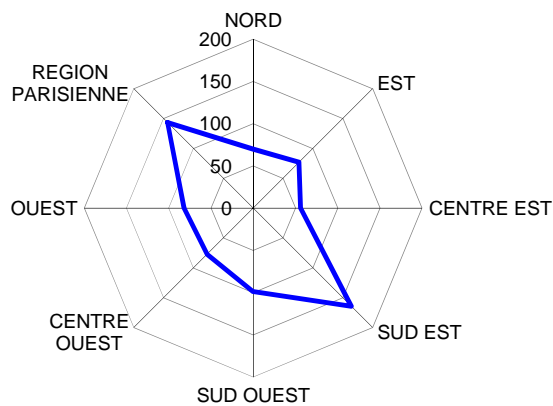
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAR FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



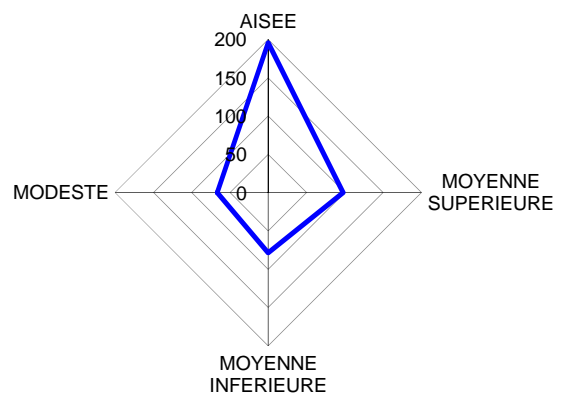
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAR FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



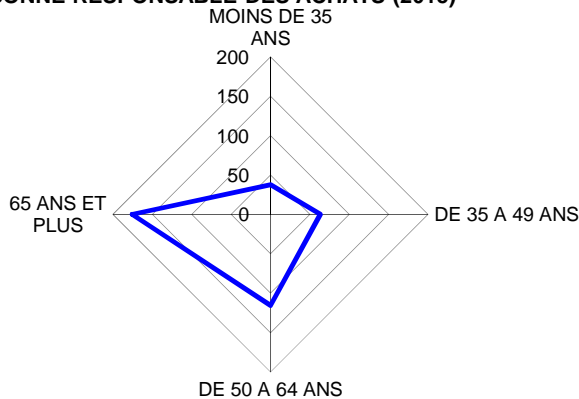
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAR FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



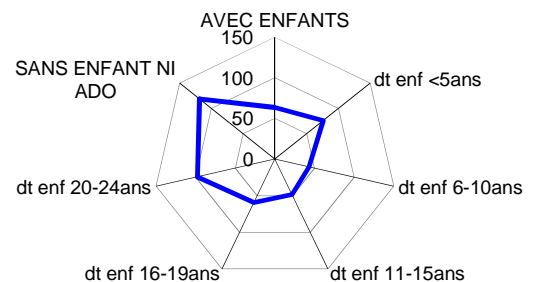
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAR FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAR FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRESENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## BAUDROIE (LOTTE)

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	23 170	7 200	3 650	26 720	0%

\* estimation pour 2015

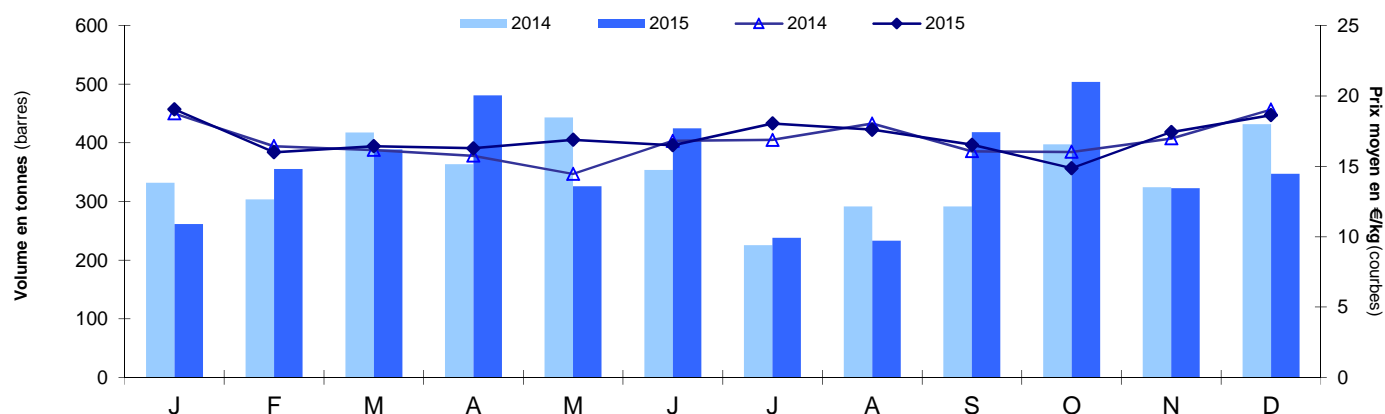
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>BAUDROIE FRAICHE</b>	<b>16,8</b>	<b>0,5</b>	<b>4 301</b>	<b>3,0</b>	<b>72 299</b>	<b>3,5</b>	<b>9,3</b>	<b>0,5</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### BAUDROIE FRAICHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

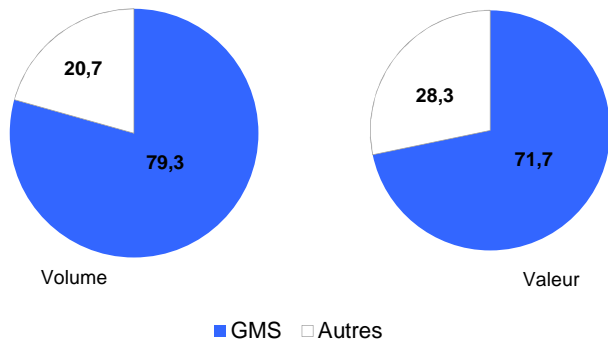


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## BAUDROIE (LOTTE)

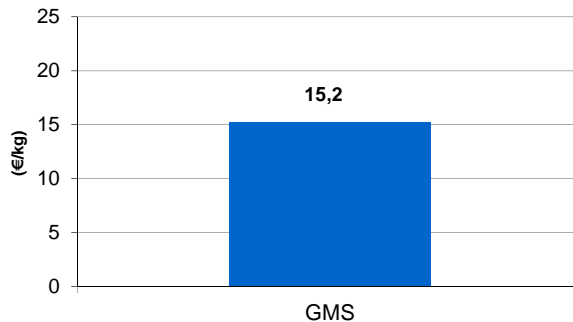
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**BAUDROIE FRAICHE :  
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



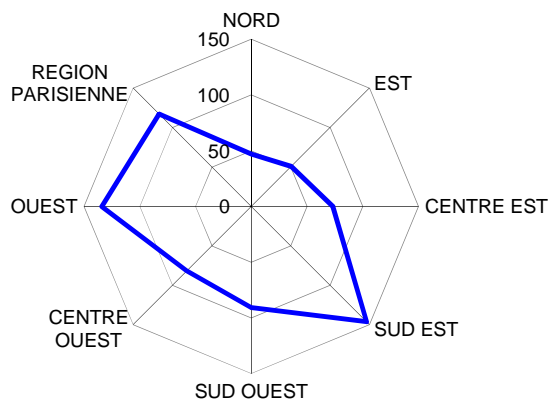
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAUDROIE FRAICHE :  
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



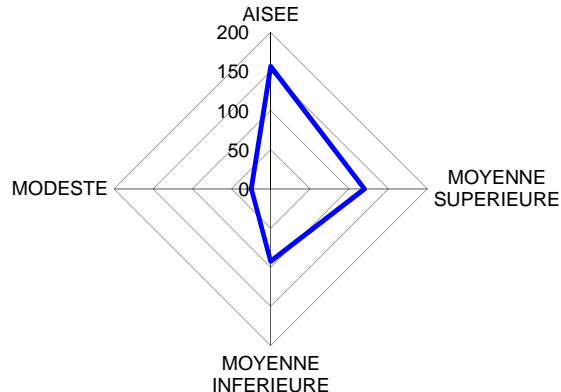
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAUDROIE FRAICHE :  
INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



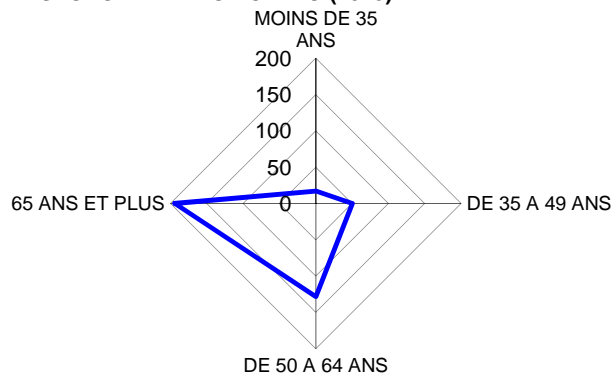
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAUDROIE FRAICHE :  
INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



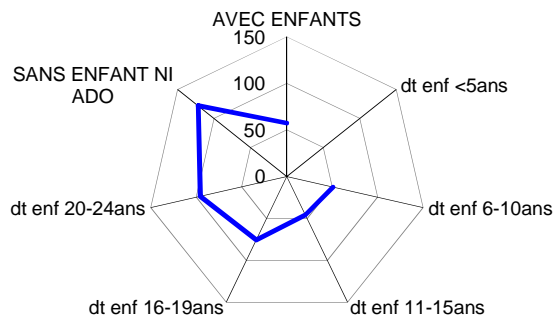
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAUDROIE FRAICHE :  
INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE  
RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**BAUDROIE FRAICHE :  
INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE  
D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CABILLAUD

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2012 à 2015	12 700	173 070	7 220	178 550	5%

\* estimation pour 2014

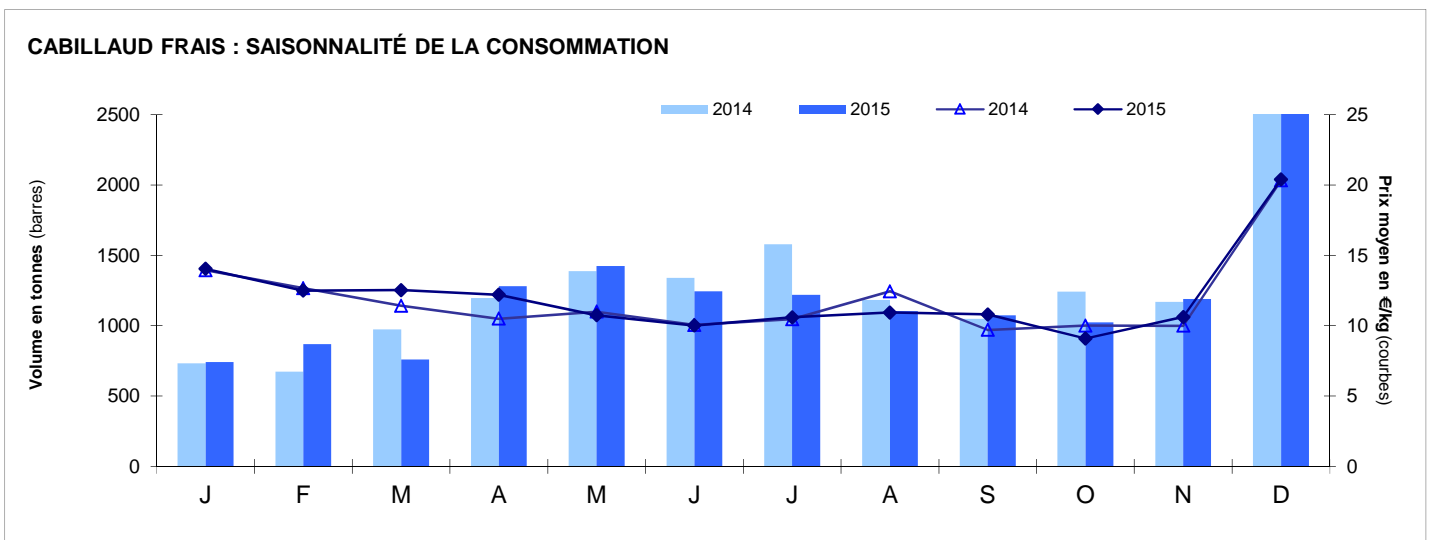
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>CABILLAUD FRAIS</b>	<b>14,9</b>	<b>4,6</b>	<b>21 609</b>	<b>-7,6</b>	<b>321 815</b>	<b>-3,4</b>	<b>39,2</b>	<b>-1,6</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ</b>	<b>11,2</b>	<b>2,6</b>	<b>3 942</b>	<b>-19,8</b>	<b>44 325</b>	<b>-17,7</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CABILLAUD SURGELÉ</b>	<b>11,5</b>	<b>0,0</b>	<b>6 642</b>	<b>-9,6</b>	<b>76 491</b>	<b>-10,5</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

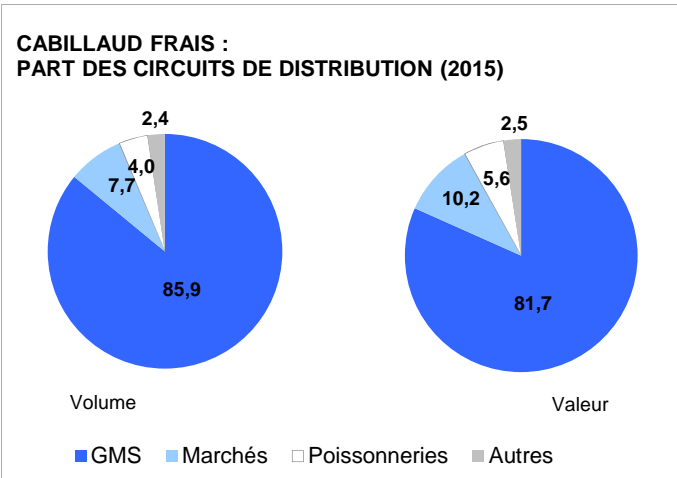
## CABILLAUD FRAIS



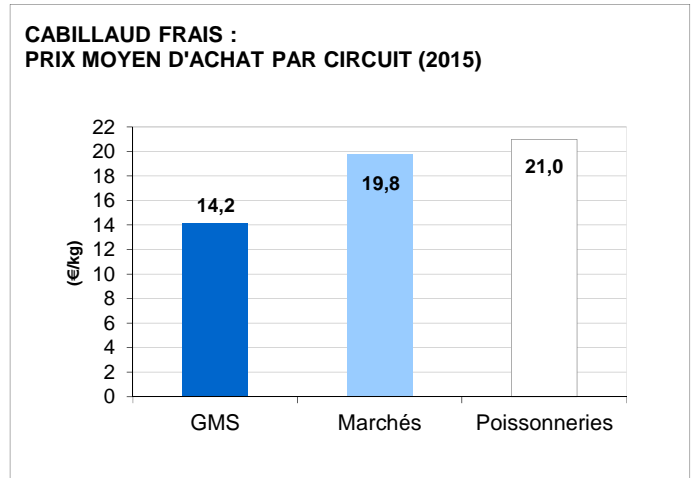
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# CABILLAUD FRAIS

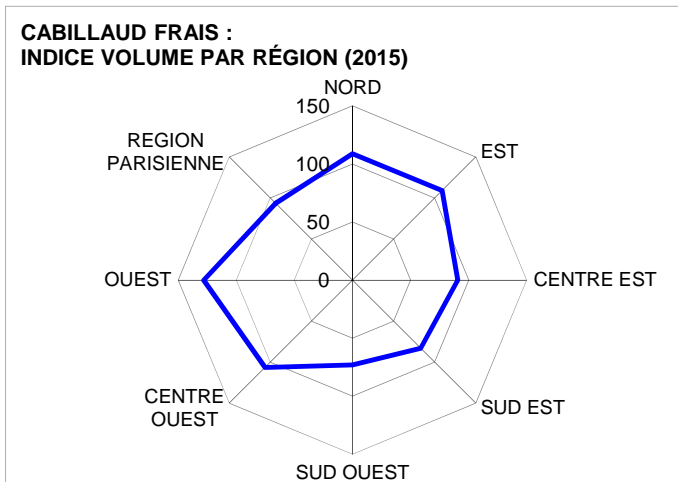
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



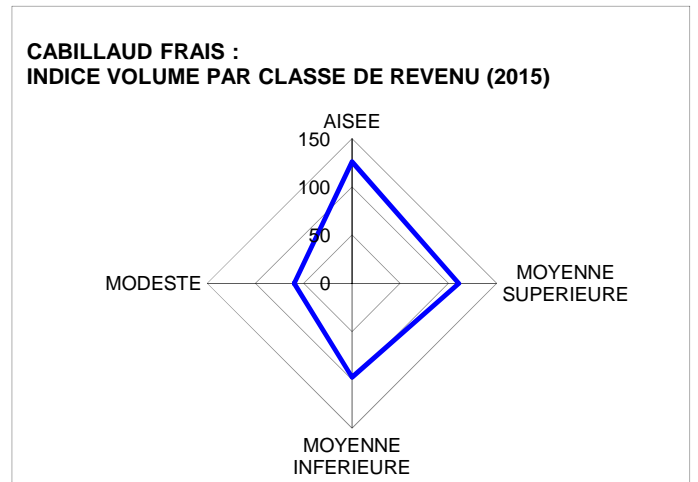
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



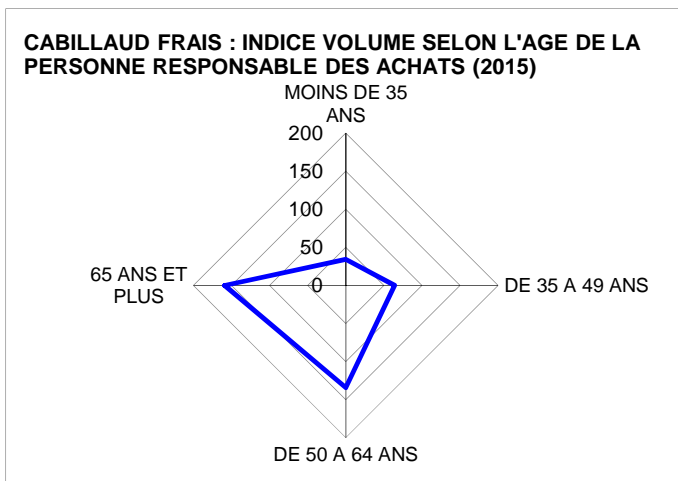
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



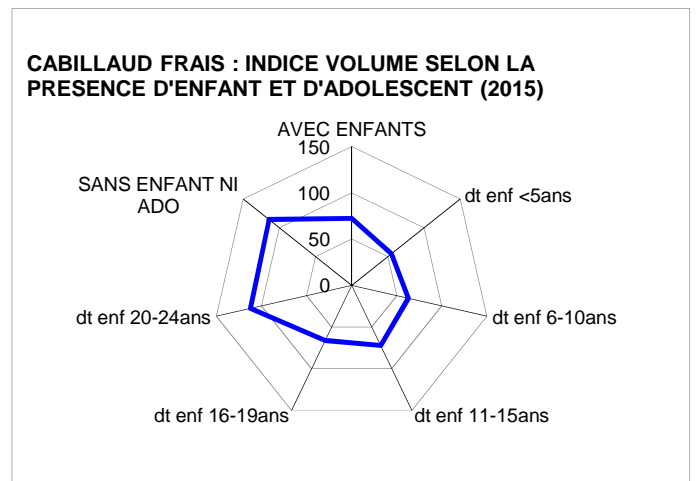
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



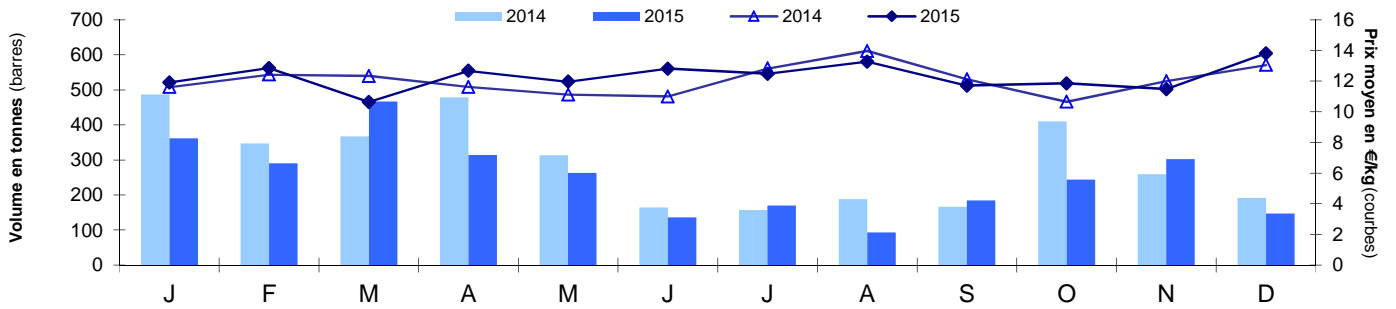
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



# CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ (Morue)

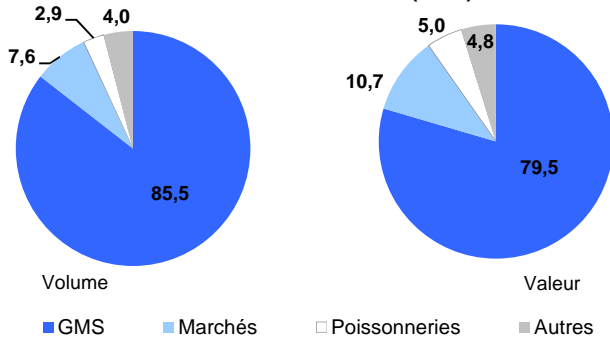
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



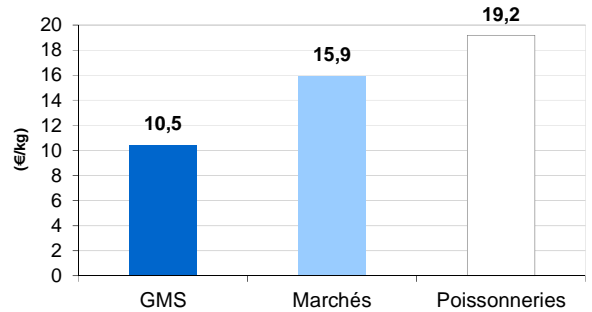
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)



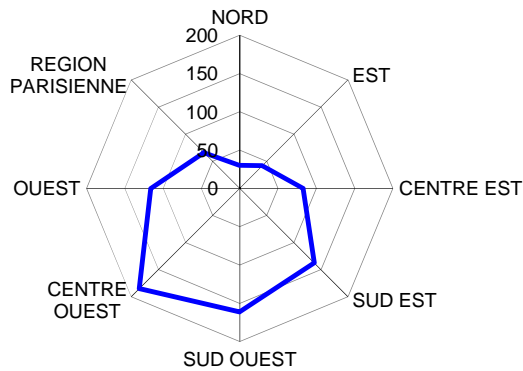
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)



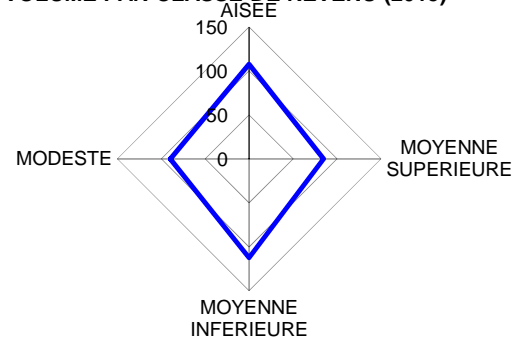
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ :



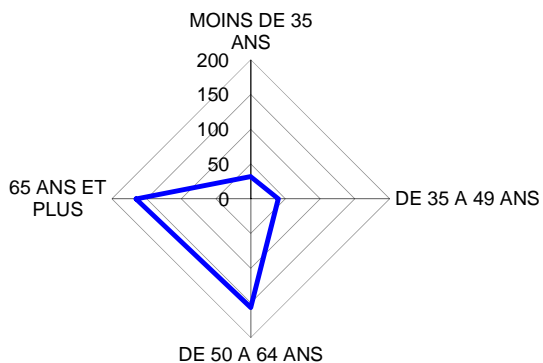
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)



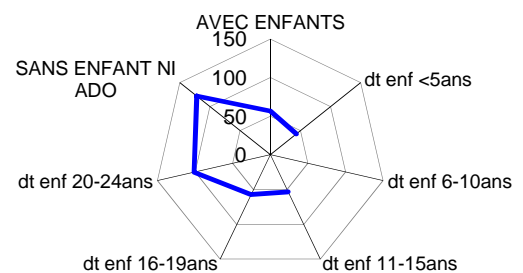
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

CABILLAUD SÉCHÉ SALÉ : INDICE VOLUME SELON LA PRESENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CÉPHALOPODES (CALMAR, POULPE, SEICHE)

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	15 950	21 920	14 310	23 560	0%

\* estimation pour 2015

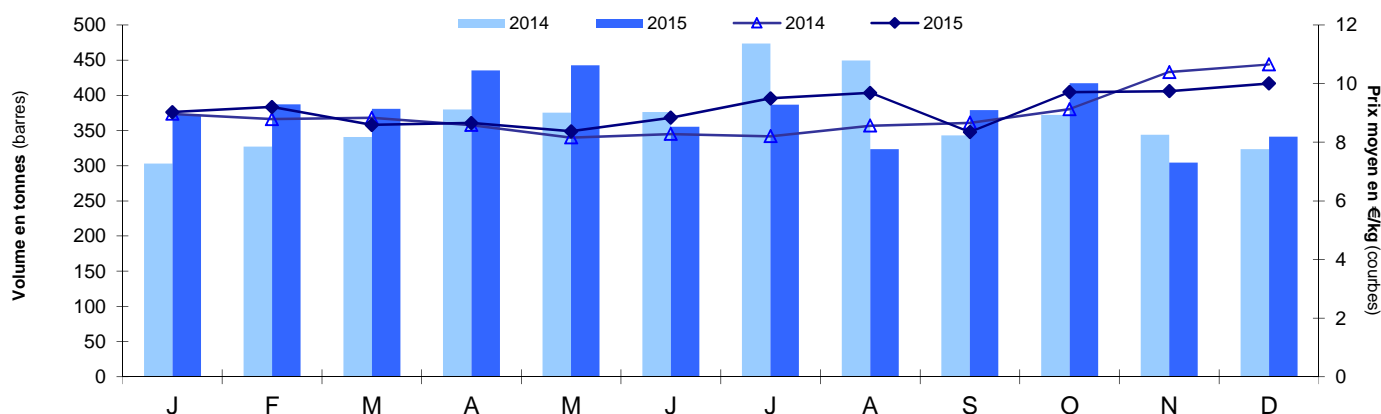
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>CÉPHALOPODES FRAIS</b>	<b>9,1</b>	<b>2,5</b>	<b>4 525</b>	<b>2,6</b>	<b>41 196</b>	<b>5,2</b>	<b>9,0</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
dont calmar	8,8	2,9	3 172	-1,2	27 995	1,6	7,2	0,1	70,1	-2,7
<b>CÉPHALOPODES SURGELÉS</b>	<b>9,2</b>	<b>6,7</b>	<b>2 882</b>	<b>3,0</b>	<b>26 545</b>	<b>9,9</b>	<b>8,7</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### CÉPHALOPODES FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

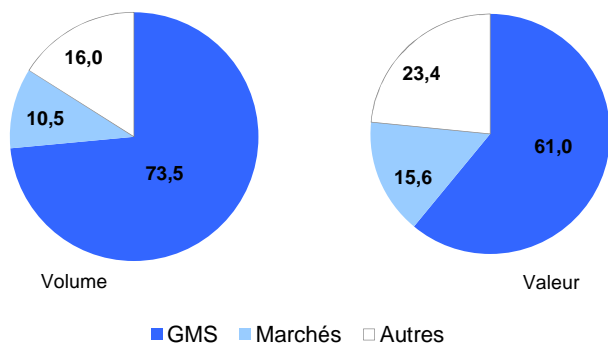


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CÉPHALOPODES (CALMAR, POULPE, SEICHE)

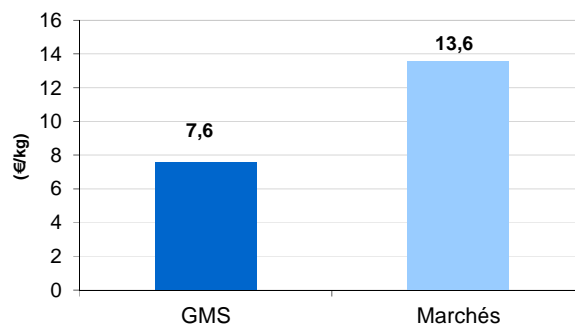
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**CÉPHALOPODES FRAIS :  
PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



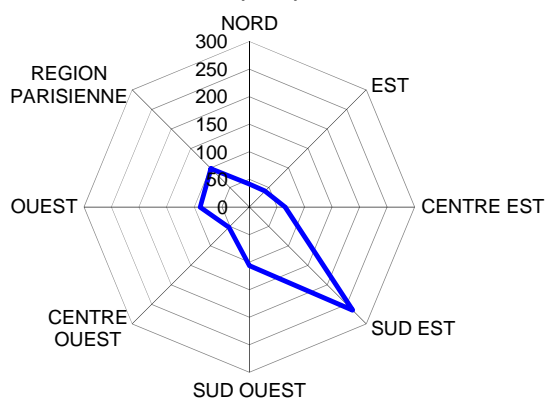
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CÉPHALOPODES FRAIS :  
PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



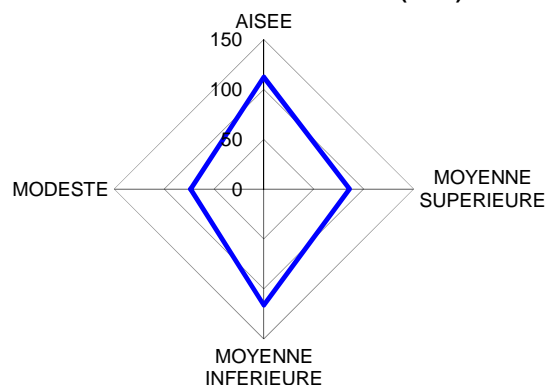
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CÉPHALOPODES FRAIS :  
INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



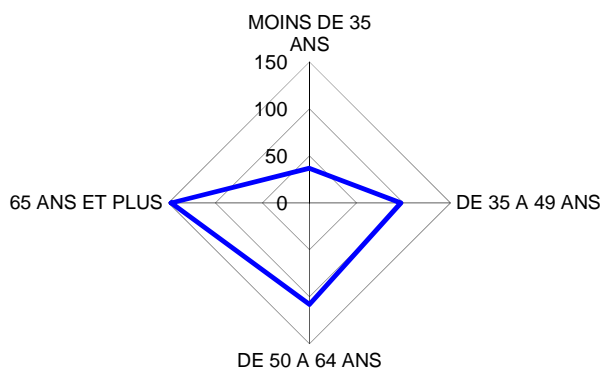
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CÉPHALOPODES FRAIS :  
INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



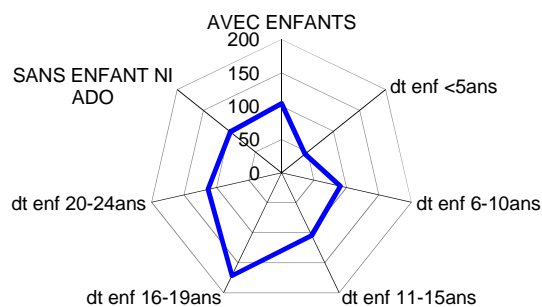
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CÉPHALOPODES FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE  
LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CÉPHALOPODES FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA  
PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CREVETTES

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	500	136 780	16 300	120 980	70%

\* estimation pour 2015

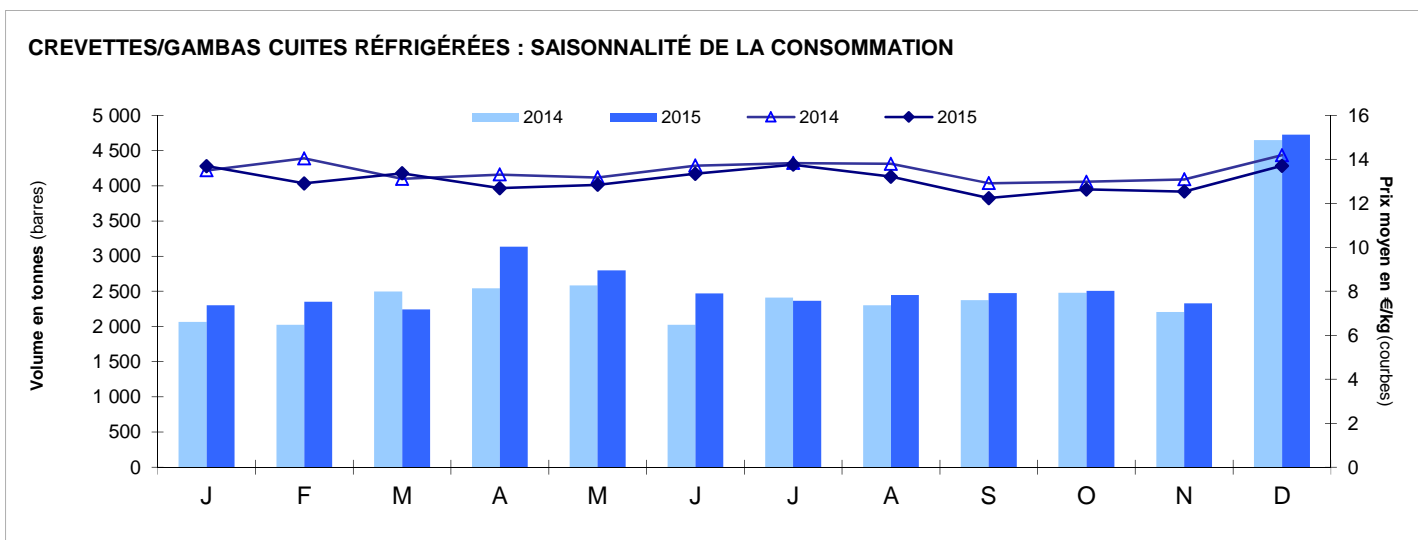
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>CREVETTES/GAMBAS CRUES</b>	<b>13,6</b>	<b>-4,9</b>	<b>1 842</b>	<b>3,6</b>	<b>24 982</b>	<b>-1,5</b>	<b>8,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CREVETTES GRISES CRUES</b>	<b>15,6</b>	<b>-3,2</b>	<b>257</b>	<b>-14,8</b>	<b>4 020</b>	<b>-17,5</b>	<b>1,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES</b>	<b>13,1</b>	<b>-3,0</b>	<b>32 143</b>	<b>6,6</b>	<b>421 213</b>	<b>3,4</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
dont sans code barre	11,9	-4,0	25 052	5,7	297 097	1,5	46,4	1,0	77,9	-0,6
dont avec code barre	17,5	-1,3	7 091	9,7	124 115	8,3	32,6	2,0	22,1	0,6
<b>CREVETTES SURGELÉES</b>	<b>17,3</b>	<b>7,6</b>	<b>6 375</b>	<b>0,4</b>	<b>110 061</b>	<b>8,0</b>	<b>22,8</b>	<b>-1,0</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES

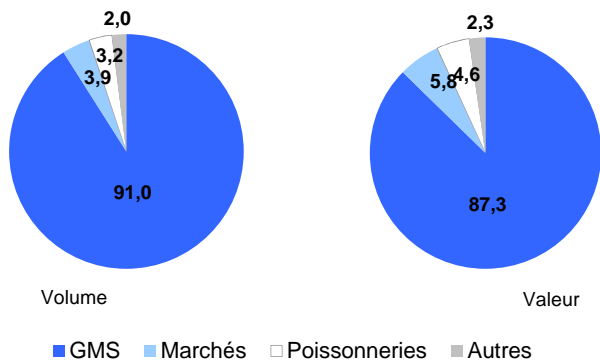


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES

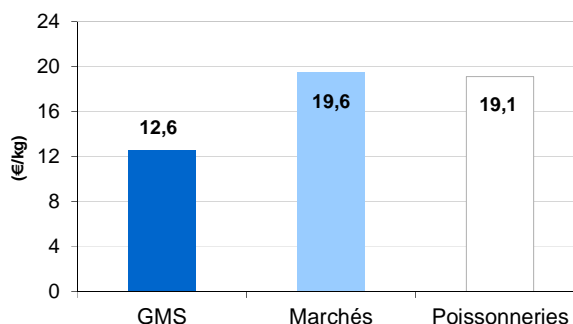
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



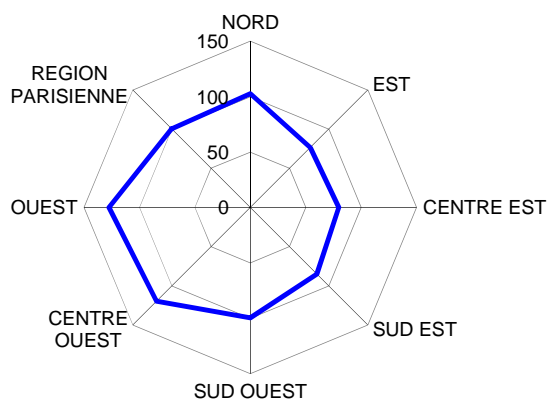
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



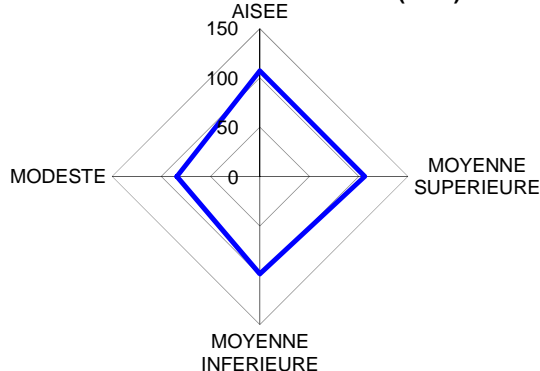
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : INDICE VOLUME PAR REGION (2015)**



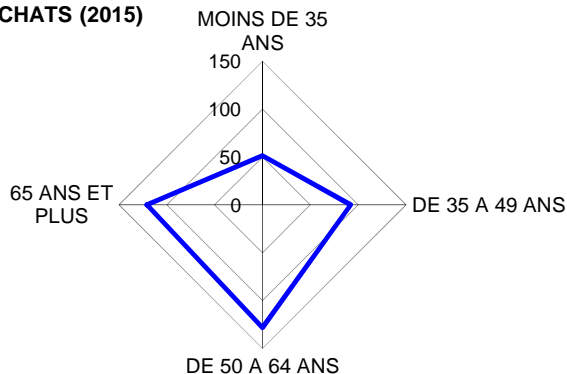
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



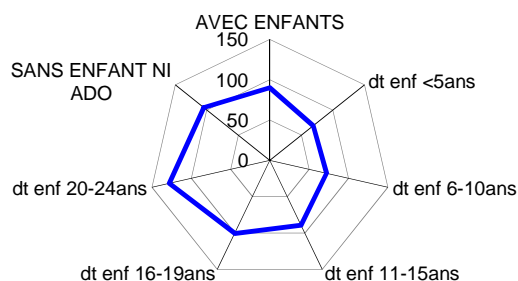
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

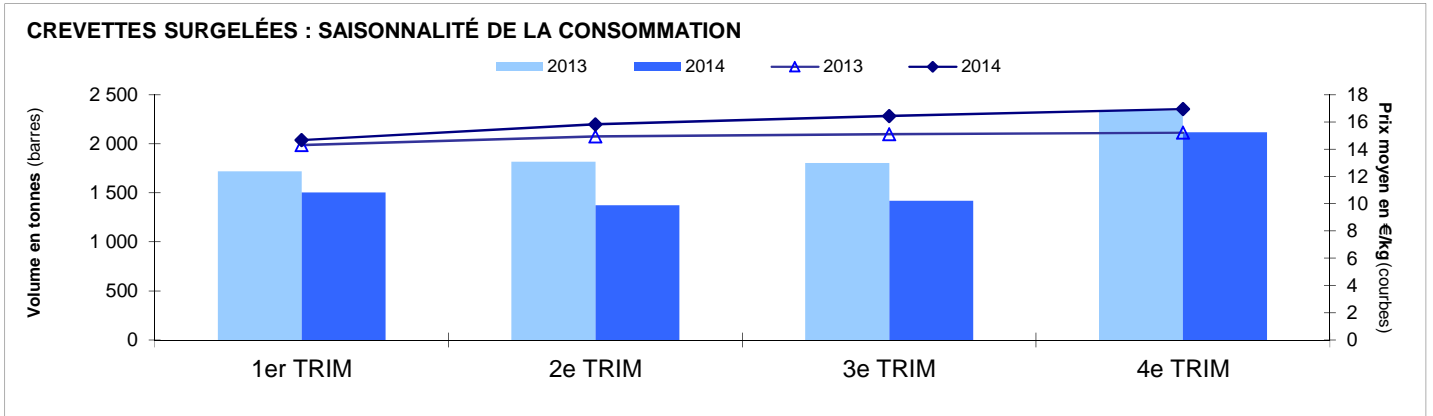
**CREVETTES/GAMBAS CUITES RÉFRIGÉRÉES : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



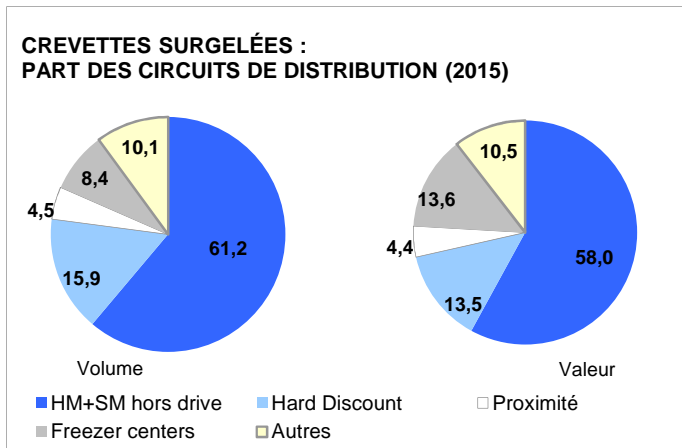
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# CREVETTES SURGELÉES

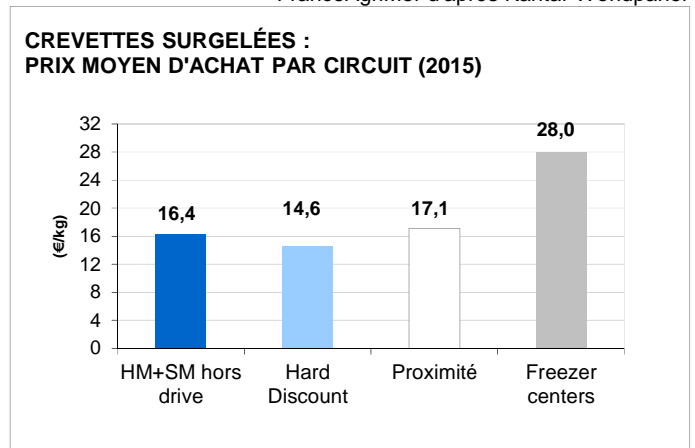
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



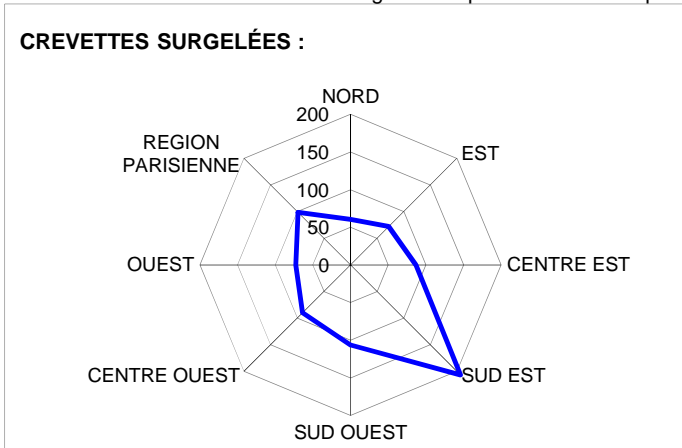
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



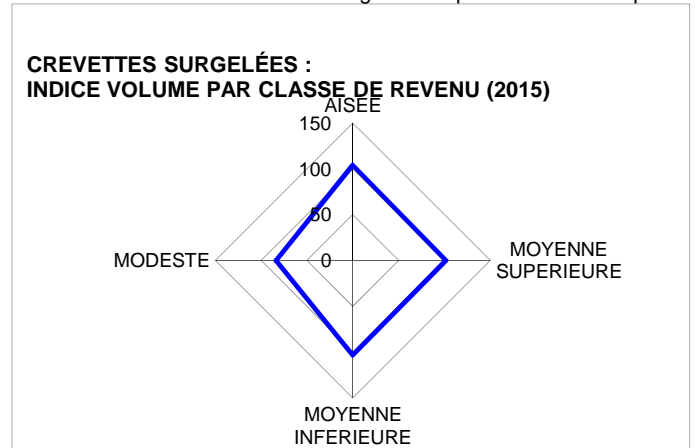
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



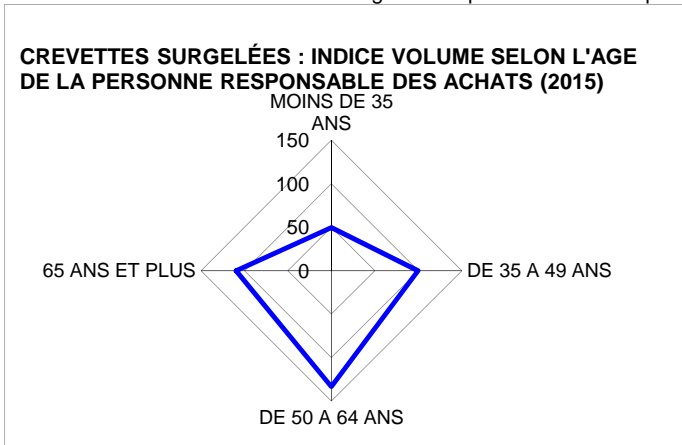
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



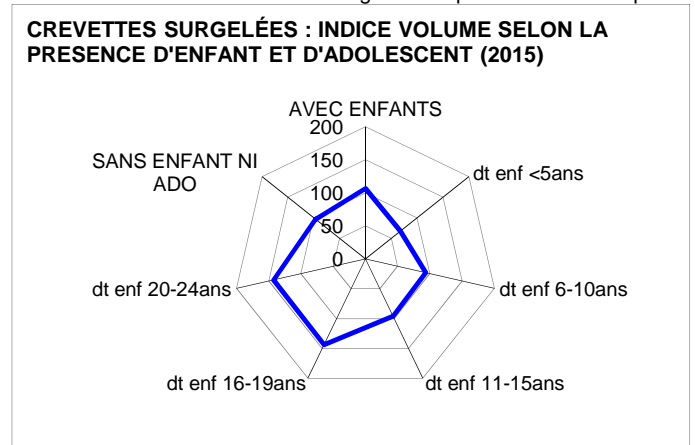
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## ÉGLEFIN

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	7 600	8 400	400	15 600	0%

\* estimation pour 2015

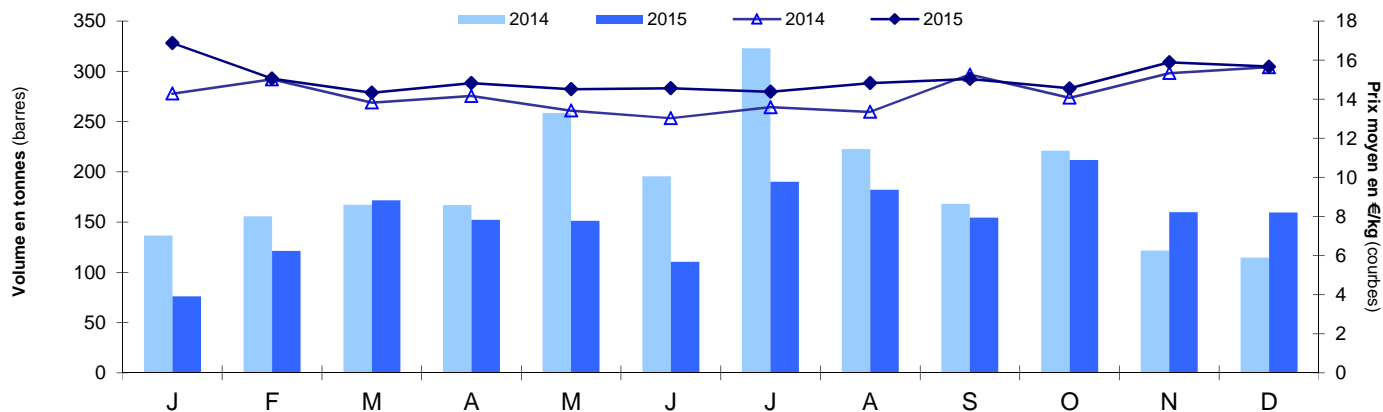
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>EGLEFIN FRAIS</b>	<b>14,9</b>	<b>6,2</b>	<b>1 841</b>	<b>-18,2</b>	<b>27 516</b>	<b>-13,2</b>	<b>9,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>EGLEFIN FUME (Haddock)</b>	<b>22,7</b>	<b>6,6</b>	<b>586</b>	<b>-2,5</b>	<b>13 315</b>	<b>4,0</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### EGLEFIN FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

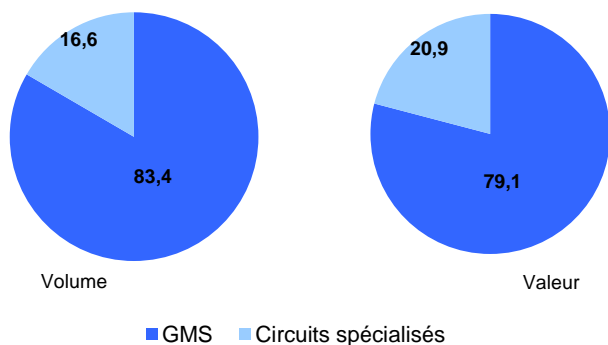


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# ÉGLEFIN

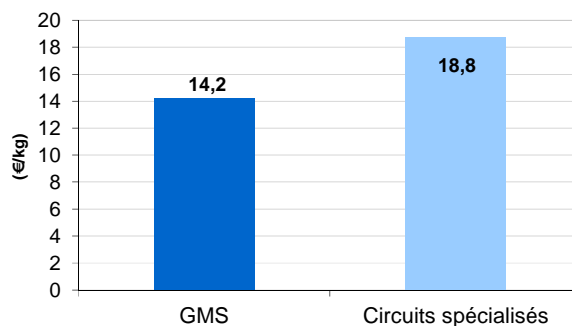
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**EGLEFIN FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



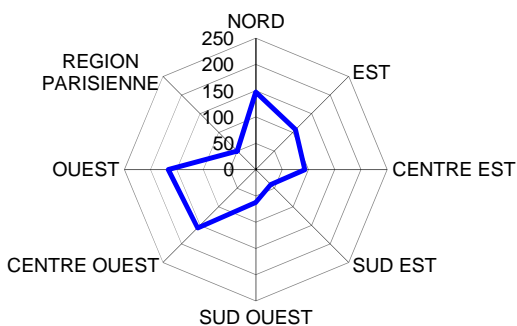
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**EGLEFIN FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



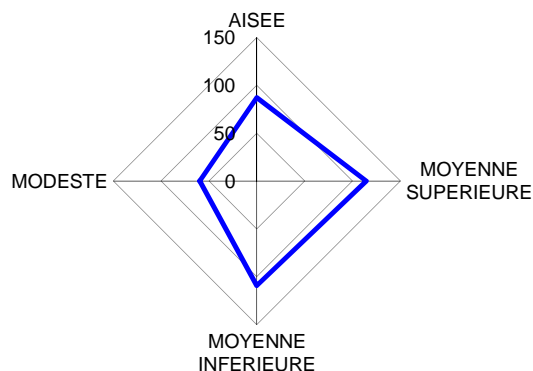
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**EGLEFIN FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



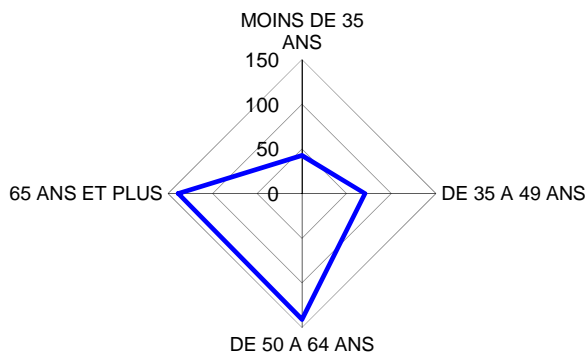
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**EGLEFIN FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



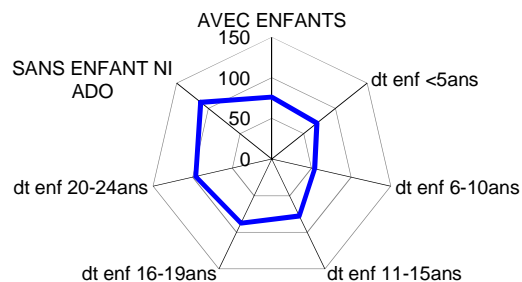
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**EGLEFIN FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**EGLEFIN FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



## HARENG

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	36 730	20 840	1 510	56 060	0%

\* estimation pour 2015

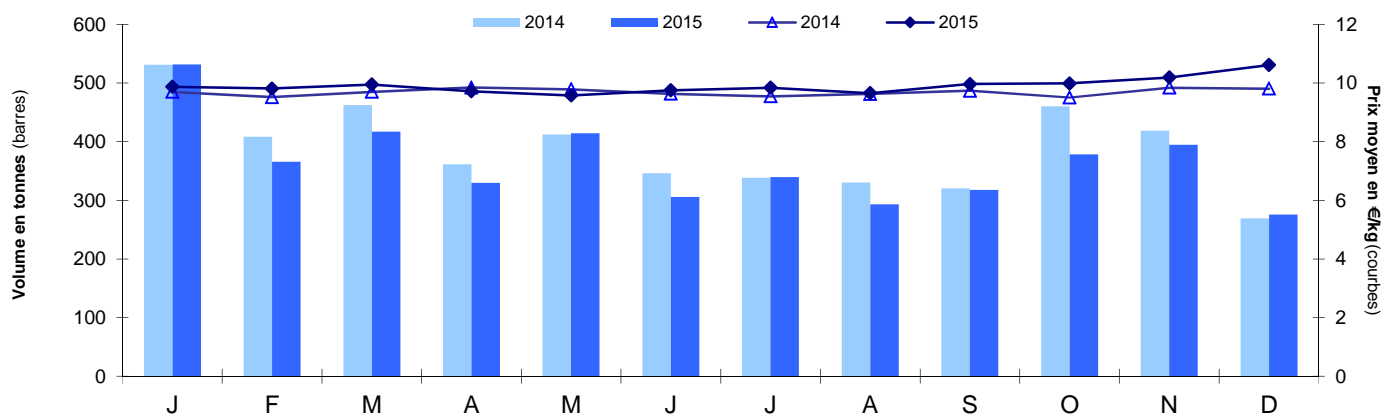
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>HARENG FUMÉ</b>	<b>9,9</b>	<b>1,8</b>	<b>4 932</b>	<b>-4,0</b>	<b>48 750</b>	<b>-2,2</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

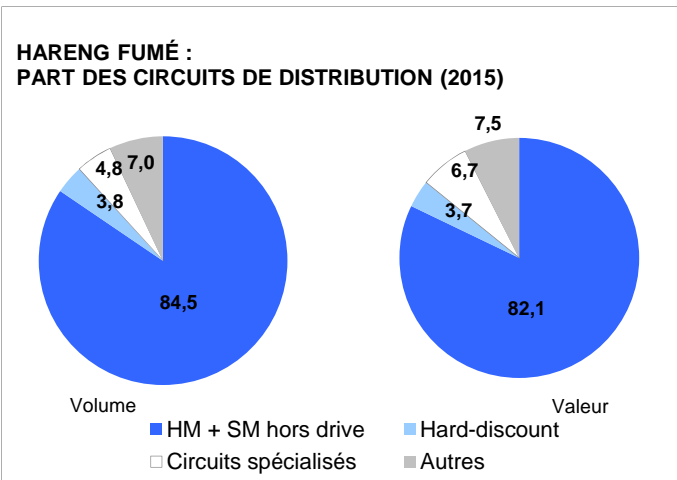
### HARENG FUMÉ : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



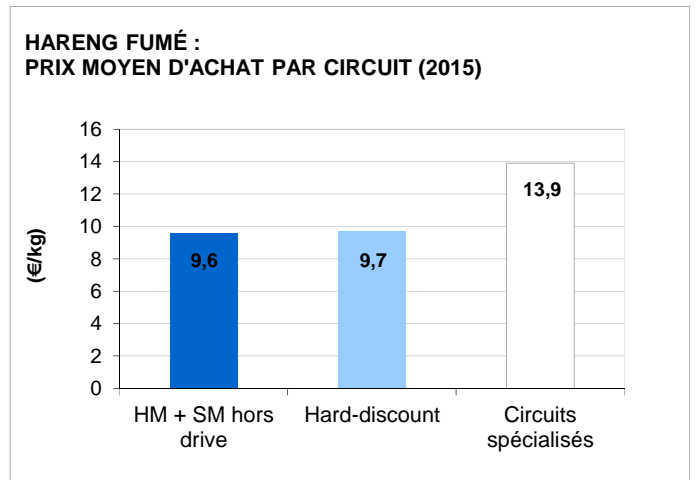
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# HARENG

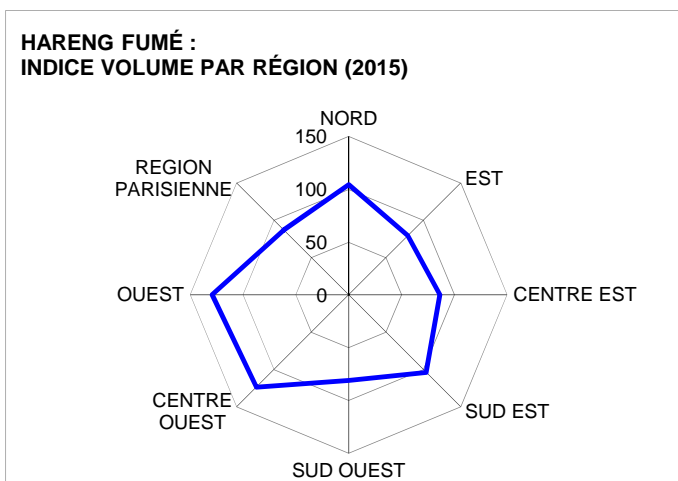
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



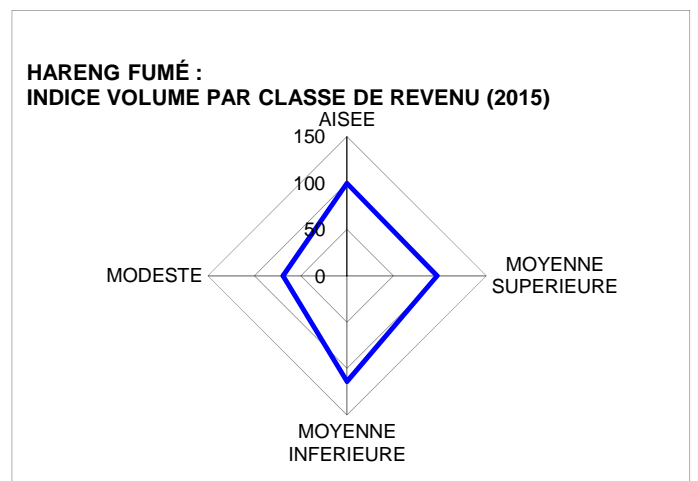
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



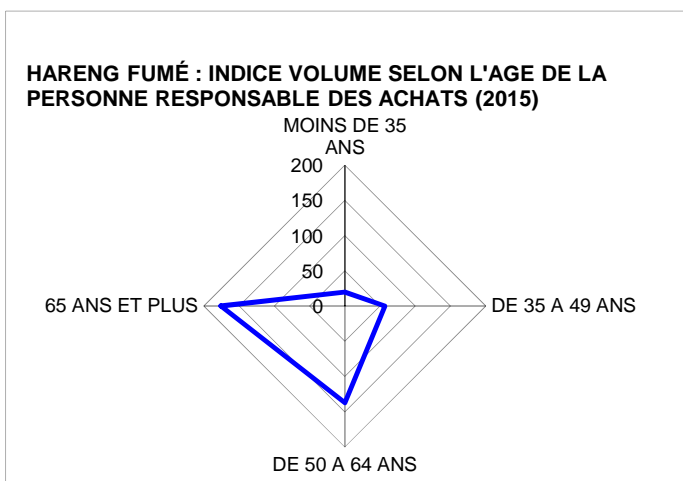
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



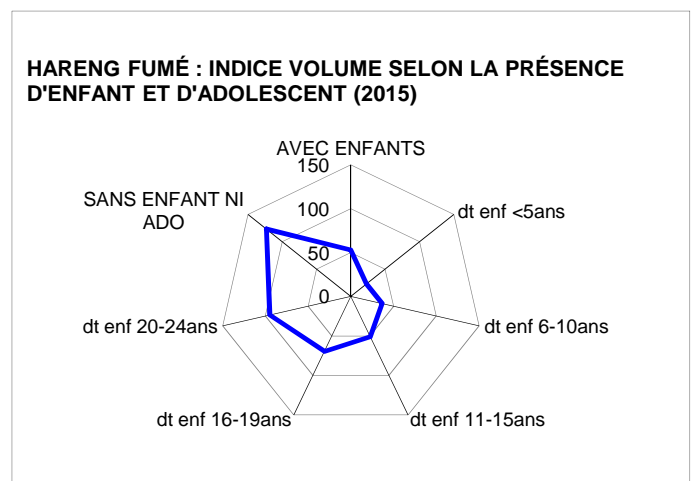
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# HUÎTRE

## BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	77 110	5 980	8 960	74 130	100%

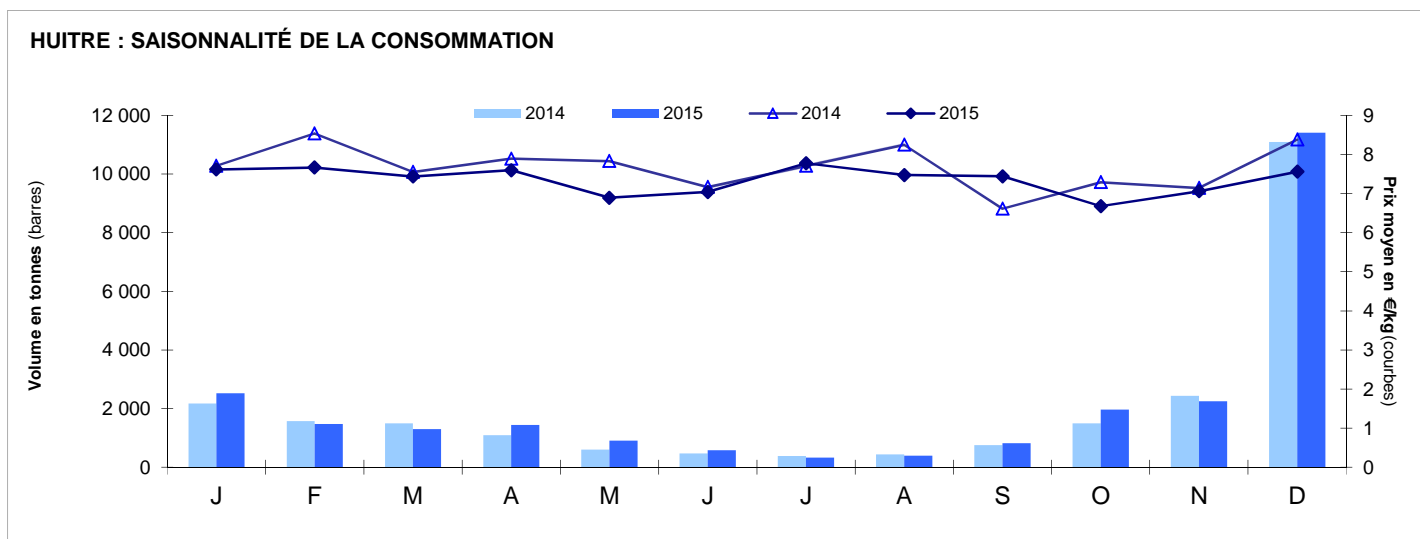
\* estimation pour 2015

FranceAgriMer

## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
HUITRE	7,4	-6,9	25 415	6,5	188 326	-0,9	18,6	0,0	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

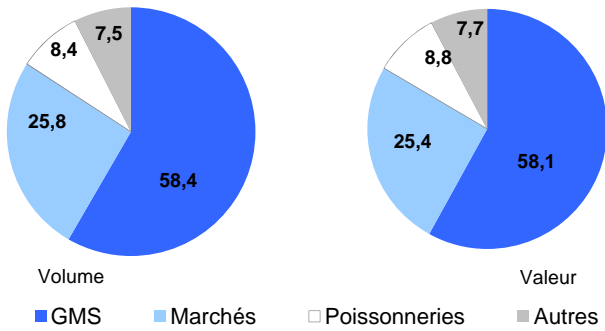


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# HUÎTRE

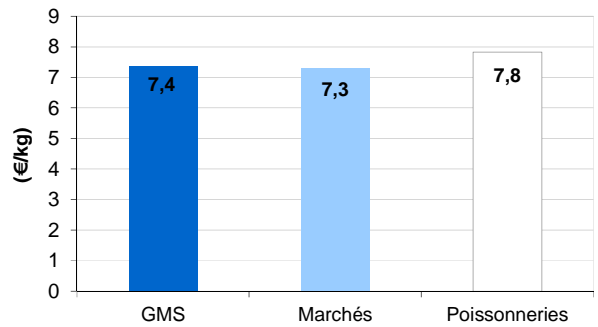
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**HUITRE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



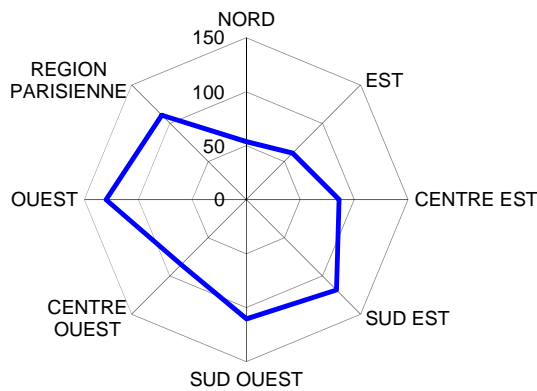
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**HUITRE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



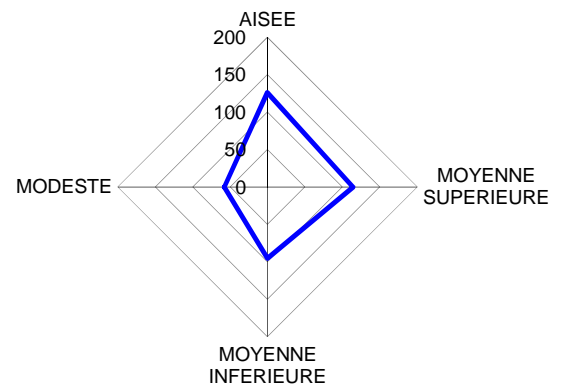
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**HUITRE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



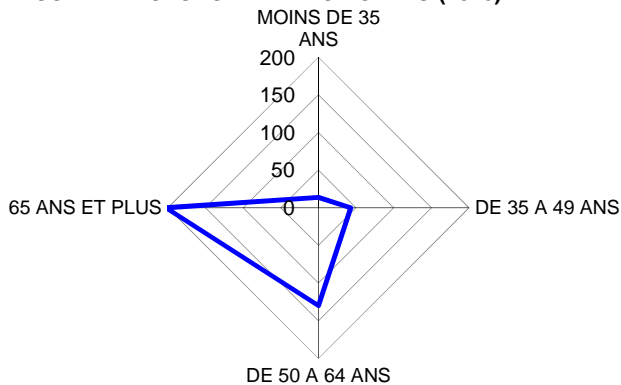
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**HUITRE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



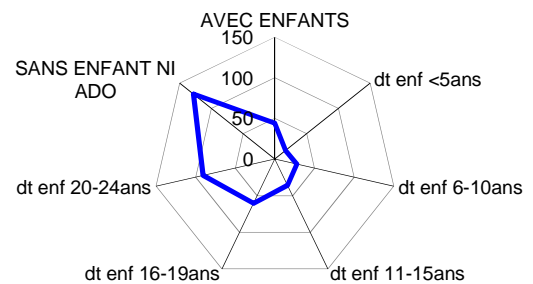
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**HUITRE : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**HUITRE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

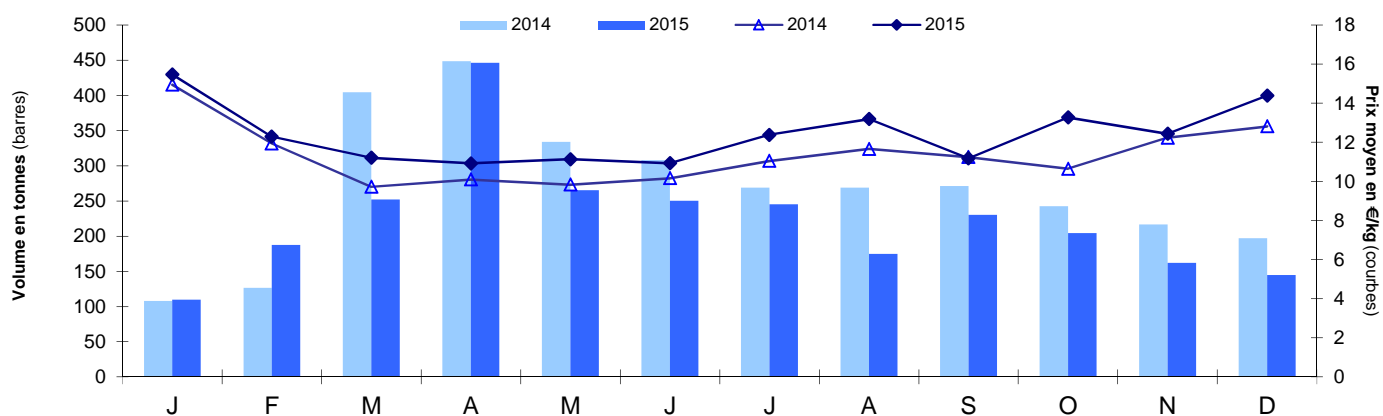
# JULIENNE

## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>JULIENNE FRAÎCHE</b>	<b>12,0</b>	<b>10,0</b>	<b>2 673</b>	<b>-16,3</b>	<b>32 112</b>	<b>-8,0</b>	<b>10,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### JULIENNE FRAÎCHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

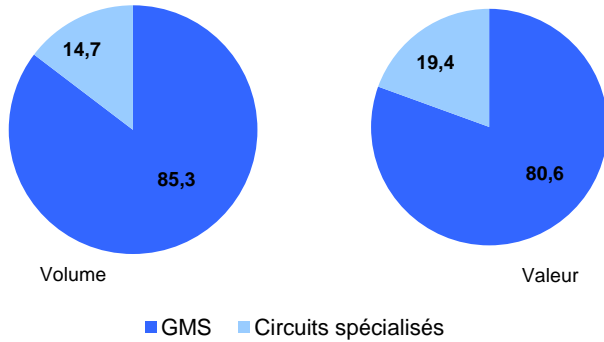


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# JULIENNE

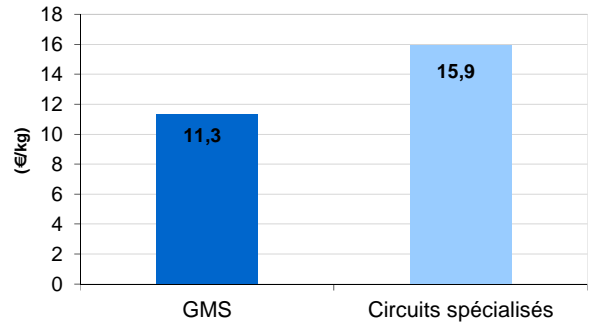
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**JULIENNE FRAÎCHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



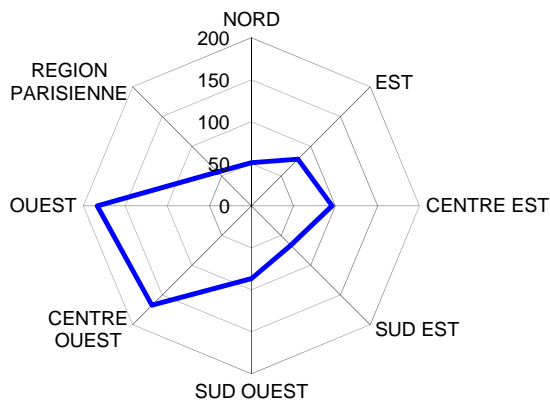
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**JULIENNE FRAÎCHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



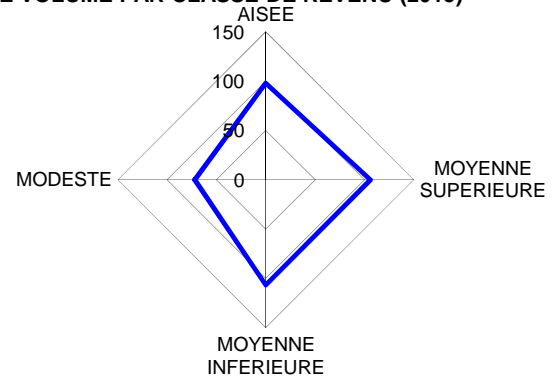
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**JULIENNE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**

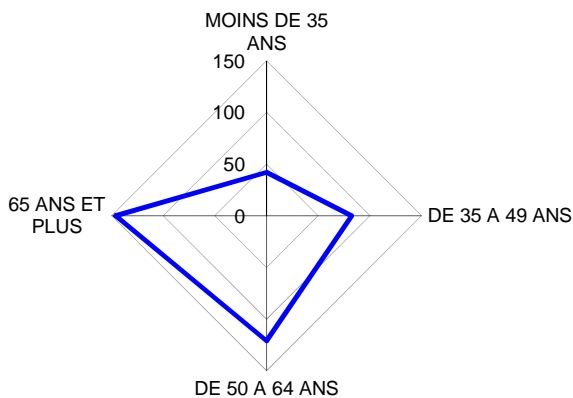


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**JULIENNE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**

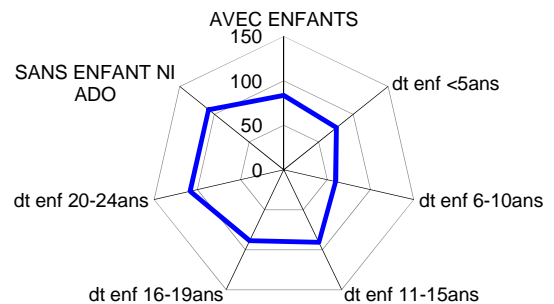


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**JULIENNE FRAÎCHE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## LANGOUSTINE

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	3 490	7 930	120	11 300	0%

\* estimation pour 2015

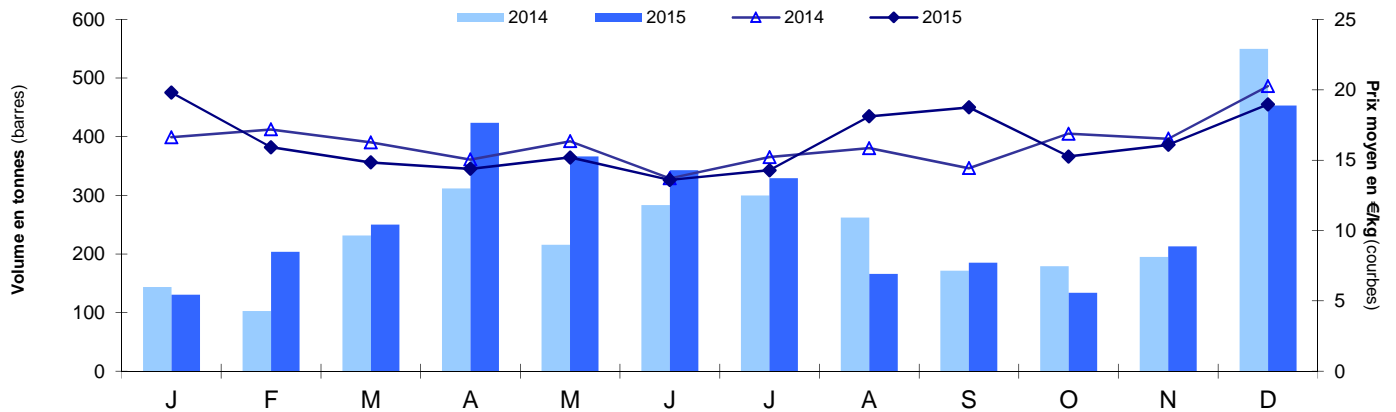
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>LANGOUSTINE FRAÎCHE</b>	<b>16,0</b>	<b>-3,1</b>	<b>3 199</b>	<b>8,6</b>	<b>51 109</b>	<b>5,2</b>	<b>5,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### LANGOUSTINE FRAÎCHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

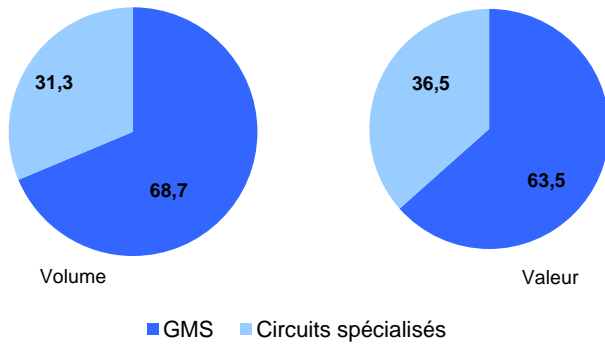


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# LANGOUSTINE

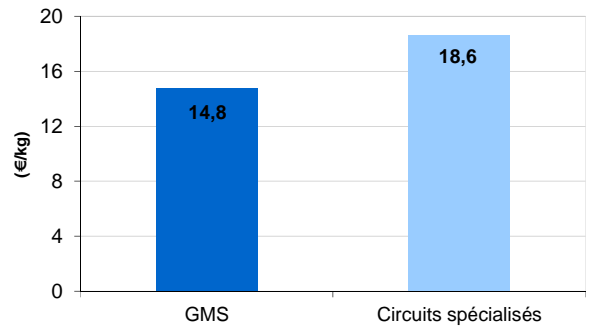
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



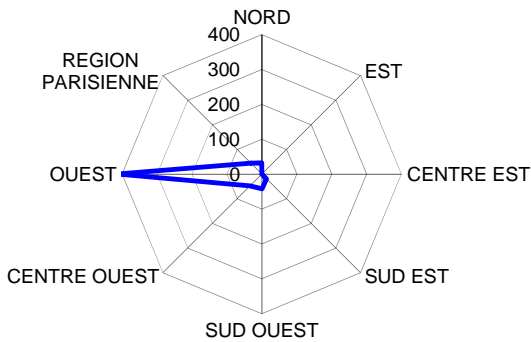
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



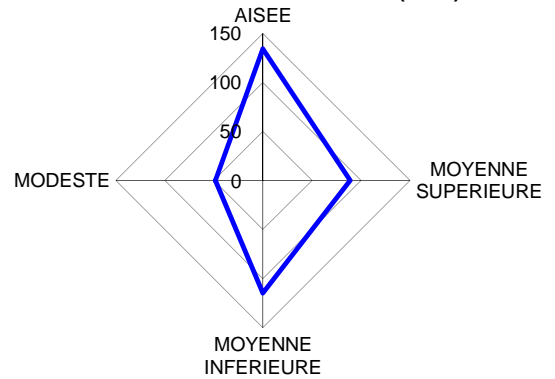
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



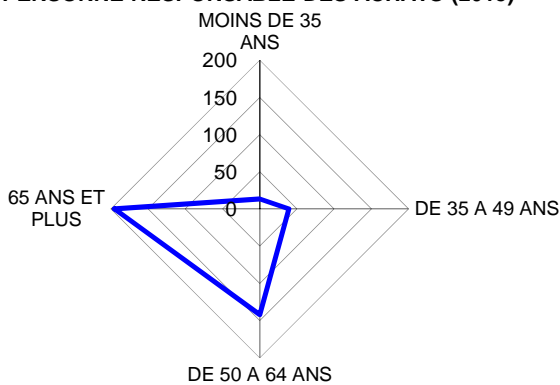
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



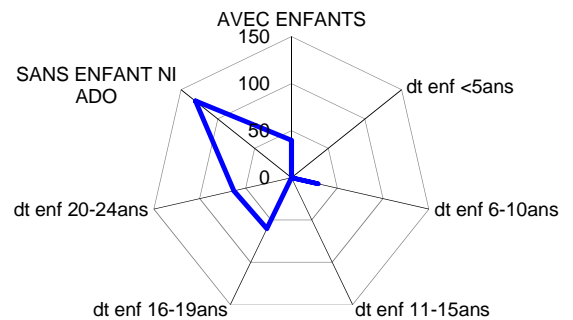
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LANGOUSTINE FRAÎCHE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



## LIEU NOIR

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	13 750	36 830	6 730	43 850	0%

\* estimation pour 2015

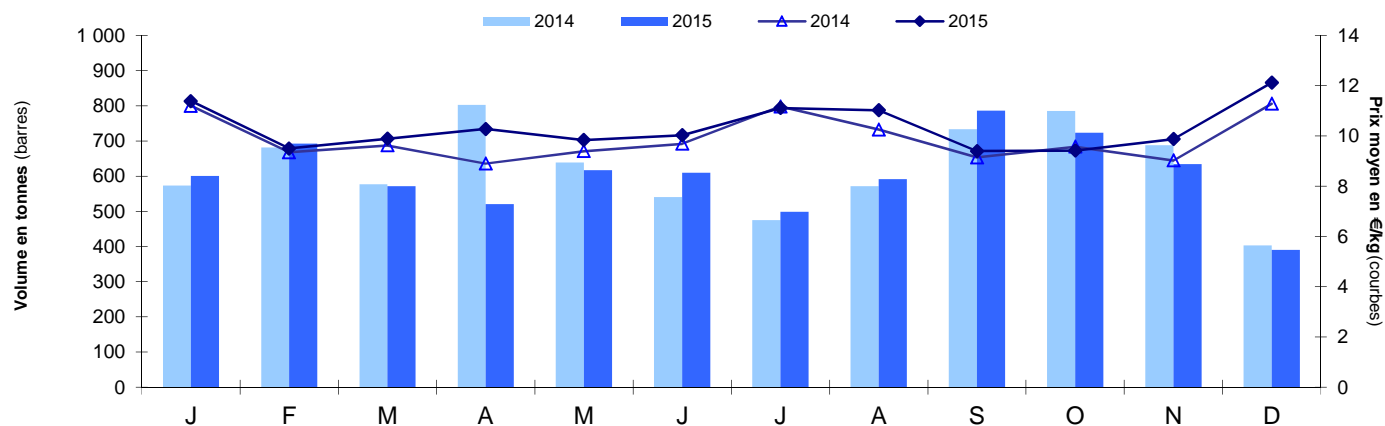
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
LIEU NOIR FRAIS	10,2	4,6	7 234	-2,9	73 818	1,6	20,2	-0,1	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### LIEU NOIR FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

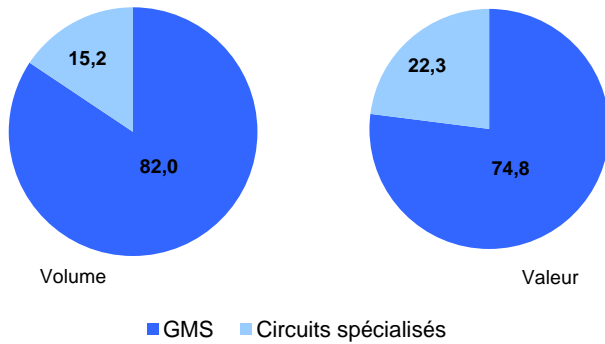


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# LIEU NOIR

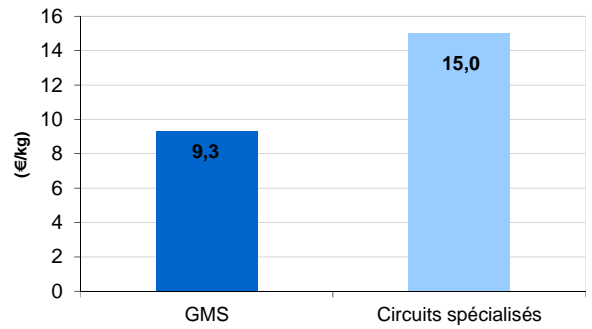
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**LIEU NOIR FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



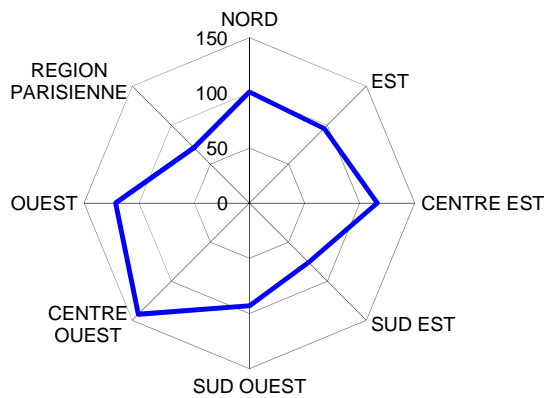
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LIEU NOIR FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



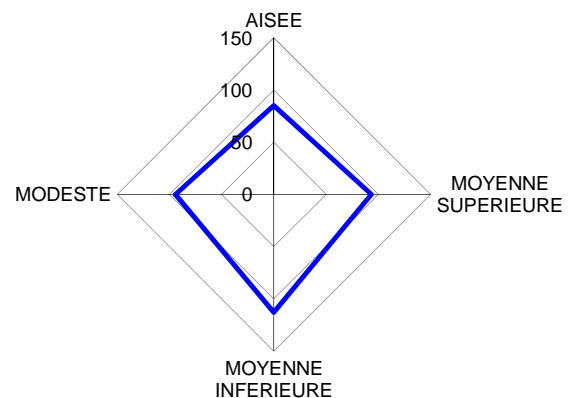
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LIEU NOIR FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



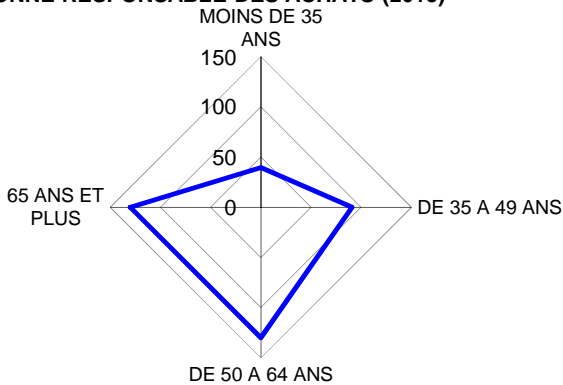
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LIEU NOIR FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



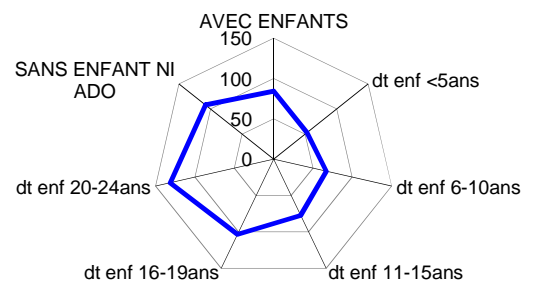
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LIEU NOIR FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**LIEU NOIR FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

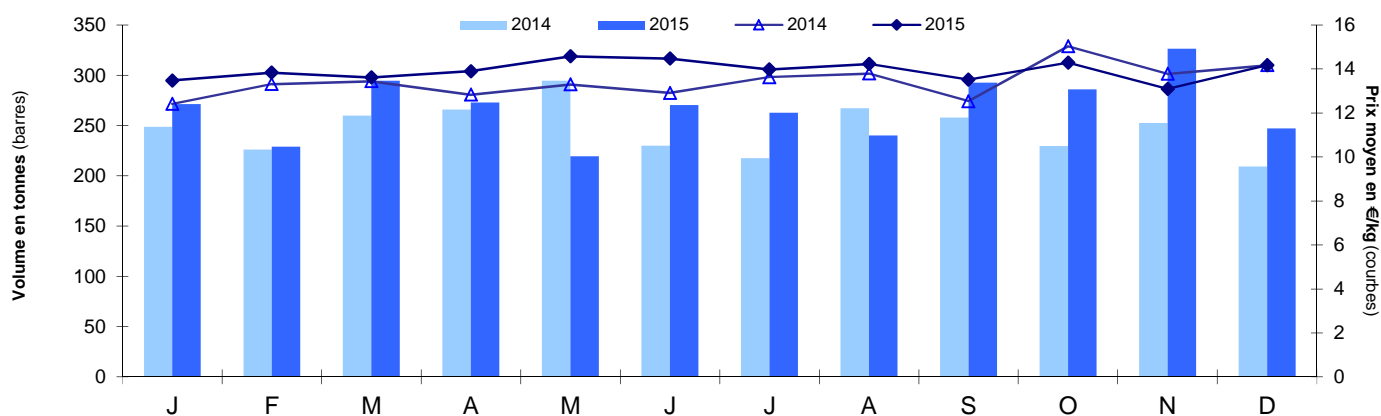
## LIMANDE

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
LIMANDE FRAÎCHE	13,3	9,7	1 990	4,6	26 523	14,7	8,3	-0,2	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

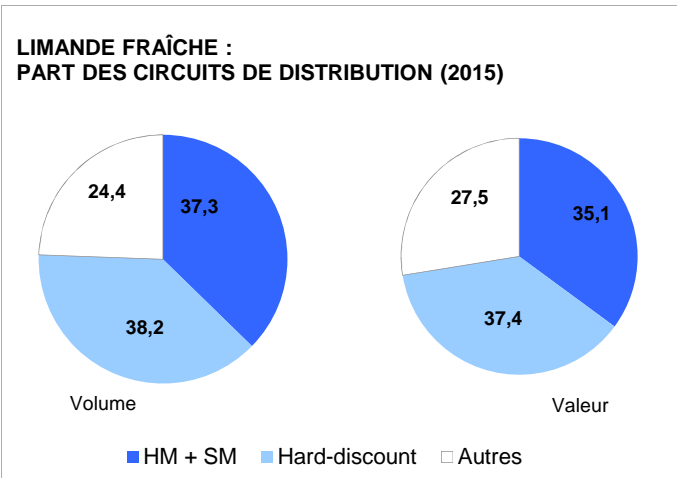
#### LIMANDE FRAÎCHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



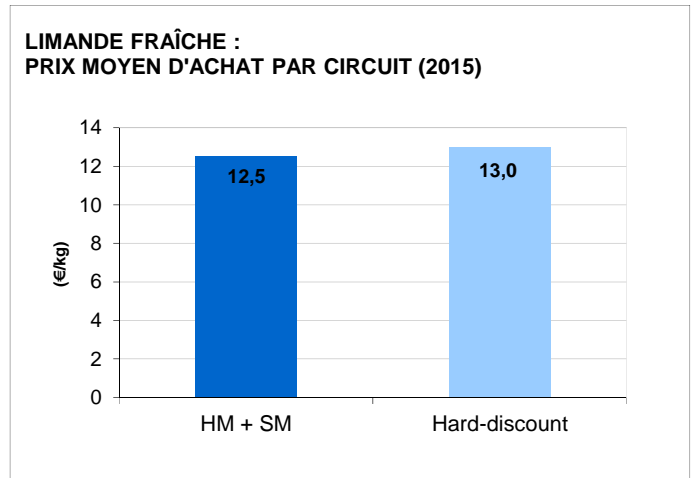
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# LIMANDE

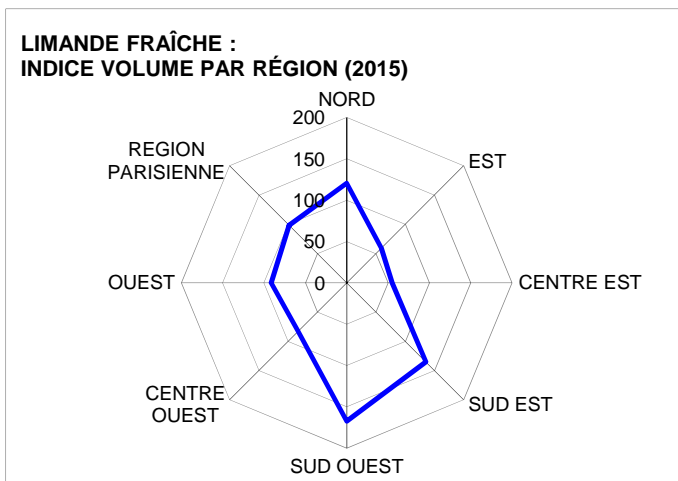
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



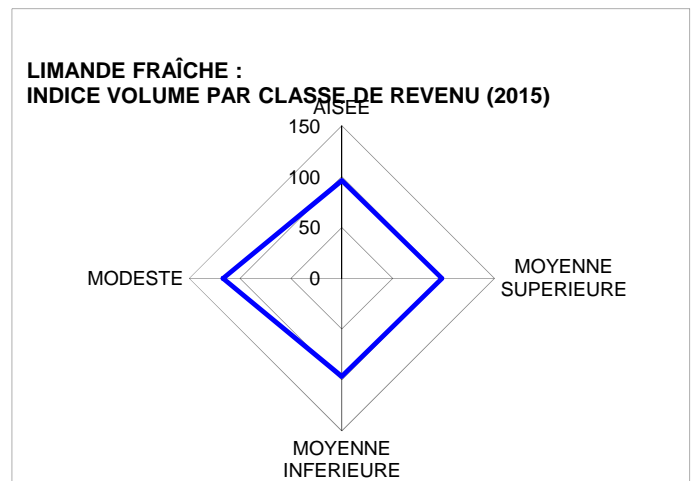
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



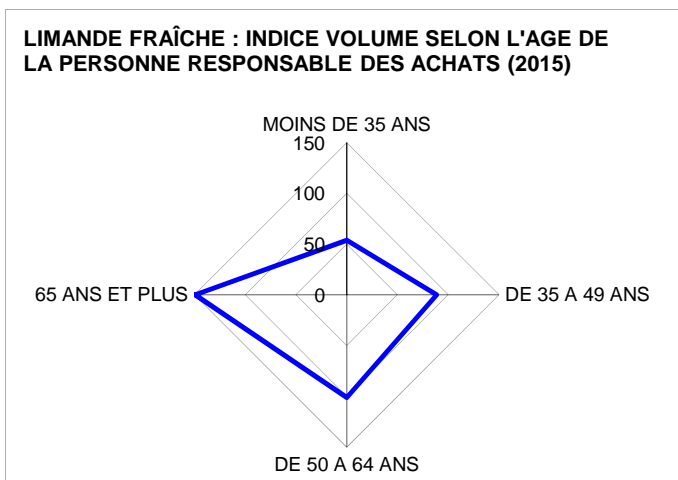
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



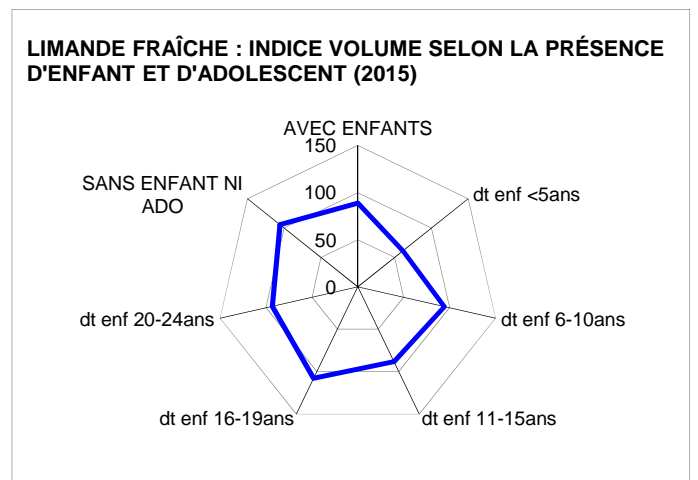
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## MAQUEREAU

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	21 460	33 190	6 650	48 000	0%

\* estimation pour 2015

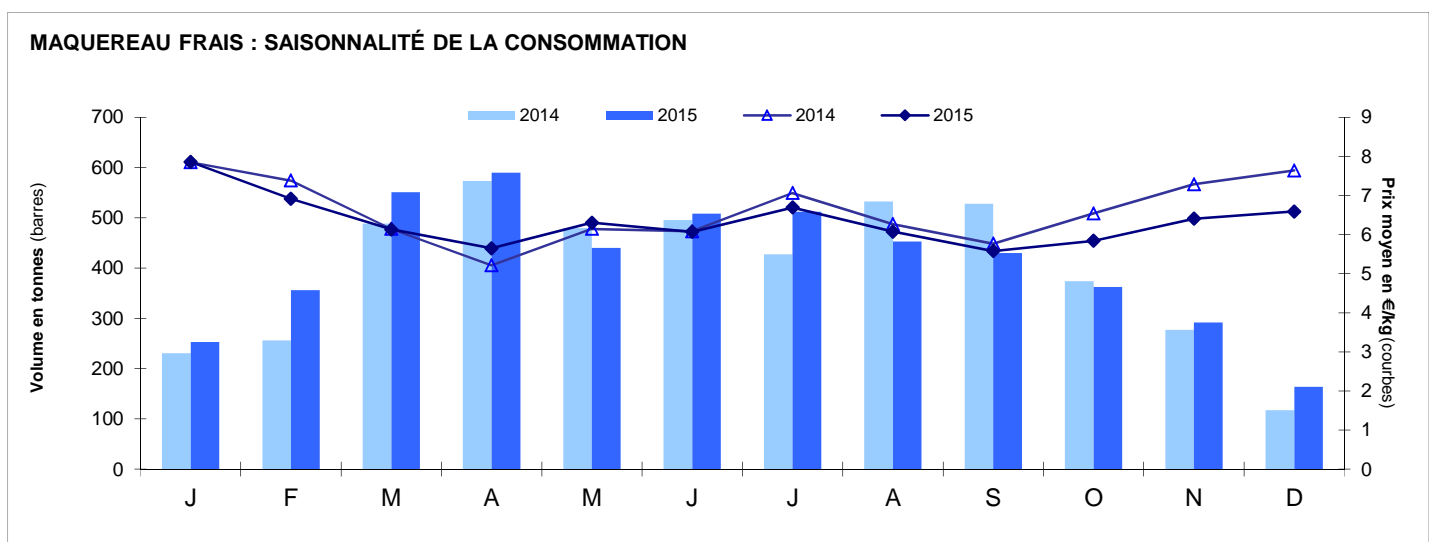
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>MAQUEREAU FRAIS</b>	<b>6,2</b>	<b>-1,9</b>	<b>4 910</b>	<b>2,7</b>	<b>30 634</b>	<b>0,7</b>	<b>12,4</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CONSERVE DE MAQUEREAU</b>	<b>8,2</b>	<b>-0,5</b>	<b>18 631</b>	<b>-0,4</b>	<b>152 267</b>	<b>-0,9</b>	<b>49,4</b>	<b>-1,4</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## MAQUEREAU FRAIS

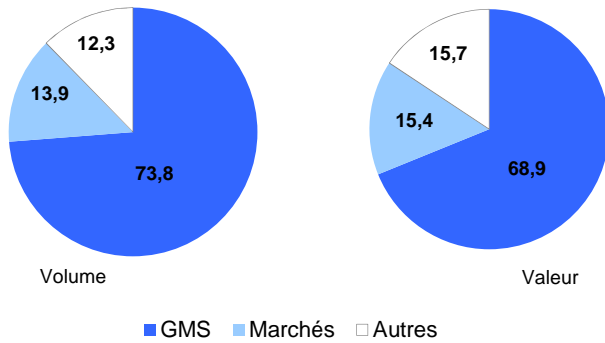


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# MAQUEREAU FRAIS

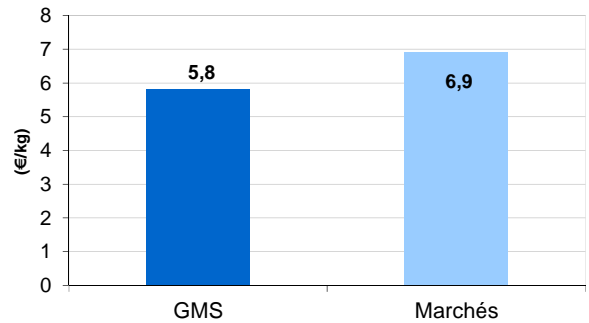
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**MAQUEREAU FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



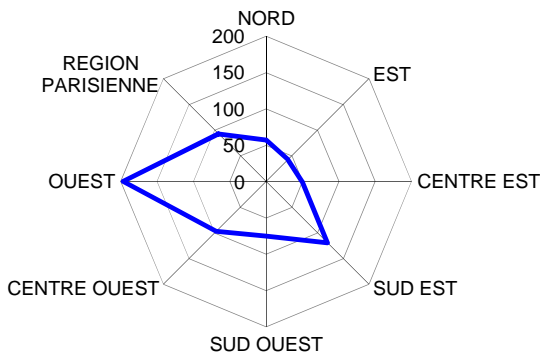
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MAQUEREAU FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



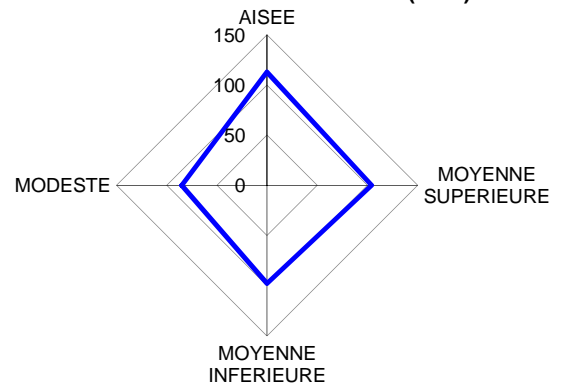
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MAQUEREAU FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



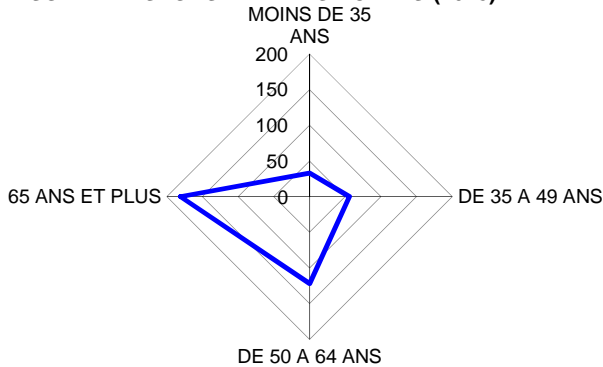
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MAQUEREAU FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



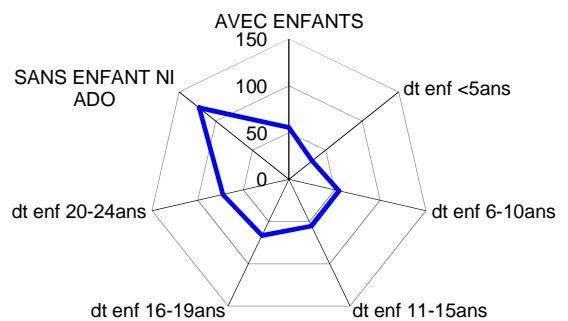
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MAQUEREAU FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

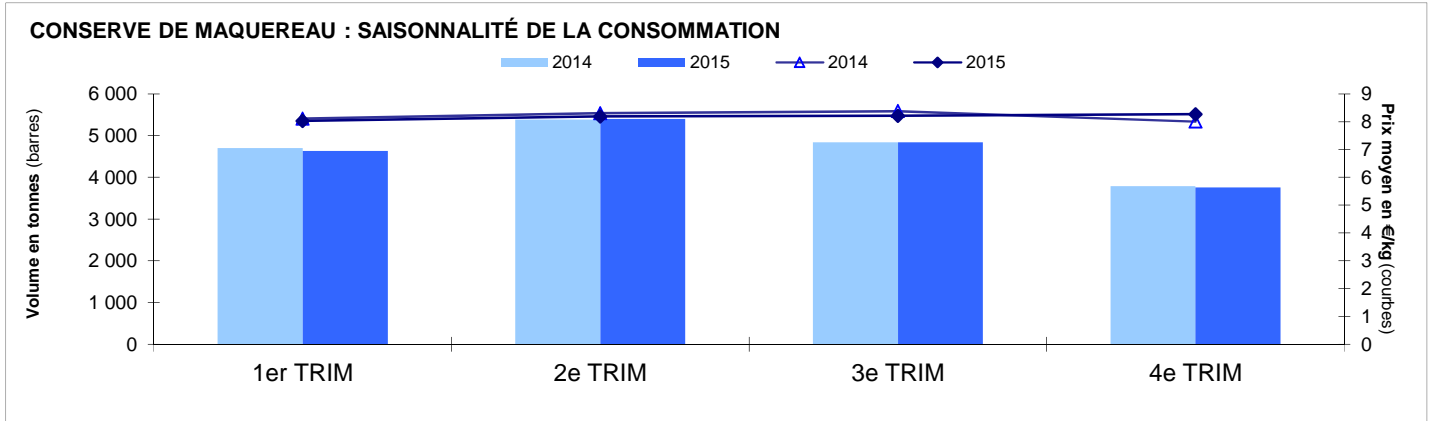
**MAQUEREAU FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



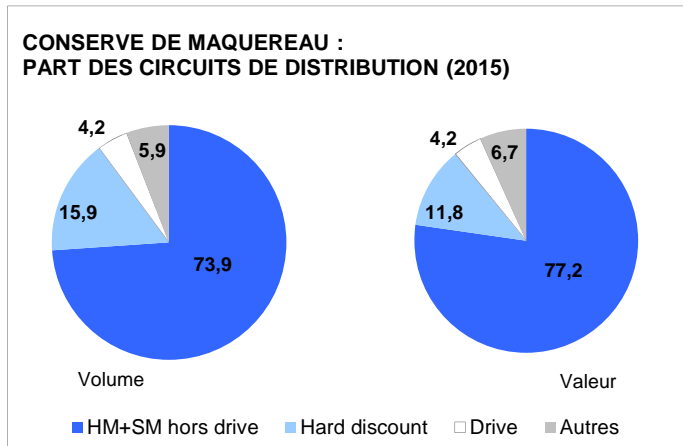
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# CONSERVE DE MAQUEREAU

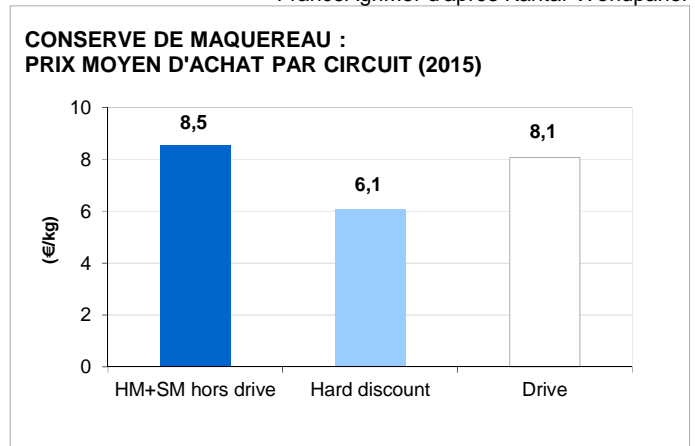
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



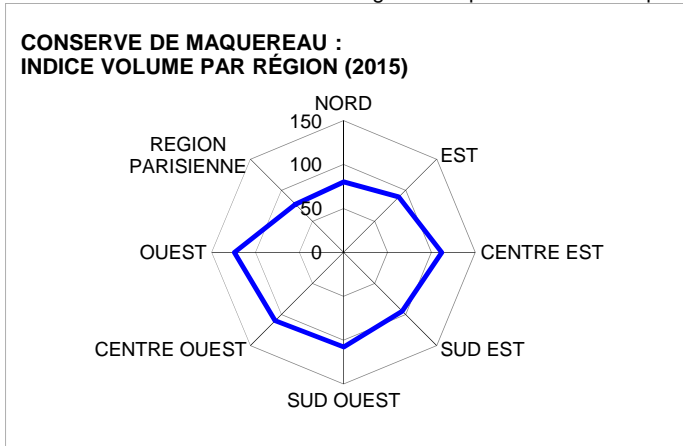
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



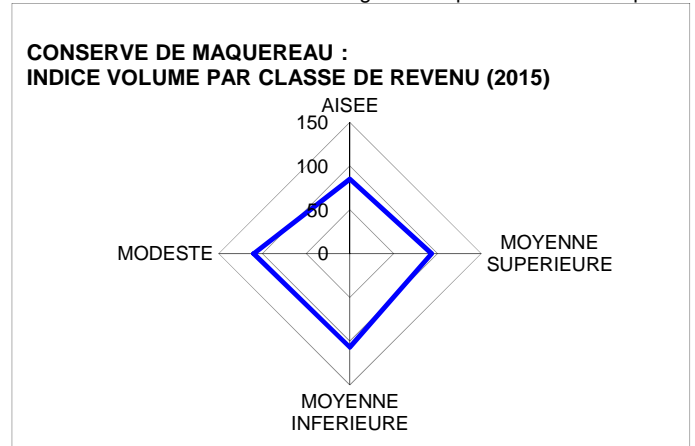
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



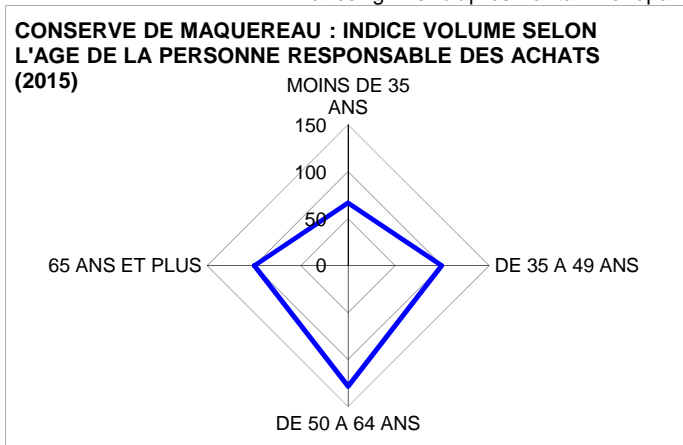
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



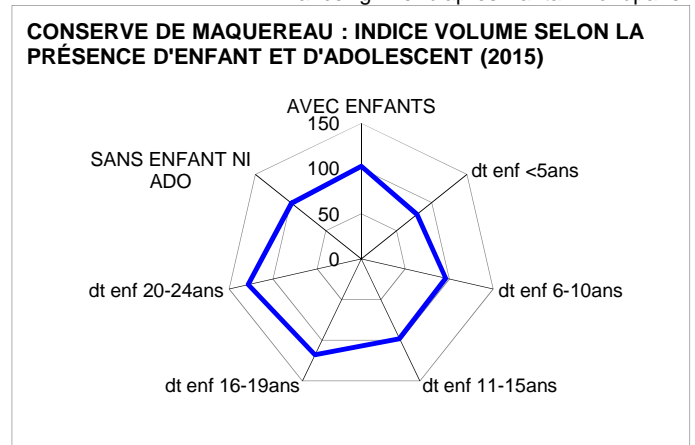
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## MERLAN

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	10 800	4 900	970	14 730	0%

\* estimation pour 2015

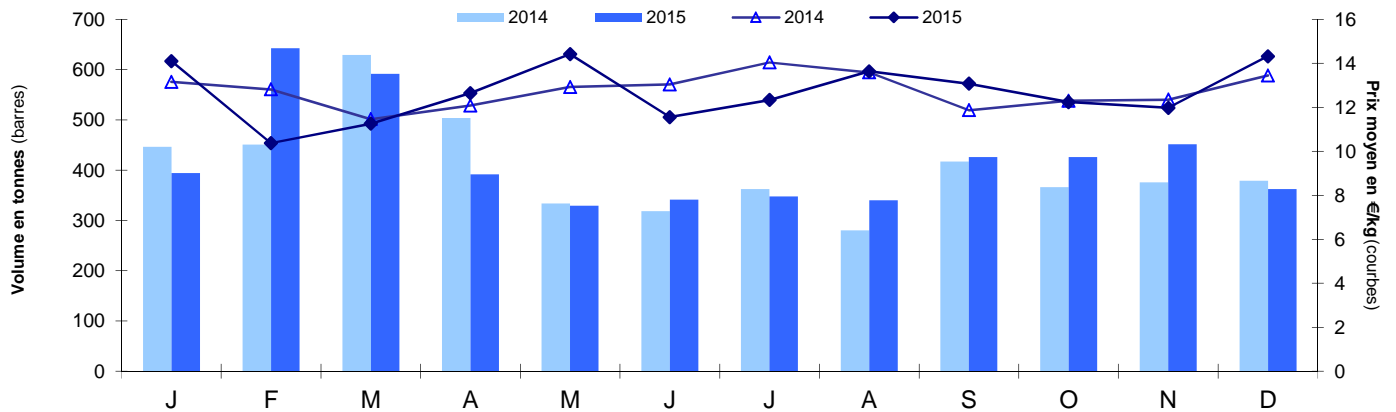
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>MERLAN FRAIS</b>	<b>12,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>5 045</b>	<b>3,9</b>	<b>62 831</b>	<b>2,4</b>	<b>17,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### MERLAN FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



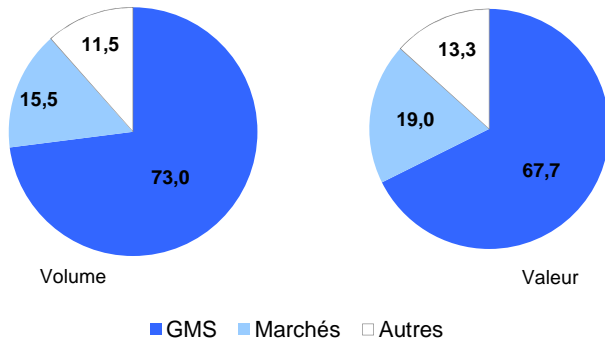
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



# MERLAN

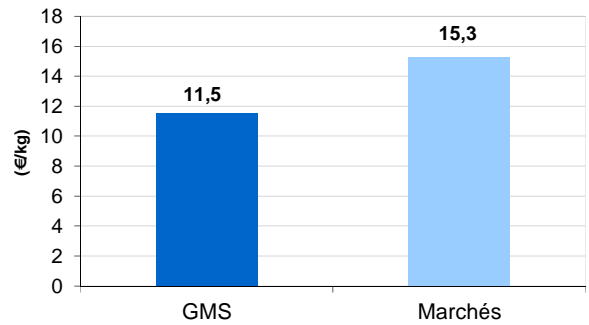
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**MERLAN FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



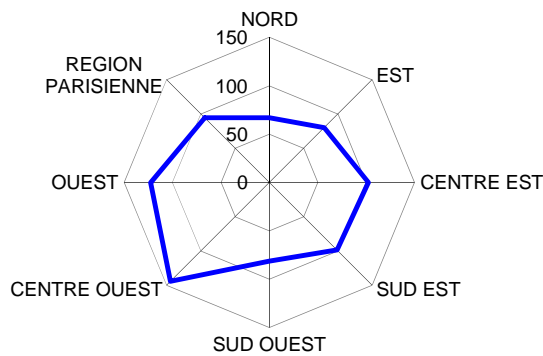
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLAN FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



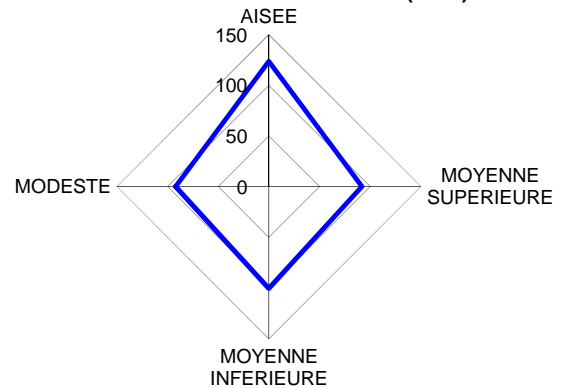
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLAN FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



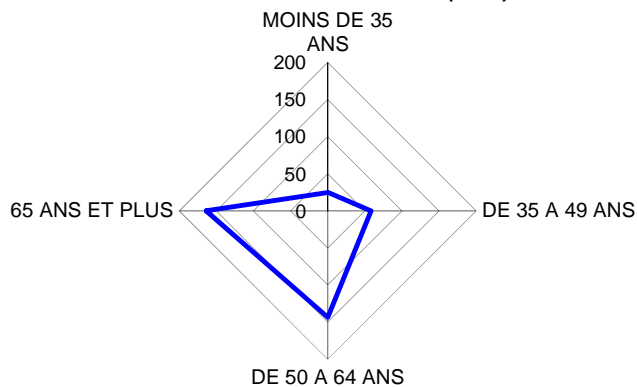
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLAN FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



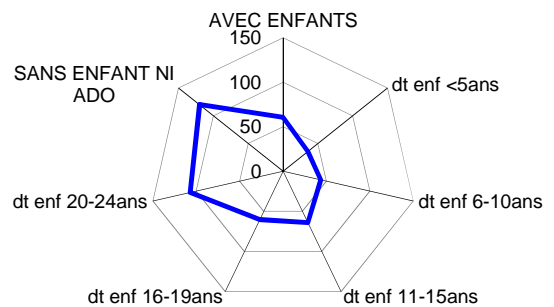
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLAN FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLAN FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## MERLU

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	38 970	32 520	8 820	62 670	0%

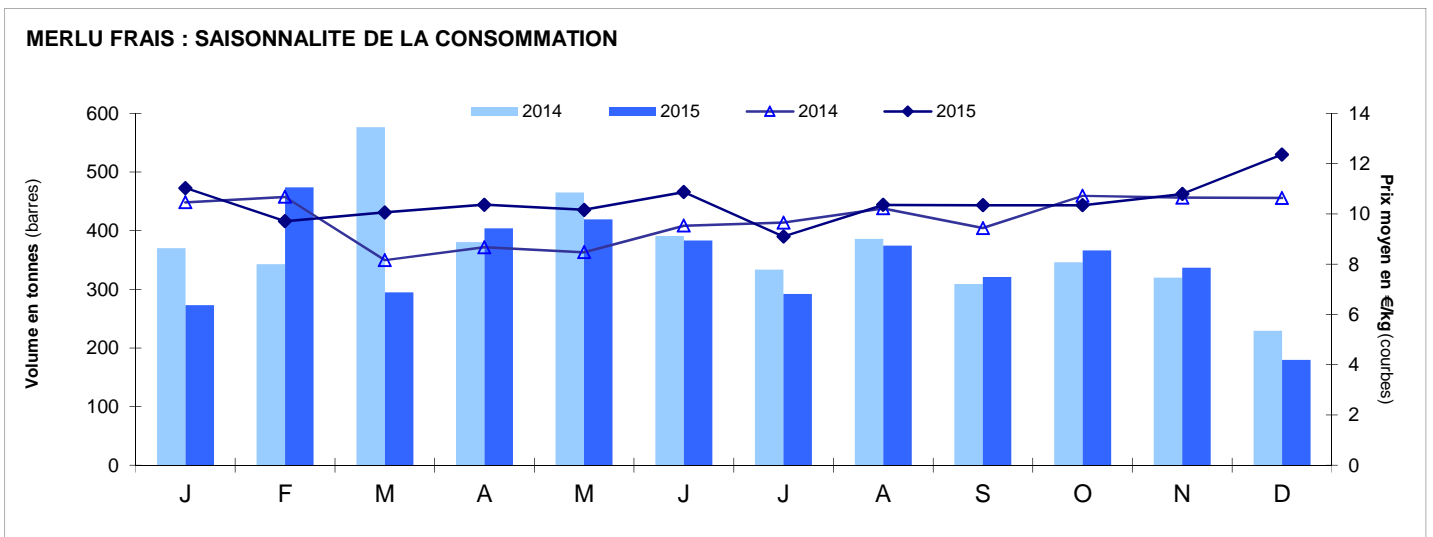
\* estimation pour 2015

FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>MERLU FRAIS</b>	<b>10,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4 118</b>	<b>-7,4</b>	<b>42 693</b>	<b>-0,2</b>	<b>9,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

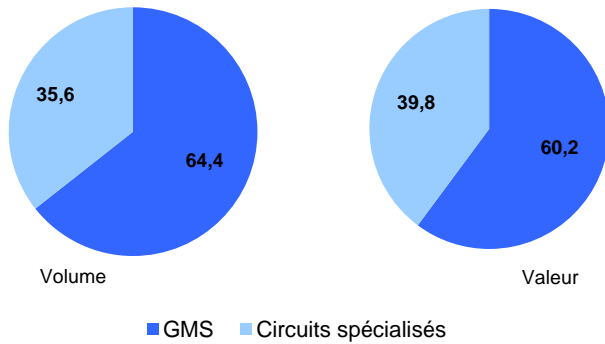


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# MERLU

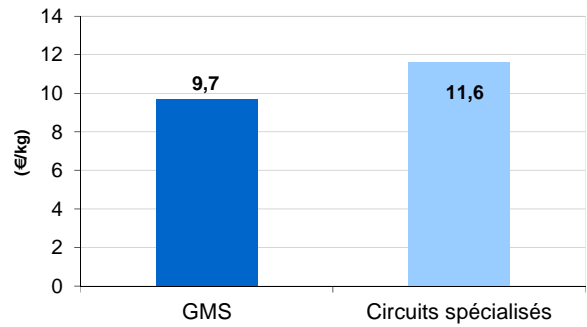
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**MERLU FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



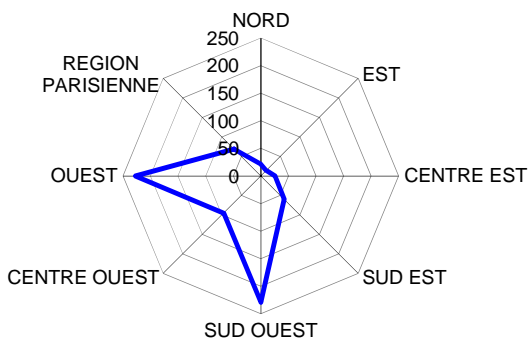
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLU FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



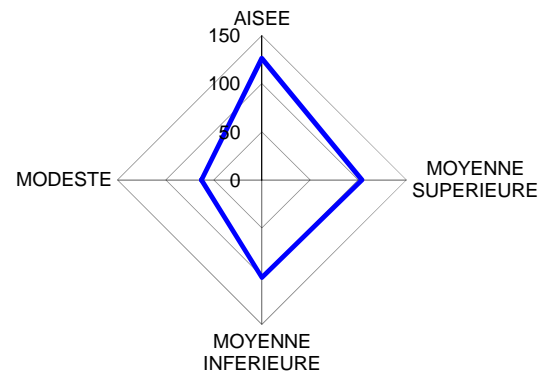
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLU FRAIS : INDICE VOLUME PAR REGION (2015)**



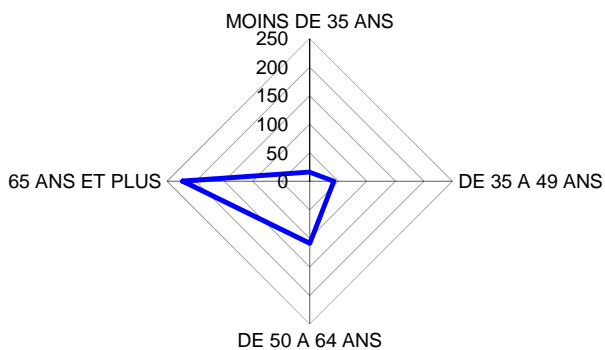
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLU FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



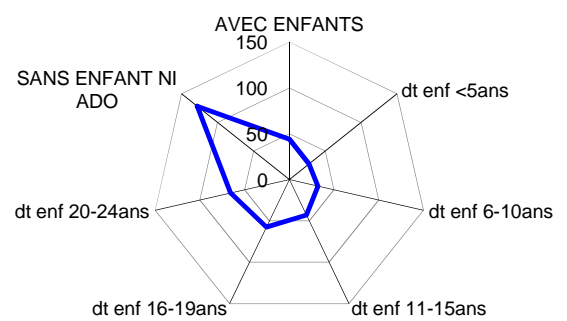
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLU FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**MERLU FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRESENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## MOULE

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	78 200	110 050	4 370	183 880	98%

\* estimation pour 2015

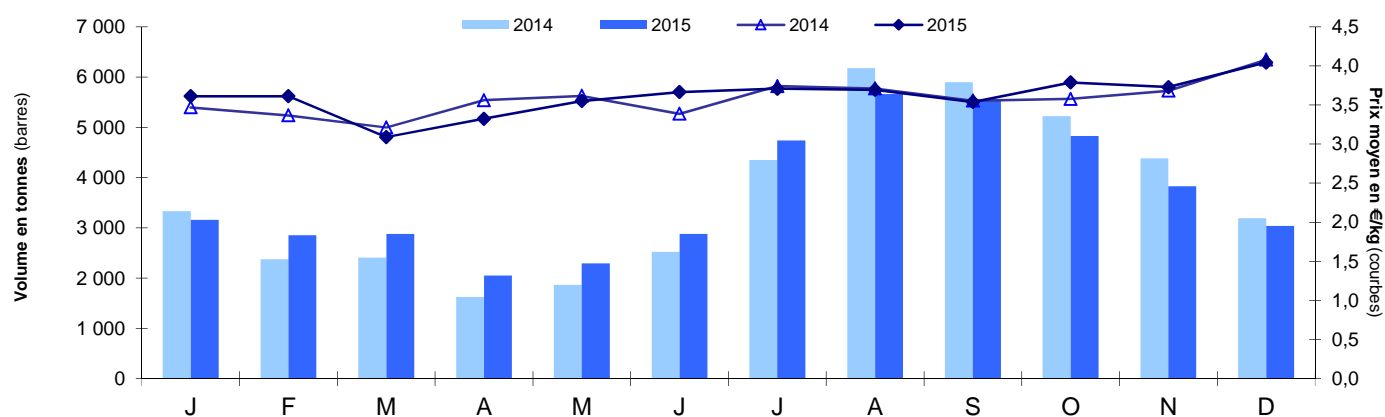
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>MOULE FRAÎCHE</b>	<b>3,6</b>	<b>0,9</b>	<b>43 502</b>	<b>0,4</b>	<b>158 384</b>	<b>1,3</b>	<b>35,6</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>MOULE SURGEEE</b>	<b>9,6</b>	<b>4,7</b>	<b>2 264</b>	<b>-3,6</b>	<b>21 807</b>	<b>0,9</b>	<b>9,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>5,2</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

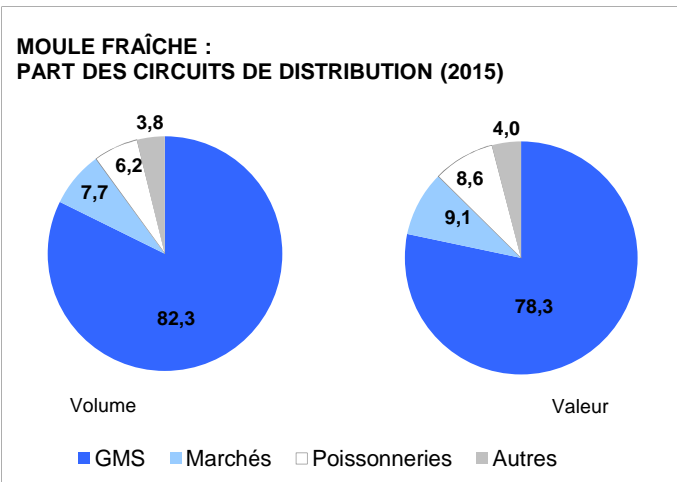
#### MOULE FRAÎCHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



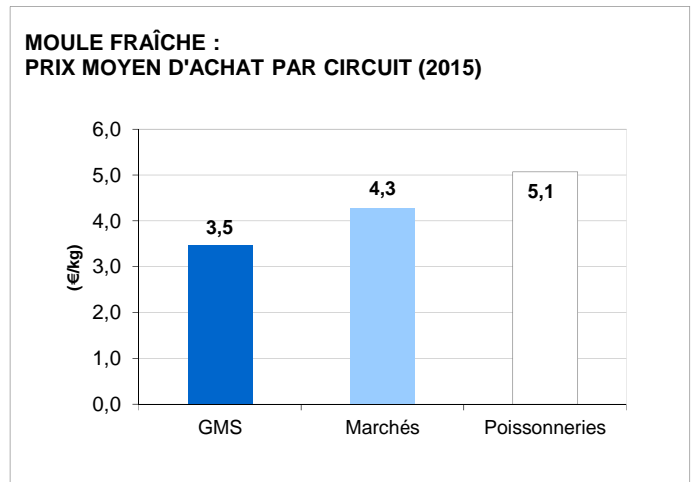
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# MOULE

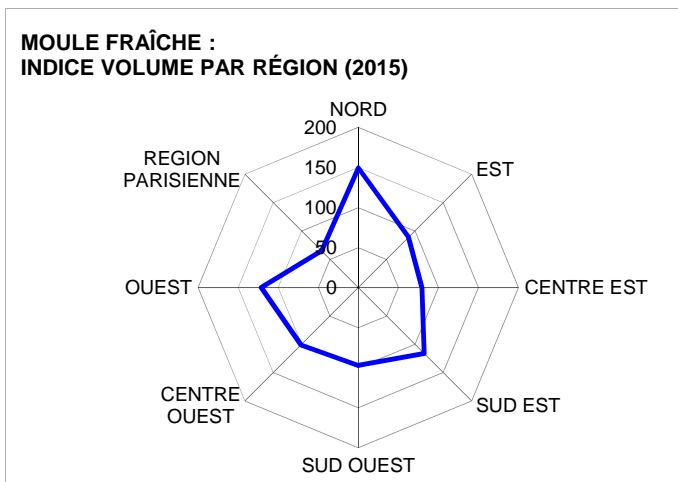
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



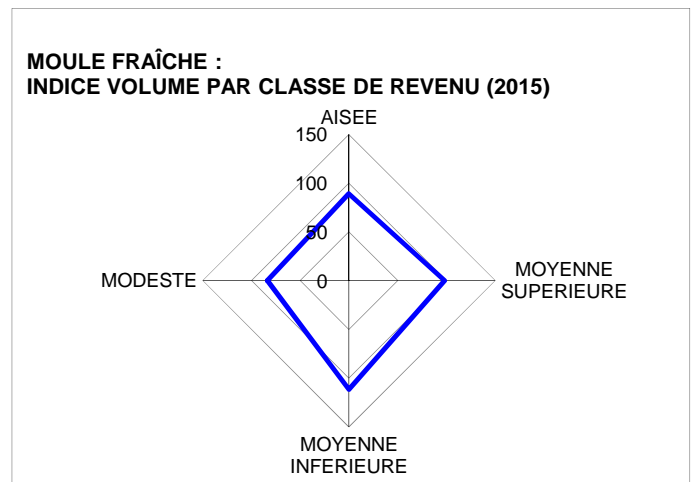
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



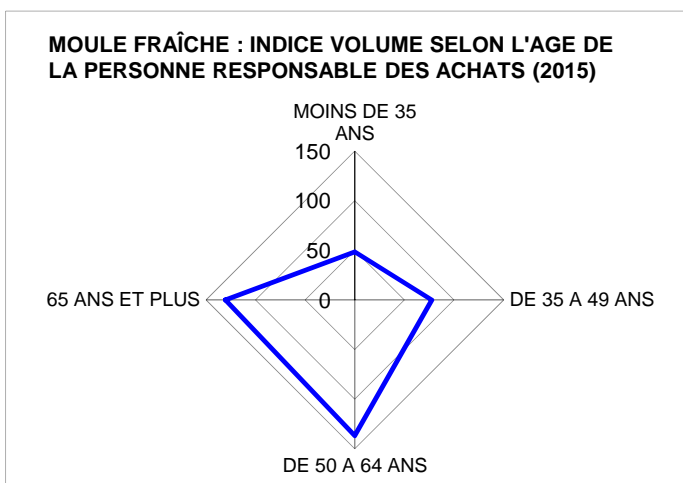
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



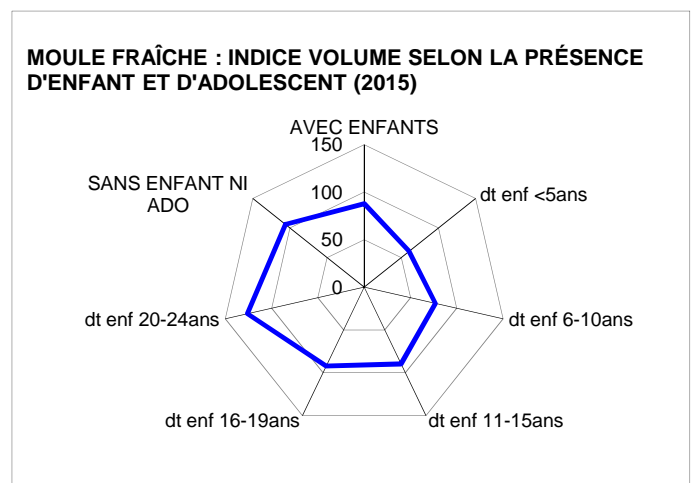
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



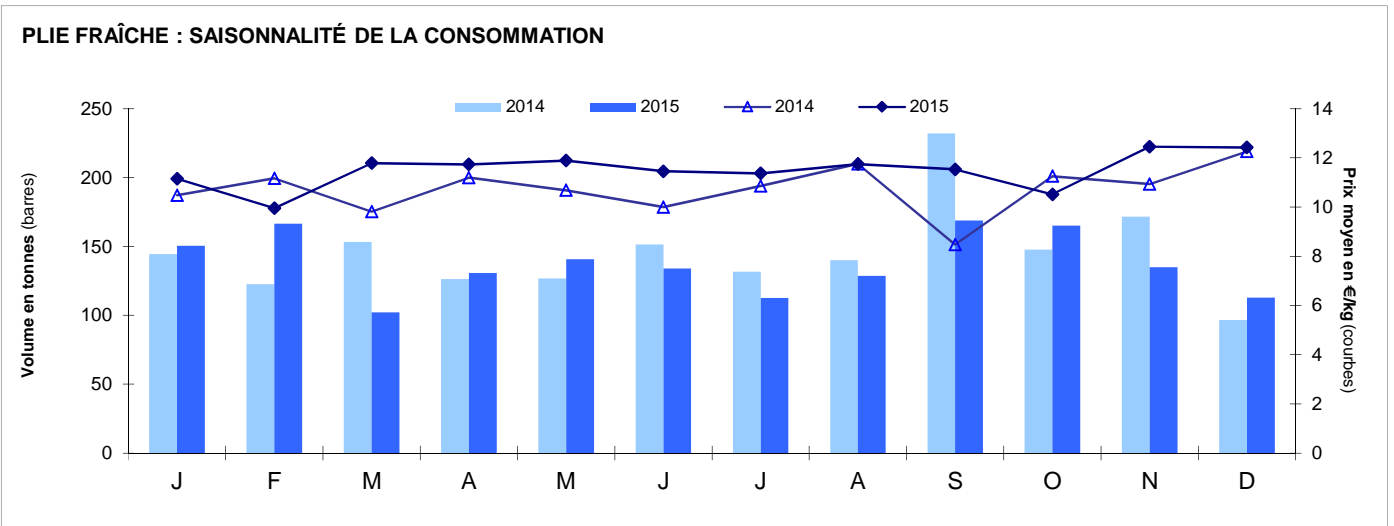
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## PLIE (CARRELET)

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>PLIE FRAÎCHE</b>	<b>11,4</b>	<b>8,2</b>	<b>1 647</b>	<b>-5,6</b>	<b>18 821</b>	<b>2,1</b>	<b>6,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

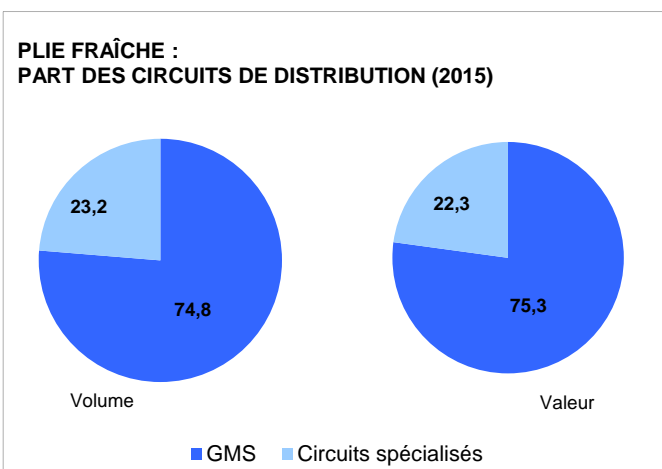
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



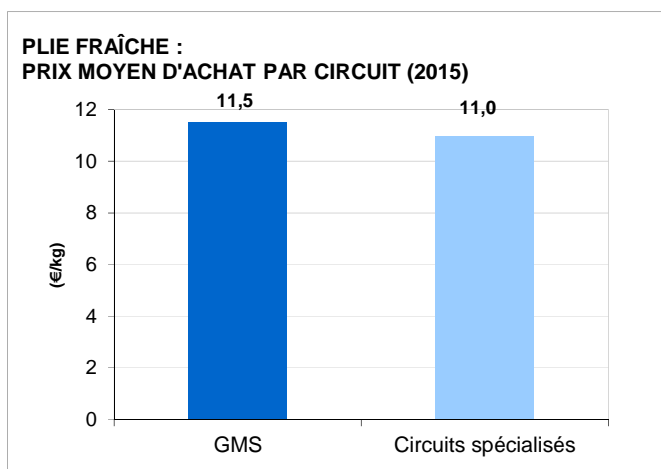
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## PLIE (CARRELET)

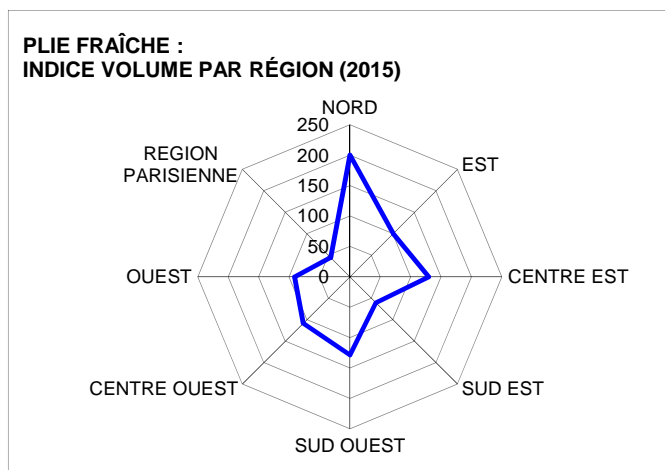
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



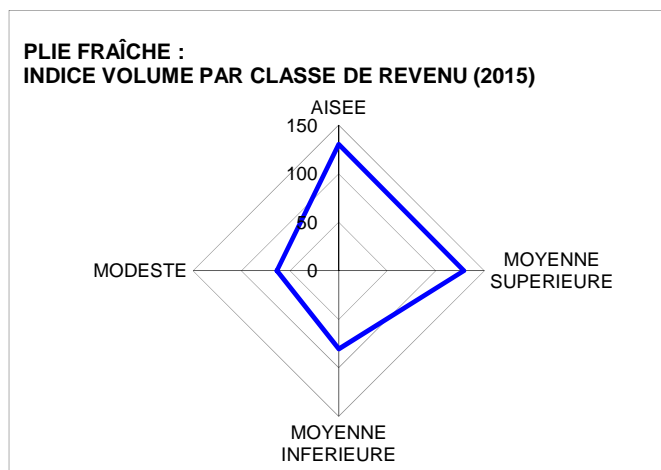
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



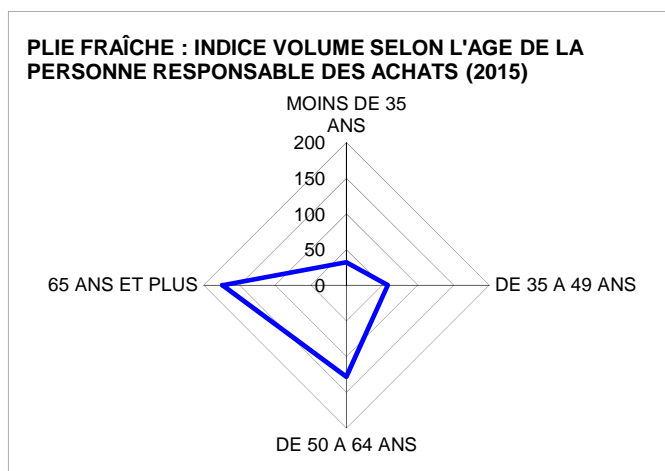
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



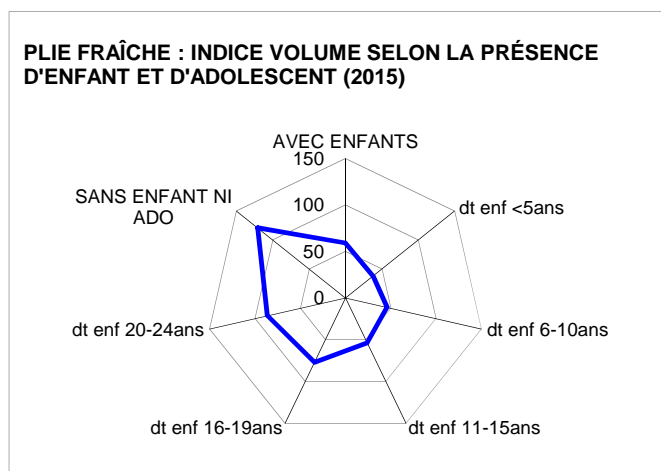
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



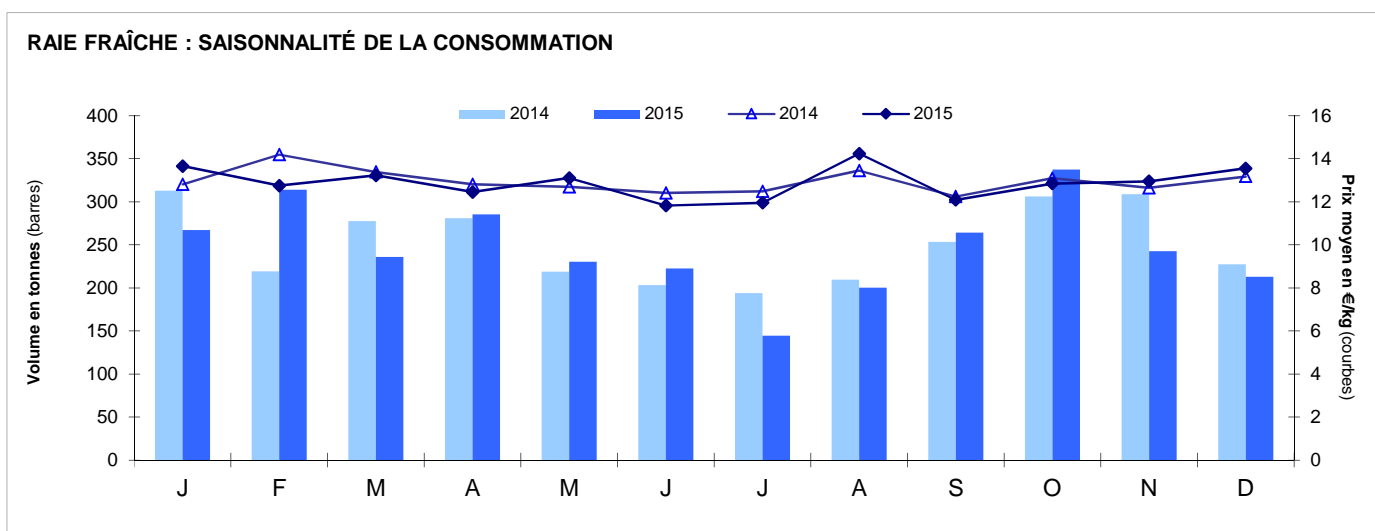
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## RAIE

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>RAIE FRAÎCHE</b>	<b>12,9</b>	<b>-0,4</b>	<b>2 957</b>	<b>-1,8</b>	<b>38 099</b>	<b>-2,2</b>	<b>7,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

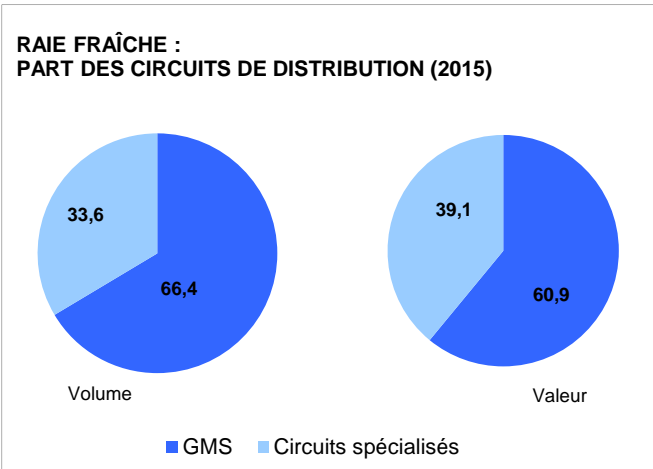


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

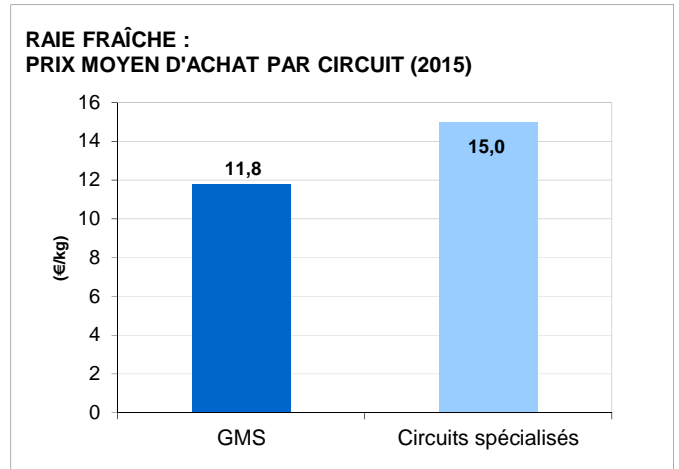


# RAIE

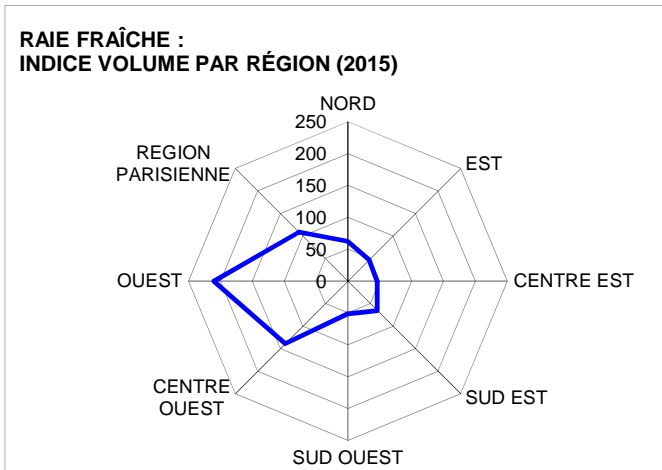
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



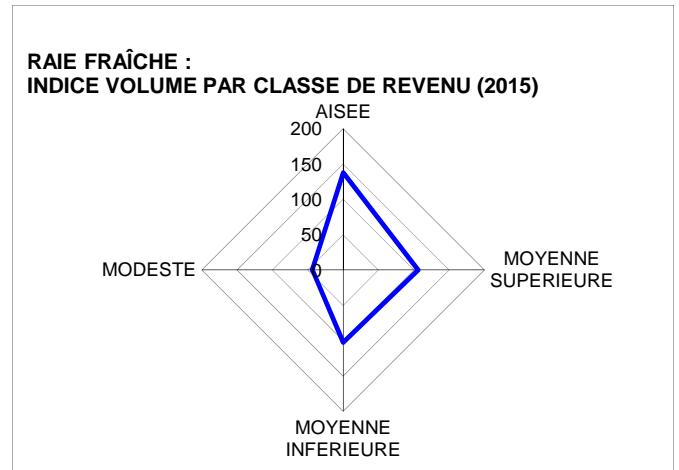
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



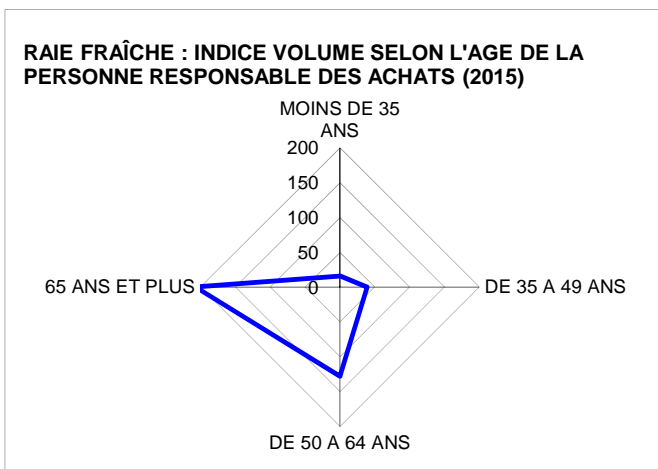
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



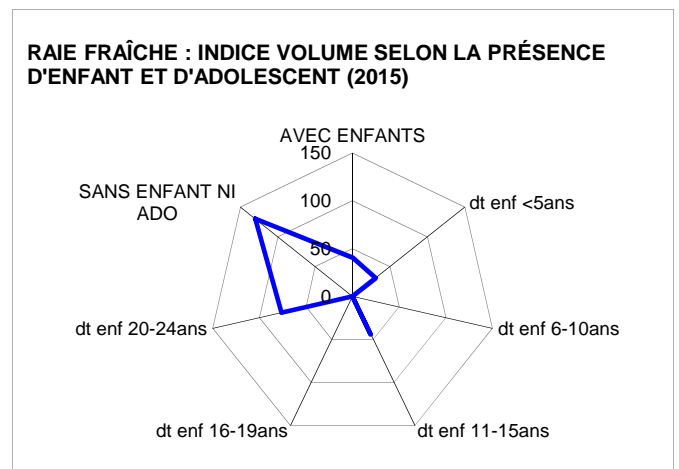
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SAINT-JACQUES

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	24 290	116 290	19 320	121 260	30%

\* estimation pour 2015

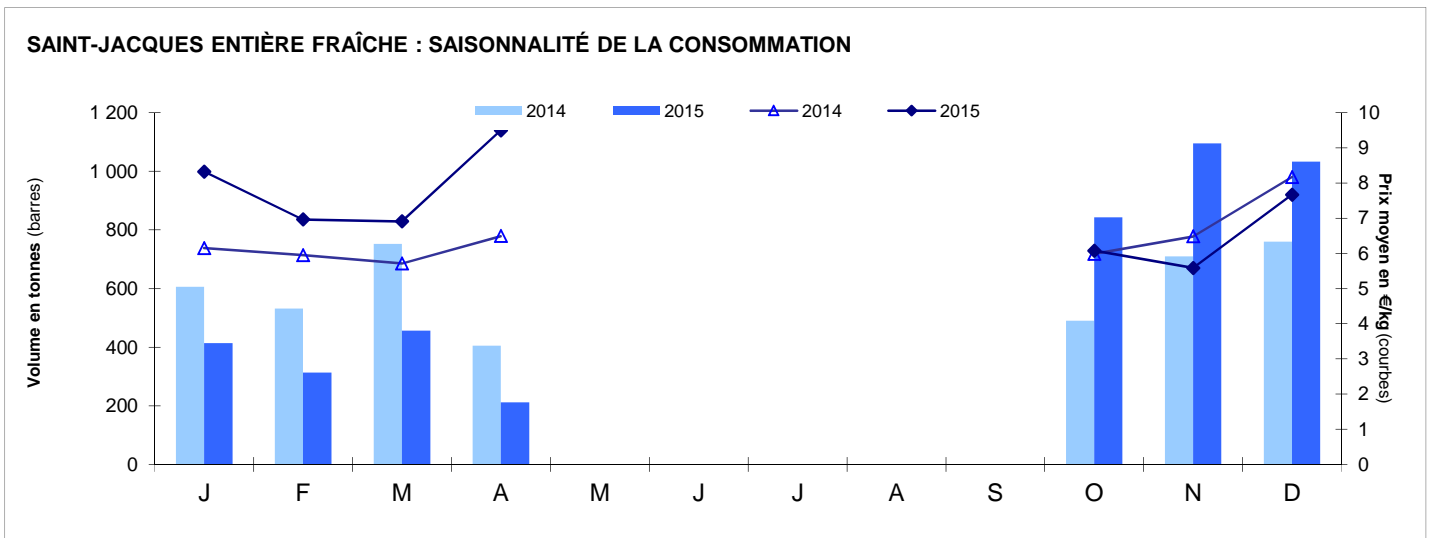
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>SAINT-JACQUES FRAÎCHE</b>	<b>12,4</b>	<b>2,2</b>	<b>6 261</b>	<b>1,2</b>	<b>77 337</b>	<b>3,5</b>	<b>12,2</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
dont entière	6,9	5,4	4 476	2,1	30 875	7,6	4,1	-0,1	71,5	0,6
dont décortiquée	26,0	1,8	1 785	-1,0	46 463	0,9	9,4	0,3	28,5	-0,6
<b>SAINT-JACQUES SURGELÉE</b>	<b>23,7</b>	<b>10,6</b>	<b>3 665</b>	<b>-20,8</b>	<b>86 731</b>	<b>-12,4</b>	<b>18,5</b>	<b>-3,7</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

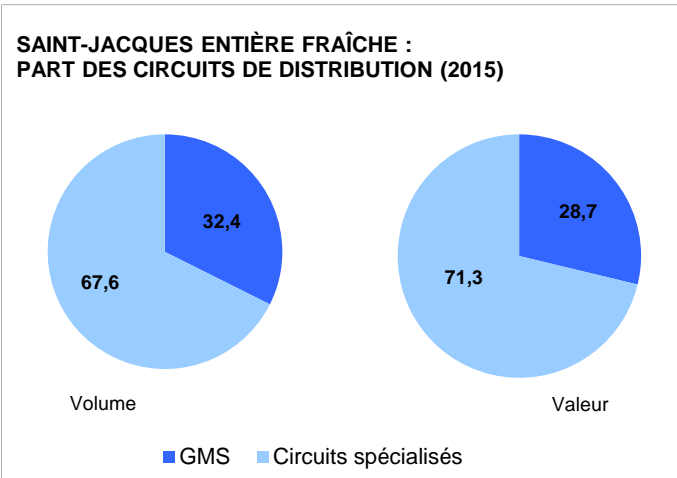
### SAINT-JACQUES ENTIÈRE FRAÎCHE



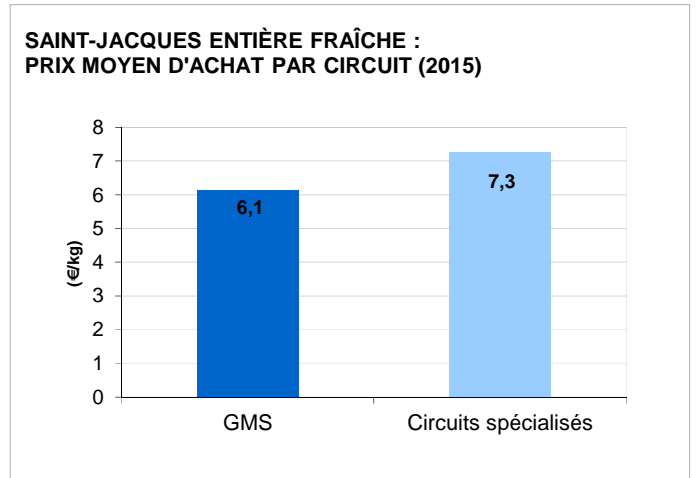
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SAINT-JACQUES ENTIÈRE FRAÎCHE

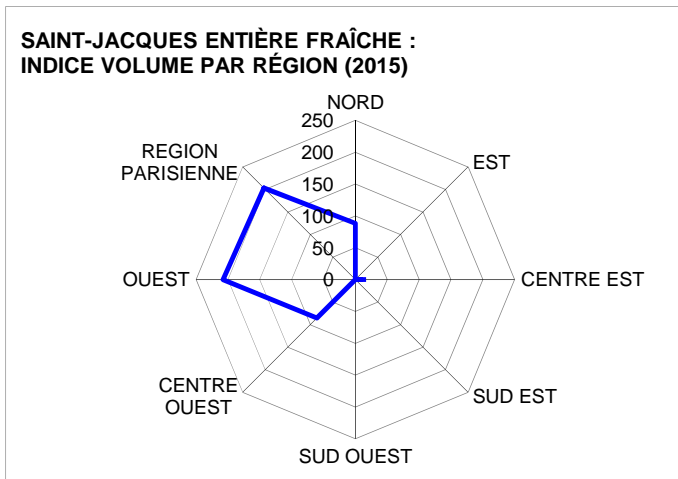
### CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



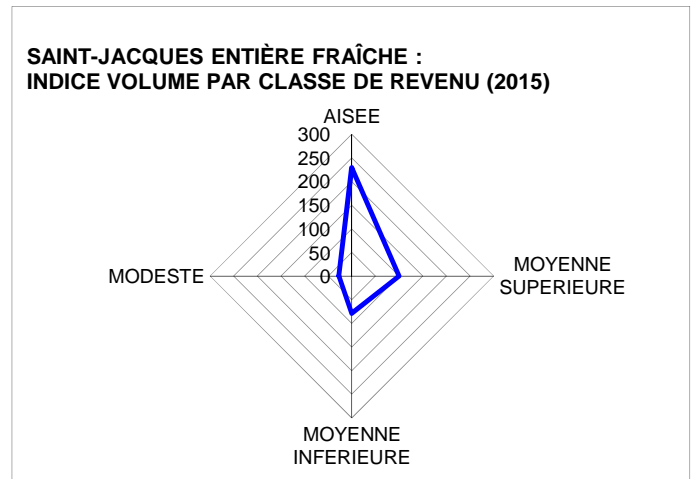
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



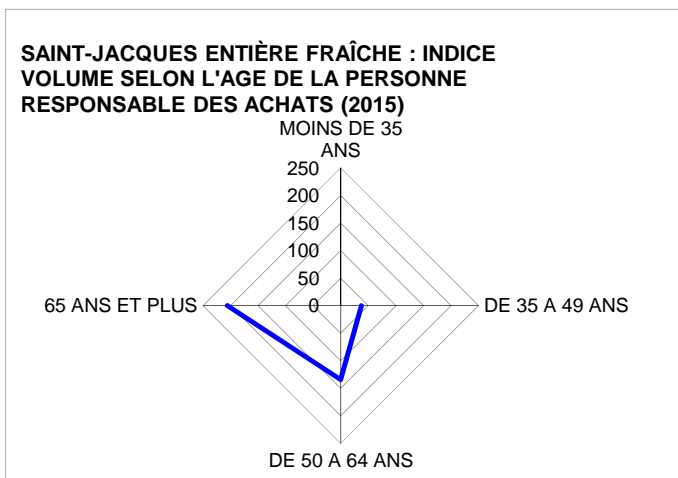
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



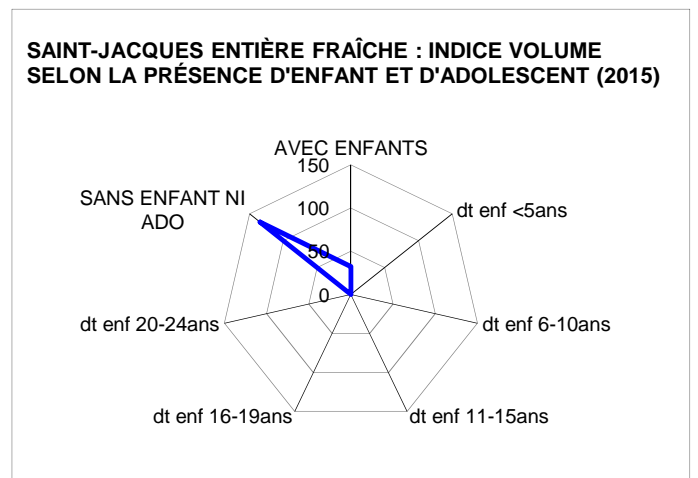
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



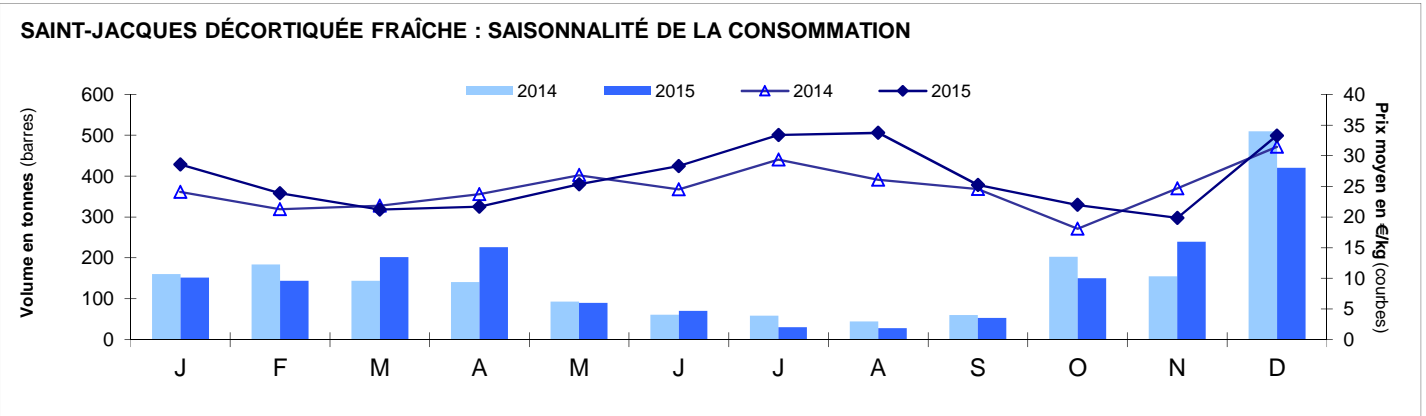
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



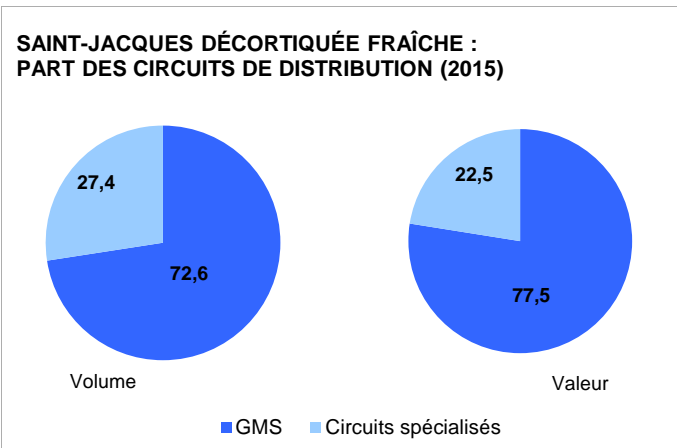
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# SAINT-JACQUES DÉCORTIQUÉE FRAÎCHE

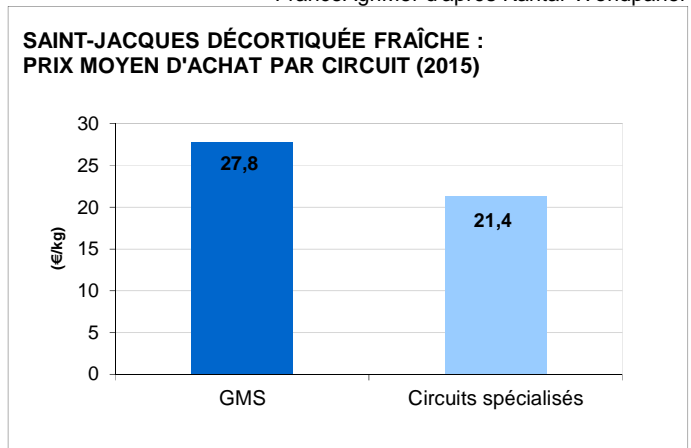
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



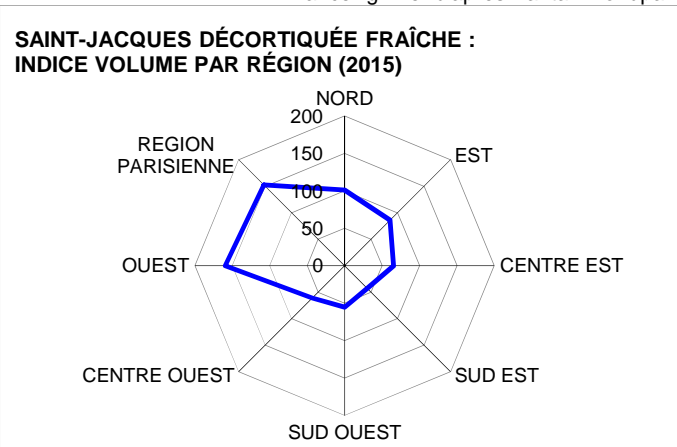
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



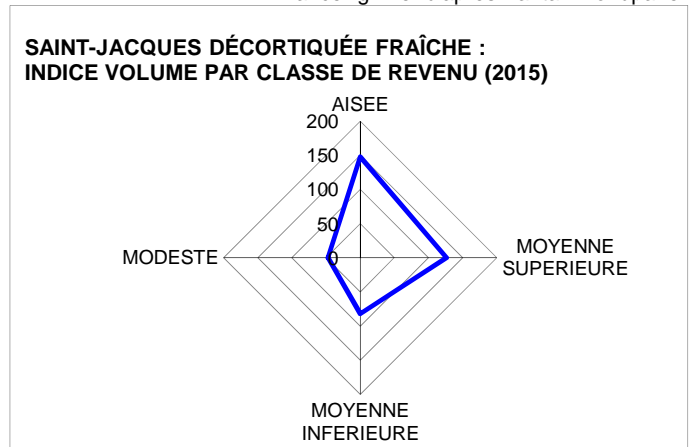
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



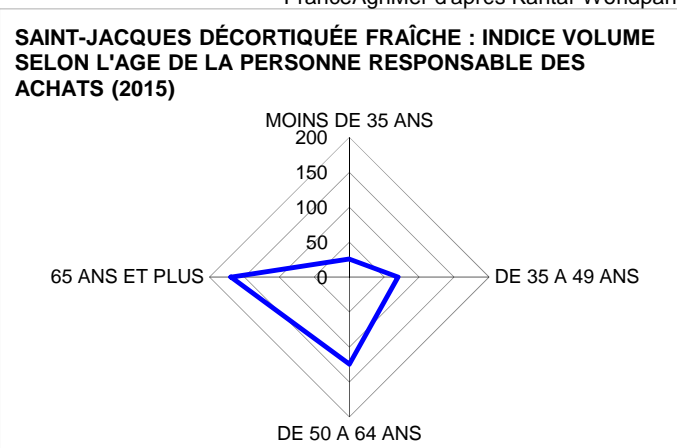
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



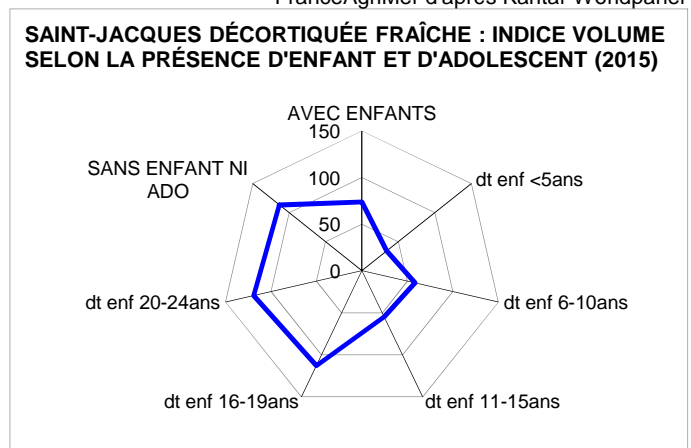
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

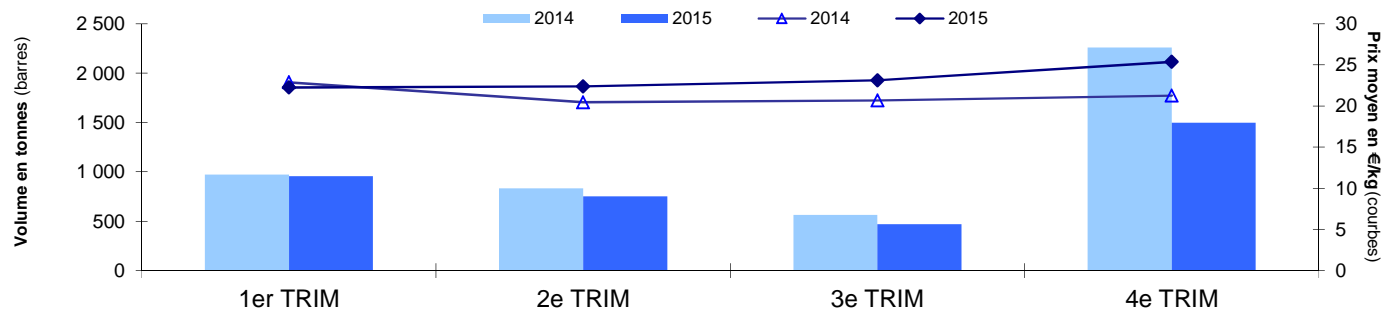


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# SAINT-JACQUES SURGELÉE

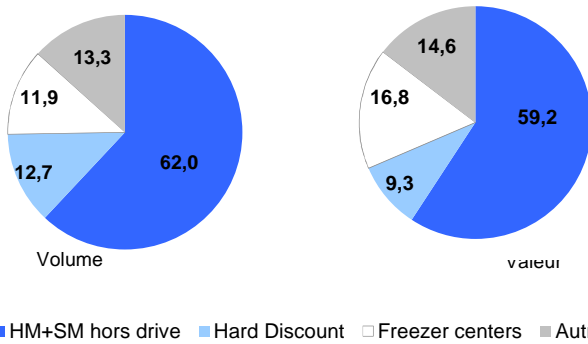
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



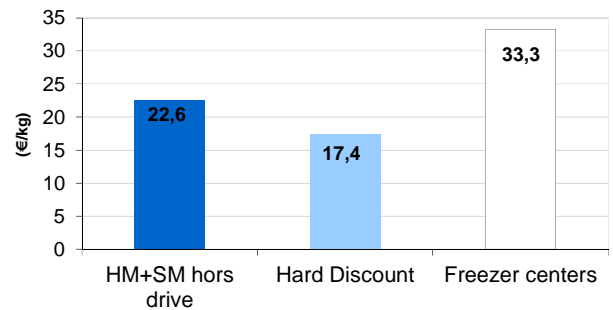
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)



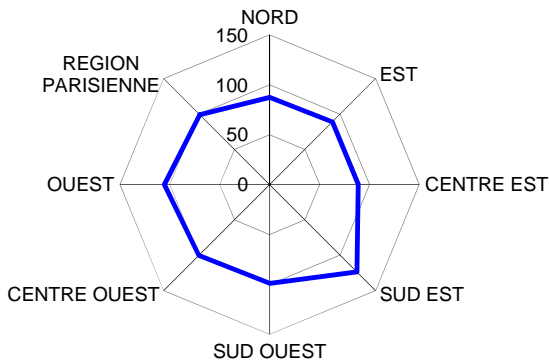
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)



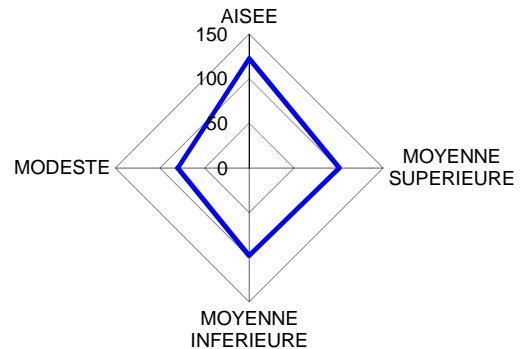
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)



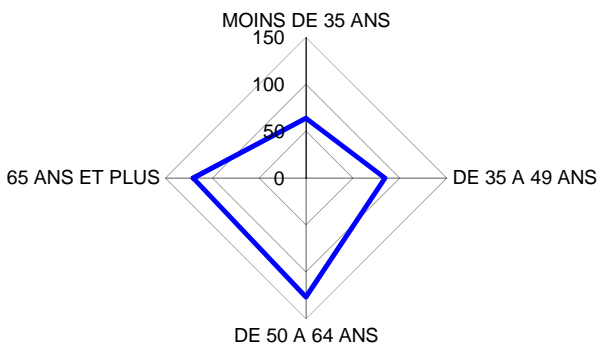
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)



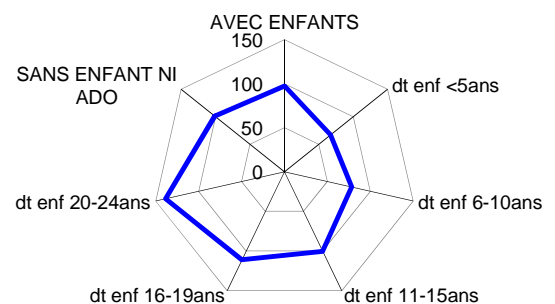
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### SAINT-JACQUES SURGELÉE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SARDINE

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	24 650	42 030	3 860	62 820	0%

\* estimation pour 2015

FranceAgriMer

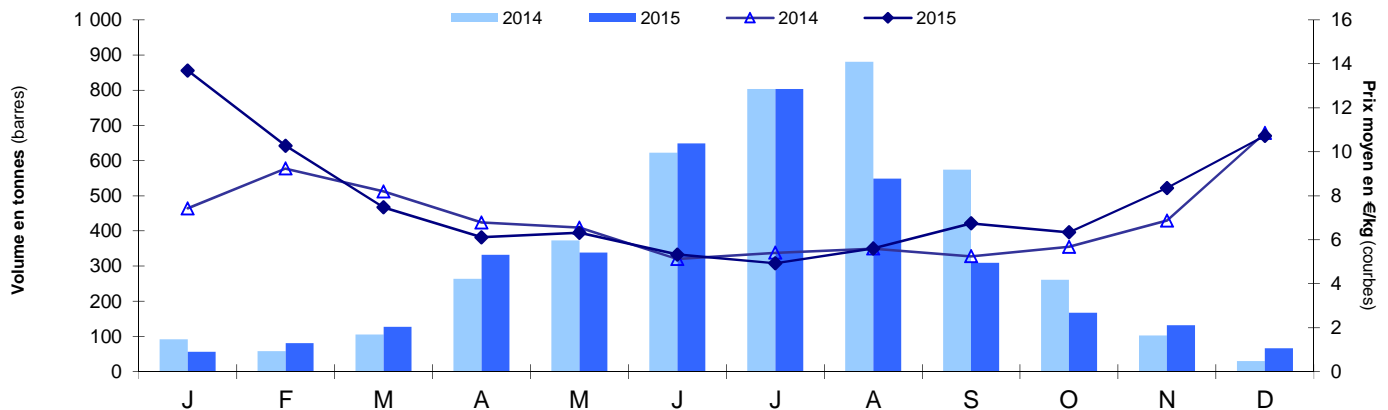
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
SARDINE FRAICHE	6,1	5,3	3 613	-13,3	22 186	-8,7	10,5	-1,1	100,0	//
CONSERVE DE SARDINE	10,1	0,5	15 741	1,4	158 259	1,8	53,4	0,1	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SARDINE FRAICHE

### SARDINE FRAICHE : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

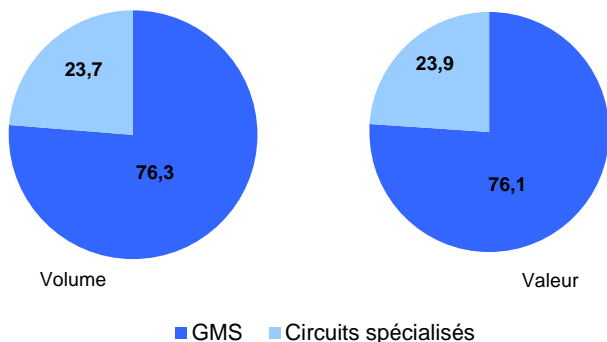


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SARDINE FRAICHE

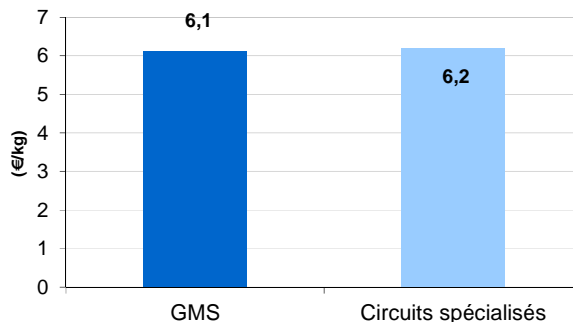
### CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**SARDINE FRAICHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



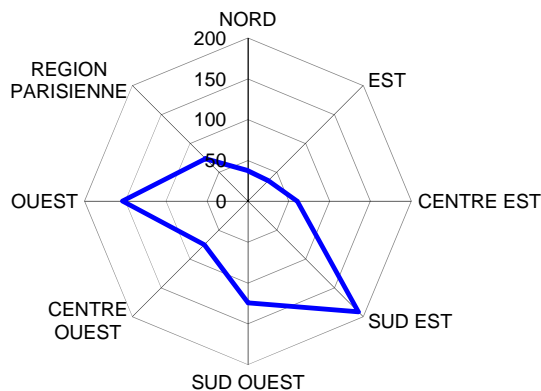
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SARDINE FRAICHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



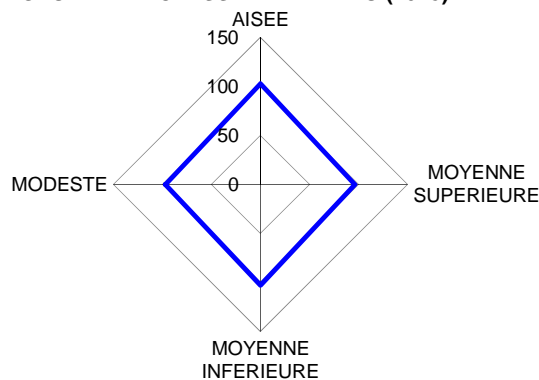
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SARDINE FRAICHE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



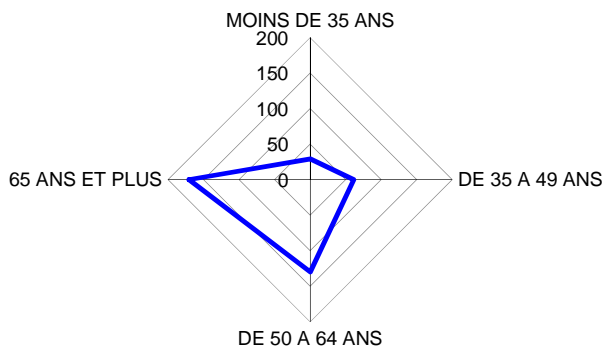
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SARDINE FRAICHE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



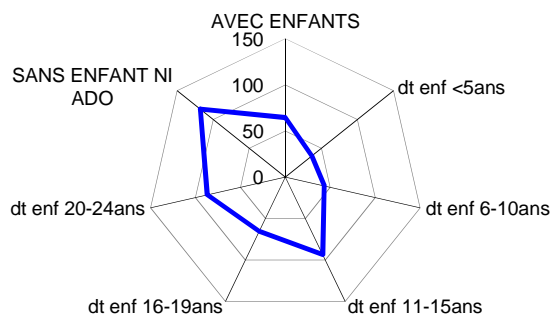
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SARDINE FRAICHE : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

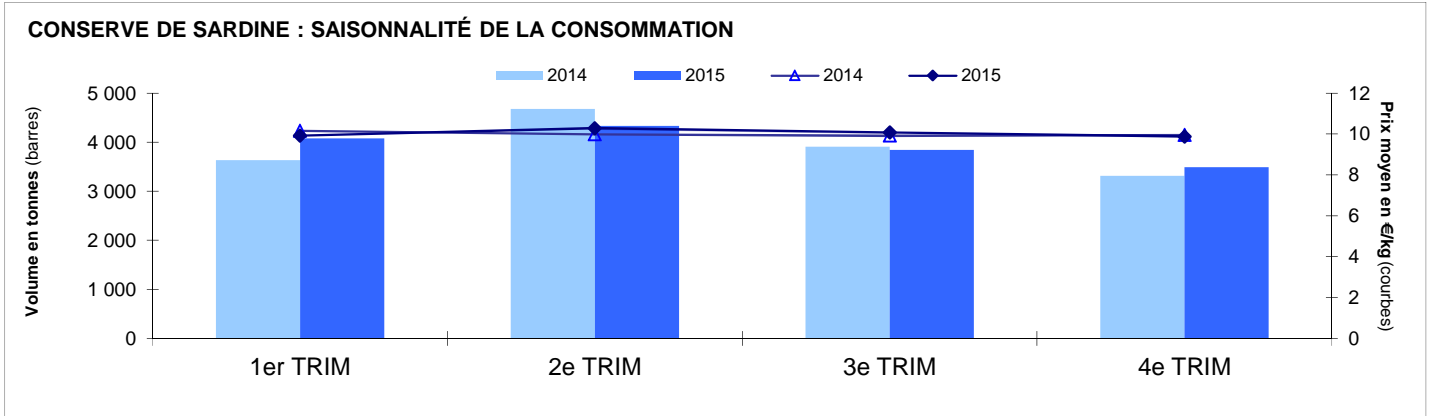
**SARDINE FRAICHE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



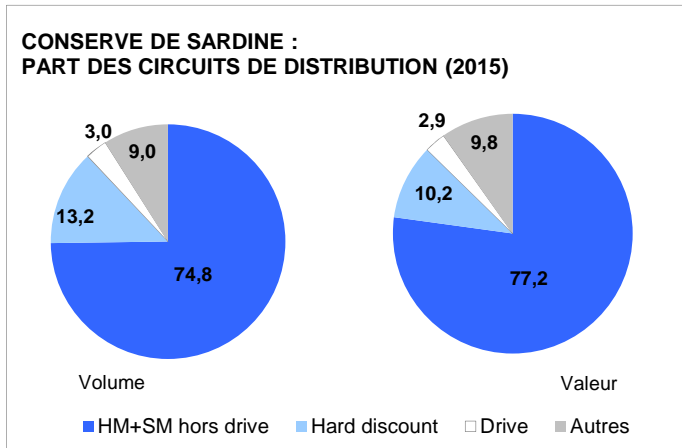
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# CONSERVE DE SARDINE

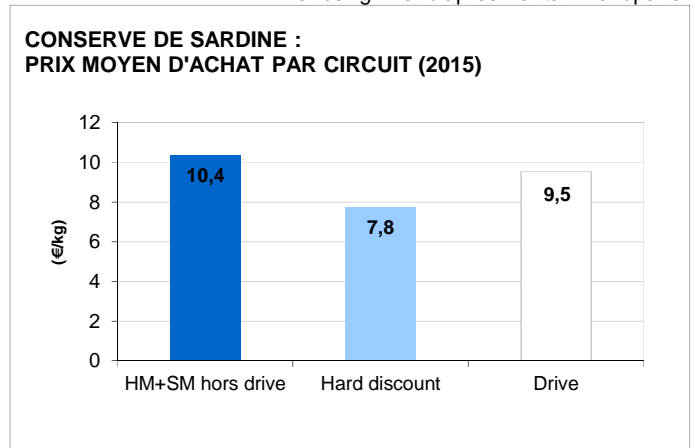
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



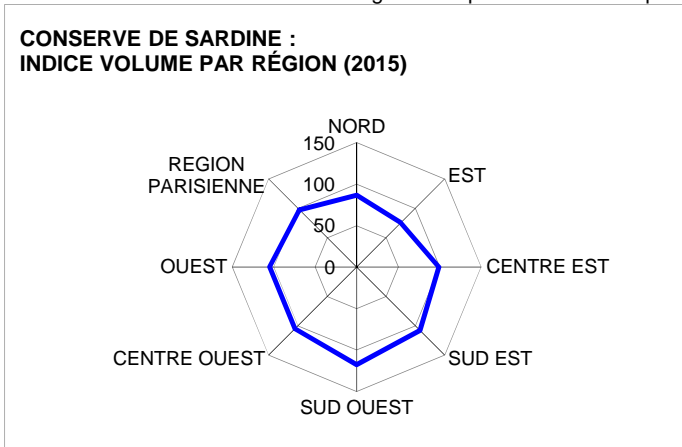
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



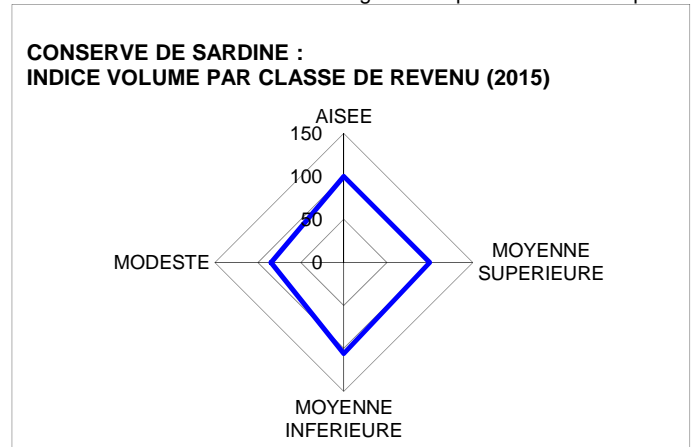
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



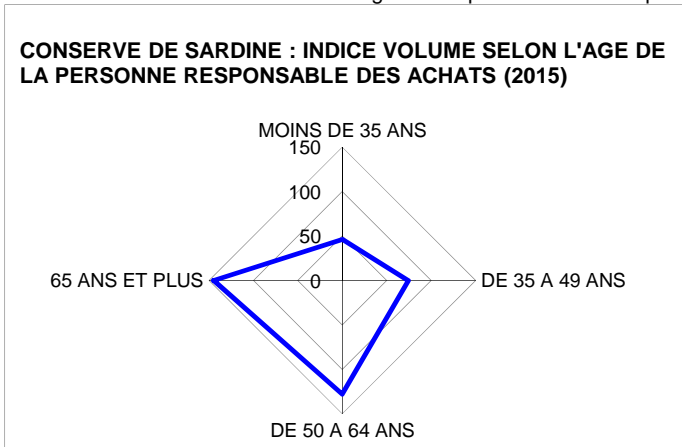
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



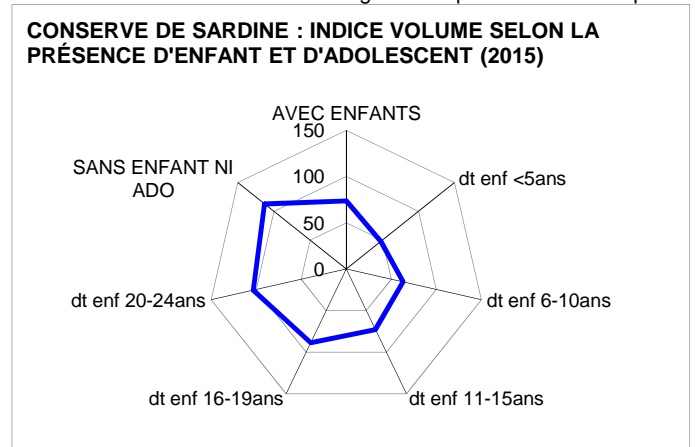
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



## SAUMON

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	1 520	208 480	31 560	178 440	98%

\* estimation pour 2015

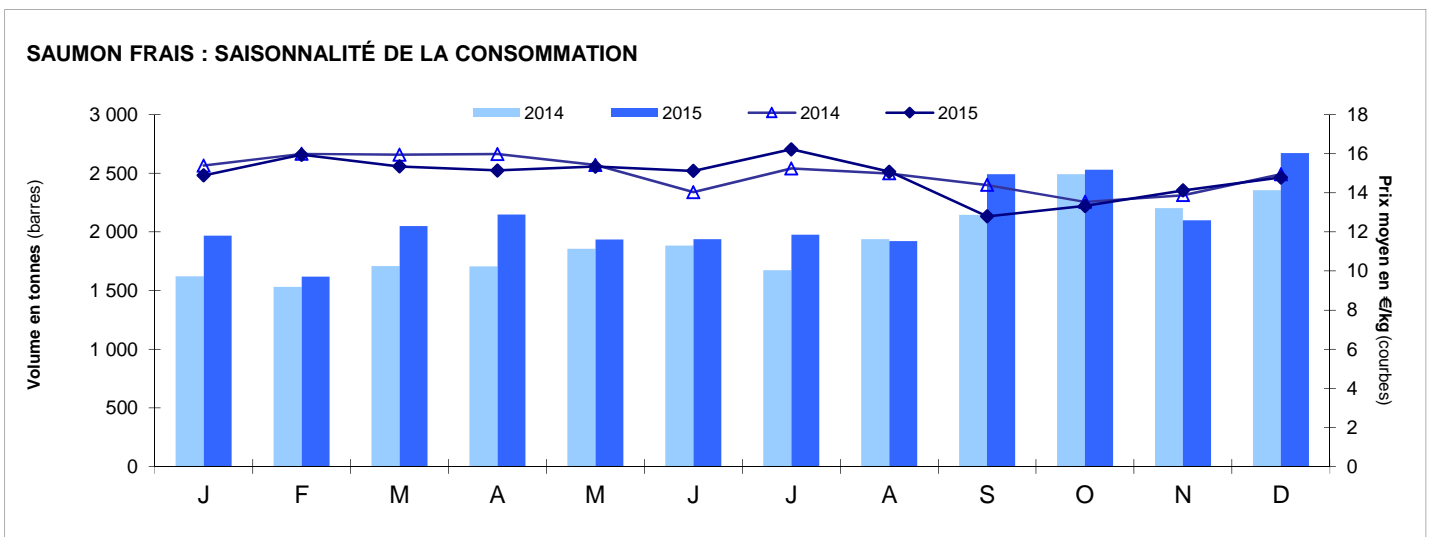
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>SAUMON FRAIS</b>	<b>14,7</b>	<b>-0,9</b>	<b>25 551</b>	<b>9,8</b>	<b>376 663</b>	<b>8,9</b>	<b>44,0</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>SAUMON FUMÉ</b>	<b>28,7</b>	<b>2,7</b>	<b>19 660</b>	<b>-0,6</b>	<b>565 170</b>	<b>2,0</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
dont avec code barre	28,4	2,6	18 859	-0,2	536 100	2,3	71,0	0,9	95,9	-7,5
dont sans code barre	36,3	6,3	802	-9,4	29 070	-3,7	6,2	0,1	4,1	-0,7
<b>TARTINABLE EN CONSERVE</b>	<b>12,3</b>	<b>-0,9</b>	<b>831</b>	<b>10,2</b>	<b>10 190</b>	<b>9,2</b>	<b>5,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

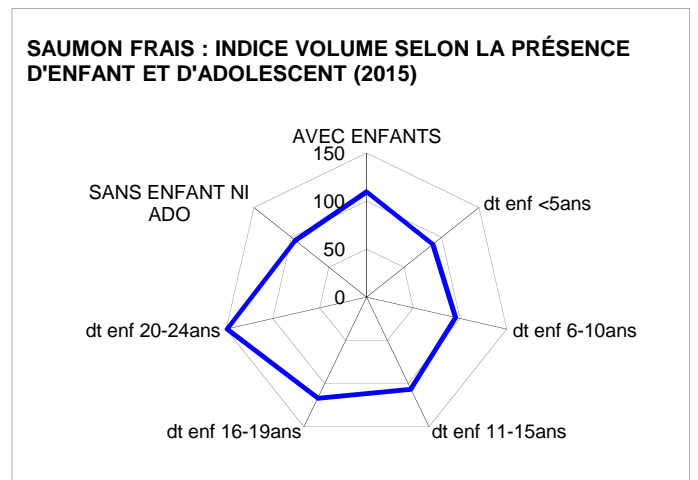
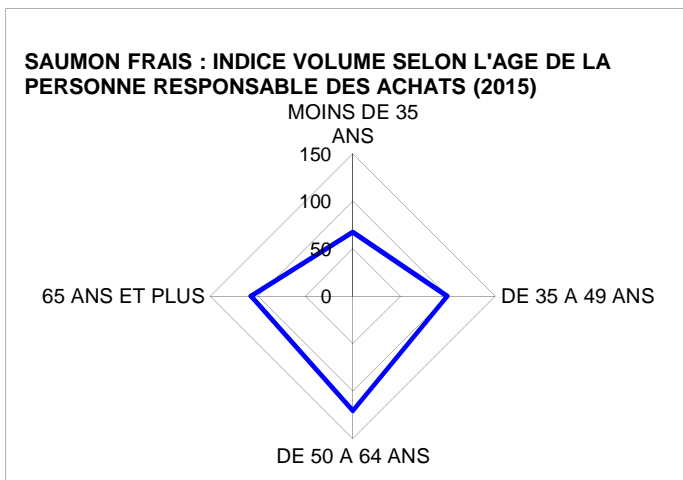
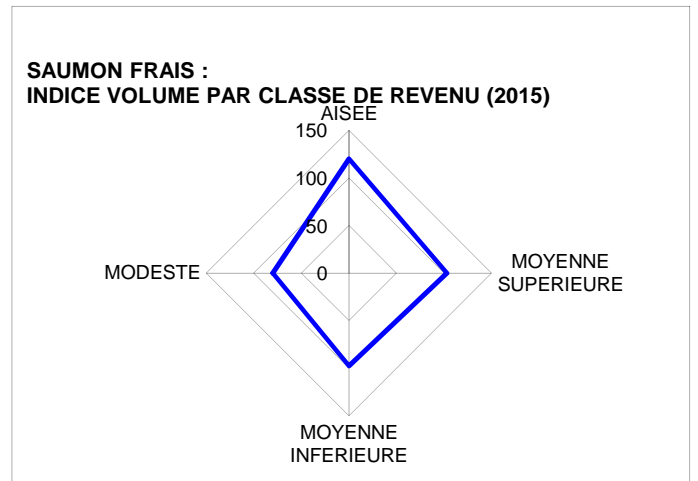
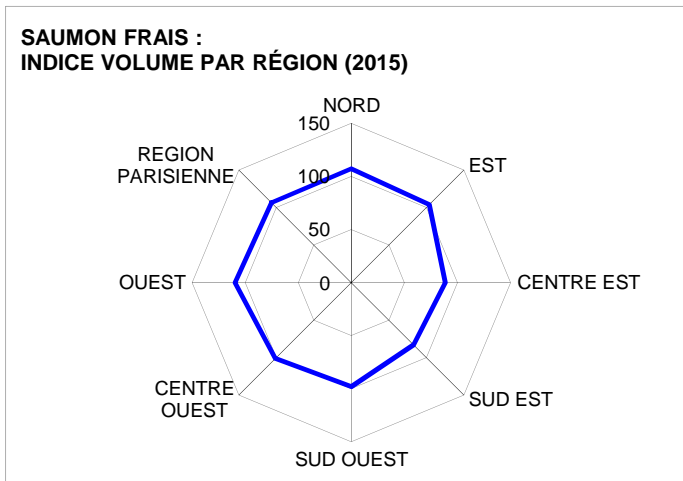
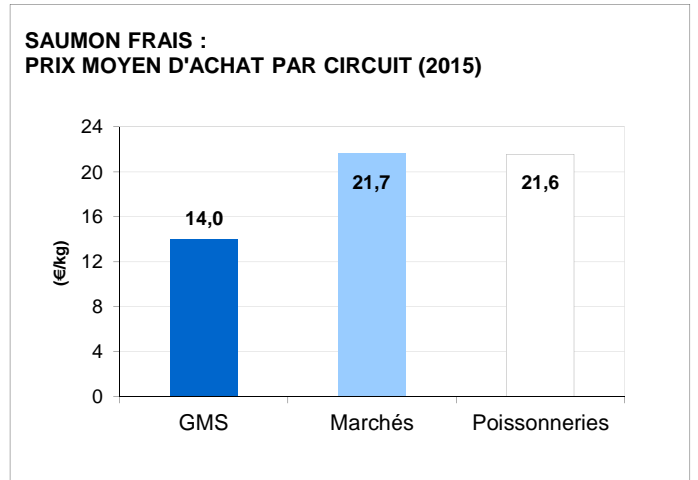
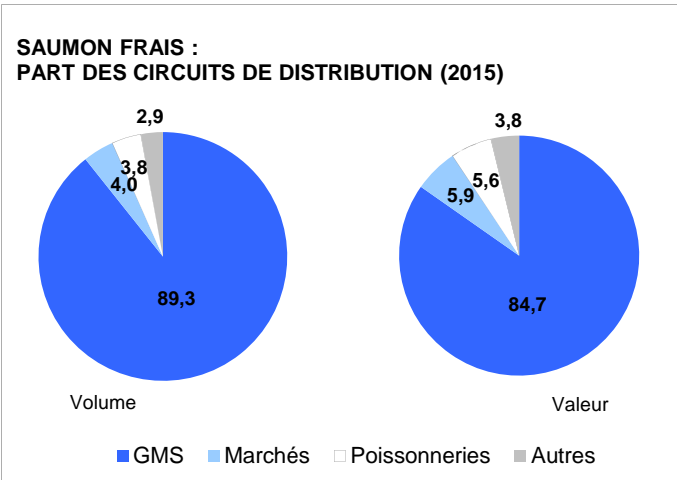
## SAUMON FRAIS



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

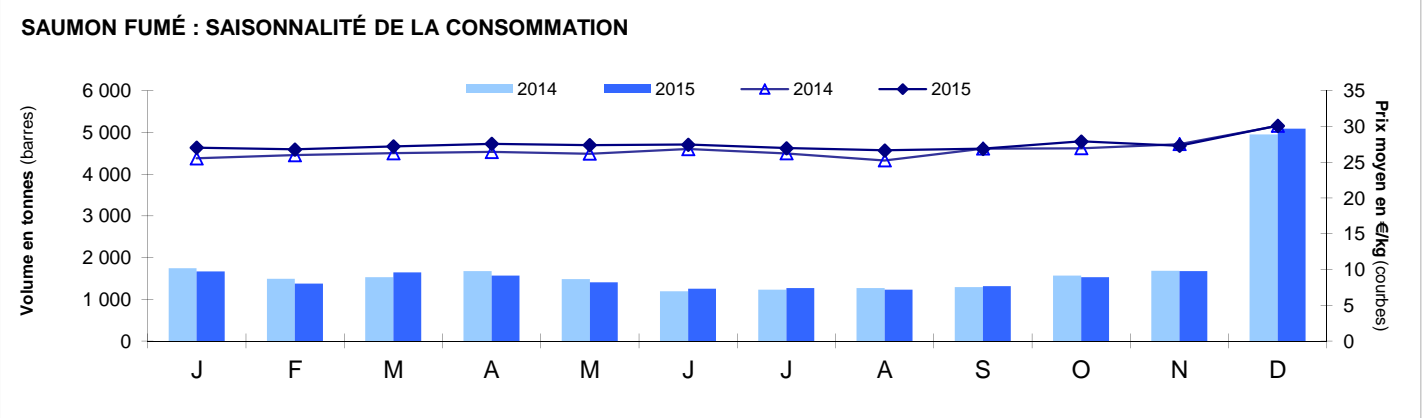
## SAUMON FRAIS

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

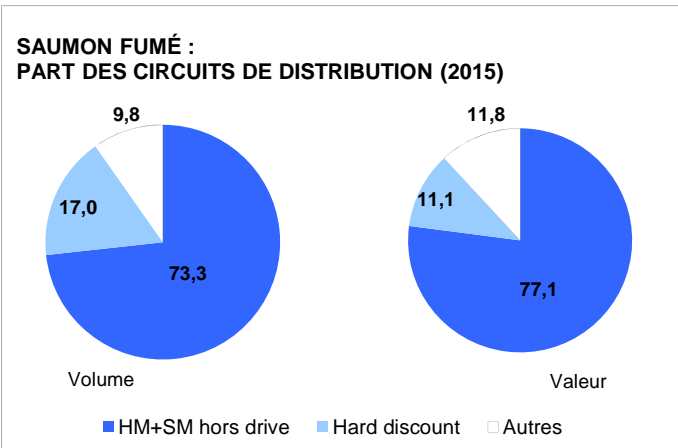


# SAUMON FUMÉ

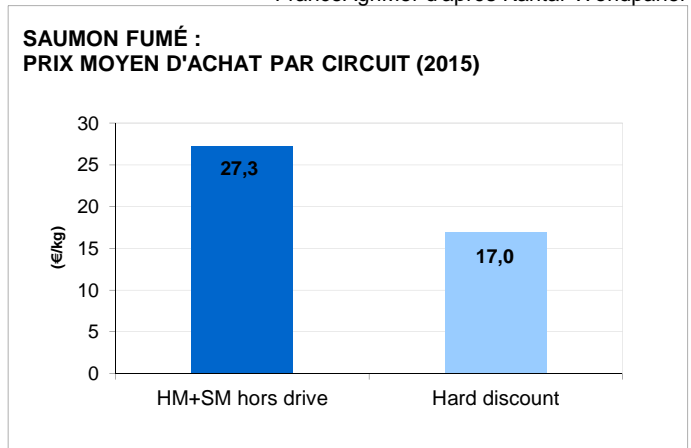
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



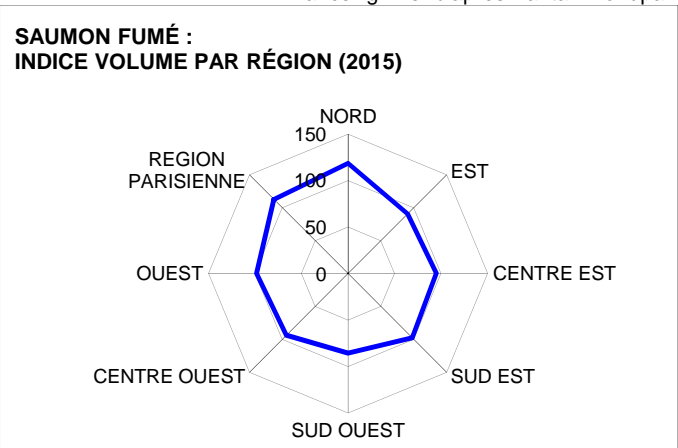
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



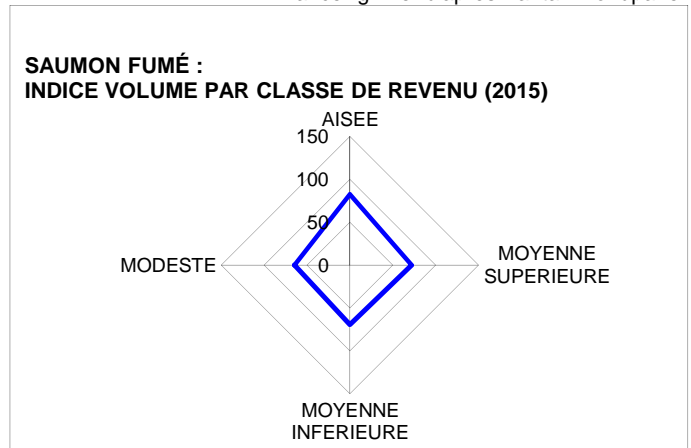
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



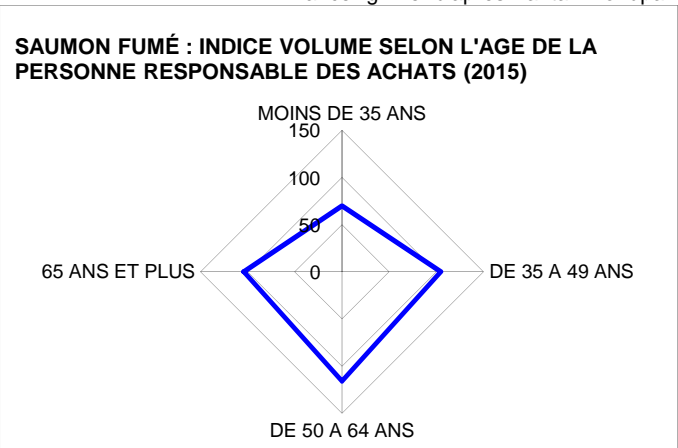
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



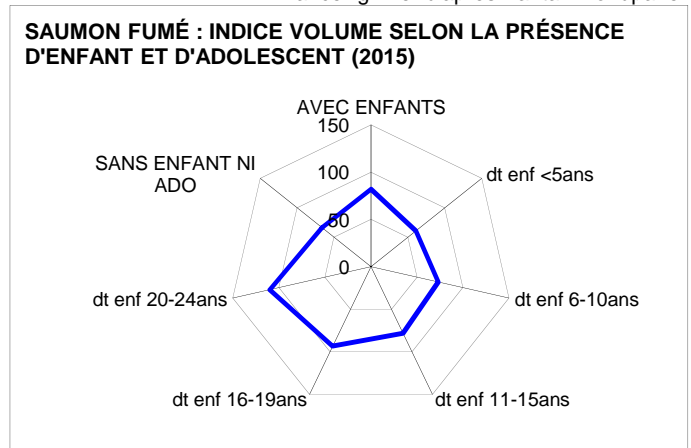
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SOLE

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	7 520	2 450	2 460	7 510	0%

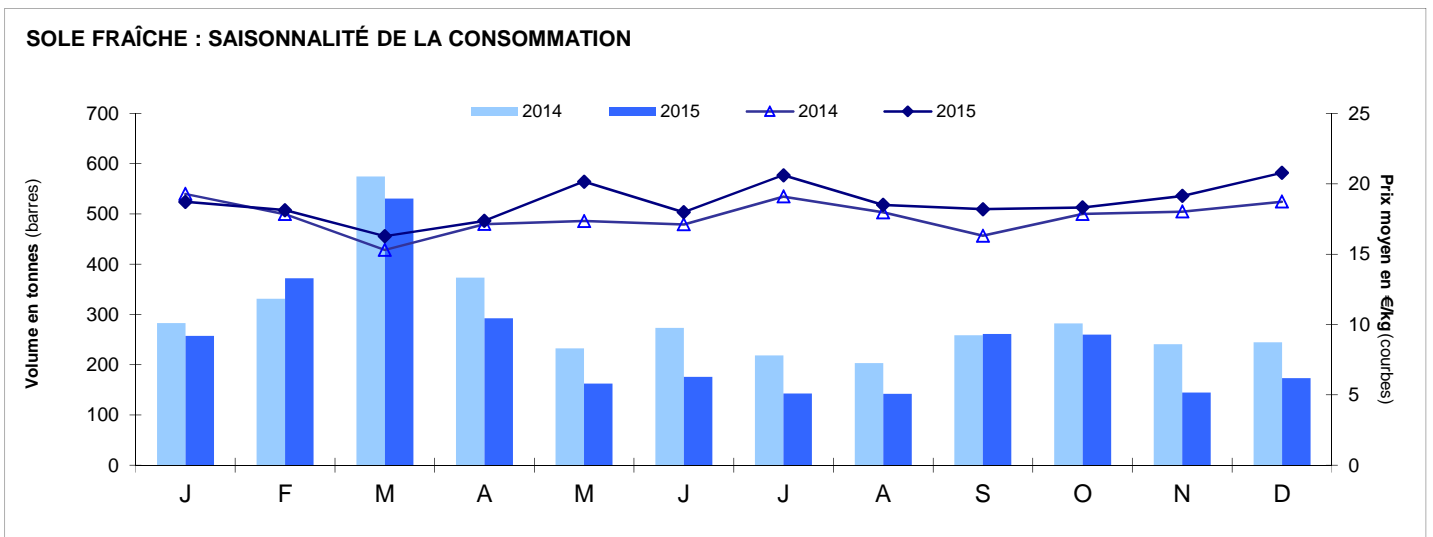
\* estimation pour 2015

FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>SOLE FRAÎCHE</b>	<b>18,2</b>	<b>4,7</b>	<b>2 916</b>	<b>-17,1</b>	<b>53 205</b>	<b>-13,1</b>	<b>8,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

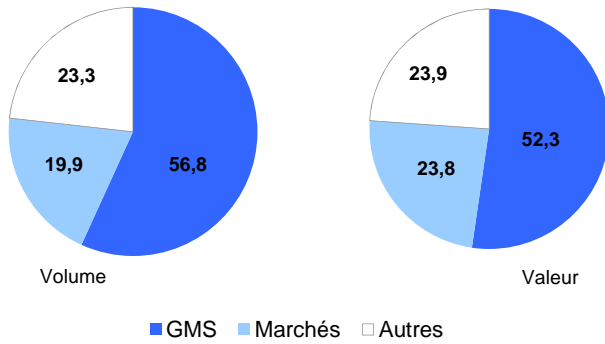


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# SOLE

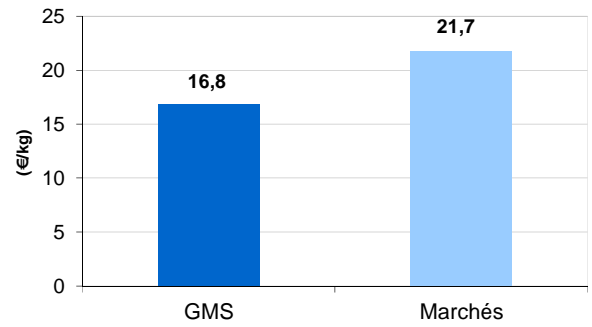
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**SOLE FRAÎCHE : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



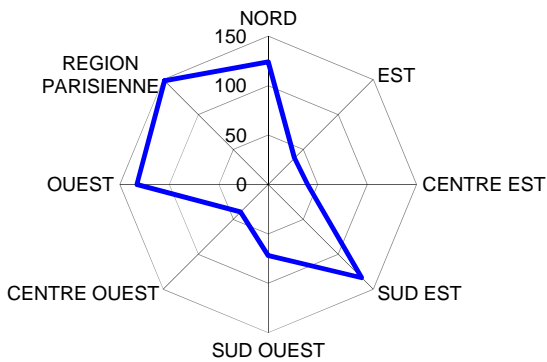
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SOLE FRAÎCHE : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



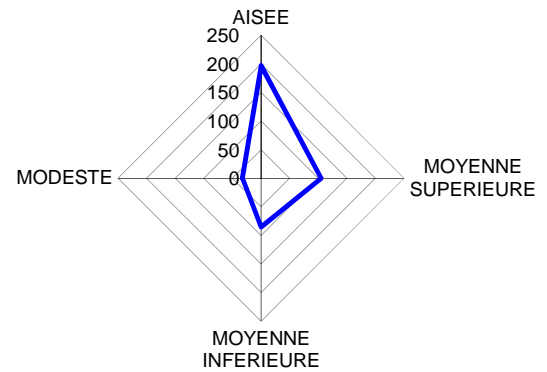
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SOLE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



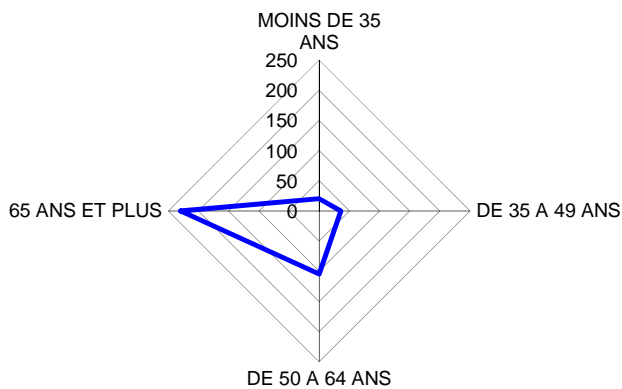
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SOLE FRAÎCHE : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



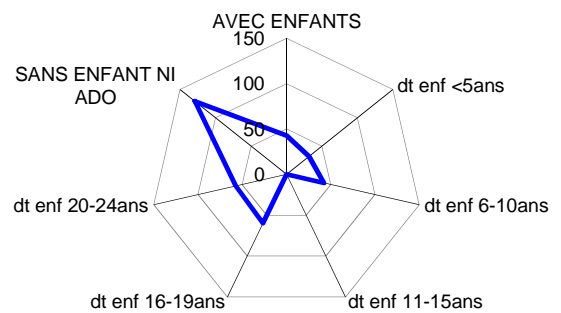
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SOLE FRAÎCHE : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SOLE FRAÎCHE : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



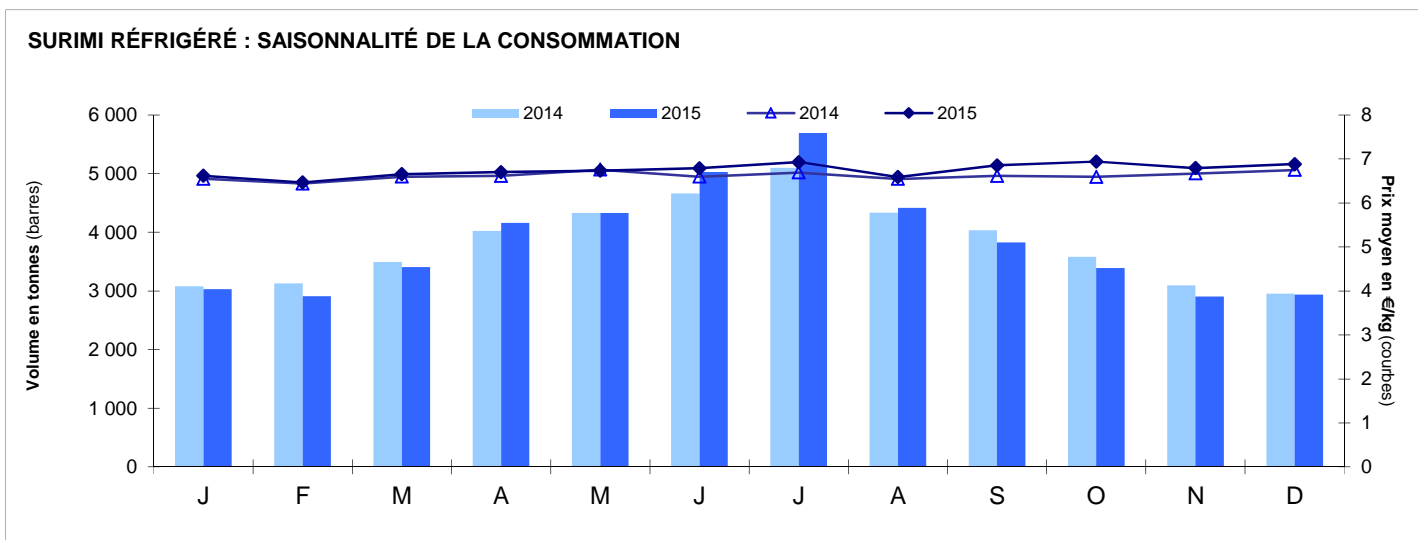
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## SURIMI

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
SURIMI RÉFRIGÉRÉ avec code barre	6,8	2,0	46 053	0,5	311 077	2,6	63,2	-0,2	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

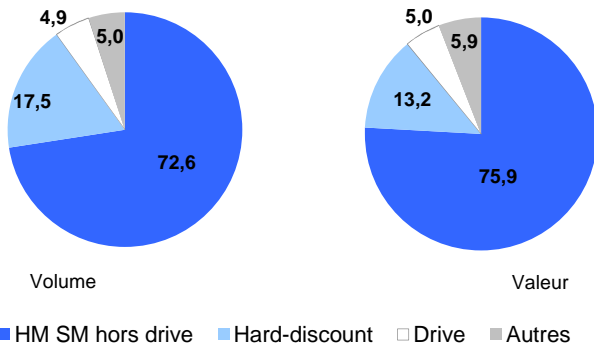


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# SURIMI

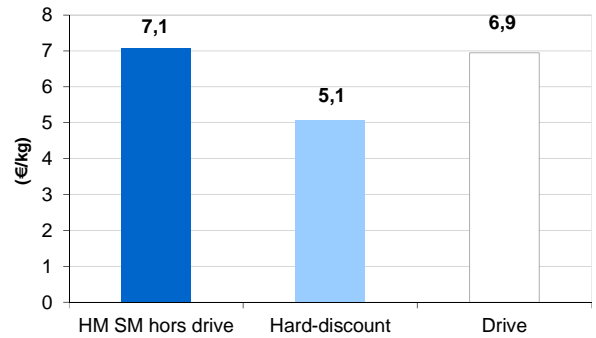
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



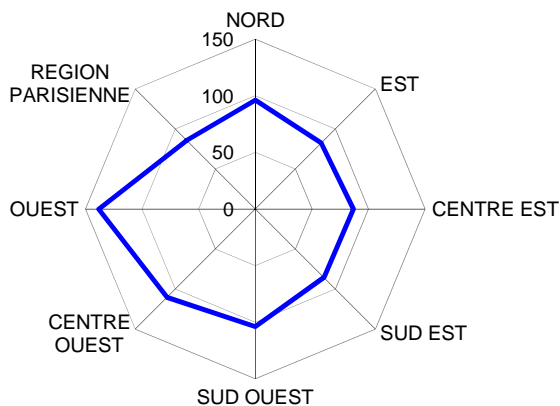
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



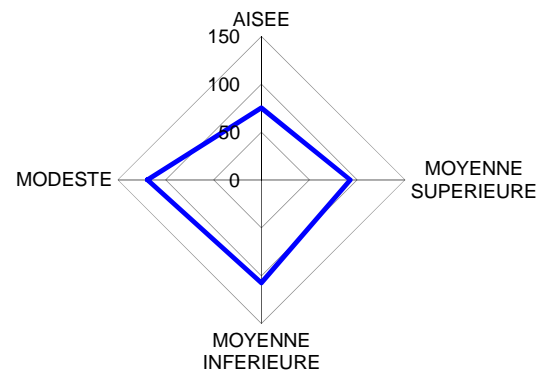
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



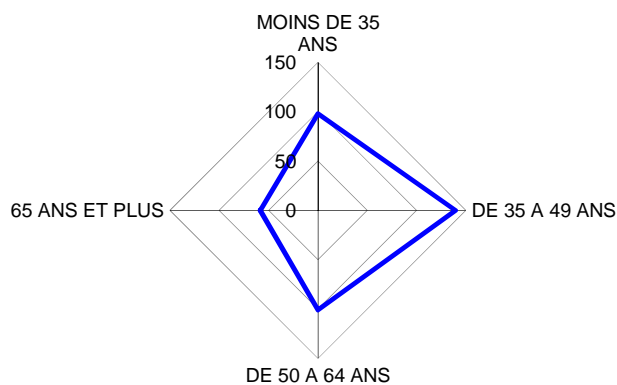
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



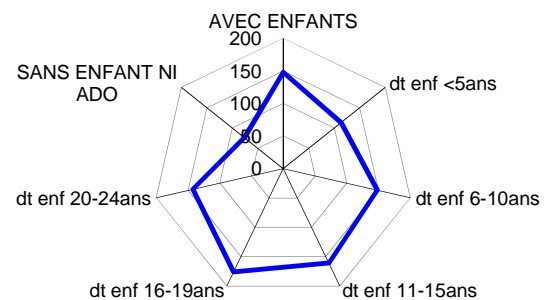
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**SURIMI RÉFRIGÉRÉ : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## THON

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	123 170	256 310	91 980	287 500	0%

\* estimation pour 2015

FranceAgriMer

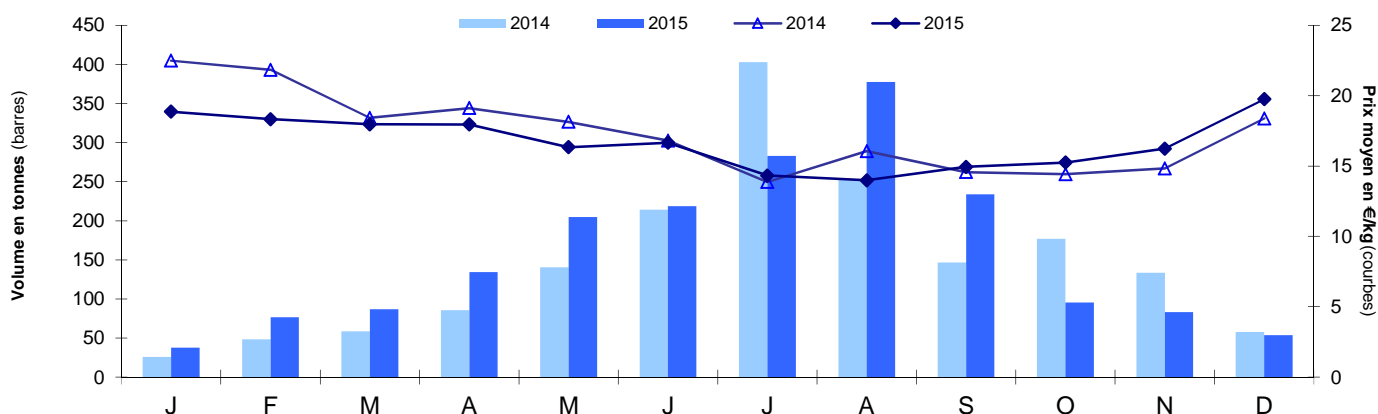
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>THON FRAIS</b>	<b>15,8</b>	<b>-1,2</b>	<b>1 886</b>	<b>8,2</b>	<b>29 777</b>	<b>6,9</b>	<b>7,6</b>	<b>-0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>
<b>CONSERVE DE THON</b>	<b>7,9</b>	<b>0,1</b>	<b>70 699</b>	<b>-1,1</b>	<b>557 008</b>	<b>-1,0</b>	<b>85,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## THON FRAIS

### THON FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

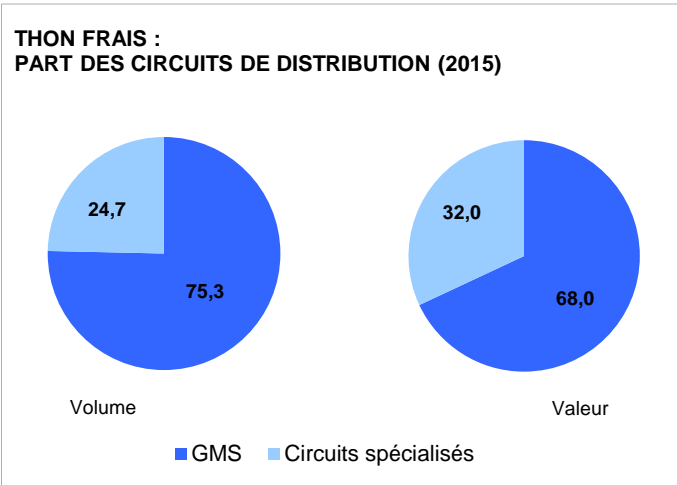


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

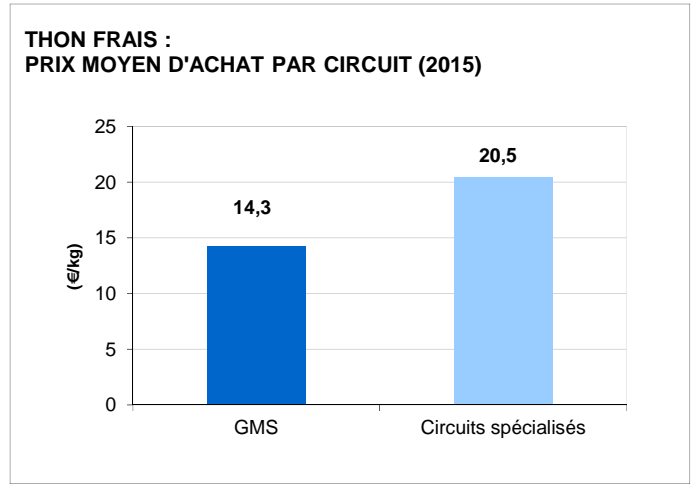


## THON FRAIS

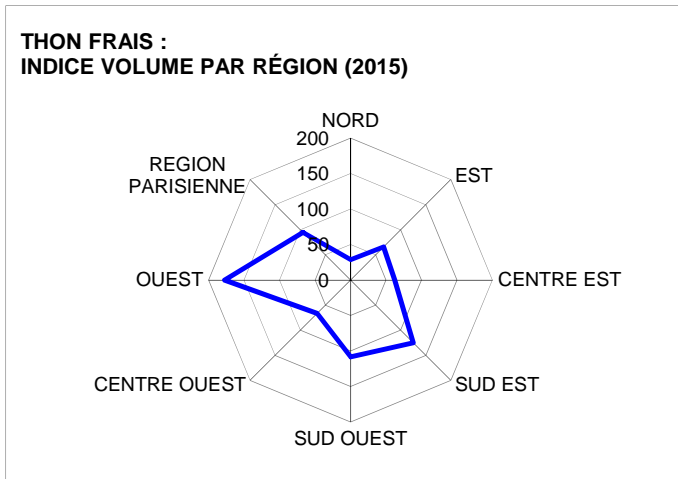
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



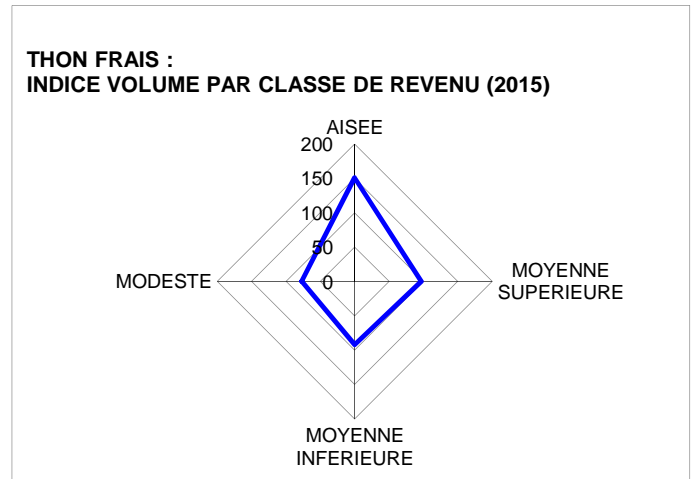
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



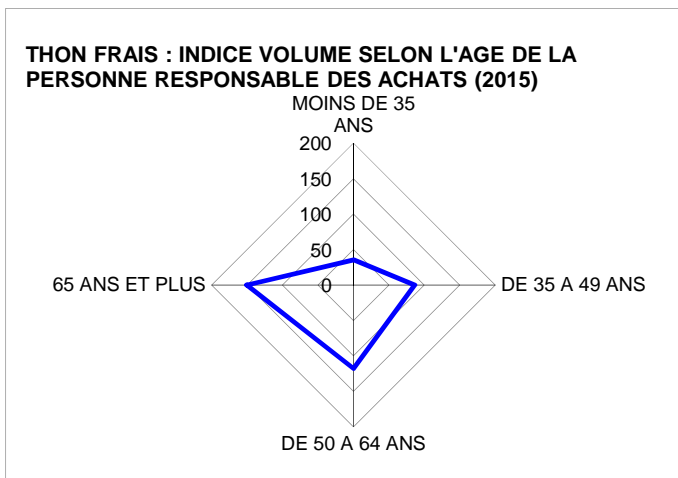
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



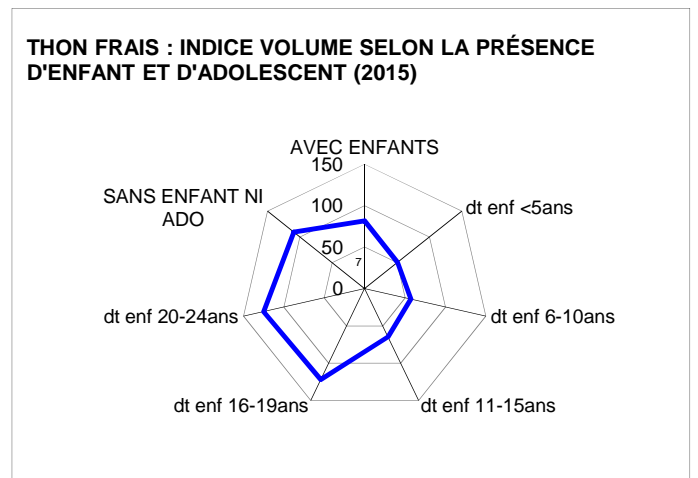
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

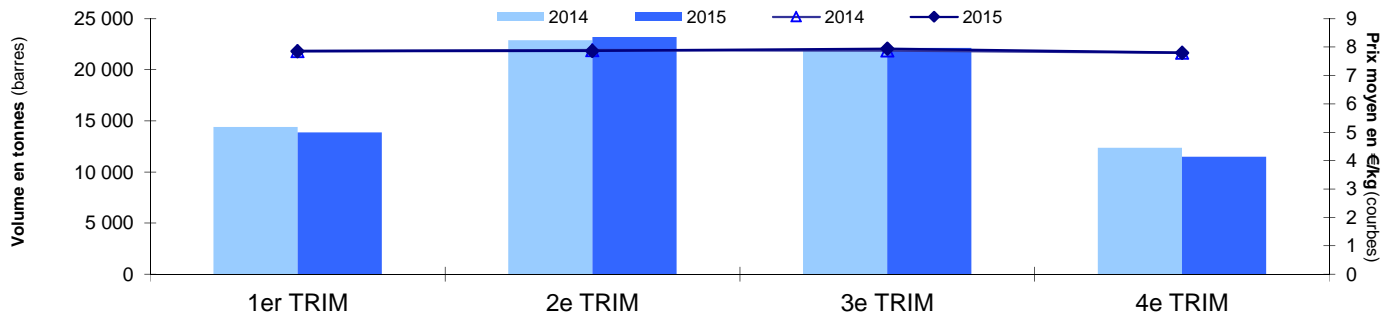


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## CONSERVE DE THON

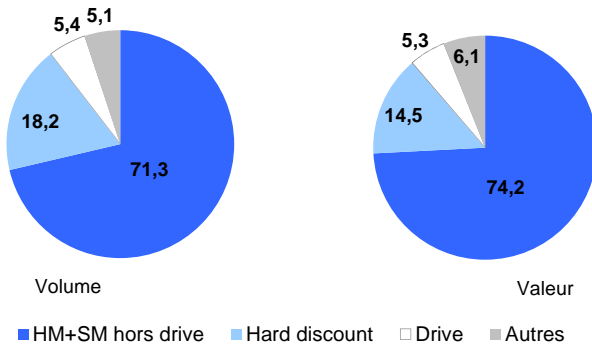
### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

#### CONSERVE DE THON : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION



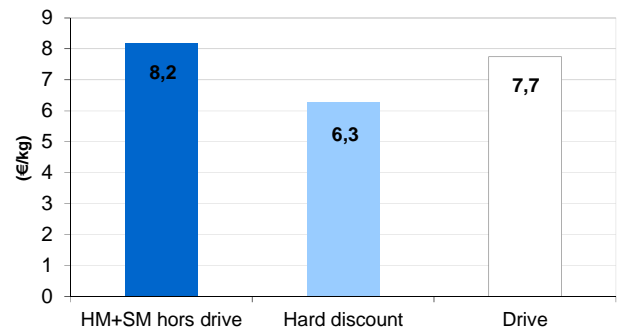
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)



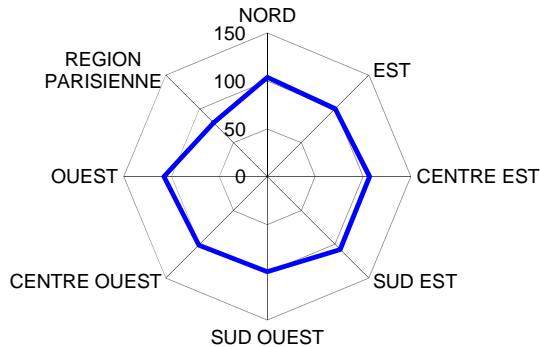
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)



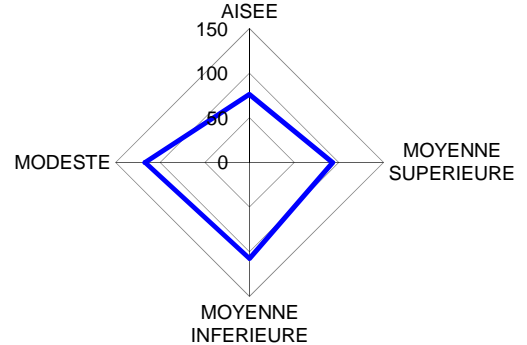
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)



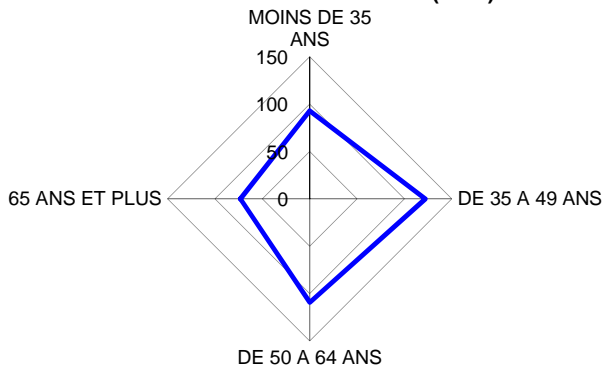
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)



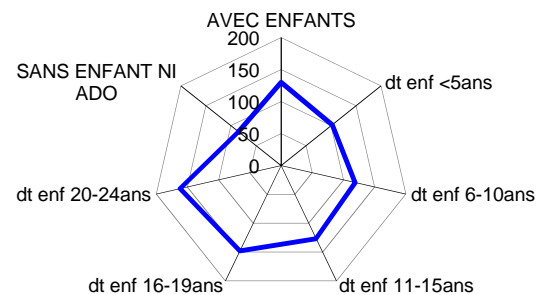
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### CONSERVE DE THON : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## TOURTEAU

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	5 590	9 170	1 630	13 130	0%

\* estimation pour 2015

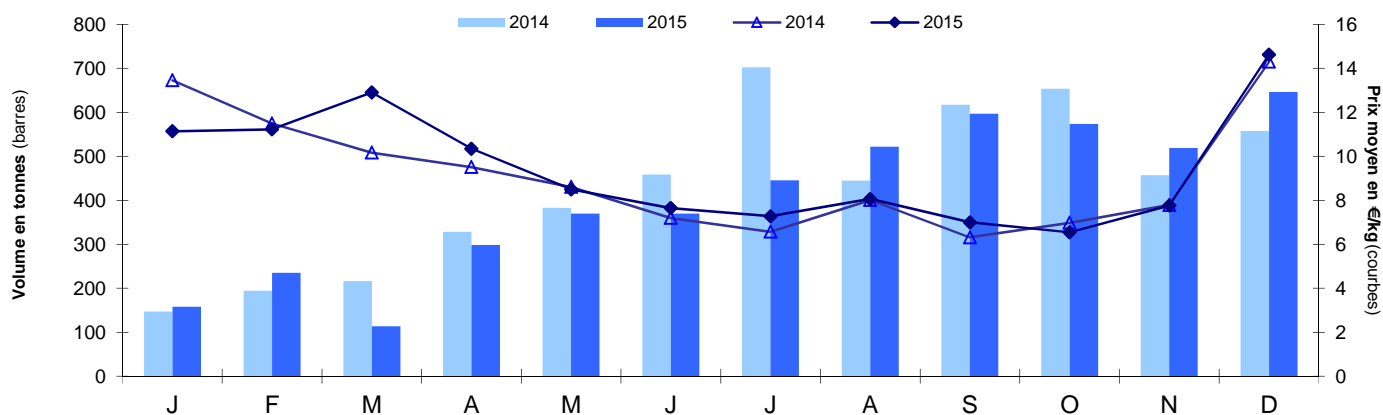
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
<b>TOURTEAU FRAIS</b>	<b>9,0</b>	<b>5,2</b>	<b>4 849</b>	<b>-6,0</b>	<b>43 802</b>	<b>-1,1</b>	<b>9,3</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>	<b>//</b>

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### TOURTEAU FRAIS : SAISONNALITÉ DE LA CONSOMMATION

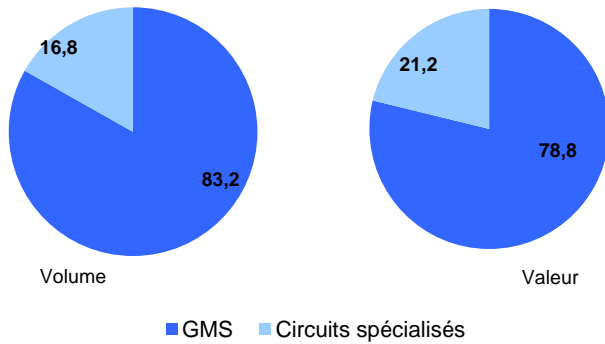


FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# TOURTEAU

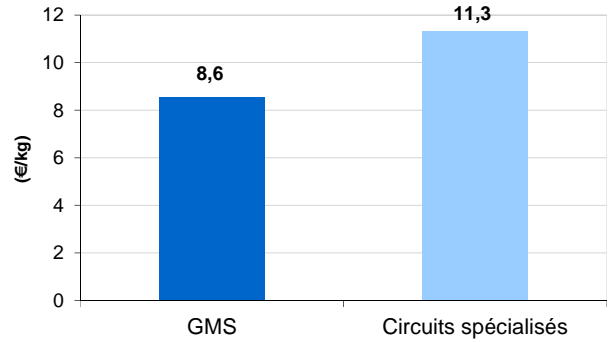
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

**TOURTEAU FRAIS : PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION (2015)**



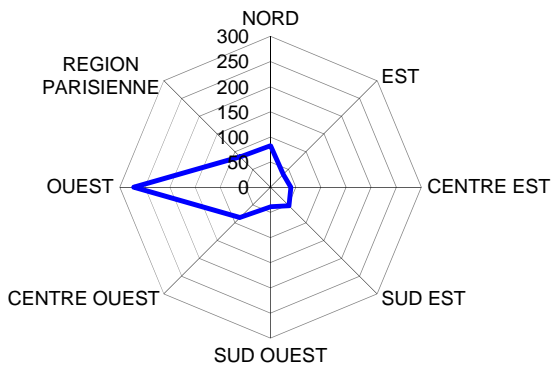
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**TOURTEAU FRAIS : PRIX MOYEN D'ACHAT PAR CIRCUIT (2015)**



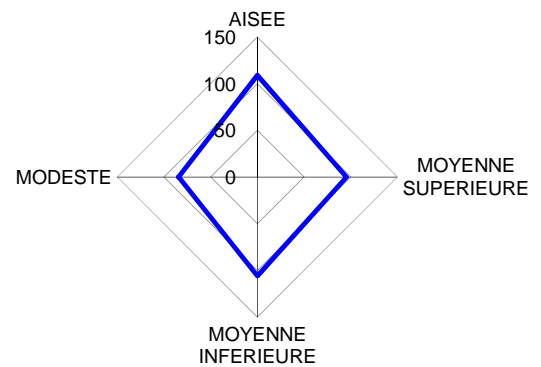
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**TOURTEAU FRAIS : INDICE VOLUME PAR RÉGION (2015)**



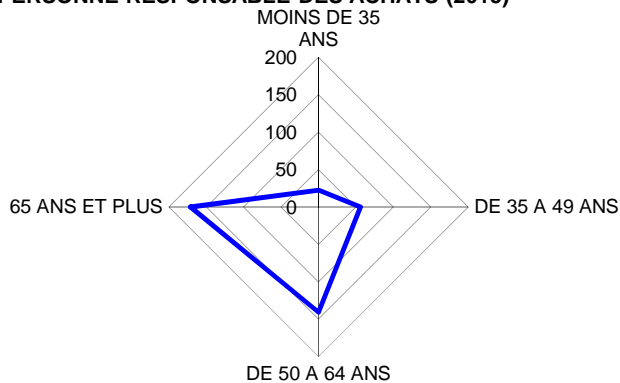
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**TOURTEAU FRAIS : INDICE VOLUME PAR CLASSE DE REVENU (2015)**



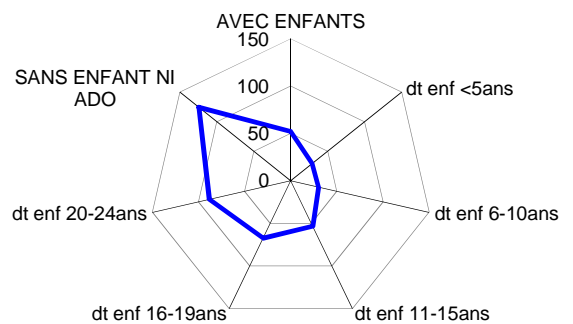
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**TOURTEAU FRAIS : INDICE VOLUME SELON L'AGE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DES ACHATS (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**TOURTEAU FRAIS : INDICE VOLUME SELON LA PRÉSENCE D'ENFANT ET D'ADOLESCENT (2015)**



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

## TRUITE

### BILAN D'APPROVISIONNEMENT (EN ÉQUIVALENT POIDS VIF)

(en tonnes)	Production *	Importations	Exportations	Consommation apparente	Part de l'élevage
Moyenne 2013 à 2015	33 890	4 260	7 710	30 440	100%

\* estimation pour 2015

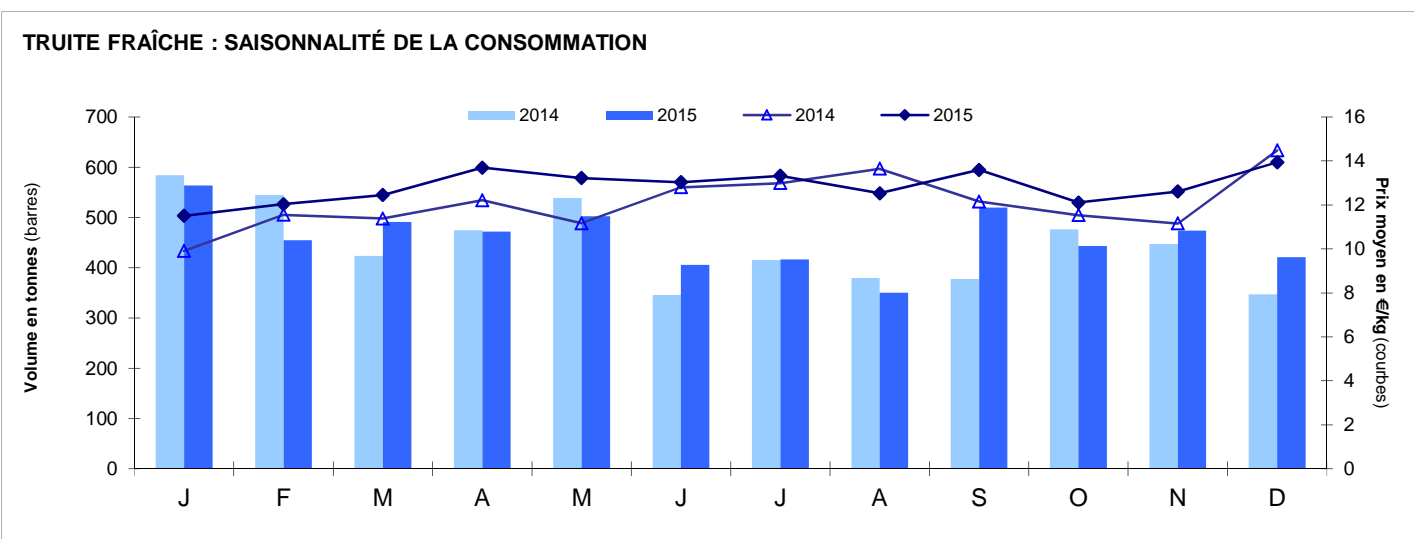
FranceAgriMer

### CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)

2015	Prix moyen		Qtés achetées		Valeur		Tx de pénétration		Part en volume	
	(€/kg)	(%)	(tonnes)	(%)	(k€)	(%)	(%)	(point)	(%)	(point)
TRUITE FRAÎCHE	12,8	7,6	5 515	3,0	70 685	10,8	18,1	0,0	100,0	//
TRUITE FUMÉE	28,8	1,3	3 817	12,5	109 958	13,9	29,5	1,6	100,0	//

FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

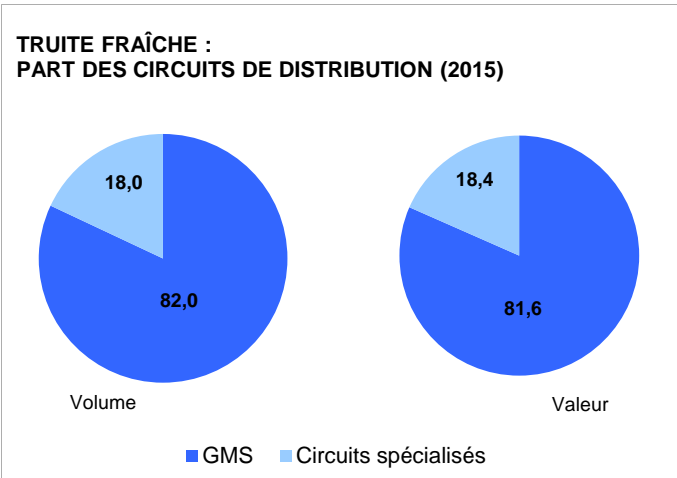
## TRUITE FRAÎCHE



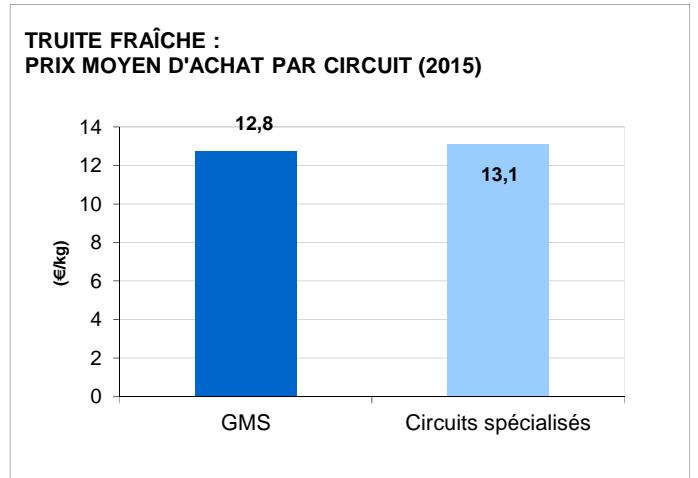
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# TRUITE FRAÎCHE

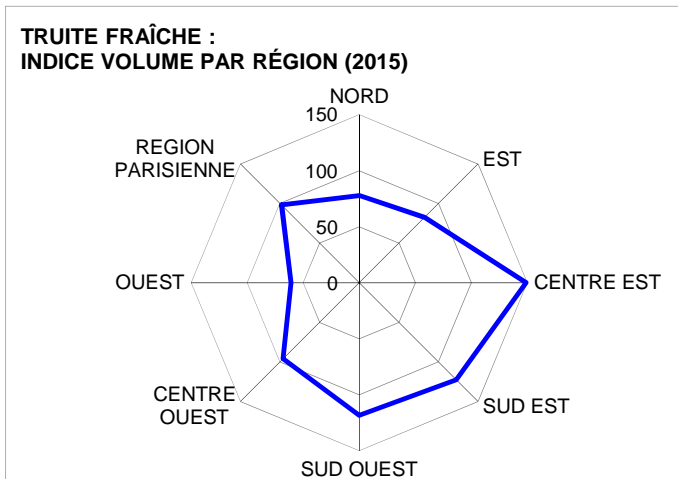
## CONSOMMATION DES MENAGES A LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



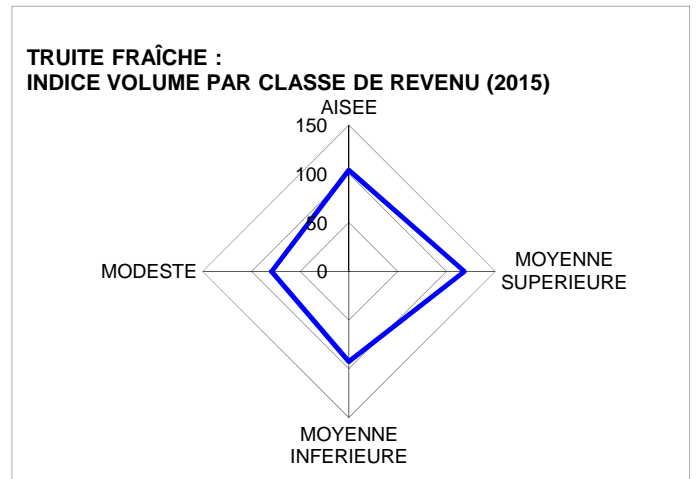
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



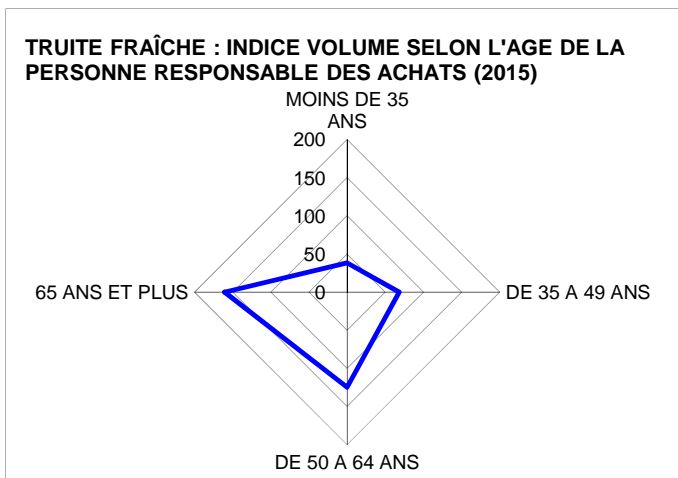
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



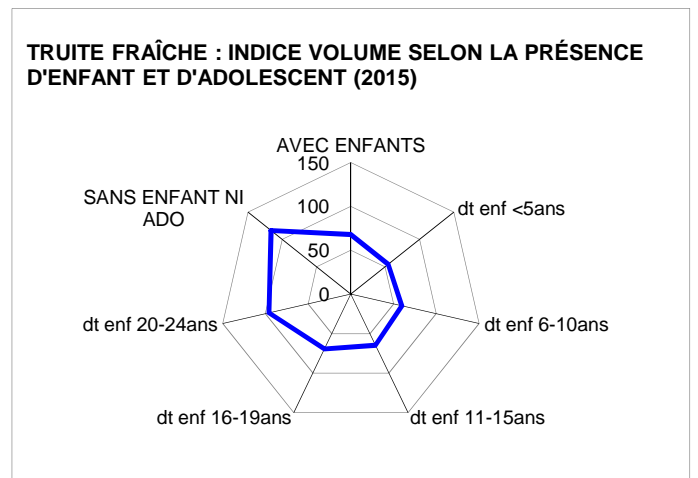
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



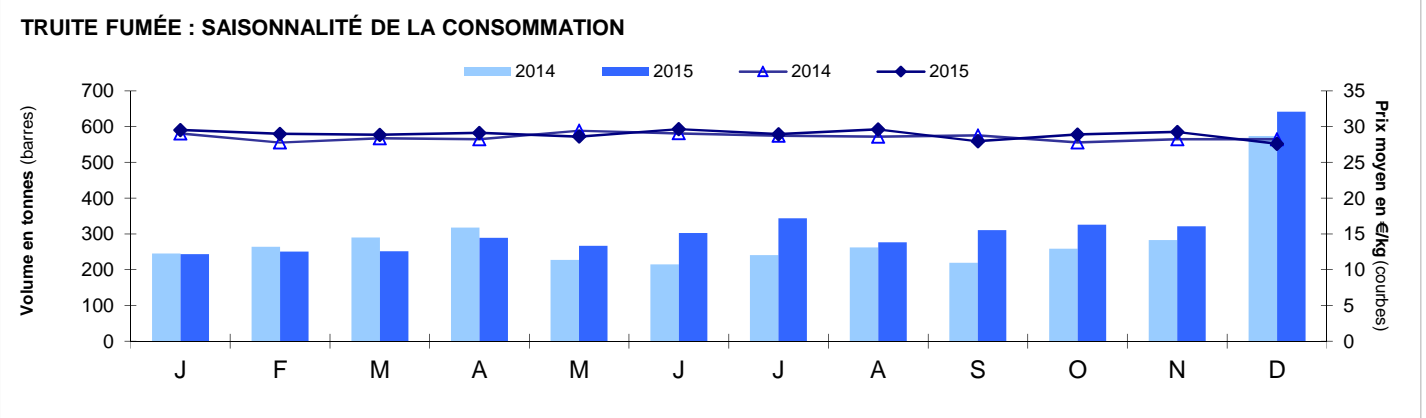
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



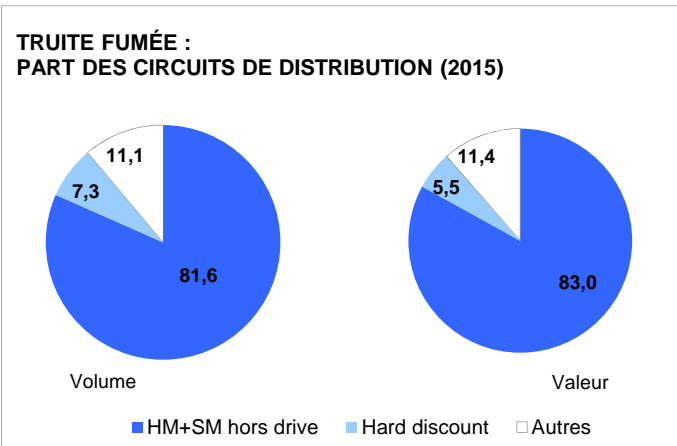
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

# TRUITE FUMÉE

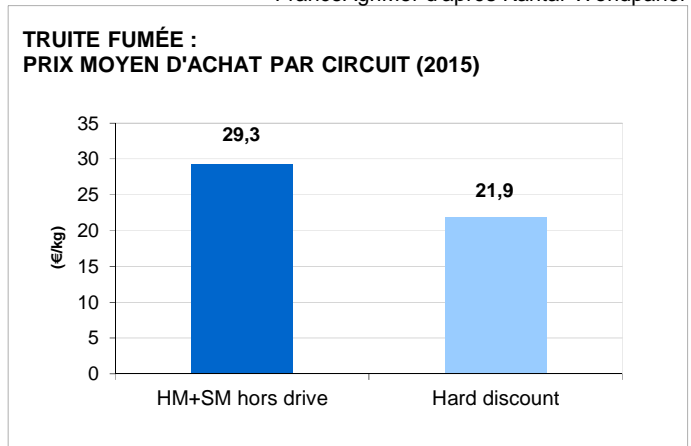
## CONSOMMATION DES MÉNAGES À LEUR DOMICILE (EN POIDS NET)



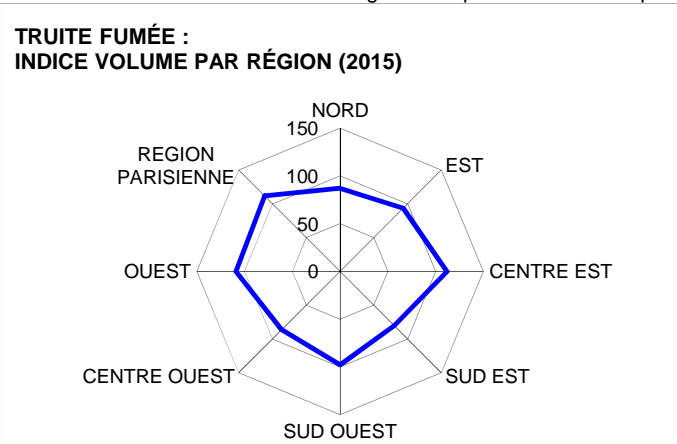
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



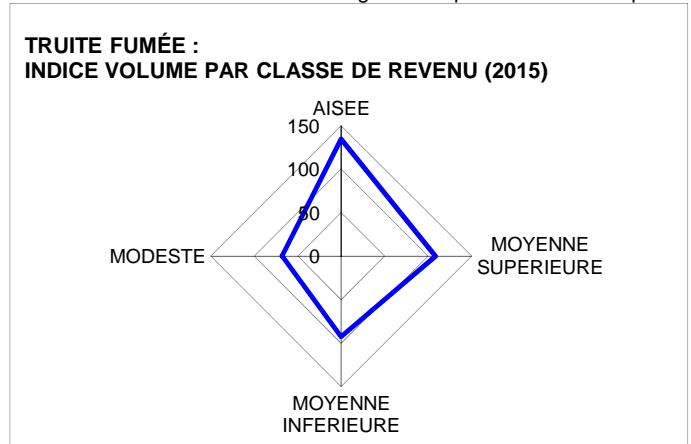
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



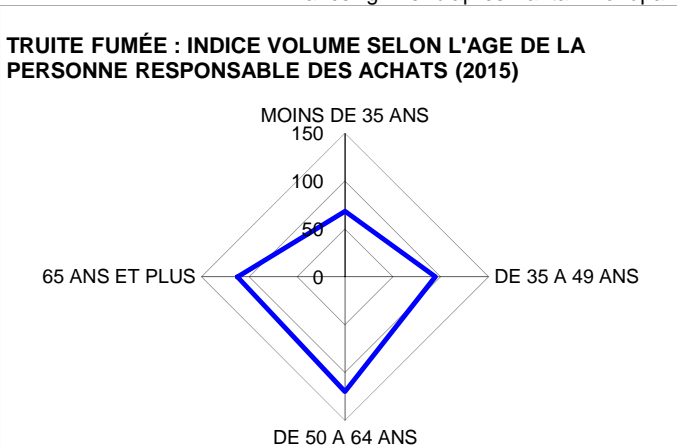
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



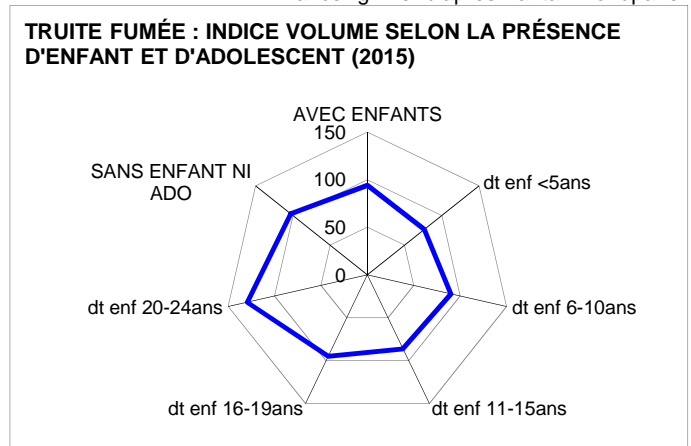
FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel









MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'AGROALIMENTAIRE  
ET DE LA FORÊT

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE  
DU DÉVELOPPEMENT  
DURABLE  
ET DE L'ÉNERGIE

Accompagner  
les filières  
80 ans  
FranceAgriMer



**DONNÉES ET BILANS Pêche** / *Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture* est une publication de FranceAgriMer.  
Directeur de la publication : Éric Allain / Rédaction : Marchés et études des filières / Unité : Produits animaux, pêche et aquaculture.  
Copyright : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer. N° ISSN : 1 768-9805  
Conception et réalisation : direction de la Communication et de l'information / Photos : M. Nathalie-Fotoia, Pixtal, droits réservés / Impression : Atelier  
d'impression de l'Arborial / juillet 2016.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex  
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

[www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)  
[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)