



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Conseil spécialisé « mer et aquaculture » de FranceAgriMer du 27 mai 2015 : focus sur les marchés

Le Conseil spécialisé de FranceAgriMer pour les produits de la mer, de l'aquaculture et de la pêche professionnelle en eau douce s'est réuni le 27 mai 2015, sous la présidence d'Hervé Jeantet.

À l'international, la tendance s'inverse sur les marchés du saumon et du cabillaud

Sur le marché international du saumon, les cours sont à la baisse depuis le début de l'année 2015 et même inférieurs à ceux de la même période 2014. Les disponibilités sont importantes (en raison d'un accroissement de la production et de l'arrêt des exportations norvégiennes vers la Russie). Les cours devraient continuer de fléchir, avant leur remontée habituelle au dernier trimestre. En conséquence, les volumes de saumon norvégien exportés sont croissants, notamment vers l'Union européenne, où la demande est dynamique.

Sur le marché des poissons blancs, l'approvisionnement est réduit par rapport à 2014. La réduction de 10 % du quota de cabillaud en mer de Barents, face à une demande toujours soutenue, entraîne un raffermissement des cours.

En France, des disponibilités moindres en halles à marée permettent une meilleure valorisation

Les volumes mis en vente en halles à marée en cumul annuel mobile sur douze mois (à fin avril 2015) reculent de 2 % par rapport aux douze mois précédents, en raison de la baisse des apports de poissons blancs et de petits pélagiques. Cette baisse des disponibilités entraîne une hausse du prix moyen de 6 %, qui permet une amélioration de 5 % de la valeur des ventes.

Depuis début 2015, le prix moyen a encore progressé, signe que la demande s'adapte à des revalorisations de prix d'une offre de pêche française plus limitée en volume, mais bien reconnue par le marché. Ce contexte paraît globalement peu contrarier jusqu'à maintenant l'écoulement des produits français au stade de la première vente, alors que l'importation des grands produits (saumon, cabillaud, crevette, thon) s'est réduite ces douze derniers mois. Les produits aquatiques traditionnels se sont globalement bien comportés sur les étals des fêtes de fin d'année.

Un recul des achats des Français en poissons frais, avec une embellie pour le saumon et un ralentissement pour le cabillaud

Sur les douze derniers mois (cumul annuel mobile à fin mars 2015), les achats de poissons frais par les ménages français ont diminué (- 2 % en volume par rapport aux douze mois précédents), alors que le prix moyen d'achat a augmenté de 1 % (panel consommateur Kantar, 12 000 ménages, pour FranceAgriMer).

Cette baisse globale n'est aujourd'hui plus liée à la réduction des achats de saumon : sur les derniers douze mois, les volumes de saumon achetés ont reculé de 3 %, alors que le prix moyen d'achat s'est stabilisé. En revanche, sur le premier trimestre 2015, les volumes progressent de 16 % (à la faveur d'un prix en baisse de 3 %), stimulant ainsi une reprise de sa consommation. Quant aux achats de cabillaud, ils se sont stabilisés sur douze mois, mais diminuent de 9 % sur le premier trimestre 2015, alors que son prix d'achat se raffermi. Cependant, en mars 2015, la part de marché du cabillaud en volume sur le rayon frais est toujours supérieure à celle du saumon (24 % versus 18 %).

Les espèces les plus concernées par ce repli des achats en frais sur douze mois sont le lieu noir (- 9 %), le merlu (- 17 %), la dorade (- 11 %), la sole (- 7 %) et l'églefin (- 18 %).

Les coquillages frais enregistrent également une baisse du volume des achats face à des captures françaises réduites par un cycle bas des gisements naturels. La coquille Saint-Jacques est particulièrement impactée (coquille Saint-Jacques entière - 29 %, noix - 18 %) ; les achats de moules restent stables. L'offre d'huitres en GMS a connu, depuis les fêtes de fin d'année, un recul plus accentué que les années précédentes. Les crustacés frais se portent bien (en moyenne + 8 %, langoustine + 12 %).

La consommation des produits traiteur est stable sur douze mois. Les achats de saumon fumé régressent de 5 %, ceux de surimi de 3 %, mais ceux de crevettes et gambas cuites repartent à la hausse (+ 4 %), alors que leur prix moyen augmente.

Les produits surgelés sont toujours déconsommés (poissons surgelés : - 3 %), tout comme les conserves de poissons (- 2 % en moyenne, et - 1 % pour le thon).

La campagne de communication sur les produits de la mer bien accueillie par les consommateurs et les acteurs de la distribution

FranceAgriMer a présenté le bilan de la campagne générique de communication sur le poisson, « *En frais ou déjà prêts, les produits de la mer, ils ont tout pour plaire* », réalisée en deux vagues, à l'automne 2014 et au printemps 2015. D'un montant de 1,5 M€, cofinancée par FranceAgriMer à hauteur de 76 % et par l'Union européenne pour 24%, cette campagne a été bien ressentie par les consommateurs et par les acteurs de la distribution (grandes surfaces et poissonneries) ; ces derniers ayant particulièrement apprécié les animations en magasins dont les ventes ont augmenté les jours d'animation. Les prochaines campagnes, en 2016, auront pour thème les productions de la pêche et de l'aquaculture durables pour pouvoir bénéficier des aides nouvelles du Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP).

Les membres du Conseil ont également eu confirmation de la mise en œuvre du soutien aux mytiliculteurs de Vendée et Charente-Maritime, sinistrés par des mortalités d'ampleur exceptionnelle en 2014. Sa justification a été reconnue par la Commission européenne.

Pour en savoir plus, les dernières données économiques sur la filière « pêche et aquaculture » sont consultables en ligne sur le site internet de FranceAgriMer : [etudesfilierapeche](http://etudesfilierapeche.fr)

Service de presse de FranceAgriMer : presse@franceagrimer.fr

Laurence Gibert-Mesnil

Tél. : 01 73 30 34 05

Virginie Nicolet

Tél. : 01 73 30 22 54

laurence.gibert-mesnil@franceagrimer.fr

virginie.nicolet@franceagrimer.fr
