



FranceAgriMer

> ÉDITION juillet 2013

Le marché des produits aquatiques décongelés en France

Synthèse



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer



**Synthèse de l'étude portant sur le marché des produits
aquatiques dits « décongelés » en France**

Cette étude a été réalisée par le cabinet Abso Conseil et le cabinet Segments

Paris, Juin 2013

Introduction

En août 2012, FranceAgriMer a décidé de lancer une étude sur le marché français des produits aquatiques dits « décongelés ». Même si cette pratique est encadrée réglementairement, les espèces concernées, les volumes et les circuits de distribution sont mal connus, d'où la nécessité exprimée par les professionnels de réaliser une étude sur cette pratique.

Les objectifs de cette étude étaient donc de préciser les éléments suivants :

- les **espèces/produits aquatiques** majoritairement concernés par cette pratique,
- les **volumes mis en vente** sous cette forme et leur évolution au cours des dix dernières années,
- les **circuits de commercialisation** (acteurs de la filière : importateurs, mareyeurs, GMS et RHF),
- les **atouts et inconvénients techniques et économiques** de ces produits (aptitude à la conservation une fois décongelés, tenue de la chair à la cuisson, aptitude à la transformation, perte en rendement,...),
- le **comportement des acheteurs/chef de rayon GMS**, du poissonnier face à ces produits,
- l'**aptitude du consommateur à les identifier** et à en apprécier les différences avec leur équivalent frais,
- les **évolutions possibles** dans les années à venir de cette pratique.

La question de la fraude (poisson décongelé vendu comme « frais ») n'est pas le sujet. Il s'agit davantage des impacts du « décongelé » sur la filière française, du manque de distinction et d'identification pour le consommateur. Également, seuls les poissons (filets et entiers) entrent dans le périmètre de l'étude. Ne sont pas inclus dans le périmètre les crustacés, les mollusques (crevettes, gambas, moules...) et la perche du Nil qui est considérée comme un produit stabilisé et non décongelé.

L'étude repose sur une méthodologie dont les piliers ont été les entretiens auprès des opérateurs faisant de la décongélation, les responsables achats marée de la Grande Distribution et de la Restauration Hors Foyer ainsi qu'une analyse précise de la réglementation et un benchmark de la pratique du décongelé dans 5 pays européens.

1. Éléments de cadrage sur la réglementation et la pratique dans 5 pays de l'UE

La pratique du « décongelé » est encadrée réglementairement

- Absence de définition réglementaire d'un produit « décongelé »

Aujourd'hui les modes de conservation « traditionnels » que sont le frais, la surgélation et la transformation ont une définition réglementaire précise, au contraire de la décongélation. Seule une définition technique issue de la Plateforme Nouvelles Vagues fait aujourd'hui référence. Un produit décongelé est un produit « dont la température à cœur du poisson atteint sa température de congélation/de décongélation commençante soit une température voisine moyenne de - 1,4°C (elle est différente en fonction des poissons). La température de conservation d'une denrée réfrigérée est entre 0°C et + 2°C ».

- Une réglementation précise concernant l'obligation d'information du consommateur

Malgré cette absence de définition réglementaire, la pratique du décongelé est encadrée notamment par les réglementations concernant l'obligation d'information du consommateur. En synthèse, les obligations sont les suivantes :

- La mention « produit décongelé » est obligatoire pour tous les produits décongelés vendus en réfrigérés
- Cette exigence ne s'applique pas aux denrées alimentaires pour lesquelles la congélation est une étape technique nécessaire du processus de production (congélation assainissante)
- Pas d'obligation d'indiquer la date de 1^{ère} congélation
- Pas d'obligation d'indiquer que le poisson est décongelé s'il a subi une transformation
- Pas de décongélation autorisée dans le transport ou sur l'étal (Paquet Hygiène – Règlement CE 853/2004)
- Une double congélation possible : « les produits congelés qui ont été décongelés, peuvent être recongelés sans avoir subi de traitement si le professionnel apporte la preuve, via son analyse des dangers et son plan de maîtrise sanitaire, que les opérations effectuées offrent le même niveau de sécurité pour le consommateur » (Arrêté du 21.12.2009)

Une mauvaise interprétation de la réglementation existante par les opérateurs entre dans le champ de la fraude (hors périmètre de cette étude) : ne pas mentionner une décongélation sur un produit considéré comme transformé alors qu'il est juste mariné, une décongélation dans le transport ou sur l'étal...

Le benchmark dans 5 pays européens : Belgique, Pays-Bas, Norvège, Grande-Bretagne et Espagne

Le benchmark réalisé dans 5 pays européens sur la pratique du « décongelé » a révélé que comme sur le marché français, la pratique du décongelé (espèces concernées, volumes, circuits de distribution) est mal connue et mal évaluée. Également le développement de la pratique du « décongelé » dépend fondamentalement des habitudes de consommation de la population.

Ainsi en Norvège et en Espagne, pays dans lesquels les habitants consomment majoritairement du poisson frais, la pratique du décongelé sera minoritaire et concentrée autour d'espèces importées congelées de type panga ou tilapia.

Par contre en Grande-Bretagne, pays grand consommateur de filets de poissons dans lequel les Unités de Vente Consommateur (barquettes) de poisson se sont fortement développées, la pratique du décongelé est plus importante. Selon un expert interrogé, plus de 50 % du poisson vendu en UVC en Grande-Bretagne seraient du poisson décongelé.

La Belgique et les Pays-Bas sont des pays importateurs de poisson frais et congelé. La pratique du décongelé est en développement mais elle est difficile à chiffrer.

2. État des lieux de la pratique du « poisson décongelé » sur le marché français

Volumes et évolution du poisson décongelé

La cartographie de flux (ci-dessous) a été construite sur la base d'entretiens réalisés d'un côté auprès de l'ensemble des responsables achats de la Grande Distribution (sauf Système U) et d'un autre côté de la quasi-totalité des opérateurs réalisant de la décongélation sur le marché français. Les chiffres ainsi obtenus ont été ensuite confrontés pour tester leur cohérence.

Ainsi, les volumes de poissons décongelés déclarés sur la campagne 2012 dans tous les circuits de distribution sont de 3 800 t (poissons décongelés hors coquillages, crustacés et perche du Nil).

Le schéma ci-dessous synthétise les flux (volumes) des poissons décongelés.

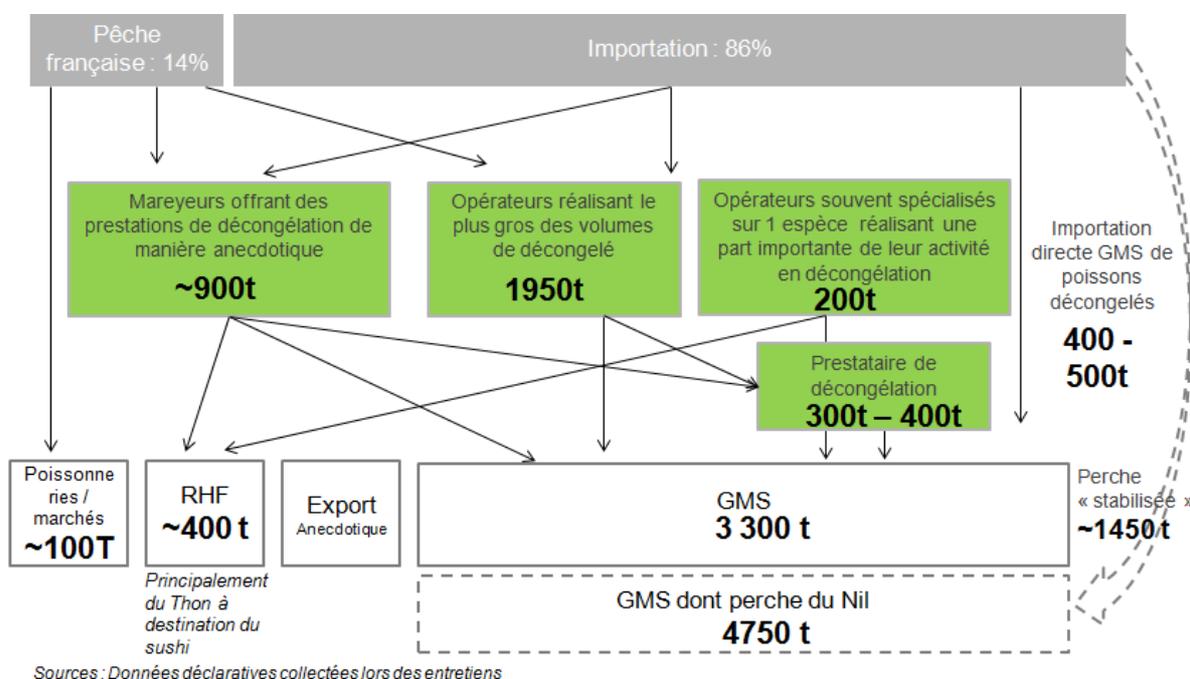


Schéma 1 : Cartographie des flux de poissons décongelés en France en 2012

Le schéma de flux ci-dessus met en évidence 4 typologies d'opérateurs :

- Quelques opérateurs réalisant le plus gros des volumes (1 950 t)
- Des mareyeurs offrant des prestations de décongélation de manière anecdotique (900 t)
- Des opérateurs souvent spécialisés sur 1 espèce réalisant une part importante de leur activité en décongélation (200 t)
- Des importateurs de poissons décongelés (300 – 400 t) notamment du pangas de provenance des Pays-Bas.

Les volumes de perche du Nil « stabilisée » représentent un volume de 1 450 t en GMS et ne sont pas comptabilisés dans les volumes totaux de poisson décongelé de 3 800 t.

Le schéma de flux ci-dessus met également en évidence la répartition des ventes par circuit de commercialisation :

- 86 % des volumes réalisés en GMS
- 10 % des volumes en RHF avec un approvisionnement des restaurants de sushi en thon décongelé. La RHF raisonne en coût à la portion et s'approvisionne majoritairement en poisson congelé
- 4 % des volumes dans le circuit traditionnel : leur cœur de métier reste le frais ; ils ont recours à du poisson décongelé sur des espèces d'importations (panga...) comme produit d'appel. Ce chiffre reste cependant à affiner étant donné le grand nombre de points de vente existants et la faible représentativité de l'échantillon interrogé.

La Grande Distribution

La Grande Distribution (Grandes et Moyennes Surfaces) représente 86 % des volumes de poissons décongelés.

Néanmoins, l'offre décongelée ne représente que 3,5 % du poisson frais vendu en GMS¹. 56 % des volumes de poissons décongelés en GMS sont vendus au rayon libre-service contre 44 % des volumes au Rayon « traditionnel »

Une consommation de poissons décongelés en baisse en GMS depuis 2009 mais toujours dominée par le panga

L'offre de poissons décongelés en GMS a diminué de 43 % en 3 ans (5 600 t en 2009 contre 3 300 t) en 2012. Cette diminution s'explique principalement par la diminution de la consommation de panga décongelé pendant cette même période (- 52 % en 3 ans). En effet, en 2009, les premiers reportages sur le mode d'élevage du panga au Vietnam ont jeté le discrédit sur l'ensemble de la filière. Depuis, la consommation de cette espèce, présente sur les étals uniquement en décongelé, n'a cessé de décroître.

Néanmoins, aujourd'hui le panga reste l'espèce prédominante en volume de poisson décongelé en GMS. En effet, le panga décongelé représente environ 2 100 t/an en GMS, soit 63 % des volumes totaux de poissons décongelés en GMS. La deuxième espèce la plus consommée en décongelé est le thon (~ 470 t/an), puis le cabillaud (270 t/an), l'encornet (180 t/an) et enfin l'espadon (~ 130 t/an). Le reste des volumes est réalisé avec des espèces différentes telles que la noix de St Jacques, la seiche... mais ayant chacune des volumes anecdotiques.

A noter que si on intégrait la perche du Nil, non considérée comme décongelée mais stabilisée, dans ce classement elle tiendrait la deuxième place avec un volume de 1 450 t.

¹ *Volume total GMS poisson frais hors crustacés et coquillages : 95 500T – source : données statistiques 2011 FAM produits de la pêche*

La stratégie des distributeurs axée sur l'ultra-frais

Pour les distributeurs, l'approvisionnement en poisson décongelé en GMS s'explique par deux raisons principales, chacune répondant à une problématique différente :

- La décongélation est une pratique d'ajustement et de régulation du marché de la pêche. Dans ce cas là, la décongélation permet de désaisonnaliser la ressource issue de la pêche et d'en stabiliser le prix.
- La décongélation de poisson est une pratique de valorisation des espèces importées congelées en apportant une valeur ajoutée à un poisson bas de gamme.

Aujourd'hui la stratégie des distributeurs est axée sur l'ultra-frais et ces derniers communiquent en masse : certaines enseignes intègrent l'amont (Intermarché), d'autres telles que Casino développent des opérations « en direct de la criée »... Les enseignes ne veulent donc pas se contredire (même si les distributeurs reconnaissent un travail de qualité réalisé par les opérateurs de la décongélation (bonne qualité organoleptique, bonne tenue...)).

Les opérateurs de la décongélation

4 typologies d'opérateurs de la décongélation très différentes

La décongélation est réalisée aujourd'hui par 4 types d'opérateurs :

- Entreprises de mareyage qui décongelent de manière anecdotique essentiellement en complément de gamme de leur offre de poisson frais. Elles traitent 900 t/an.
- Entreprises françaises offrant des prestations de services de décongélation de poisson. Pas spécialisées dans la décongélation de poisson mais l'ayant intégrée à leur catalogue de prestations (congélation, découpe ...). Elles réalisent entre 300 et 400 t/an
- Entreprises de mareyage, le plus souvent spécialisées sur une espèce en particulier. Ici, l'activité de décongélation représente une part importante de leur activité.
- Quelques entreprises qui centralisent les volumes les plus importants de produits décongelés. Ces quelques entreprises réalisent un volume total de 1 950 t/an

La grande majorité des opérateurs interrogés réalise la décongélation dans des chambres froides dédiées à la décongélation. Cette méthode ne nécessite pas d'investissements particuliers dans des machines. Elle est privilégiée par les opérateurs qui réalisent peu de volumes car elle nécessite notamment d'avoir de la place pour pouvoir stocker pendant plusieurs jours des poissons en cours de décongélation.

Seuls quatre opérateurs interrogés ont investi dans un équipement spécifique pour décongeler : tunnel à haute fréquence, micro-onde, cellule à brassage d'air chaud... Ces équipements sont des investissements coûteux (de 60 k€ à 200 k€). L'avantage de ces machines est de permettre une décongélation rapide (quelques minutes au lieu de plusieurs jours avec les méthodes traditionnelles).

Un surcoût du process de la décongélation estimé à 0,50 €/kg

Selon plusieurs opérateurs interrogés, le surcoût lié à la décongélation dépend des équipements utilisés et des espèces travaillées mais ils s'accordent à dire qu'il est inférieur en général à 0,50 €/kg (amortissement main-d'œuvre et amortissement machine).

Une vision prospective sur le développement de la pratique du décongelé différente en fonction des opérateurs

Certains opérateurs ont investi de manière importante dans des machines coûteuses et performantes car selon eux, la pratique du poisson décongelé va se développer (cette croissance se situerait entre 5 et 10 % par an) pour plusieurs raisons :

- Réponse à une demande du consommateur qui souhaite du poisson réfrigéré à un prix plus bas et des espèces de poissons disponibles toute l'année
- Besoin de stabilité des prix pour la Grande Distribution
- Des pratiques normées et maîtrisées qui apportent de la crédibilité aux professionnels et aux consommateurs

D'autres opérateurs sont plus sceptiques sur le développement de la pratique pour plusieurs raisons : méfiance du consommateur, défiance de la part des chefs de rayons.... Certains mareyeurs ont développé une activité de décongélation souvent par opportunisme sur demande des GMS ou pour assurer un complément de gamme. Ils n'ont pas investi dans des machines car les volumes actuellement traités sont trop faibles. D'autres opérateurs ont signifié qu'ils faisaient du décongelé pour « dépanner » mais qu'ils ne souhaitaient pas le développer puisque ce n'est pas leur cœur de métier.

Les consommateurs

Le poisson décongelé est une alternative au rayon surgelé

Pour les consommateurs, l'offre de poisson décongelé est une alternative au rayon surgelé. Le poisson décongelé bénéficie d'une meilleure image sur la qualité, d'une fraîcheur supérieure par rapport à un poisson congelé, mais il est considéré comme moins frais que le poisson frais. Également, l'offre de poisson décongelé leur permet d'avoir un poisson non congelé à un prix plus attractif que le poisson frais. Les consommateurs privilégient l'achat de poisson décongelé lorsqu'ils envisagent de consommer leur produit rapidement.

Des différences entre le poisson frais et le poisson décongelé perçues par le consommateur

Les consommateurs savent que le poisson décongelé va réagir différemment à la cuisson, qu'il va rendre plus d'eau et que la texture sera plus fibreuse. Également, en mineur, ils peuvent percevoir une différence de goût entre le poisson décongelé et le poisson frais.

Une information suffisante pour le consommateur

L'enquête qualitative réalisée auprès de 12 consommateurs ayant acheté du poisson décongelé dans les supermarchés montre que globalement les consommateurs sont avertis et conscients qu'ils achètent du poisson décongelé. D'ailleurs, ils estiment que la mention « décongelé » est suffisante pour leur information.

La décongélation qui se justifie

Ils supposent que le process de décongélation doit être respecté et précis et que les opérateurs sont soumis à des contrôles réguliers.

Selon eux, la décongélation peut être justifiée par plusieurs raisons : gestion des stocks, obligatoire pour avoir une offre de poissons issus de zones de production lointaines, respect de la chaîne du froid, avoir un prix plus attractif que le frais.

L'attente d'une offre décongelée qui reste minoritaire

Même si la décongélation se justifie, les consommateurs souhaitent que les produits décongelés restent minoritaires dans les rayons. Cependant, s'ils doivent se développer, ils souhaiteraient qu'il y ait 2 zones bien distinctes en rayon.

3. Les avantages et les inconvénients du poisson décongelé

Cette étude a mis en avant les avantages du poisson décongelé suivants :

- **Stabilité et lissage des prix** de vente tout au long de l'année
- Des **produits mieux valorisés** que les produits congelés / surgelés et moins cher que le frais
- **Sécurisation des approvisionnements** : visibilité sur l'approvisionnement
- Les produits décongelés peuvent permettre une **meilleure gestion des produits** pour les professionnels de la filière (stockage notamment) – Équilibre offre / demande
- Peut permettre une **largeur de gamme** dans l'offre de poissons frais (poissons importés, ...) - Proposer des espèces autres que le saumon et le cabillaud

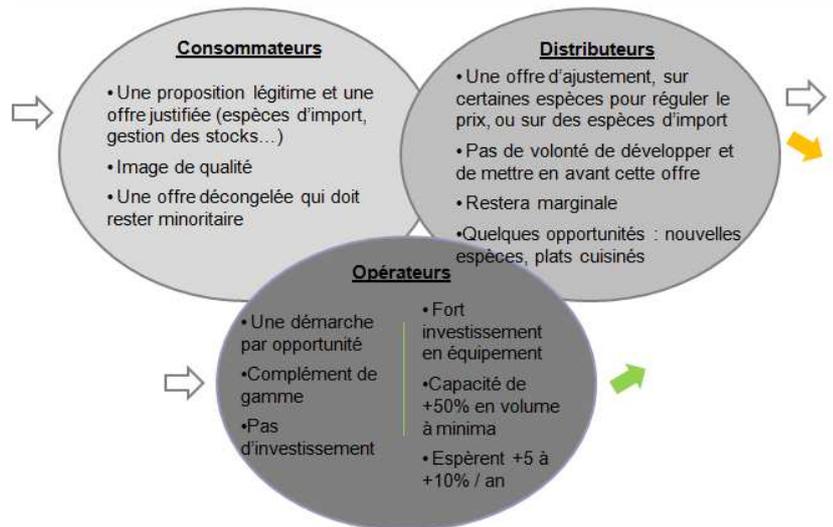
et les inconvénients suivants :

- Craintes des chefs de rayon vis-à-vis de la perception du consommateur.
- Capacité des espèces à **supporter le process de décongélation**
- Existence de **produits « stabilisés »** dont la température est de - 2°C
- **Absence d'outils et de moyens fiables** pour lutter contre la fraude et faire la différence entre le décongelé et le frais
- **Concurrence directe avec les produits frais** (parfois perçue comme déloyale)
- Pas d'obligation d'information du consommateur d'un produit décongelé dans la RHF
- Risque de déstructuration / bouleversement de la filière (en termes de prix notamment)

4. Synthèse et vision croisée : consommateurs, distributeurs et opérateurs

Vision croisée des consommateurs, distributeurs et opérateurs

Cette étude montre qu'il y a un **décalage** entre l'investissement massif des opérateurs (capacité de 6 000 t) et les stratégies des enseignes de la Grande Distribution pour qui le décongelé reste de l'ajustement (environ 3 300 t aujourd'hui, soit moins de 3 % de l'offre globale frais/réfrigéré). Les facteurs les plus limitants pour la gamme décongelée sont le **manque de volonté de la Grande Distribution** de développer cette gamme, d'une part, et une « **crise** » du panga encore dans les têtes, d'autre part.



En revanche, certains facteurs peuvent laisser présager une stabilisation des volumes, voire une légère augmentation :

- un développement de **nouvelles gammes sur des espèces d'importation**, avec un approvisionnement sécurisé (panga 100% végétal,...). Certaines enseignes sont prêtes à jouer le jeu.
- Le développement de **nouvelles espèces en décongelé**. Certaines enseignes sont en attente de cette offre (même si le décongelé restera minoritaire dans leur gamme).

Si croissance il y a en poisson décongelé vendu en réfrigéré, elle devrait se faire sur le rayon libre service, avec une typologie de clients plus adaptée.

Enfin, au-delà du périmètre de cette étude, l'investissement massif de certains opérateurs, dégagant des volumes supplémentaires, pourra trouver **des débouchés dans le marché des plats cuisinés et produits élaborés, marinés** selon les distributeurs.



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER



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

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

LES ÉTUDES de FranceAgriMer / Étude sur l'image de l'huître auprès des consommateurs et des acheteurs professionnels / Édition juillet 2013 / FranceAgriMer / 12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex / tél. : +33 1 73 30 30 00 / www.franceagrimer.fr / Directeur de la publication : Frédéric Gueudar Delahaye / Rédaction : Abso Conseil et Segments / Conception et réalisation : direction de la Communication et de l'information FranceAgriMer / Photos : FranceAgriMer, droits réservés / Impression : Atelier d'impression de l'Arborial

FranceAgriMer

12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex
www.franceagrimer.fr / www.agriculture.gouv.fr