

Montreuil-sous-Bois, le 22 janvier 2010

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Conseil spécialisé de FranceAgriMer pour les produits de la mer, de l'aquaculture et de la pêche professionnelle en eau douce : points-clés

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 20 janvier 2010, sous la présidence d'Hervé Jeantet. À cette occasion, FranceAgriMer a fait un point sur la situation des marchés en ce début d'année.

Situation des marchés

- Ventes en halles à marée des produits de la pêche en 2009

La valeur des ventes déclarées en halles à marée en 2009 a baissé de 11 %, pour des quantités mises en marché réduites de 6 % par rapport à 2008 et des prix moyens en baisse de 5 %.

Les poissons blancs ont été les seuls à connaître une augmentation du volume mis en vente (+ 4 %), mais avec un prix moyen en baisse de 11 %, en raison d'une hausse des apports de merlu, merlan et cabillaud.

Le volume des poissons fins (sole, bar, baudroie, etc.) a baissé de 10 %, avec des prix moyens relativement stables. Ce marché a surtout été affecté par la crise du marché espagnol.

En petits pélagiques, le volume s'est réduit de 6 %, notamment par une forte baisse des captures de sardine en Méditerranée.

Les céphalopodes et les crustacés ont régressé en volume et en prix. Actuellement, les captures importantes d'encornet dépassent largement la capacité du marché.

Le marché de la coquille Saint-Jacques française a été particulièrement heurté : excès de captures en octobre 2009 par rapport à la demande, raréfaction de l'offre de novembre jusqu'aux fêtes en raison notamment de tempêtes. Le marché de la coquille entière est en régression, alors que celui de la noix fraîche (le plus souvent importée d'Angleterre) connaît un fort développement. En lien avec les professionnels, FranceAgriMer vient de lancer une étude sur l'organisation économique du secteur de la coquille Saint-Jacques et sur le positionnement et la valorisation de ce produit français de haute qualité.

Ainsi, l'offre de pêche française s'est globalement réduite en 2009 en raison de la diminution de l'effectif de la flotte, d'une concurrence internationale sévère, mais aussi de l'accroissement des coûts logistiques qui pèsent sur une production française souvent dispersée. Malgré cette réduction de l'offre, les volumes portés au retrait ont globalement augmenté en 2009, surtout pour deux espèces (60 % du retrait) : le merlu et la sardine (reportée vers la transformation pour réguler l'offre).

- Secteur de l'aquaculture

Les prix du saumon restent élevés fin 2009, en raison de la baisse de production au Chili qui devrait persister en 2010. Le dégagement de stock des producteurs de bar et de daurade d'Europe du Sud semblant arrivé à son terme, les prix à la production devraient se stabiliser en 2010. L'importation de pangas est toujours dynamique ; les deux principaux marchés européens de cette espèce d'eau douce à bas prix étant l'Espagne et l'Allemagne.

- Commerce extérieur

Le marché a été affecté par la crise économique, en raison de la baisse des achats traditionnels de poissons nobles par l'Espagne et l'Italie. Par ailleurs, de nombreux produits (notamment poissons blancs) d'Europe du Nord sont arrivés sur les étals français (forte disponibilité, effets monétaires favorables à l'importation). Les volumes de saumon (principalement norvégien) importés continuent d'augmenter.

- Achats des ménages (source panel TNS pour FranceAgriMer)

Sur les onze premiers mois de 2009, les achats des ménages ont bien résisté en volume et, particulièrement, le poisson frais : poissons entiers stables, découpés + 4 %, préemballés + 8 %. En revanche, coquillages, céphalopodes et crustacés ont légèrement régressé, sauf la noix de Saint-Jacques fraîche (+ 60 %). À noter, une tendance globale à la baisse des prix à la consommation. Globalement, en volume sur l'ensemble des espèces, le saumon et le cabillaud ont nettement progressé, tandis que pangas et perche du Nil, malgré leur prix bas, attirent moins les consommateurs français.

Seconde vague de la campagne radio de FranceAgriMer pour la promotion de la "pêche de nos côtes" du 23 janvier au 13 février 2010

FranceAgriMer lance la seconde vague de la campagne radio visant à promouvoir les produits issus de la pêche de nos côtes. Cette campagne démarre le 23 janvier 2010 pour une durée de quatre semaines.

Quatre spots publicitaires seront diffusés sur des radios à forte audience : deux radios généralistes (France Inter, RTL) et quatre radios musicales et de divertissement grand public (Nostalgie, Chérie FM, MFM, Rires et Chansons).

Trois spots sont consacrés aux **poissons de nos côtes**. Deux spots, déjà diffusés en novembre et décembre 2009, concernent le merlu, la dorade grise, le rouget barbet, le hareng, le tourteau, l'églefin, le merlan et le lieu noir. Un nouveau spot est consacré aux espèces suivantes : la sole, le bar, la dorade et l'encornet.

Un spot spécifique, déjà diffusé en novembre et décembre 2009, est dédié à la **coquille Saint-Jacques fraîche** afin de mettre en valeur, auprès du consommateur, ce produit de haute qualité.

Mise en place de la marque collective « Pêcheur responsable »

La marque collective Pêcheur responsable a été déposée à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), conjointement avec son logo. Cinq organismes certificateurs ont été référencés et ont réalisé chacun trois à quatre audits tests de navires candidats à la qualification. Ces audits ont permis aux structures locales de la filière (organisations de producteurs, comités régionaux des pêches) de s'approprier le référentiel, qu'elles ont bien perçu. Il leur appartient désormais de développer la marque et de lancer la communication institutionnelle sur la mise en valeur des bonnes pratiques des pêcheurs engagés dans la démarche.

La démarche Pêcheur responsable est présentée sur le site internet de FranceAgriMer www.franceagrimer.fr.

Mise en place d'un groupe de travail promotion des produits de la pêche et de l'aquaculture

Les membres du Conseil ont décidé de mettre en place un groupe de travail consacré à la promotion des produits de la pêche et de l'aquaculture, afin de coordonner les actions pour promouvoir l'image de ces productions auprès des consommateurs et le savoir-faire des acteurs économiques de la filière nationale.

Composé de représentants des différentes familles professionnelles de la filière, ce groupe rendra compte de ses travaux devant le Conseil spécialisé.

Le prochain Conseil spécialisé pour les produits de la mer, de l'aquaculture et de la pêche professionnelle en eau douce de FranceAgriMer se réunira le 31 mars 2010.

Contacts presse FranceAgriMer

Laurence Gibert
Virginie Nicolet

Tél : 01 73 30 34 05
Tél : 01 73 30 22 54

laurence.gibert@franceagrimer.fr
virginie.nicolet@franceagrimer.fr