

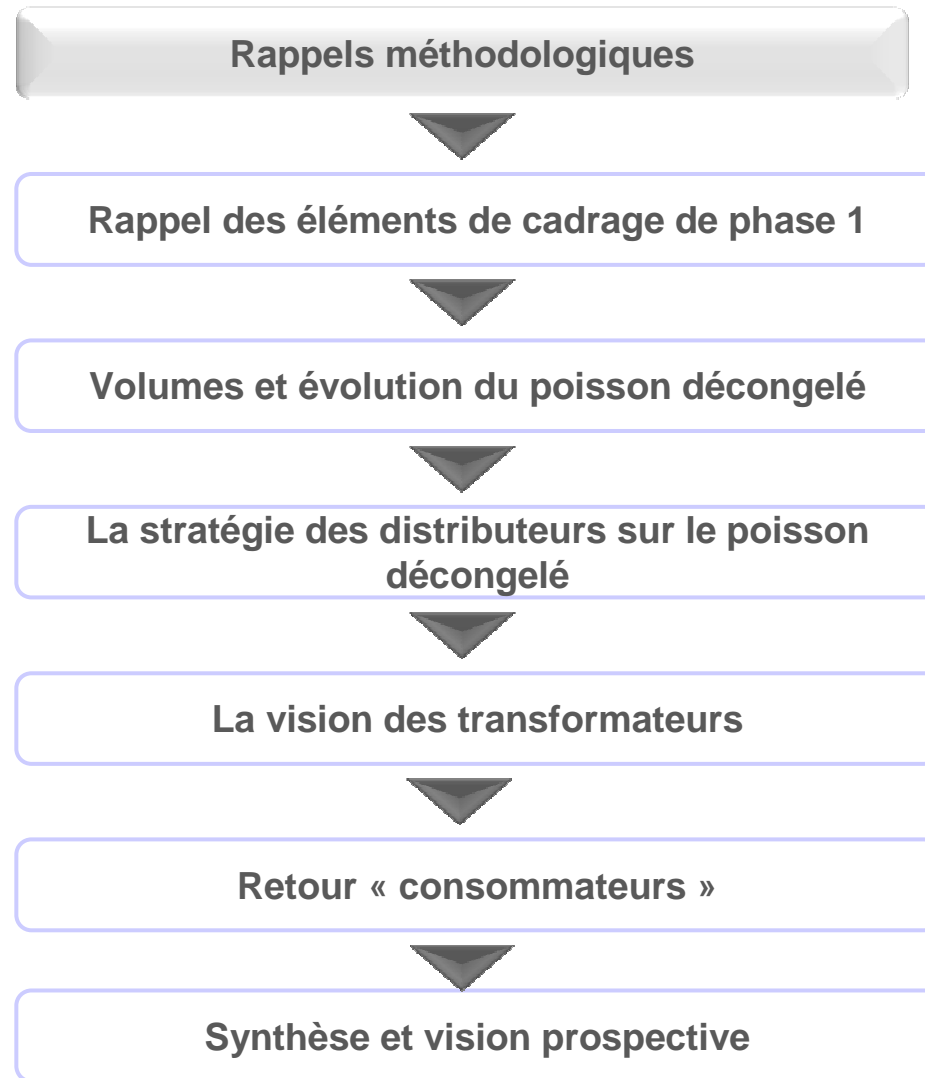
FranceAgriMer

Réalisation d'une étude portant sur le marché des
produits aquatiques dit « décongelés »

Livrable consolidé

21 juin 2013

Ordre du jour



Les objectifs de la mission

- Cette étude a pour principal objectif de préciser :
 - 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.

Synopsis méthodologique

Moyens

1

Analyse de la réglementation en vigueur et comparaison avec les pays européens

1.1 : Lancement de la mission et analyse préliminaire

1.2 : Etude de la réglementation et analyse

2

Etat des lieux et analyse du marché des poissons « décongelés »

2.1 : Analyse quantitative et qualitative du marché des produits aquatiques dits « décongelés »

2.2 : Etudes consommateurs en point de vente

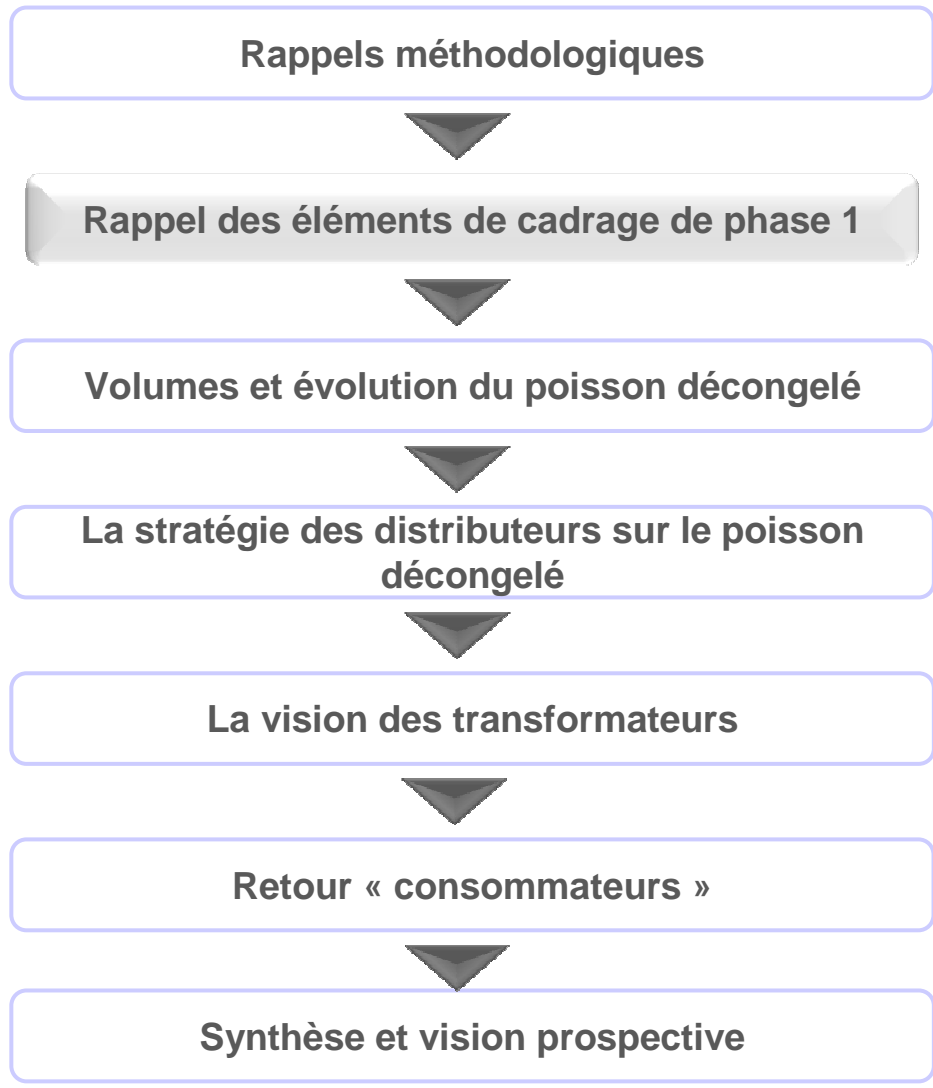
3

Synthèse et analyse prospective

- Analyse de la réglementation française
- Impacts sur la filière française
- Etude de la pratique du décongelé dans 4 à 5 pays européens (benchmark)
- Analyse des opérateurs réalisant du décongelé par typologie
- Analyse des flux par espèce, circuit
- Étude du comportement des acheteurs
- Analyse économique : coûts et marges
- Etude consommateurs par Segments
- Détermination des facteurs impactant l'activité
- Formalisation de scénarii d'évolution
- Synthèse et présentation

4 juin 2013

Ordre du jour



Analyse de la réglementation appliquée sur le marché français

Analyse de la réglementation

Définition des différents modes de conservation du poisson selon la réglementation

Produit frais



- Non transformé
- Non conservé avec des additifs
- Produit depuis – 30 jours
- Conservé T°C entre 0°C +2°C

Règlement CE 853/2004

Produit surgelé



- Produit de parfaite fraîcheur et salubrité dont la température a été portée à une valeur inférieure ou égale à -18°C en tout point du produit

Directive 89/108 CEE du 21/12/1988 et décret 2006-372 modifiant le décret 64-949
Règlement CE 16/2012
Directive 79/112 CEE

Produit décongelé

- Lorsque la t° à cœur du poisson atteint sa température de congélation / décongélation commençante soit une température voisine moyenne de -1,4°C
- T°C de conservation d'une denrée réfrigérée 0°C +2°C

Définition Plateforme Nouvelles Vagues

Produit transformé



- « Transformation »: toute action entraînant une modification importante du produit initial, y compris par chauffage, fumaison, salaison, maturation, dessiccation, **marinage**, extraction, extrusion, ou une combinaison de ces procédés

Règlement CE 852/2004

Analyse de la réglementation

Focus sur la réglementation concernant directement la décongélation

Produit décongelé

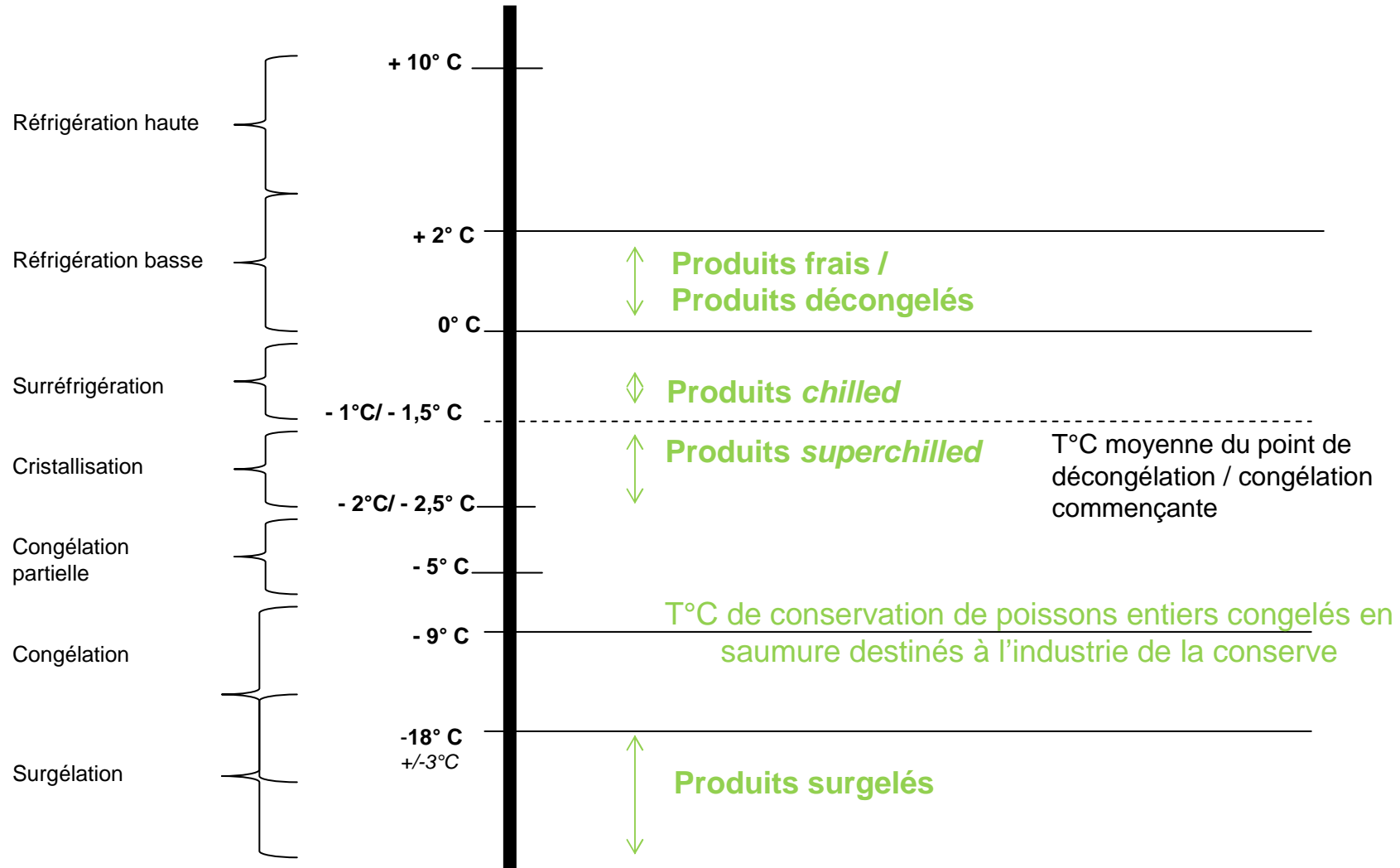


Double
congélation

- Mention « décongelé » pas obligatoire si produit transformé après décongélation
Règlement CE1224/2009
- Mention « produit décongelé » obligatoire pour les produits vendus en réfrigéré
- Cette exigence ne s'applique pas aux denrées alimentaires pour lesquelles la congélation est une étape technique nécessaire du processus de production.
- Pas de mention obligatoire de la 1^{ère} congélation
Règlement CE 1169/2011 INCO
- Pas de décongélation autorisée dans le transport ou sur l'étal
Paquet Hygiène – Règlement CE 853/2004
- 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 21.12.09

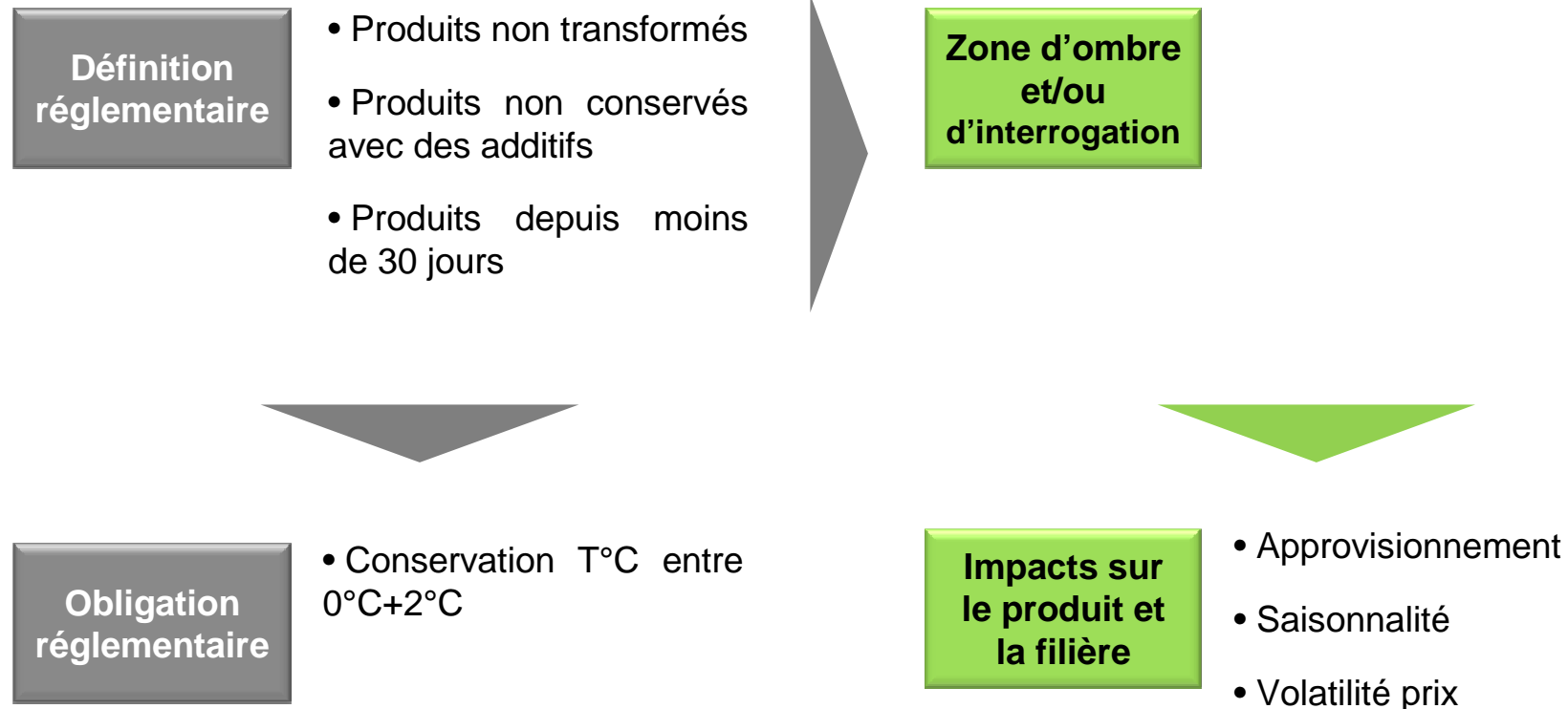
Analyse des différents stades de conservation

Représentation graphique des différents stades de conservation de produits aquatiques



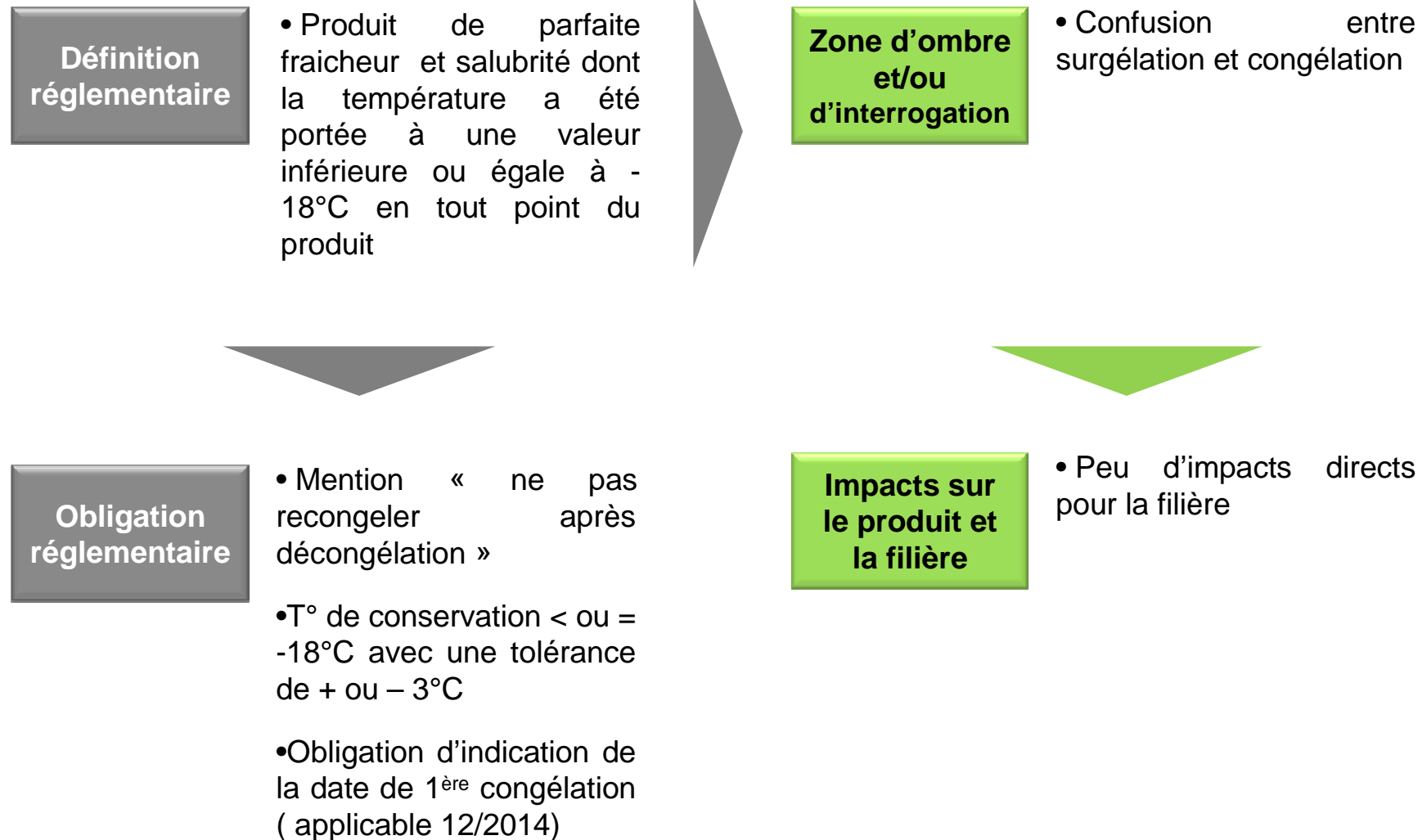
Analyse de la réglementation

Focus sur le produit frais



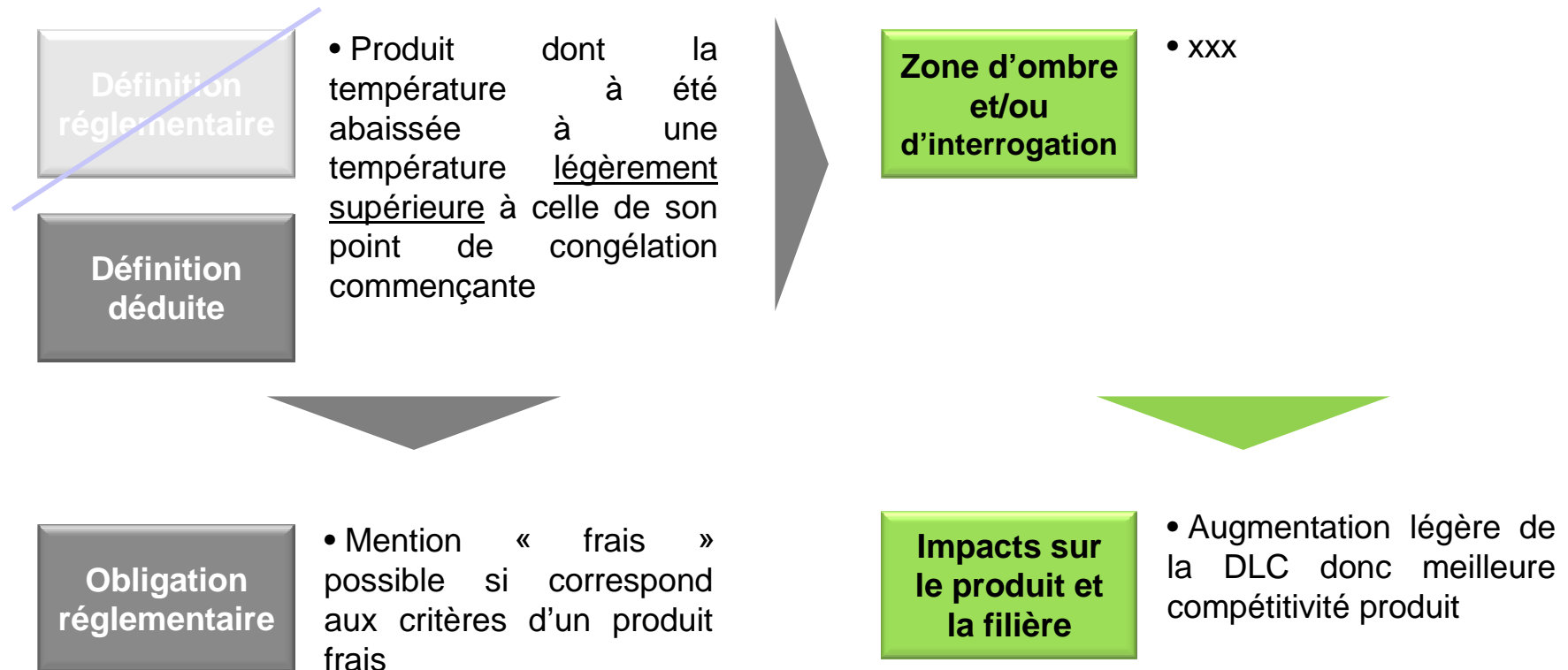
Analyse de la réglementation

Focus sur le produit surgelé



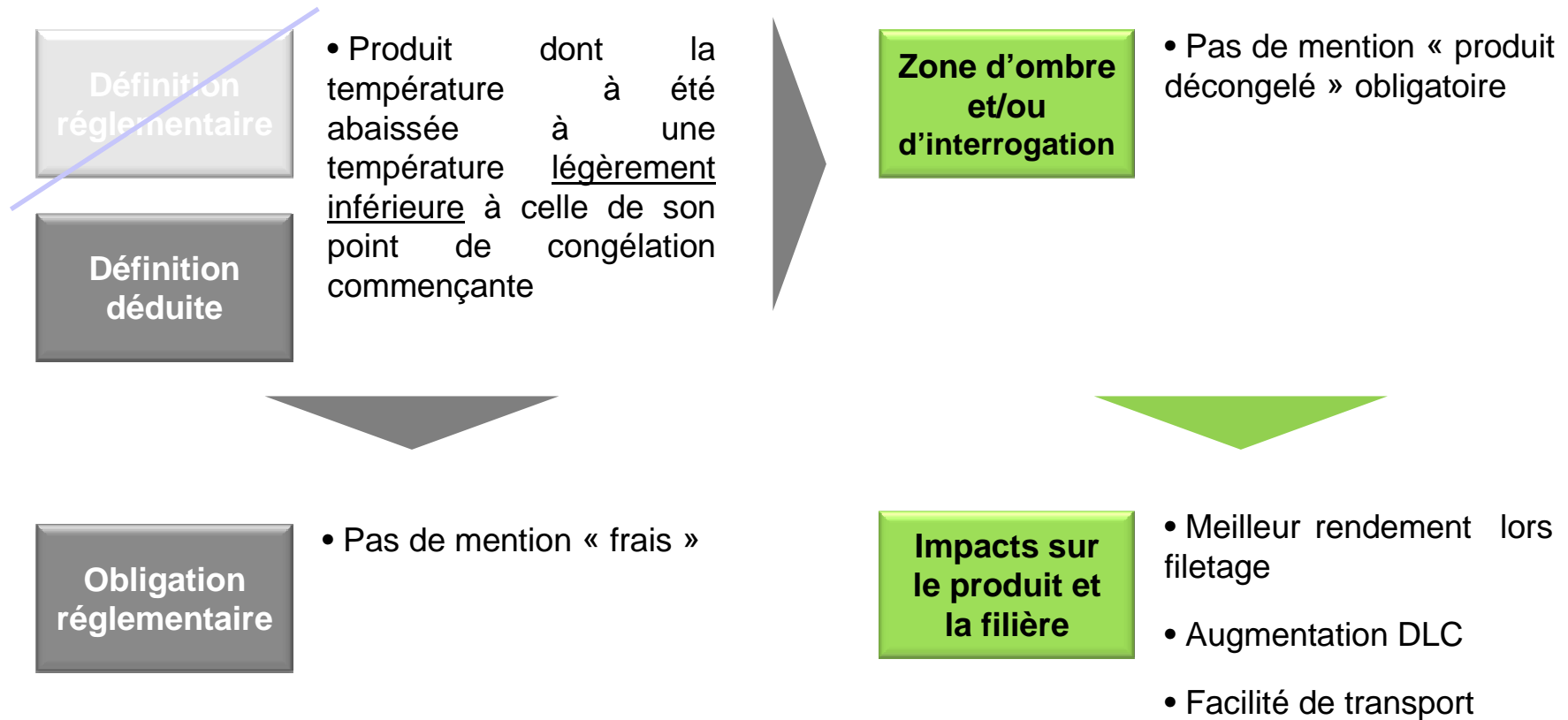
Analyse de la réglementation

Focus sur le produit chilled



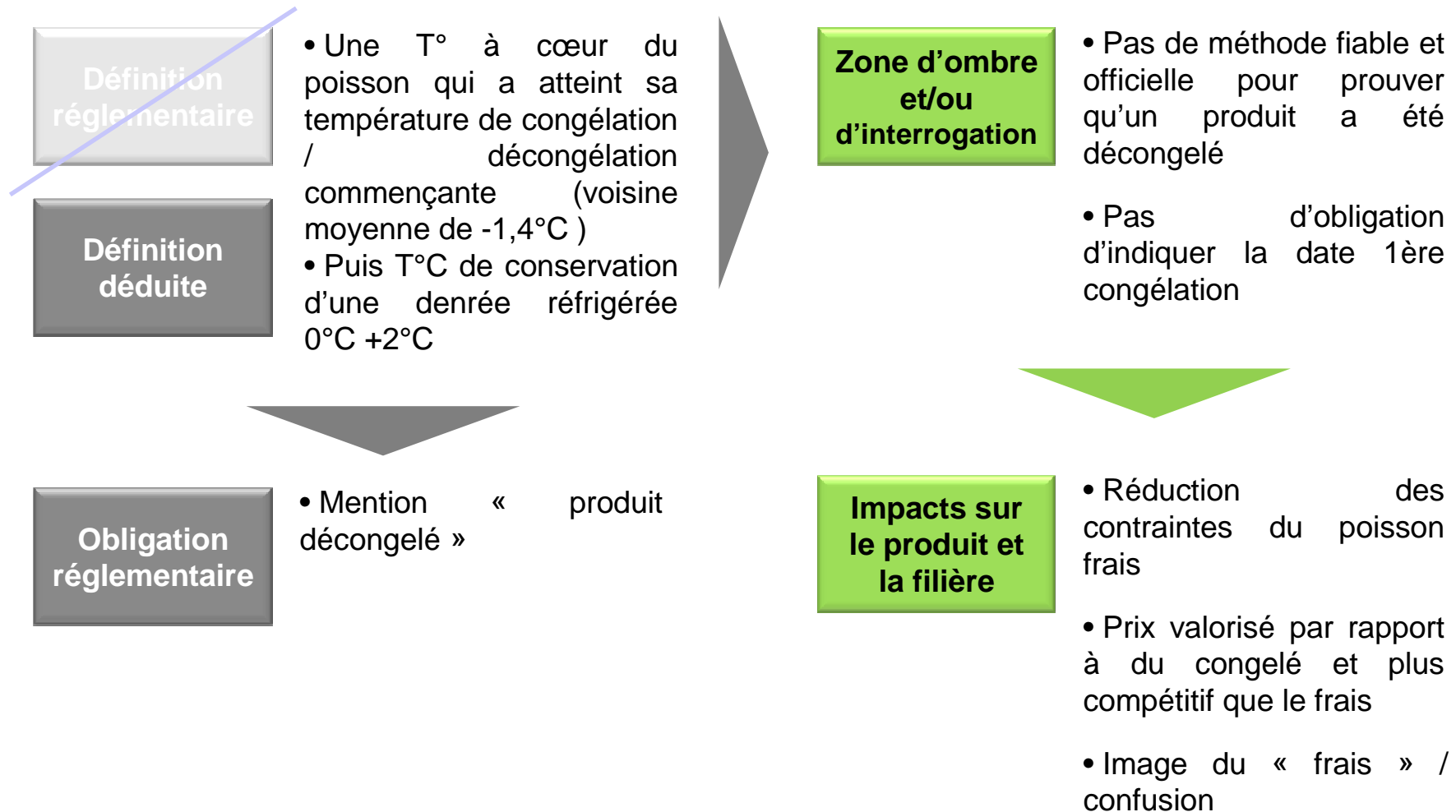
Analyse de la réglementation

Focus sur le produit superchilled



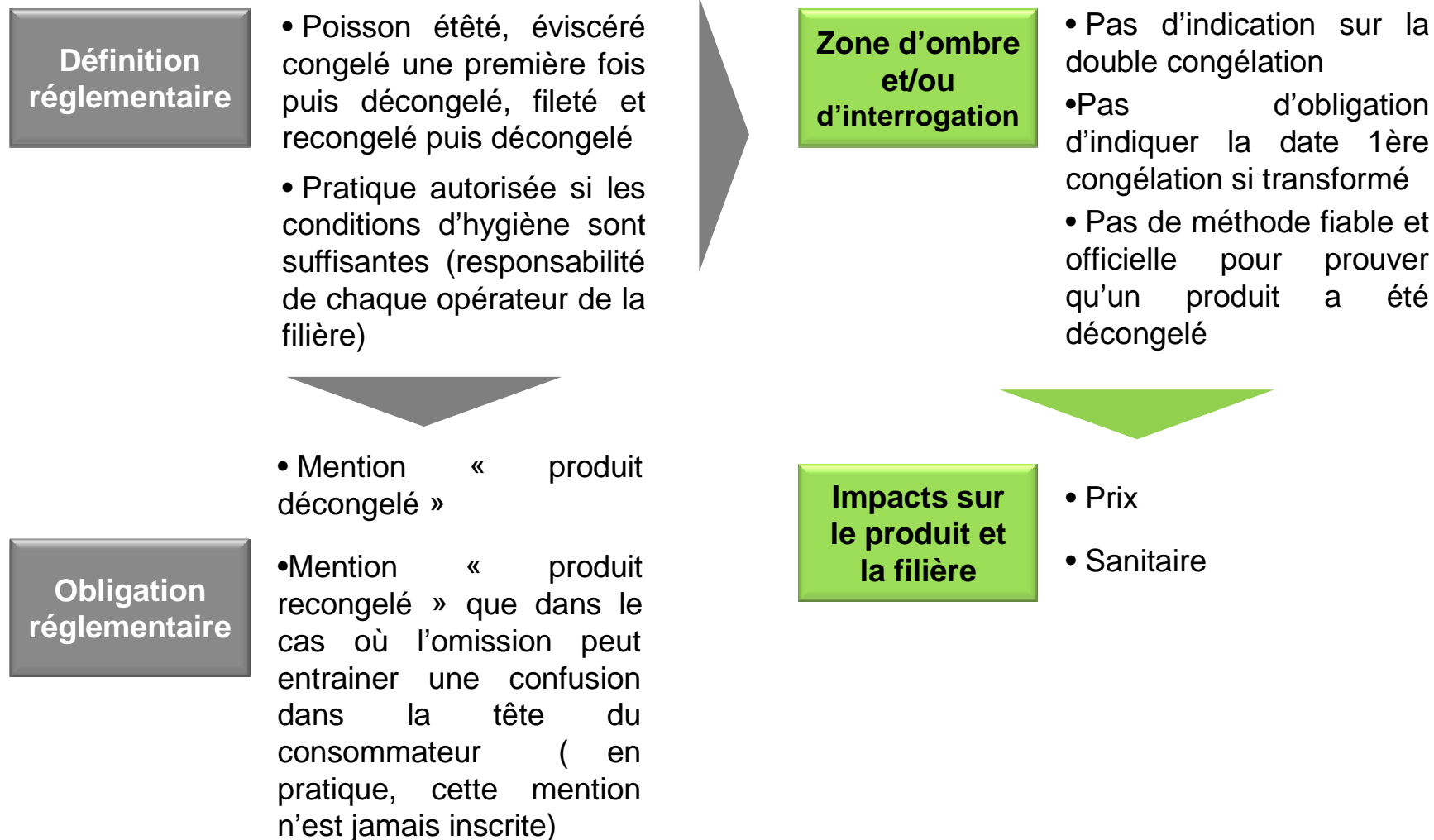
Analyse de la réglementation

Focus sur le produit décongelé



Analyse de la réglementation

Focus sur le produit décongelé deux fois



Analyse de la réglementation

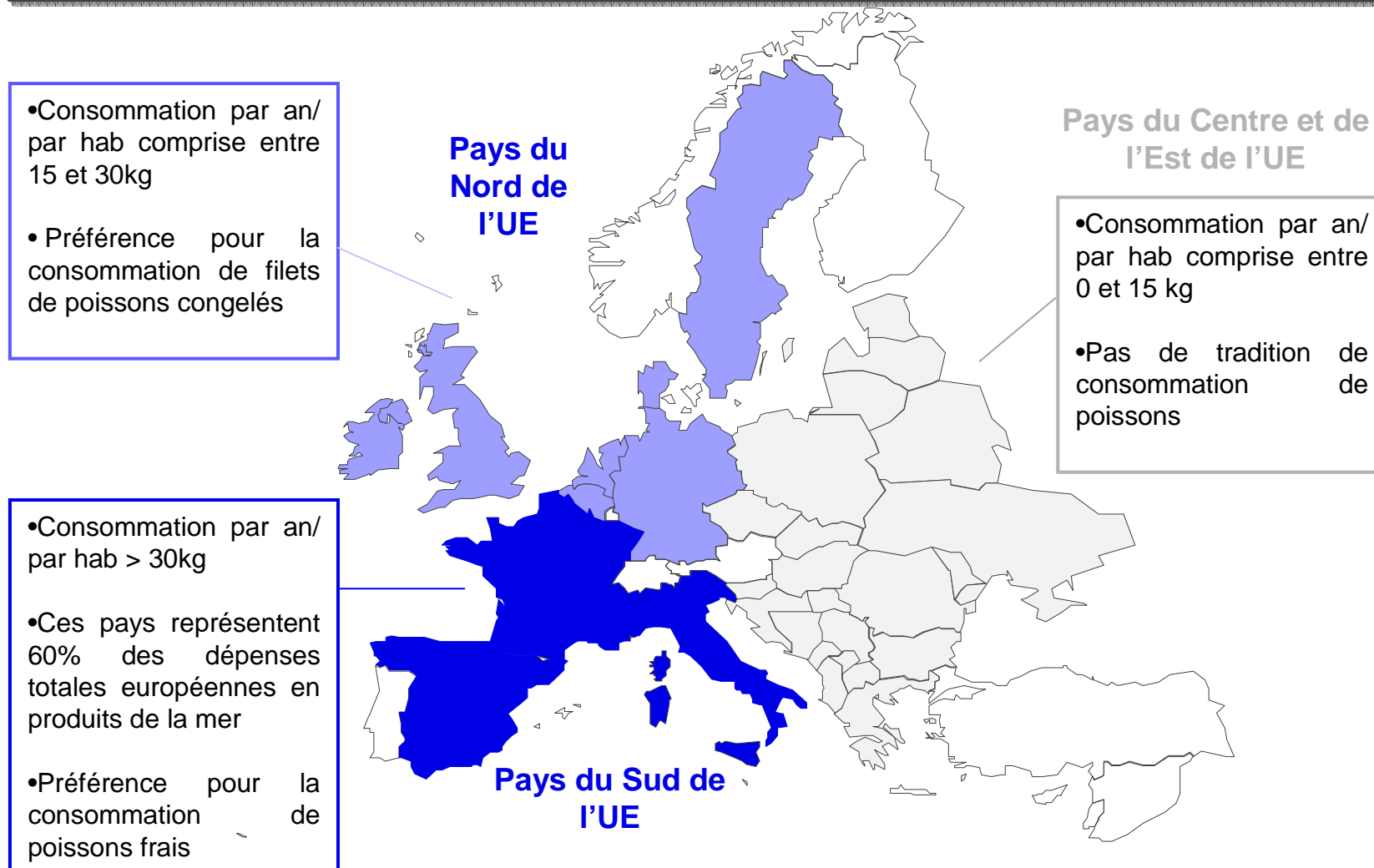
En synthèse, les points clés

- Pas d'indication « produit décongelé » à partir du moment où le poisson a subi une transformation
- Certains produits profitent de cette règle alors que l'opération de transformation est très légère (exemple : marinade)
- Pas de différence de réglementation entre surgélation et congélation
- Flou sur la mention nécessaire de « produit décongelé » sur les produits superchillés alors que le produit est passé en dessous de sa température de congélation commençante (exemple de la perche du Nil)
- Pas d'indication obligatoire de double décongélation lors d'une double congélation / décongélation
- Pas d'obligation d'indiquer la mention « produit décongelé » s'il s'agit d'une congélation assainissante (T° de -20° pendant 24h maximum)

Etat des lieux des pratiques dans 5 pays de l'UE

Etat des lieux de la consommation de produits de la mer en Europe

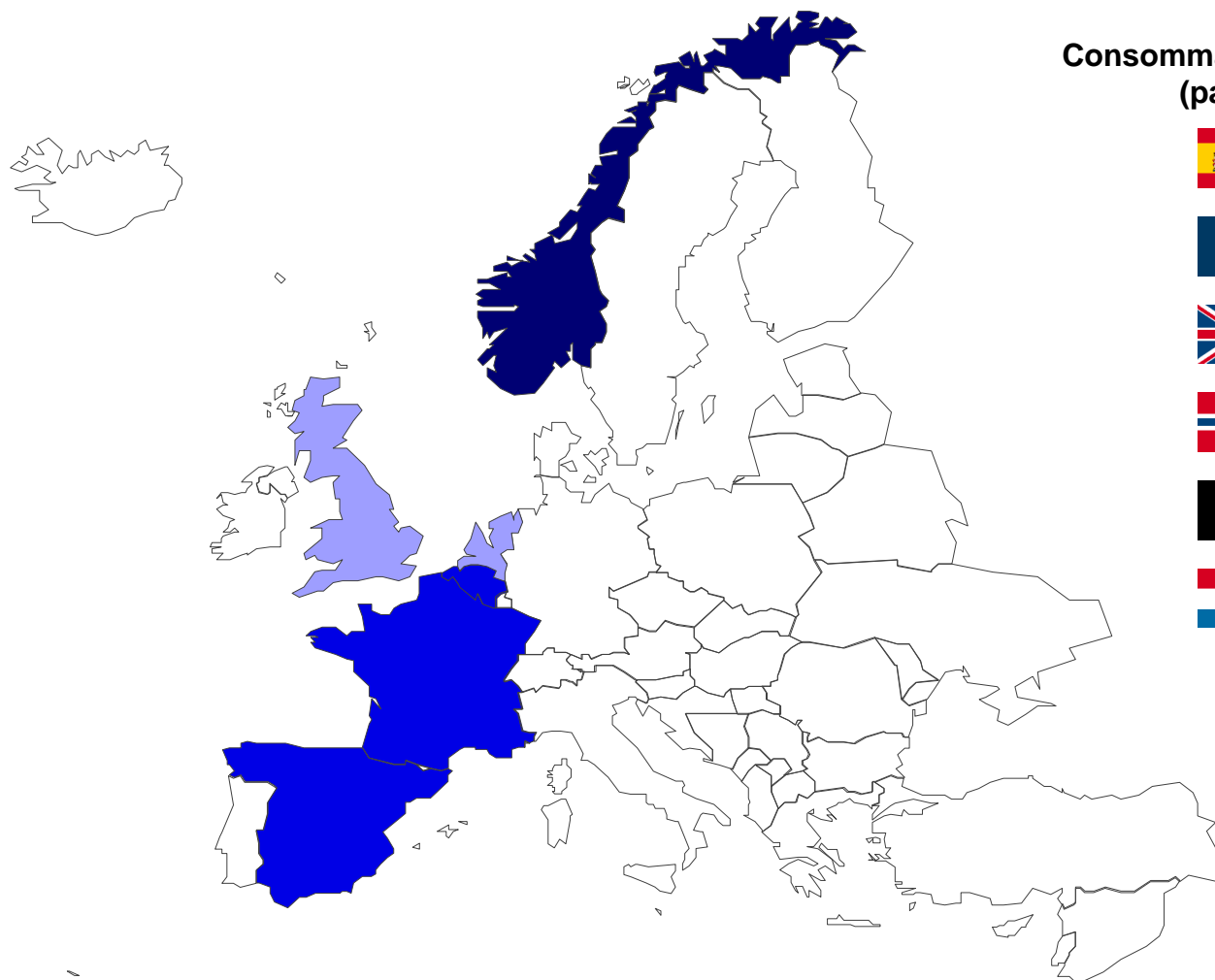
Une segmentation possible par zone









Sources : FAO stats, année 2008 / Trends and segments for frozen fish and fish fillets, Ministère des affaires étrangères des Pays-Bas (2011)

Etat des lieux de la consommation de produits de la mer en Europe

Focus sur les 5 pays identifiés



Consommation de produits de la mer (par kg/ habitant / an)

	Espagne : 44,8
	France : 34,2
	Royaume Uni : 20,3
	Norvège : 54,7
	Belgique : 24,2
	Pays Bas : 19

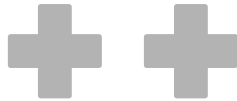
Moyenne mondiale : 17,1

Moyenne Europe : 22,1

Sources : FAO stats, année 2008

La tendance au développement de la pratique du poisson décongelé vendu en réfrigéré par pays

Pratique du poisson décongelé



Éléments qualitatifs

- Préférence de consommation pour les filets de poissons congelés et les plats déjà préparés à base de poissons
- **Fort développement des UVC et de la pratique du décongelé depuis 2005**
- Perception contrastée des consommateurs de la qualité des poissons décongelés
- Pays importateur de poissons majoritairement congelés
- Tendance à la **consommation de filets de poissons congelés** et de plats déjà préparés
- Pratique du **décongelé en développement**
- Pays principalement importateur de poissons frais et congelés
- Pratique du poisson décongelé en développement notamment du fait de la **difficulté d'approvisionnement** en frais à un prix acceptable
- Pratique du décongelé existe en Espagne et concerne principalement les **espèces lointaines importées** (panga, tilapia...)
- **Habitude de consommation de poissons frais** achetés principalement en poissonneries ou sur les marchés
- Approvisionnement en produits locaux : sardines,...
- Pays important de pêche et d'aquaculture
- **Préférence à la consommation de poissons frais**

Sources : entretiens et recherche documentaire

Focus sur la Norvège

Une pratique du poisson décongelé peu développée



Les chiffres clés

- Consommation de produits de la mer : 54,7 kg /par an/ hab
- Consommation 2 fois plus importante que la moyenne européenne.



Les tendances de consommation

- Préférence à la consommation de poissons frais
- Tradition de la pêche familiale : 30% du poissons provient de la propre pêche des ménages dans la zone côtière de la Norvège

Sources : entretiens et recherche documentaire



Les lieux d'achats

- Les lieux de ventes sont variés : du supermarché à la poissonnerie de quartier.
- En Norvège, le lieu d'achat du poisson est déterminé par l'usage qui en est fait : pour un diner important, les norvégiens privilégient les poissonneries et le marché qui symbolisent un poisson de meilleur qualité, en revanche pour des repas quotidiens ils s'approvisionnent principalement au sein des supermarchés.

La pratique du poisson décongelé vendu en réfrigéré

- Peu d'offre de poissons décongelés
- **Les poissons d'imports d'Asie (panga, tilapia...) existent mais leur qualité est mal perçue** par les consommateurs norvégiens
- Le *Norwegian Food Safety Authority* a d'ailleurs été instauré au début de l'année 2004 : il est en charge de la qualité des produits issus de la mer ainsi que de la sécurité alimentaire et du code éthique des élevages de poissons.

Focus sur l'Espagne

Une pratique du poisson décongelé existante



Les chiffres clés

- Pays consommateur de produits de la mer : 44,8Kg/an/hab
- En 2011, les produits de la mer ont représenté un marché de 30 millions de T et 9 milliards d'€
- Le merlu et le merlan représentent 26% de la consommation totale



Les lieux d'achats

- Poissons frais principalement achetés dans les poissonneries ou les marchés notamment par les personnes âgées qui ont du temps pour faire leurs achats en poissons quotidiennement



Les tendances de consommation

- Tradition de consommation de poissons frais
- Approvisionnement en produits locaux : merlu, sardines, merlan...
- Mais consommation de poissons sous toutes ses formes : frais, congelés, décongelés...

La pratique du poisson décongelé vendu en réfrigéré

- La pratique du décongelé existe en Espagne mais concerne principalement les espèces lointaines importées
- L'information du consommateur sur les étiquettes semble être respectée

Sources : entretiens et - Ministère Agriculture d'Espagne, rapport sur la consommation de produits aquatiques en Espagne – juillet 2012

Focus sur la Belgique

Une pratique du poisson décongelé en développement



Les chiffres clés

- La consommation moyenne est d'environ **20 kg par an**
- Les produits de la mer représentent 6% des dépenses annuelles d'alimentation des familles
- Les coquillages comptent pour plus de 50% de la consommation totale : les moules représentant les 2/3 de ce volume.



Les tendances de consommation

- Une consommation stable depuis des années
- Consommation de poissons frais mais majoritairement de poissons congelés** et notamment en filets .



Les lieux d'achats

- Les supermarchés représentent environ 78% des volumes de vente de poissons et de coquillages à destination des ménages.
- Le reste de l'offre est assuré pour 13% par les magasins de quartier (poissonnerie, épicerie, etc) et pour 9% par les marchés ouverts.

La pratique du poisson décongelé vendu en réfrigéré

- La Belgique est un pays principalement importateur : elle importe 14 fois plus que ce qu'elle ne pêche
- Des ateliers de congélation faisaient de la décongélation de poissons congelés pour les fileter et ensuite les recongeler. Maintenant cette opération est intégrée à l'amont et réalisée dans les pays d'origine (notamment Asie)
- L'offre en poisson décongelé est en développement en Belgique Elle peut continuer à se développer, tout dépend du niveau de l'approvisionnement en frais et des prix de vente

Sources : entretien et FAO stats

Focus sur les Pays Bas

Une pratique du poisson décongelé en développement



Les chiffres clés

- Consommation faible de poissons par rapport à la moyenne européenne : 19kg/an/hab
- L'offre de produits de la mer s'articule autour de 5 espèces principales : la sole, la plie, le turbot, la morue et la crevette



Les lieux d'achats

- Préférence pour achat du poissons congelé en supermarché et du poissons frais en poissonnerie



Les tendances de consommation

- Tendance à la consommation de filets de poissons congelés et de plats déjà préparés
- Préférence pour la consommation d'espèces vivantes principalement près du fond marin et les crustacés

La pratique du poisson décongelé vendu en réfrigéré

- Pays importateur de produits de la mer
- Pratique du poisson décongelé en développement

Sources : entretiens et recherche documentaire

Focus sur le Royaume-Uni

Éléments de marché de la consommation de poissons



80% de la consommation de poissons se concentre sur 4 espèces

- 80% des ventes de poissons au Royaume-Uni se concentrent autour de 4 espèces :
 - Le cabillaud
 - L'églefin
 - Le saumon
 - Le thon.

Une distribution de poissons majoritairement sous forme UVC dans les supermarchés

- La **distribution au détail** représente le premier moyen de vente de poissons au Royaume Uni. Il s'agit principalement de superettes de quartiers qui offrent des poissons pré-emballés dans leur rayon libre-service sous forme UVC .
- Cette pratique s'est développée il y a 10-15 ans au Royaume Uni
- Selon Finn-Egennes, **environ 50% des produits UVC que l'on retrouvent au rayon « poisson » des supermarchés britanniques sont des poissons décongelés.**

Source : FAO Data/ M. Finn-Arne Egenes, Agnès Joily et Marie Christine Montfort "Fresh, frozen, chilled products : technological and marketing advantages and constraints" (2011) / entretien avec Finn-Anne Egenes

Focus sur le Royaume-Uni

Une pratique du poisson décongelé vendu frais développée par les industriels pour les supermarchés... (1/2)



Des difficultés rencontrées par les supermarchés dans la distribution de poissons...

- **Le manque de place.** En effet, la distribution de poissons au Royaume Uni se fait principalement dans des superettes de quartier ayant peu de place dans les rayons
- **La saisonnalité des approvisionnements en poissons frais.** En effet, les supermarchés étaient confrontés à la saisonnalité des approvisionnements en frais et notamment en cabillaud qui souffrait de pénurie en été. Les étals vides n'étaient donc pas rentables.

...résolues par les industriels avec le développement de la pratique des UVC puis du poisson décongelé

- Face aux nouvelles demandes des supermarchés, les industriels ont dû s'adapter et ont proposé tout d'abord une **offre de produits congelés pré-préparés**, puis ont développé **une gamme de poissons frais vendus en UVC**. A partir de 2005 progressivement ils ont développé **une offre en produits décongelés**
- L'offre a progressivement concerné l'ensemble de la gamme des produits de la mer notamment les poissons blancs comme le hareng, la morue ainsi que le saumon, les espèces pêchées dans les mers reculées et les poissons d'élevages asiatiques

Source : FAO Data/ M. Finn-Anne Egenes, Agnès Joily et Marie Christine Montfort "Fresh, frozen, chilled products : technological and marketing advantages and constraints" (2011) / entretien avec Finn-Anne Egenes

Focus sur le Royaume-Uni

Une pratique du poisson décongelé vendu frais développée par les industriels pour les supermarchés... (2/2)



Les avantages
pour les
industriels

- Les avantages de cette pratique sont multiples pour les industriels :
 - Augmentation des marges du produit décongelé par rapport au produit frais
 - Moins de contraintes que le produit frais
 - Facilité de gestion du produit congelé avec décongélation selon la demande des supermarchés
 - Lissage de l'offre sur l'ensemble de l'année
 - Rapprochement de l'aspect visuel du poisson frais, mieux considéré par le consommateur que le poisson congelé

« C'est plus facile pour les industriels de gérer du poisson décongelé que du frais »

« Le poisson décongelé permet aux industriels de gagner plus comparé au poisson frais »

Source : FAO Data/ M. Finn-Anne Egenes, Agnès Joily et Marie Christine Montfort "Fresh, frozen, chilled products : technological and marketing advantages and constraints" (2011) / entretien avec Finn-Anne Egenes

Focus sur le Royaume-Uni

Les consommateurs ne sont pas toujours bien informés de cette pratique



Une **obligation d'étiquetage** du poisson décongelé **pas toujours respectée**

- L'obligation d'information du consommateur sur l'état « décongelé » du poissons n'est pas toujours respectée au Royaume Uni.
- Problème de fraudes sur les emballages constatées également au Royaume Uni mais en diminution ces dernières années

consommateur anglais est incapable de différencier un poisson décongelé d'un poisson

Un **prix identique** pour le poisson qu'il soit frais ou décongelé

- Au Royaume Uni, le **poisson décongelé est majoritairement vendu au même prix** que le poisson frais pour les espèces qui se retrouvent en frais et en décongelé .

« Le prix d'un poisson frais et d'un poisson décongelé est le même. »

Une **incapacité** des consommateurs à **faire la différence** entre un poisson décongelé et un poisson frais

- En 2010, un test à l'aveugle réalisé *par le British Food Journal* sur 133 britanniques montre que les consommateurs britanniques sont incapables de différencier au goût le poisson décongelé d'un poisson frais

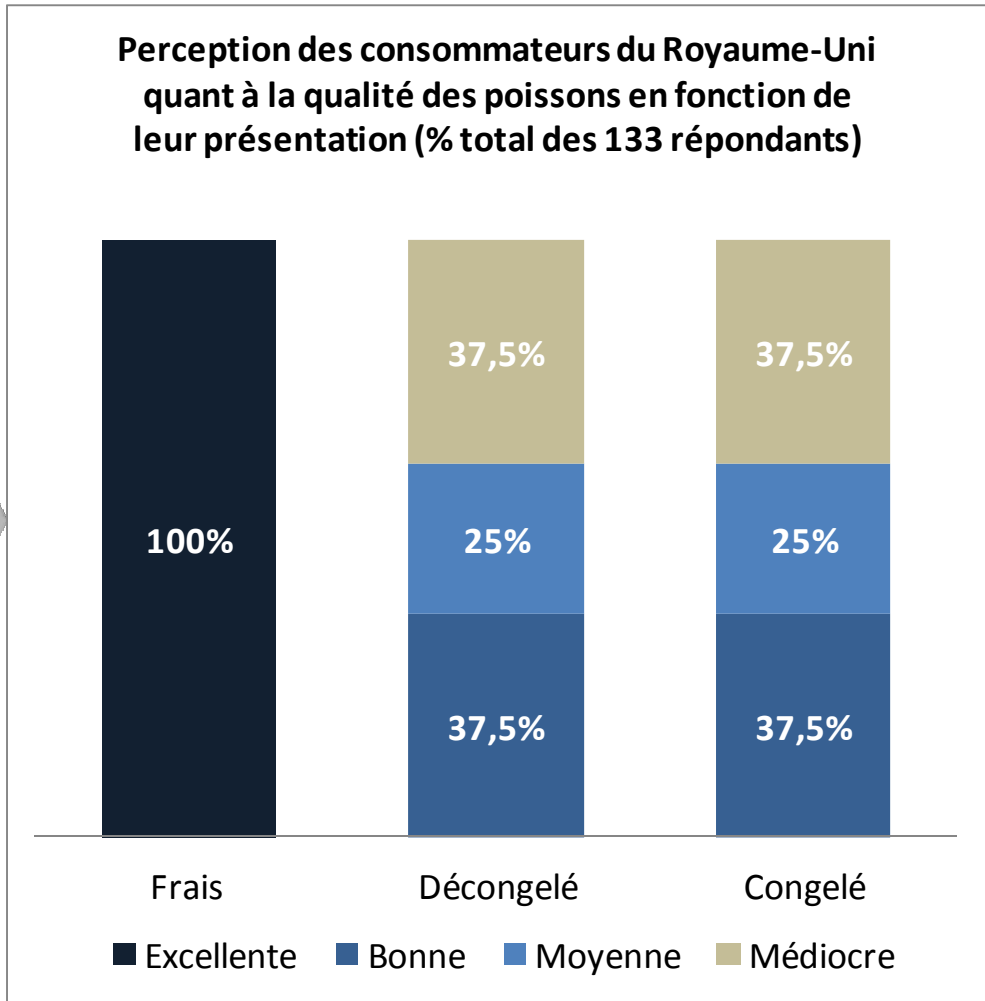
Source : FAO Data/ M. Finn-Anne Egenes, Agnès Joily et Marie Christine Montfort "Fresh, frozen, chilled products : technological and marketing advantages and constraints" (2011) / *British Food Journal* / entretien avec Finn-Anne Egenes

Focus sur le Royaume-Uni

Une perception contrastée de la qualité des poissons décongelés par les consommateurs



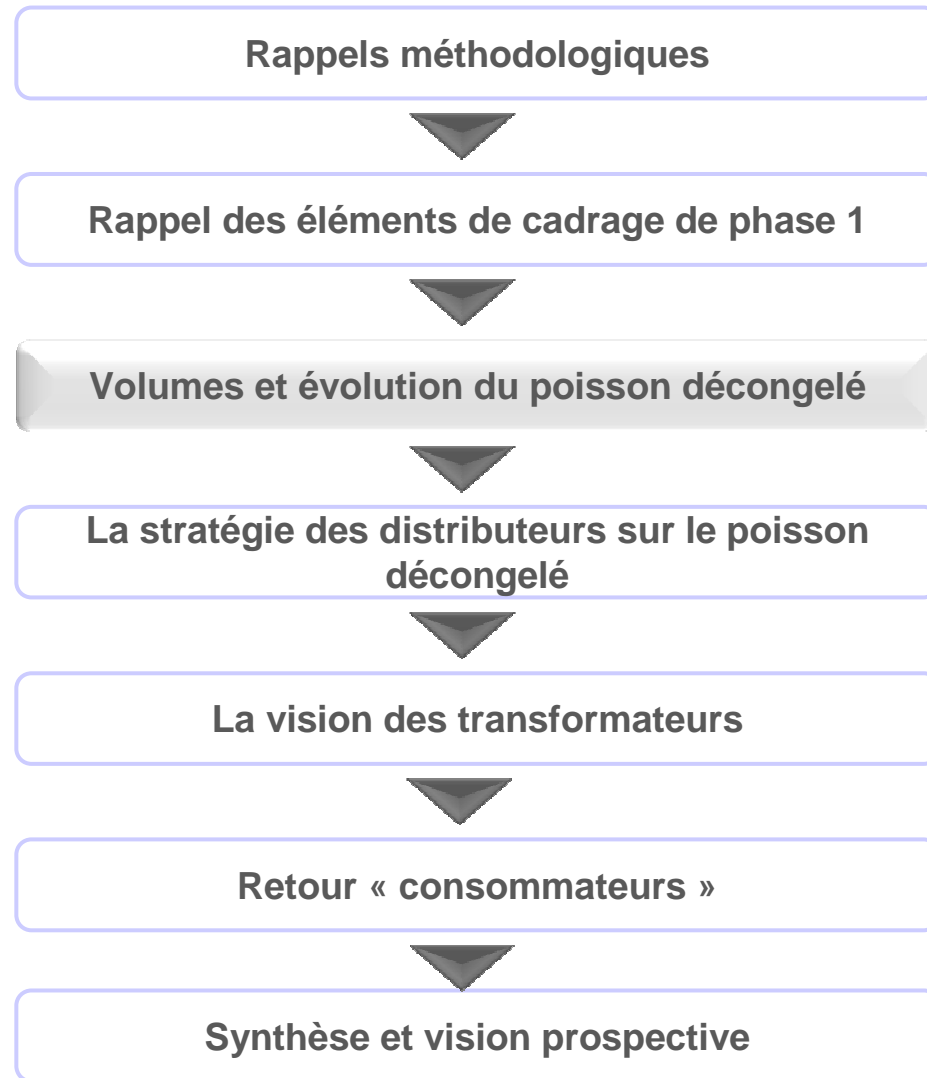
Une perception contrastée de la qualité des produits décongelés par les consommateurs



« Quand un consommateur sait que c'est un poisson décongelé, il pense que c'est de moins bonne qualité que du frais alors que c'est faux »

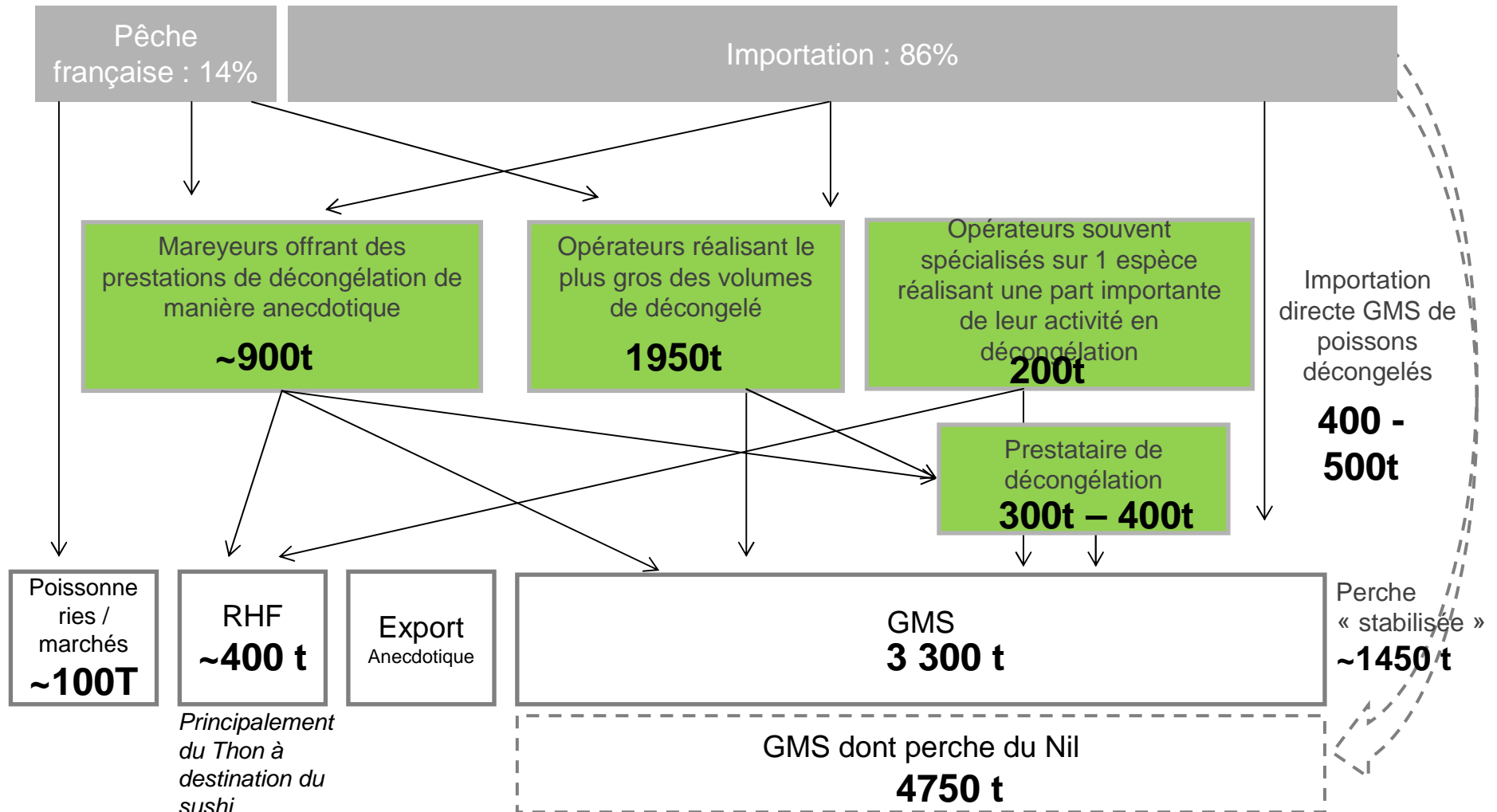
Source : British Food Journal « The influence of labelling on consumers evaluations of fresh and thawed fillets in England »

Ordre du jour



Cartographie de flux des poissons décongelés

Sont non comptabilisés les coquillages, crustacés et la perche du Nil vendue en « stabilisée » - les données sont déclaratives



Sources : Données déclaratives collectées lors des entretiens

Cartographie de flux des poissons décongelés

Détail des calculs côté « distributeurs »

Données déclaratives anonymisées par distributeur GD, par espèce, sur l'année 2012, en T

	Panga	Flétan	Encornet	Cabillaud	Espadon	Longe de thon	Rouget	TOTAL	Perche du Nil	TOTAL avec perche du Nil
Distributeur 1	600	50	100	20	20	50		840	200	
Distributeur 2	300			50		200		550		
Distributeur 3	350							350	800	
Distributeur 4	80	5		50	5	5	35	180	150	
Distributeur 5	40							40	30	
Distributeur 6	300		40	50	80	120		590		
TOTAL Enseignes interrogées	1670	55	140	170	105	375	35	2550	1180	
Estimation Autres enseignes	444	15	37	100	28	100	9	733	314	
TOTAL GD	2 114	70	177	270	133	475	44	3 283	1 494	4 776

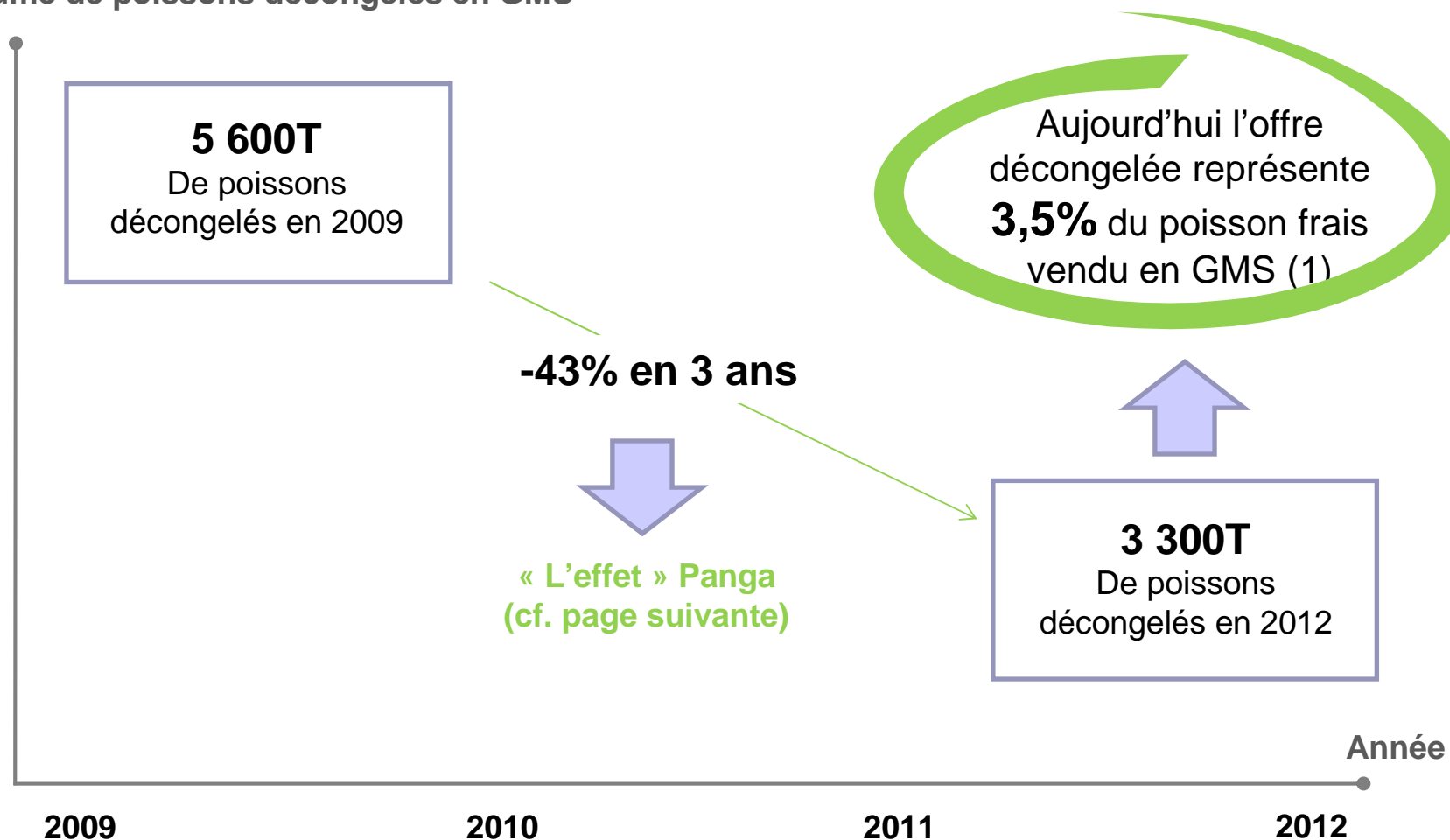
- Les données distributeurs montrent un volume d'environ 3300T de poissons décongelés hors perche du Nil (qui est stabilisée à -2°C). Si l'on rajoute cette dernière espèce, les volumes avoisinent les 5000T.
- Ne sont pas inclus dans le périmètre les crustacés et mollusques (crevettes, gambas, moules...) qui représentent un volume important (exemple d'un distributeur : 500T de gambas décongelées).
- Le Panga représente la première espèce concernée par cette pratique de décongélation avec 2114T de matière sur l'année 2012 en Grande Distribution (ce circuit étant le plus concerné par cette pratique).

Sources : Données déclaratives collectées lors des entretiens

Évolution des ventes de poissons décongelés

et part du poisson décongelé dans les ventes totales de poissons frais

Volume de poissons décongelés en GMS



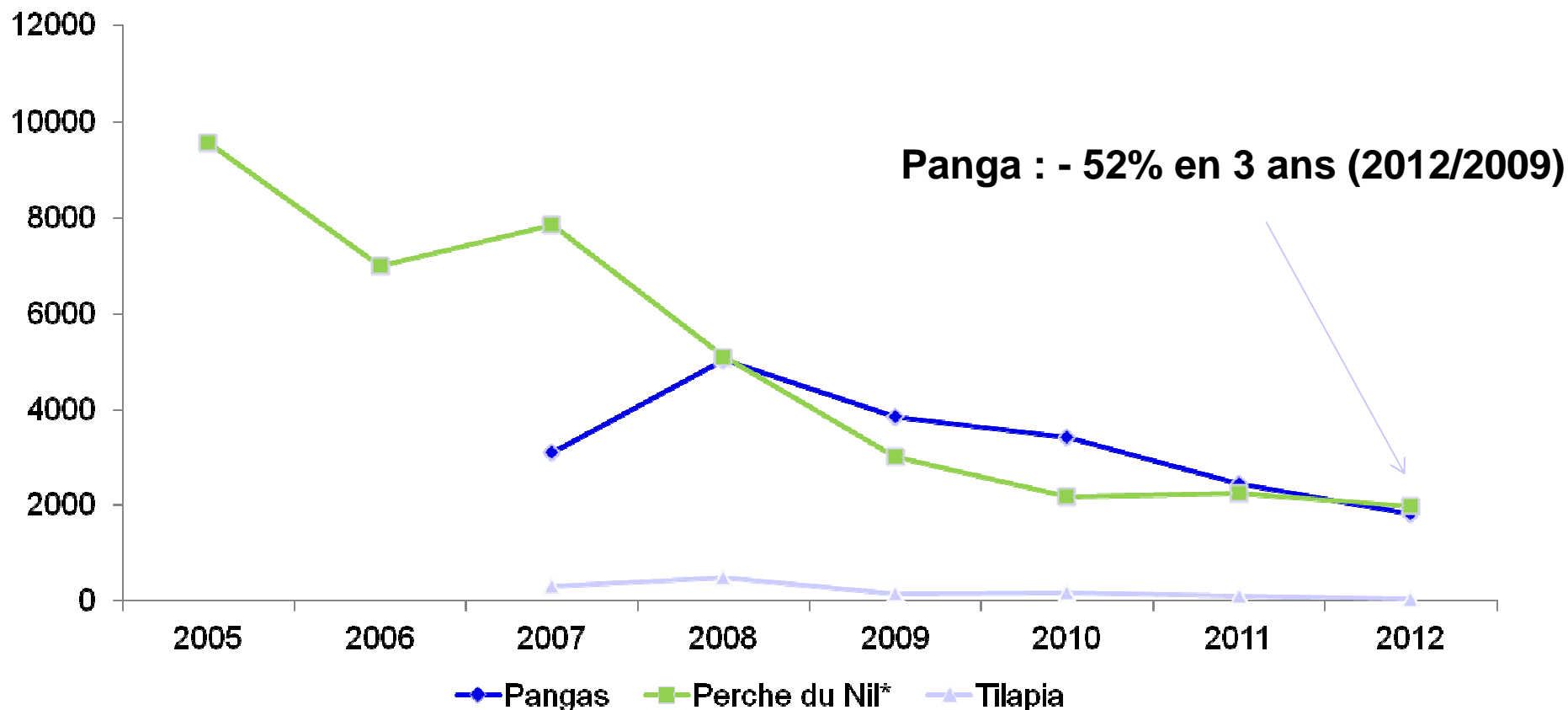
Source : reconstitution des données via entretiens responsables achat marée GD

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

Évolution des ventes de poissons décongelés

L'effet Panga... et perche du Nil

Evolution de la consommation de poissons exotiques en frais et ou réfrigérés de 2005 à 2012

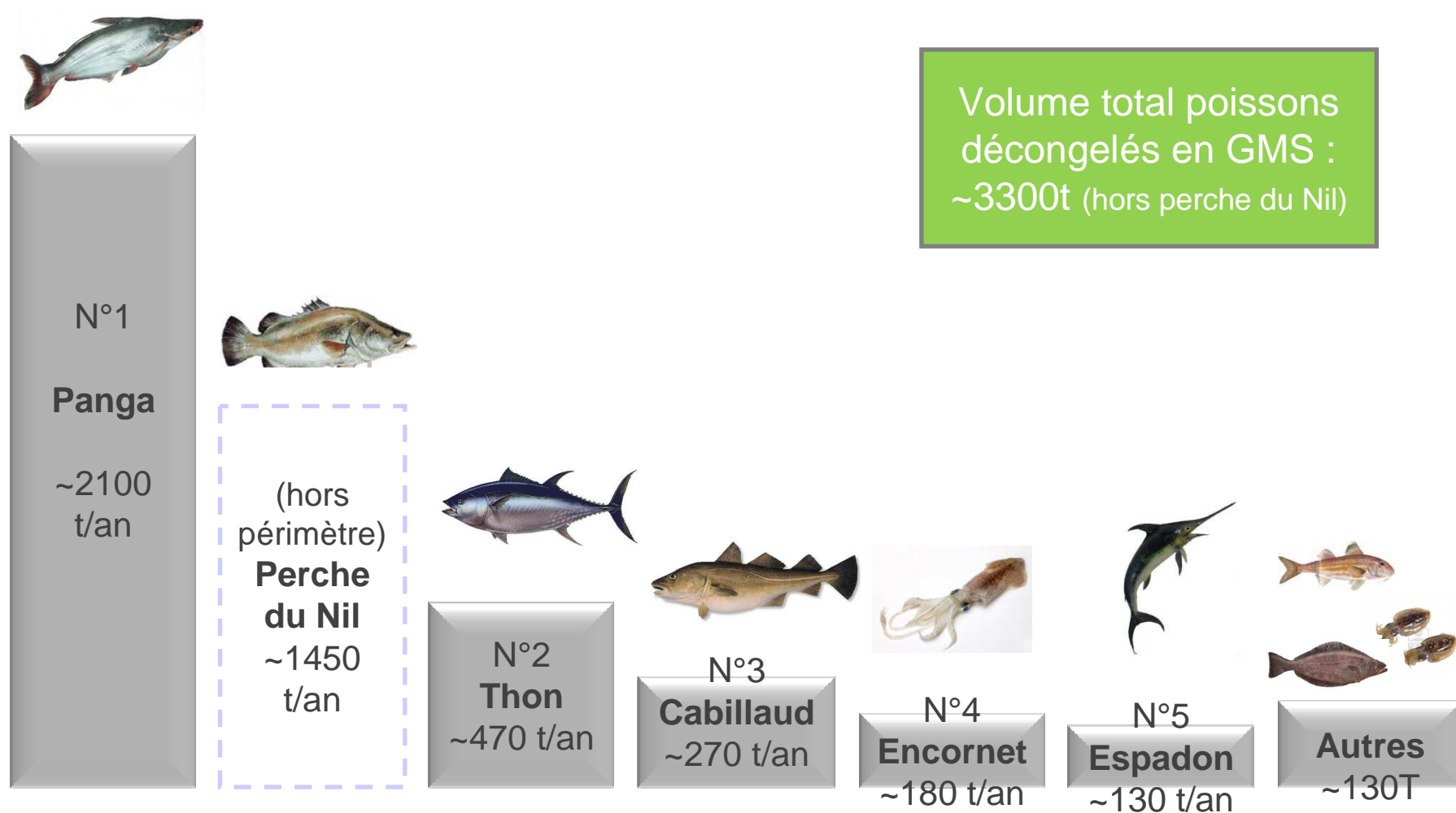


* La perche du nil n'est pas considérée comme décongelée mais comme un produit « stabilisée »

Sources : FranceAgriMer, Données et Bilans « Consommation des produits de la pêche et aquaculture »

Les espèces concernées en GMS par le décongelé

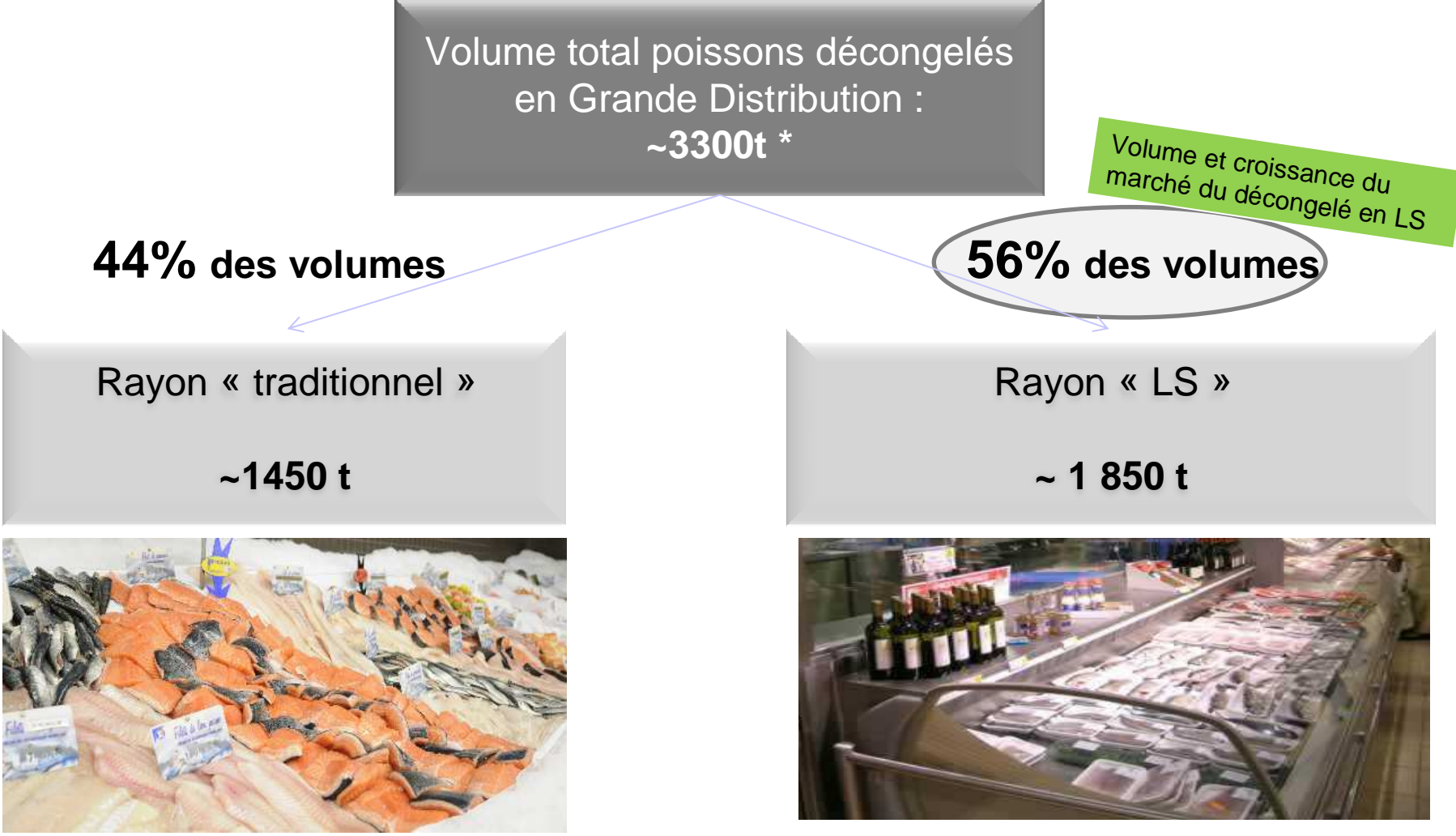
(Encore) une prédominance du Panga



Sources : Données déclaratives collectées lors des entretiens

Les volumes concernés

Répartition par type de circuit en GMS



* Sont non comptabilisés les volumes de perches du Nil stabilisées

Le poisson décongelé en linéaire

Pas de volonté de créer un linéaire « poisson décongelé » de la part de la GD

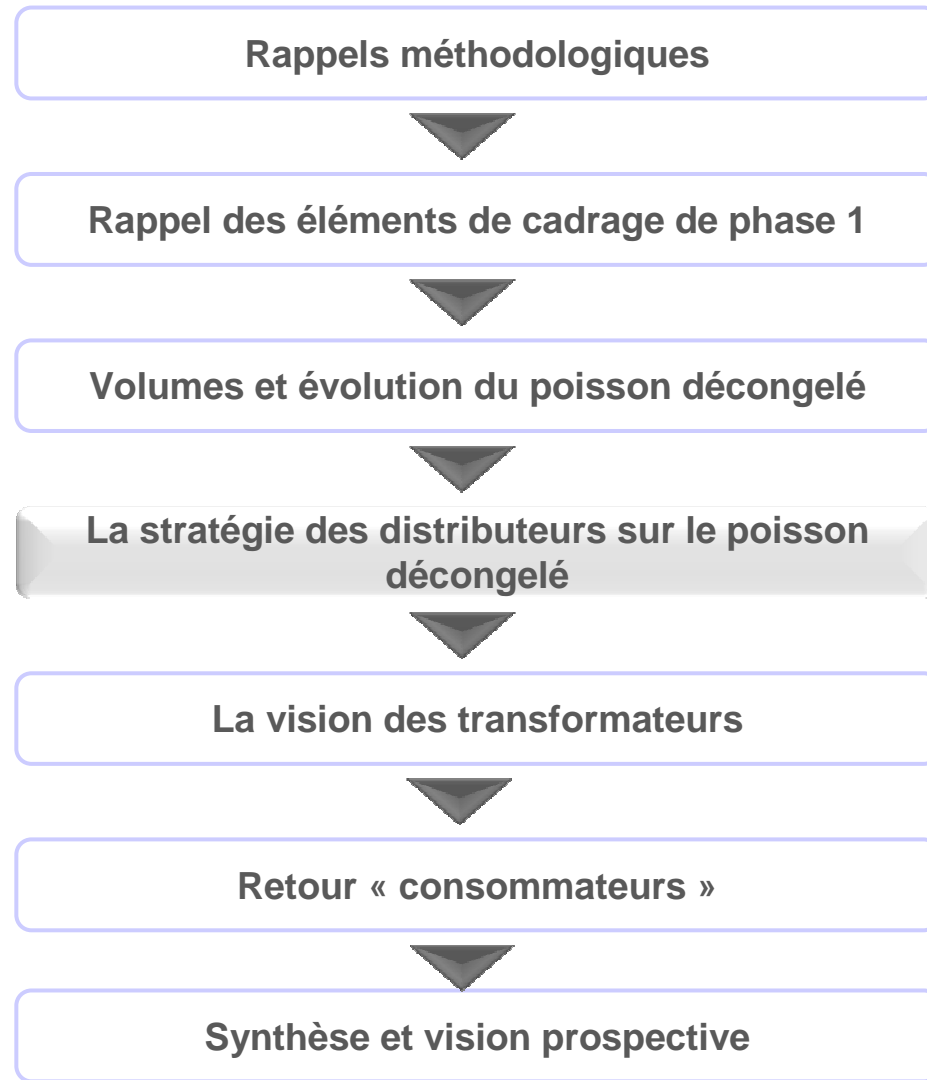
Pas de volonté de mise en place de linéaire dédié au décongelé

- Selon les distributeurs, il n'y a pas d'attente de la part du consommateur,...
- ... qui a la possibilité d'acheter son poisson au rayon surgelé
- Quelques essais réalisés de linéaire « décongelé » par Carrefour notamment dans le Sud Ouest (encornets, crustacés,...) : sans succès. Pas assez de références

Pas de volonté de surcharger le packaging pour différencier l'offre décongelée

- Une mention « produit décongelé » déjà présente
- Un consommateur qui est déjà sur-informé selon les distributeurs (mention « pêche française », « sans arrêtes »,...)
- Des packaging déjà « chargés », pas de lisibilité

Ordre du jour



Les deux raisons principales de la présence de l'offre décongelée sur le marché



Pratique d'ajustement et de régulation du marché de la pêche



Valorisation des espèces importées congelées

Complément de gammes avec décongélation au fur et à mesure de la demande du marché

Désaisonnaliser la ressource issue de la pêche

Congélation obligatoire sur des espèces d'import

Logistique facilitée, limite des risques sanitaires sur ces produits
Consommateurs avertis

Achat en période de pêche à un prix au kg bas puis congélation

Valorisation du prix du produit de la pêche toute l'année

Apport de valeur ajoutée à un poisson bas de gamme

Le Panga est le poisson le moins cher du monde. La congélation permet de le transporter facilement
La décongélation est une « opération obligatoire » pour valoriser le prix de ce type de produit en frais mais il faut de gros volume

Décongélation en période de pénurie en frais (vente à un prix plus élevé qu'acheté)

Une stratégie des enseignes axée sur l'ultra frais

qui ne devrait pas favoriser le développement du poisson décongelé

- Des enseignes qui communiquent en masse sur le frais voire **l'ultra frais**
- Des enseignes qui ont **intégré la filière en amont**
- Ne veulent pas « se contredire ». Propose donc **une offre en décongelé par défaut**, par obligation sur certaines espèces...
- ...Éventuellement sur certains produits parce qu'ils sont de très bonne qualité en décongelé.
- **Restera une offre marginale**, ne communiqueront pas sur cette offre. Pas de mise en avant.

« La politique de l'enseigne est de limiter les poissons congelés »

« Ça n'a pas d'avenir »

« La mode est passée »

« La bataille se gagne sur le frais »

« Ne va pas dans le sens du client »

L'exemple de Casino

- Opération « En direct de la criée »
- Donne RDV à leurs clients : de 14h à 15h sur l'étal, produits de la criée du jour
- 41 magasins du groupe Casino sont livrés en direct des criées locales par 6 camions (région parisienne, Bordeaux,...)



Une reconnaissance du travail de qualité des opérateurs sur le poisson décongelé

Les distributeurs reconnaissent la qualité du travail réalisé par les opérateurs

- Process de décongélation respectant les normes
- Une bonne tenue des produits
- Bonne qualité organoleptique
- Des produits parfois « meilleurs » que sur le frais, pour le thon notamment selon certains distributeurs
- Des produits d'exception...

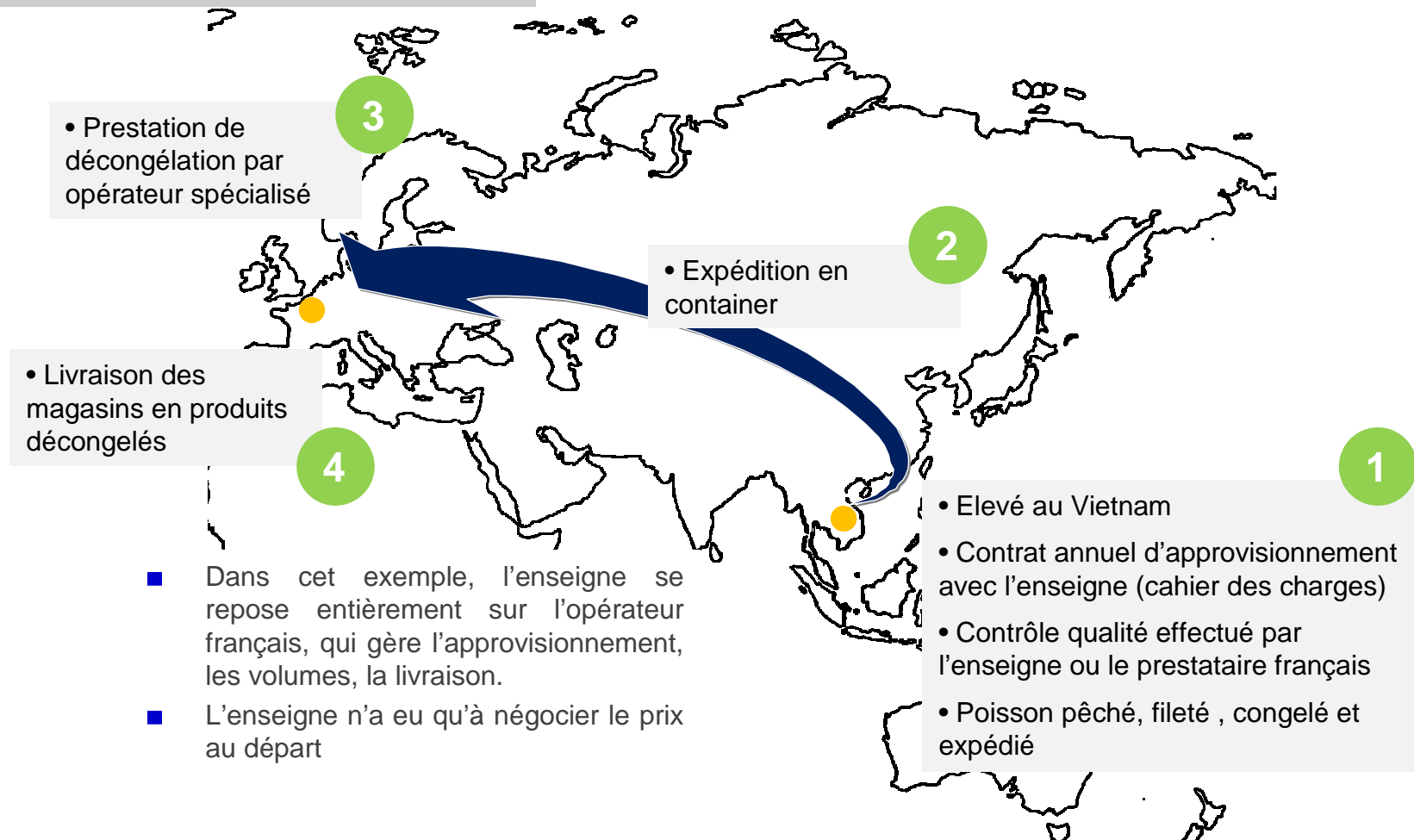
Quelques problèmes de qualité subsistent, à la marge

- ... même si parfois des contrôles attestent de résultats peu probants : poisson pas tout à fait décongelé à cœur par exemple. Mais ces faits sont davantage vrais sur des opérateurs « non spécialistes » de la décongélation

Les pratiques d'approvisionnement des enseignes

Des approvisionnements très intégrés : maîtrise de l'amont, sécurisé

L'exemple intégré du Panga*

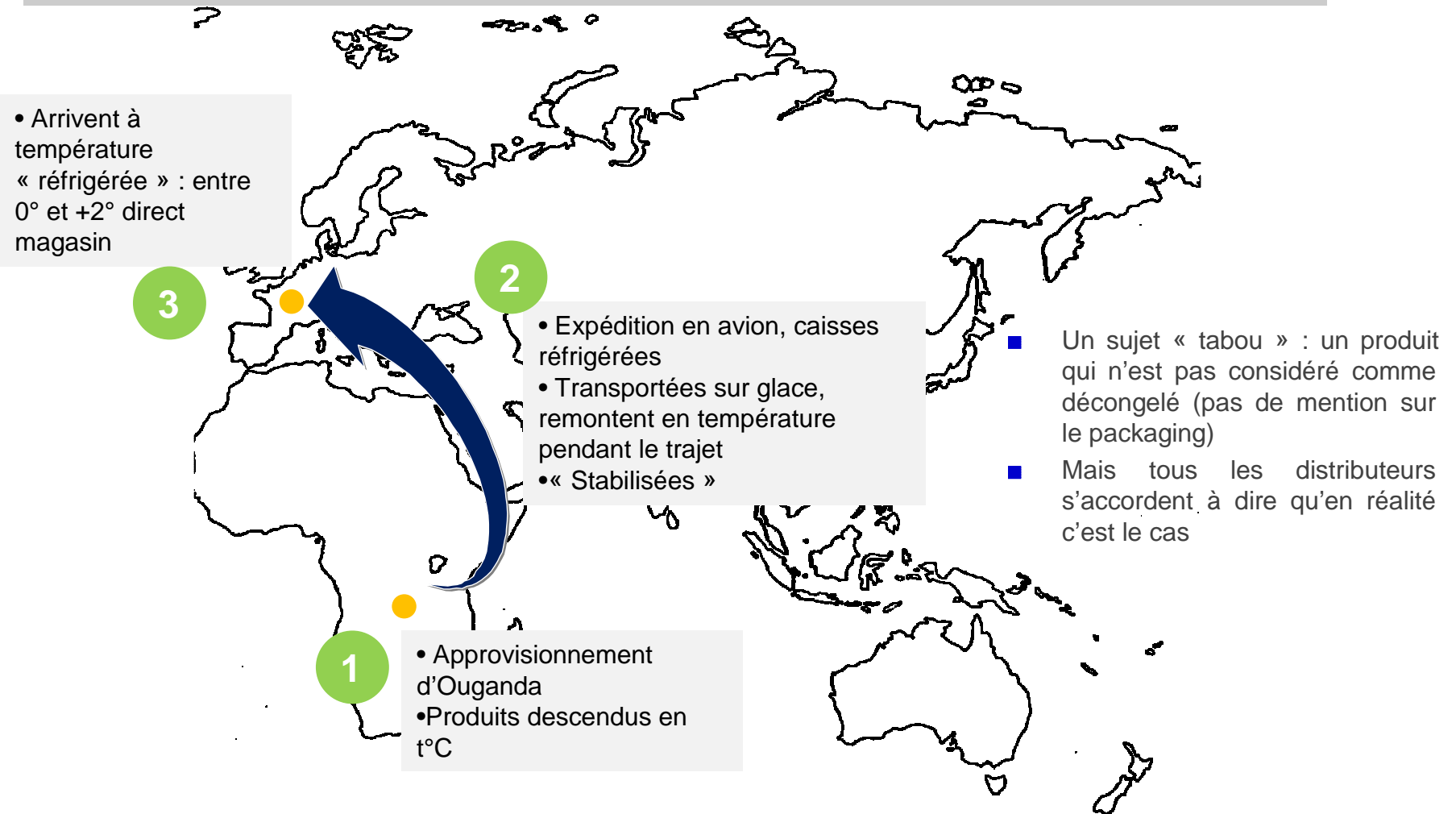


* Cette pratique n'est qu'un exemple cité lors des entretiens. Il ne constitue pas la norme des pratiques d'approvisionnements

Les pratiques d'approvisionnement des enseignes

Des approvisionnements en direct, sur des espèces considérées comme non décongelées

L'exemple de la Perche du Nil (qui n'est pas considérée comme décongelée)



La Restauration Hors Foyer

Très peu d'approvisionnement en décongelé

Restauration commerciale : approvisionnement en congelé ou en frais

Restauration collective : approvisionnement en congelé

- La restauration commerciale haut de gamme va privilégier **un approvisionnement en poisson frais de qualité** plutôt que du décongelé ou du congelé
- Tendances de **développement d'une consommation de poissons en RHF** où les consommateurs se font plaisir en allant dans des restaurants spécifiquement pour manger du poisson
- La restauration commerciale **standard va privilégier le poisson congelé** pour des questions de coût. Ils le décongèlent en fonction de leurs besoins
- Quelques volumes en thon pour le sushi (400T environ)
- Restauration collective raisonne au coût à la portion
- **Peu de main d'œuvre disponible** et compétente pour traiter le poisson frais
- Ils **privilégient l'approvisionnement en poissons congelés**, plus économique et plus pratique notamment pour la gestion des stocks

« Le décongelé est interdit dans nos cahiers des charges »

« Nous ce qu'on cherche c'est le prix »

« La restauration collective a tellement des prix serrés qu'ils ne peuvent acheter que du congelé »

La poissonnerie

Des ventes de Panga et perche du Nil dans certaines poissonneries pour « attirer » le client

De l'offre en décongelé pour des poissonneries mal positionnées

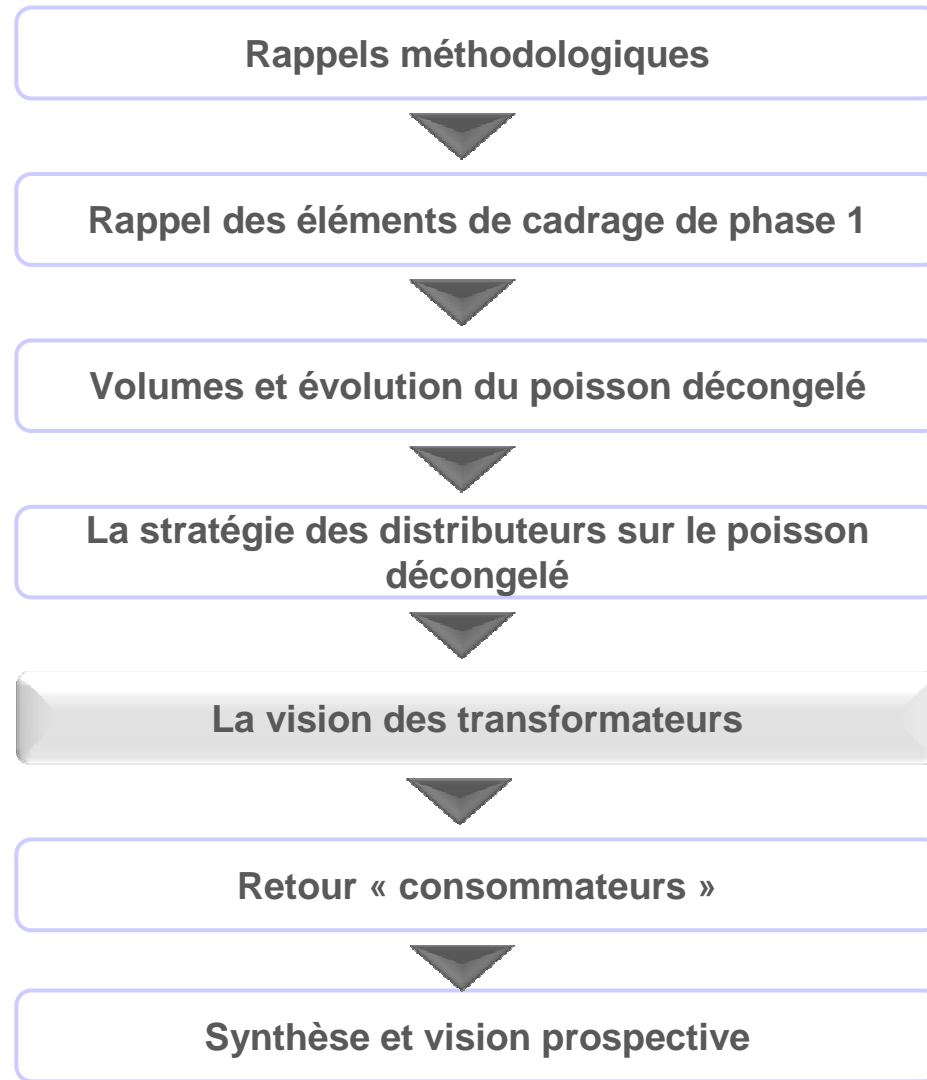
- Certaines poissonneries proposent des produits décongelés (panga, perche du nil stabilisée, gambas, poulpe)
- Il s'agit de poissonneries localisées dans des emplacements mal situés
- Le produit décongelé est ici un produit d'appel : permet d'attirer le client pour vendre des produits plus chers.
- Sur les 3200 poissonneries et poissonniers indépendants, une petite partie des poissonneries est concernée

Mais un circuit qui privilégie le frais

- Un circuit très orienté « frais »
- *« On préfère vendre du frais de 2^{nde} catégorie que du décongelé »*

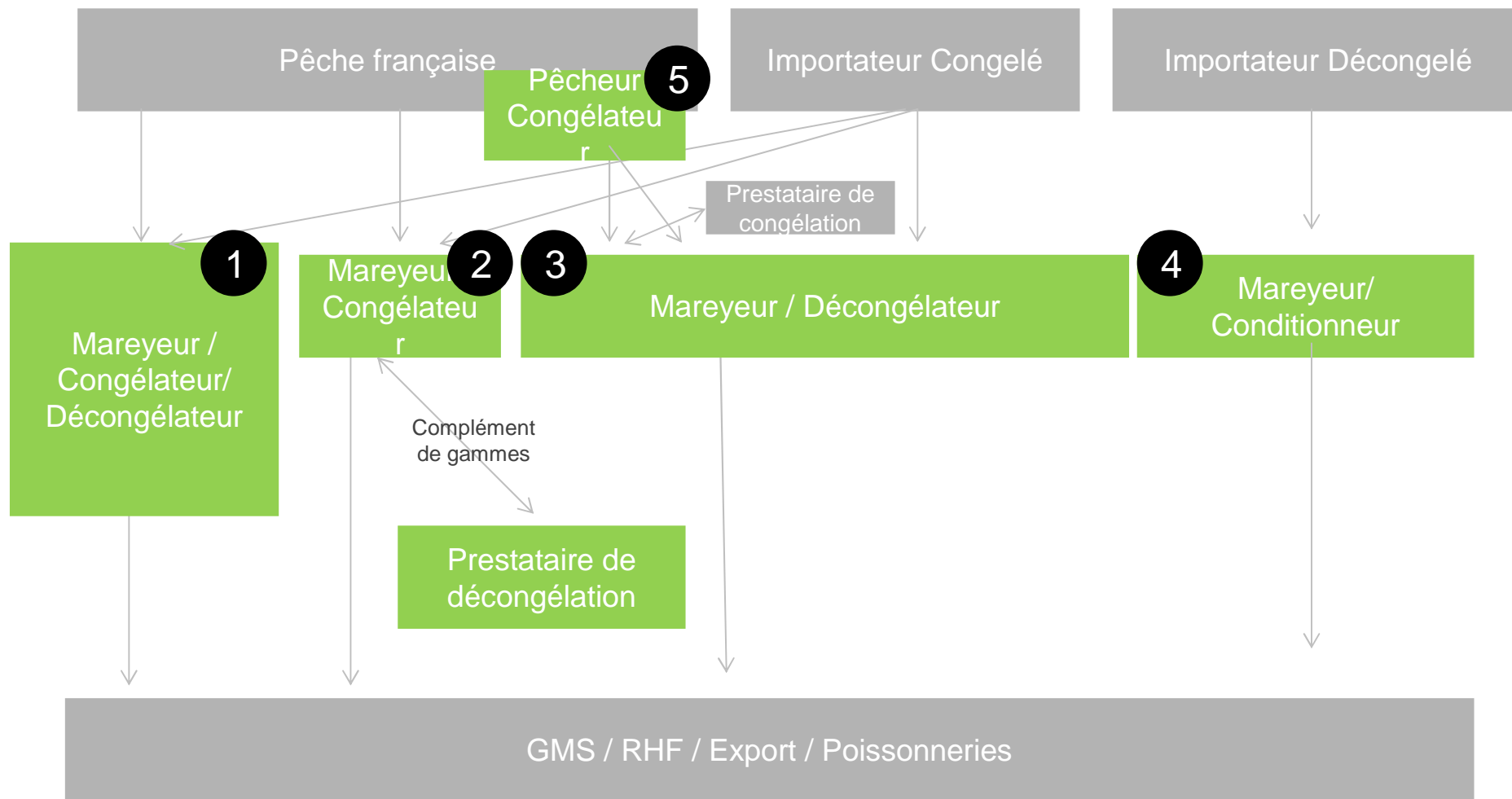
Source : Entretien avec le président de la Confédération des poissonniers de France

Ordre du jour



Espèces, volumes et typologies des acteurs

Typologie des acteurs intervenants sur le marché du poisson décongelé



Typologie des acteurs intervenants sur le marché du poisson décongelé

- 1

Mareyeur
Congélateur
Décongélateur

 - Intégration totale de la chaîne de valeur dans les entreprises
 - Approvisionnements majoritairement en frais avec capacité de congeler les espèces de la pêche en surplus pour pouvoir les décongeler en fonction de la demande du marché à posteriori
 - Approvisionnements également en poissons d'imports congelés pour compléter leur gamme auprès des clients – décongélation en fonction de la demande
- 2

Mareyeur
Congélateur

+

Prestataire
de
décongélation

 - Entreprise de mareyage qui va pouvoir congeler le surplus des achats de pêche et/ou s'approvisionner en poissons d'importation congelés pour compléter la gamme
 - Comme les volumes traités sont mineurs, il fera appel à un prestataire de services pour assurer la décongélation
- 3

Mareyeur
Décongélateur

 - Entreprise de mareyage qui s'approvisionne majoritairement en frais mais qui va avoir recours ponctuellement à un prestataire de congélation pour congeler le surplus de sa marchandise
 - Puis il va décongeler au fur et à mesure de la demande du marché
- 4

Mareyeur
Conditionneur

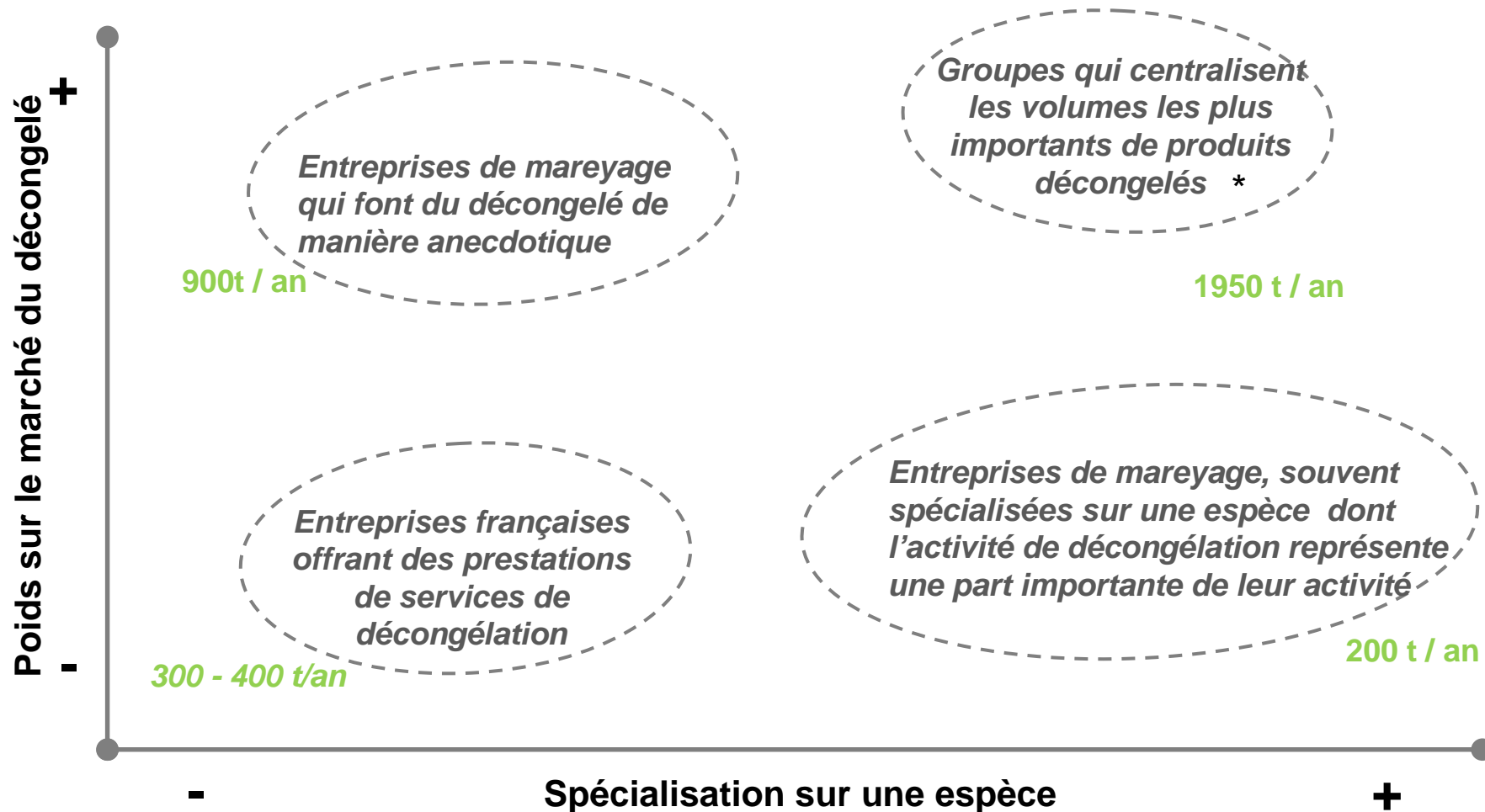
 - Entreprise de mareyage qui va s'approvisionner directement en poissons décongelés auprès de grossistes/importateurs qui se seront chargés de la décongélation
 - La prestation consiste en un conditionnement en barquette LS par exemple
- 5

Mareyeur
Congélateur

 - La congélation peut se produire directement sur les bateaux de pêche. Les poissons ainsi congelés seront débarqués, achetés en congelés par un mareyeur qui pourra les décongeler en fonction de la demande pour éventuellement les fileter.

Typologie d'acteurs réalisant de la décongélation

Etat des lieux actuel



* Une des entreprises n'est pas un opérateur mais d'importants volumes de produits décongelés sont commercialisés via son intermédiaire

La pratique de la « décongélation »

La pratique de la « décongélation »


2 pratiques existantes

La décongélation

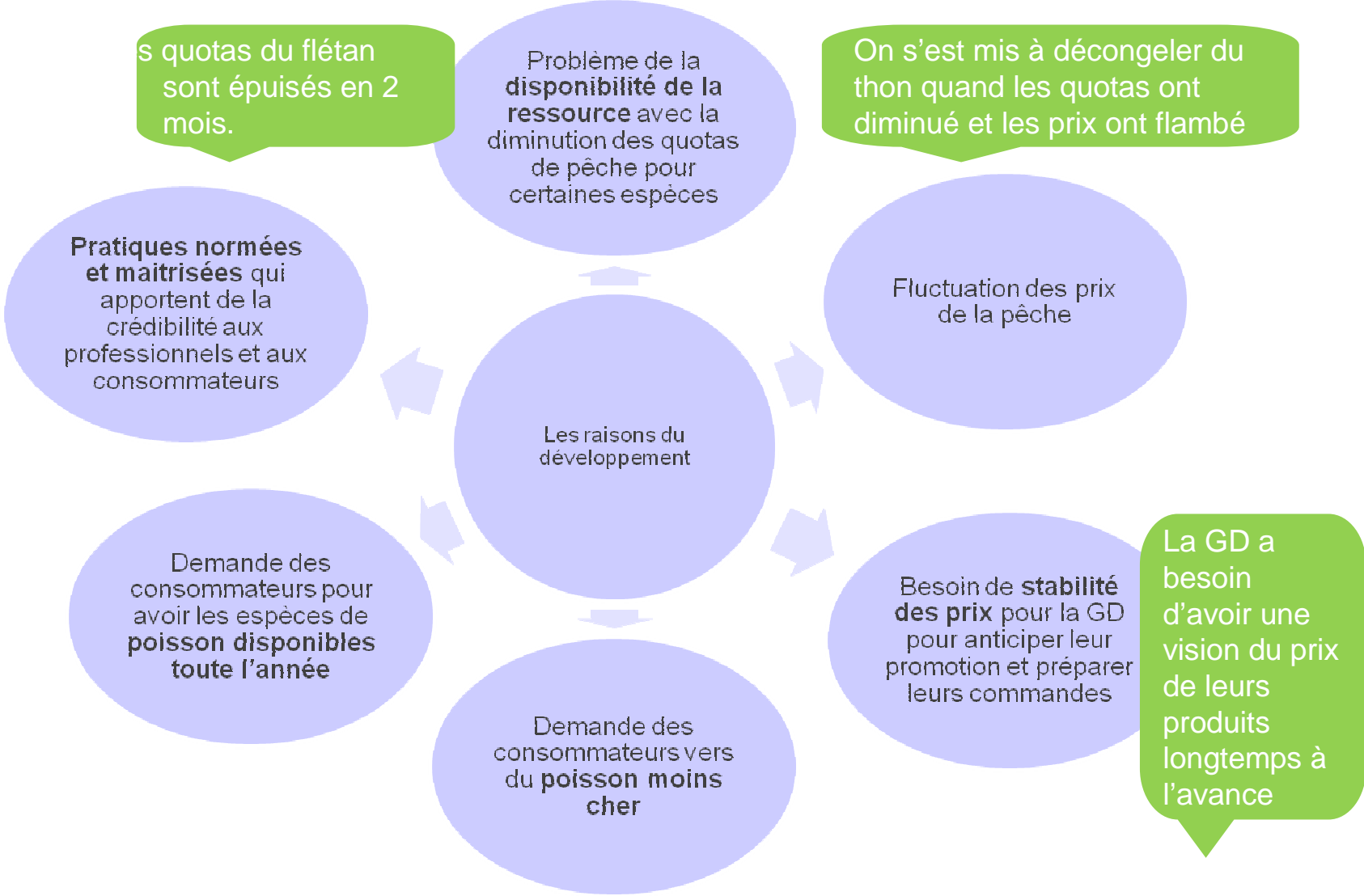
- La décongélation sous-entend le passage à une température positive.
- La réglementation exige qu'elle s'effectue à une température comprise entre 0 et + 2 °C dans un local à l'abri des souillures et/ou des contaminations.
- Décongélation totale réalisée lorsqu'il n'y a pas d'opérations de filetage mais seulement de conditionnement
- Transport en frais « 0°-+2°C »

Le tempérage

- Le tempérage est défini comme une remontée en température jusqu'à - 2 ou - 3 °C maximum
- Le produit garde une réserve de froid sous forme de chaleur latente. Les produits sont suffisamment malléables pour être transformés (cutterage, mélange, etc.) mais conservent une température sous leur point de décongélation

- 
- Des produits ni congelés, ni décongelés
 - Risque que la décongélation se termine sur les étals ou dans le transport

Les raisons du développement de la pratique du « décongelé » depuis 2005-2006



La pratique de la « décongélation »

Les équipements des opérateurs

Une décongélation majoritairement réalisée dans des chambres froides dédiées

- 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 mais juste de dédier une chambre froide à cette pratique
- Cette méthode est privilégiée par les opérateurs qui réalisent peu de volumes notamment car elle nécessite d'avoir de la place pour pouvoir stocker pendant plusieurs jours des poissons décongelés
- Le temps de décongélation est long : plusieurs jours en moyenne (tout dépend de l'espèce concernée)
- Une décongélation lente peut entraîner des risques sanitaires mais le rendu organoleptique est correcte

« Vu qu'on fait de petits volumes on ne va pas investir dans des machines »

« On a une chambre dédiée : c'est le moins cher pour décongeler »

Sources : entretiens M. Bernard, responsable application agro, entreprise SAIREM / entretiens opérateurs

La pratique de la « décongélation »

Les équipements des opérateurs

Quelques entreprises ont investi dans des machines spécifiques

- Seuls 4 opérateurs interrogés ont investi dans un équipement spécifique pour décongeler.

Equipements	Prix	Capacité traitement
Tunnel haute fréquence	130 000€ – 200 000€	700 kg/h – 1 t/h
Micro-onde	70 000€ – 200 000€	600 kg/h – 1 t/h
Cellule brassage d'air chaud	60 000€ - 100 000€ (20 m2)	3 t / jour

- L'avantage de ces machines est de permettre une remontée en t°C jusqu'à -2°C de manière rapide
 - 5 min pour un bloc de 7,5kg dans un tunnel à haute fréquence
 - 30 min pour un bloc de 20 kg dans un micro-onde
- Pour que le produit soit totalement décongelé c'est-à-dire t°C entre 0°C et +2°C, il faut soit le placer dans une chambre froide dédiée quelques heures, soit le tremper dans l'eau
- Ces machines ne sont rentables que si les volumes traités sont importants

Sources : entretiens M. Bernard, responsable application agro, entreprise SAIREM

La pratique de la « décongélation »

Un mode de fonctionnement identique quelque soit les entreprises

Un approvisionnement en matière première filetée et congelée

- Une matière première qui arrive majoritairement congelée et déjà filetée : transport facilité , gain de place
- Pas ou peu de décongélation de poissons entiers pour ensuite effectuer une opération de filetage

Une prestation de décongélation et de conditionnement

- Les prestations des opérateurs sont positionnées sur:
 - De la décongélation
 - Du conditionnement en barquette Sous Atmosphère Modifiée pour alimenter le rayon LS ou en caisses polystyrènes pour le rayon marée de la GMS

« On décongèle et on conditionne »

Quelques exceptions

- Un autre opérateur décongèle du dos de cabillaud, le sale et y intègre des épices. Il est ainsi vendu en frais. Cet opérateur considère que comme le produit est transformé, la mention « décongelé » n'est pas obligatoire
- Seul un opérateur n'assure pas de prestations de décongélation. Le panga arrive déjà décongelé et fileté dans son usine. Il se charge de le conditionner en barquette SAM pour le rayon LS des GMS

Le coût du process de « décongélation »

Un surcoût estimé inférieur ou égale à 0,50 €/kg

Un écart de prix pouvant être important entre le poisson frais et le poisson décongelé

- Selon un opérateur , l'écart du prix au kg d'un poisson frais et d'un poisson décongelé peut aller jusqu'à 30%, selon les espèces
- Pour un opérateur interrogé, si l'écart de prix entre le frais et le congelé est supérieur à 5% il est intéressant de faire de la décongélation sur cette espèce
- Les opérateurs achètent du surgelé pour des question de prix bas et revendent en décongelé pour valoriser leur produit

Surcoût lié à la décongélation :
< 50 cts €/kg

La décongélation entraîne un surcoût inférieure ou égal à 50 cts €/kg

- Selon plusieurs opérateurs, 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 50 cts €/kg (amortissement main d'œuvre et amortissement machine)
- S'ils comptabilisent le coût du stockage, le coût de la caisse, du transport et la perte dû à la décongélation qui est de 10%, le coût de la décongélation avoisine les 1,50 €/kg

« Ce surcoût est rentable puisque la matière première et le transport du pangas ne coutent pas chers . Et en plus on fait beaucoup de volumes »

Quelques verbatims



« Le consommateur recherche du prix. Le décongelé c'est ce qu'il veut »

« Offrir au marché du frais mais à un prix moins cher »

« Avec le décongelé on valorise le congelé qui ne se vend pas »

« La décongélation peut entrainer une augmentation de la consommation de poissons »

« Les produits de la mer sont chers, on a de la marge pour faire baisser les prix »

Quelques verbatims

« On donne une image de frais à un produit qui ne l'est pas »

« Faire une bonne décongélation c'est compliqué »

« Attention à la qualité »

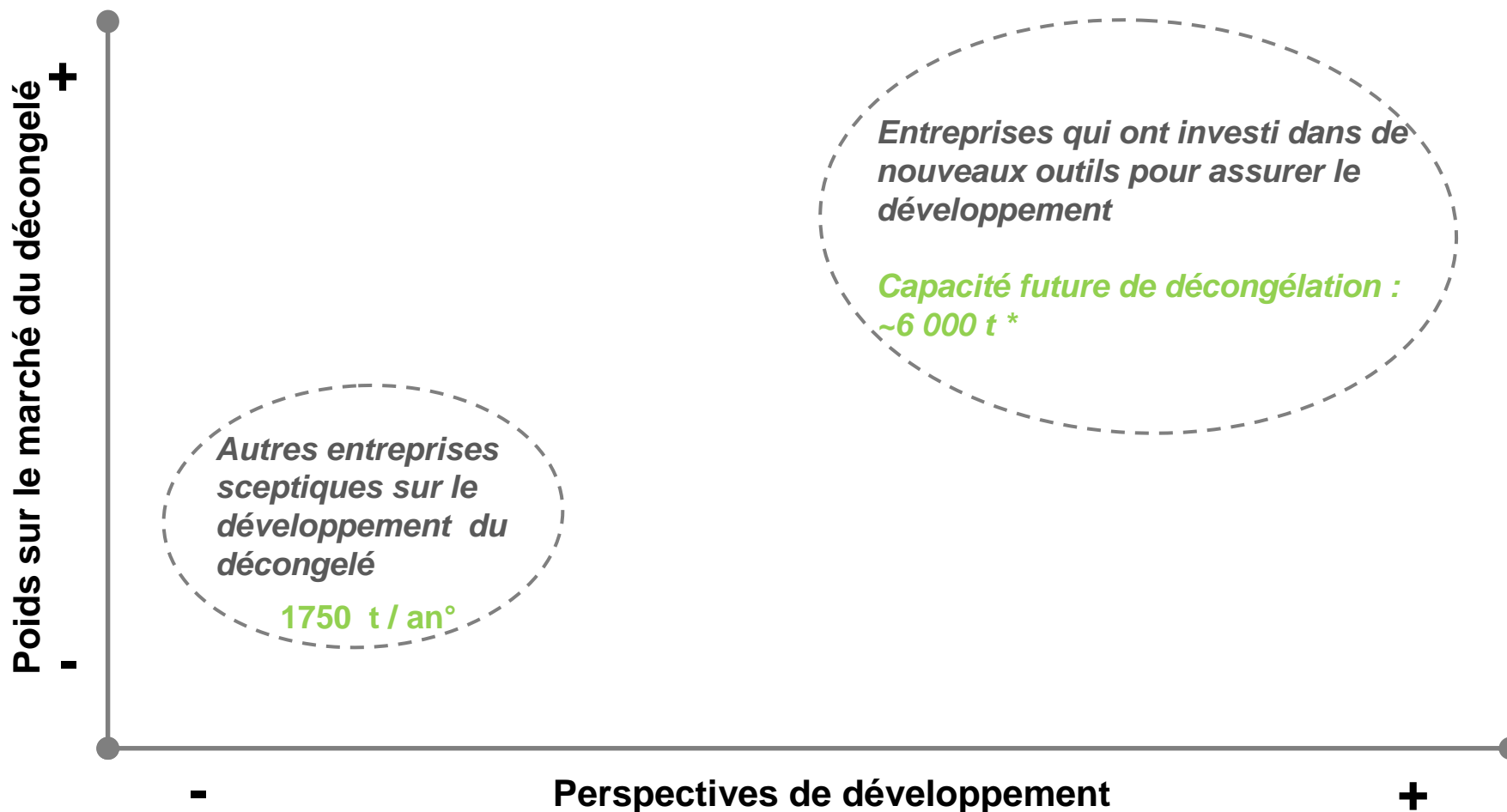
« C'est la DLC que l'on souhaite qui va déterminer la méthode de décongélation »

« La décongélation est souvent réalisée sur des poissons qui suscitent l'inquiétude comme le panga »

Stratégie de développement

Typologie d'acteurs réalisant de la décongélation

Vision prospective



- Calcul de la production maximale possible si les machines fonctionnent 8H/jour, 5 jours /7 et pendant 52 semaines
- ° Chiffre basé sur les volumes 2012 de poissons décongelés réalisés par les opérateurs interrogés

Prospective

Les entreprises ayant investis dans des machines performantes

Investissements
dans des
machines haut
de gamme

- **Tunnel à haute fréquence** capable de traiter 1 t de poissons par heure. C'est un équipement haut de gamme : processus très rapide (quelques minutes), décongélation homogène sur l'ensemble du produit, préservation de la qualité du produit, adaptable à l'ensemble des espèces
- Investissement dans **des micro-ondes innovants** puissants. La décongélation se fait très rapidement
- Investissement dans une nouvelle cellule de décongélation par brassage d'air

« Notre parti pris c'est de faire du décongelé haut de gamme »

Le développement
sur des produits de
qualité

- L'offre en décongelé pourra se développer à condition que les produits décongelés soient de qualité et que les process de décongélation soient bien respectés
- Exemple d'un projet d'une entreprise qui a investi dans une filière de production de Panga au Vietnam dans une démarche durable avec une nourriture 100% végétal

« Si le marché se développe, on est prêts »

Perspectives de
développement

- Selon quelques opérateurs interrogés, la croissance du décongelé se situera entre 5 et 10% par an

Prospective

Les entreprises sceptiques sur le développement de cette pratique

Des entreprises qui ne voient pas l'intérêt d'investir dans des machines...

... mais qui se tiennent prêtes si la pratique se développe

- Certains mareyeurs ont développé une activité de décongélation souvent par opportunisme sur demande des GMS ou pour assurer un complément de gammes
- Ils n'ont pas investi dans des machines car les volumes actuellement traités sont trop faibles. Ils n'envisagent pas de le faire dans les années à venir et attendent que la demande vienne du marché si elle existe
- 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 métier
- Ils sont sceptiques sur la croissance de ce marché pour plusieurs raisons : méfiance du consommateur et des chefs de rayon...
- Pour certains opérateurs, l'activité de décongélation ne représente qu'une faible partie de leur activité. Leurs capacités actuelles de décongélation ne sont pas au maximum. Ils sont encore en capacité de décongeler sans avoir besoin d'investir

Ca fait des années qu'on nous dit que ça va se développer mais il se passe pas grand-chose

Notre métier c'est de faire du frais pas du décongelé

2 théories sur les perspectives de développement de cette pratique

Développement sur les espèces dont les quotas de pêche vont diminuer et le prix augmenter

- Les autres espèces de pêche vont se développer en décongelé du fait de la pression du marché pour avoir du poisson à un prix toujours plus bas
- Les espèces qui seront concernées par la pratique du décongelé varieront en fonction des quotas européens et de leur prix
- Par exemple, cette année le cabillaud a été abondant à un prix bas. Faire du décongelé n'a pas eu d'intérêt
- Dans ce cas là, la concurrence directe avec la pêche française peut être directe

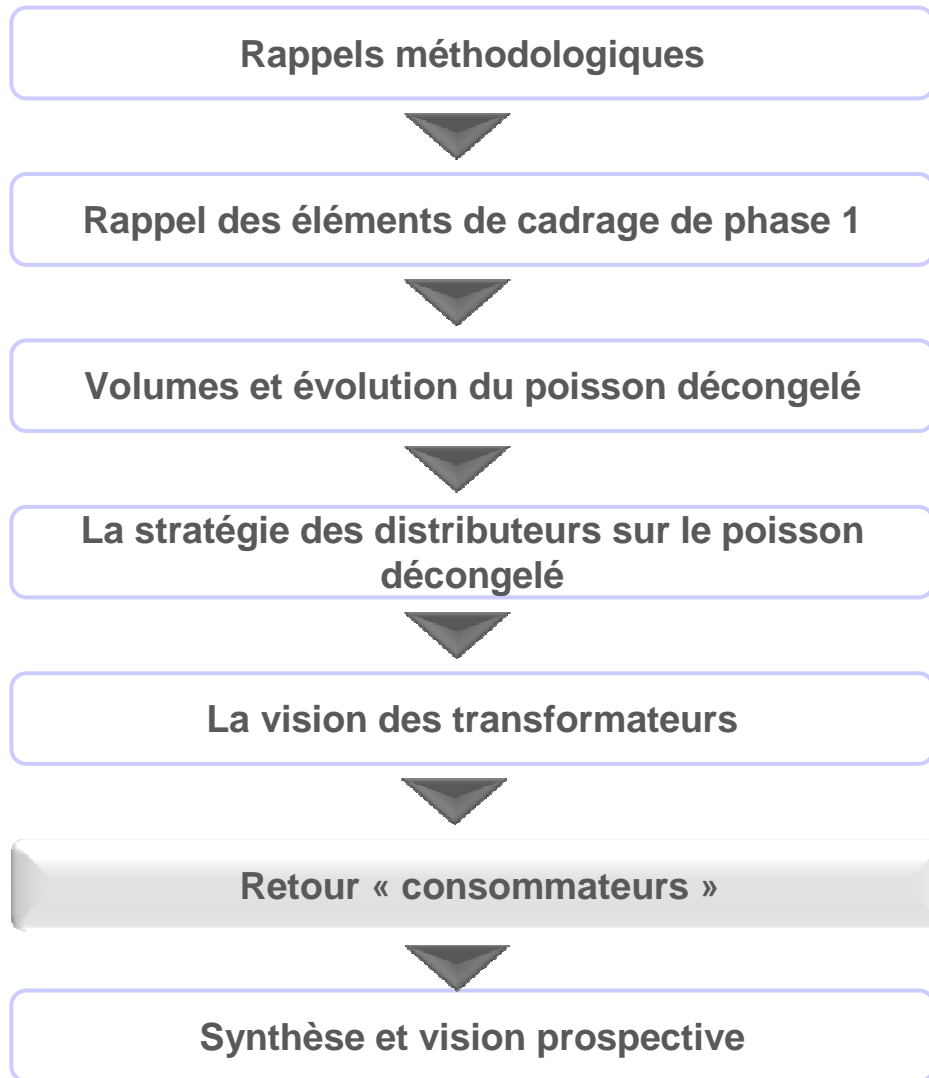
« Le développement du décongelé est lié aux fluctuations du prix et des quotas en poissons blancs »

Développement sur d'autres espèces dont l'approvisionnement est impossible en frais

- Le développement de la pratique du décongelé se fera avec l'arrivée sur le marché de nouvelles espèces encore inconnues.
- Pas de concurrence avec la pêche française ou autre produits frais
- Exemples d'espèces qui vont se développer :
 - Tilapia
 - ...

« Le décongelé doit se concentrer sur des espèces qu'on ne peut avoir en frais. Sinon c'est aberrant »

Ordre du jour



Objectifs de la phase shopper en point de vente

- L'étude répond à trois grands objectifs :

Evaluer si les shoppers prennent en compte le fait que certains produits sont décongelés dans leur achat

Comprendre quelle image ils ont de ces produits, les freins et motivations à l'achat, vs produits frais et produits surgelés

Evaluer leurs attentes en termes d'informations sur ces produits

Méthodologie

- Réalisation de 12 interviews filmées en rayon
 - Interviews qualitatives semi-directives, de 15 à 20 mn, réalisées face au rayon

- Sur 2 hypermarchés
 - Auchan Vélizy (78)
 - Le vendredi 22 février 2013
 - Leclerc St Denis les Ponts (28)
 - Le vendredi 1^{er} mars 2013



Photos des magasins : Auchan Vélizy (rayon)



Photos des magasins : Auchan Vélizy (produits)



Photos des magasins : Auchan Vélizy (produits)



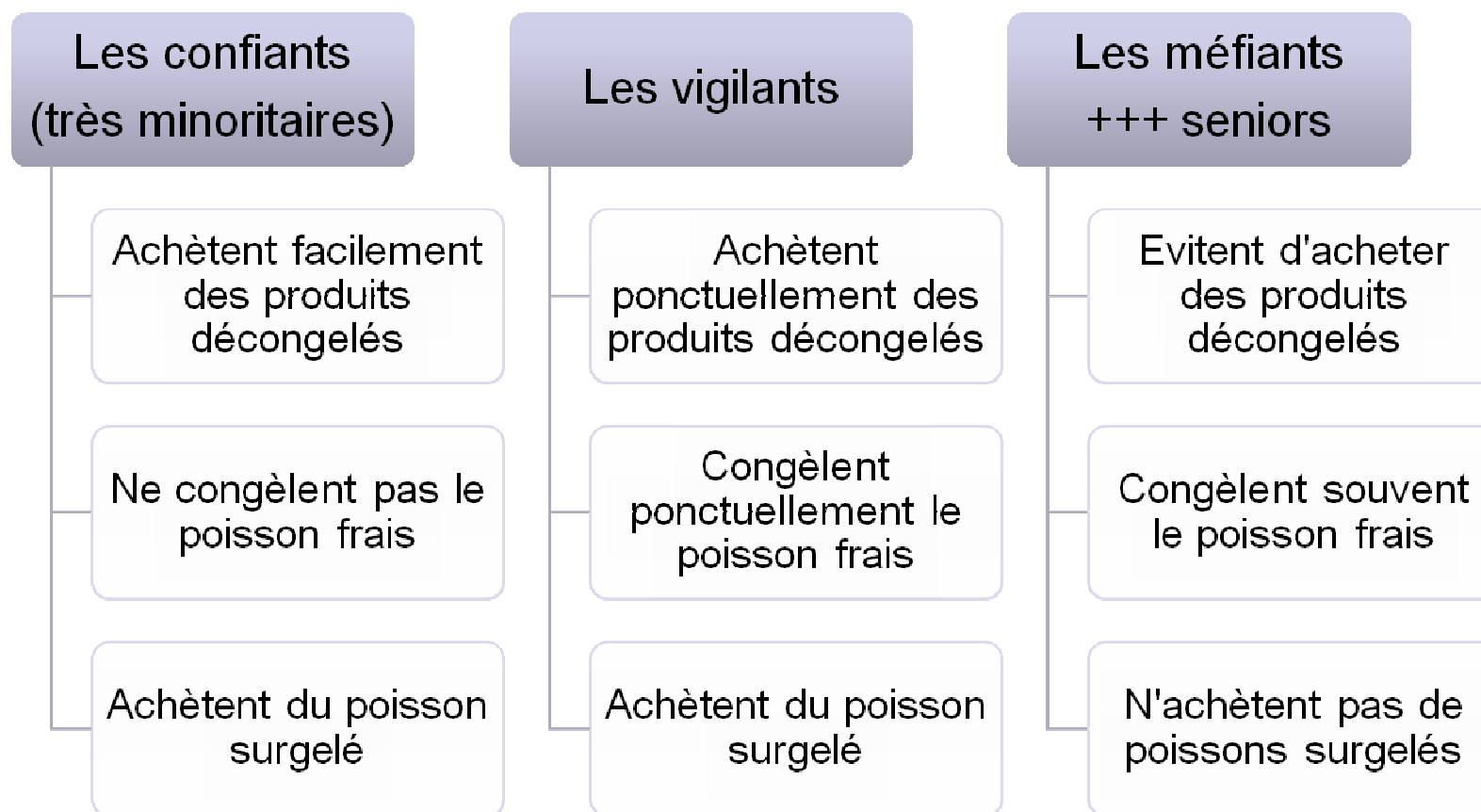
Photos des magasins : Leclerc St Denis les Ponts (rayon)



1. Comportement d'achat

3 profils de shoppers

- En fonction de leur confiance vis-à-vis de la filière
- Et de leurs habitudes en termes de congélation



Profil : les confiants et les vigilants

Les confiants

- Ont une attitude confiante vis-à-vis de la filière
- Supposent que les produits décongelés sont bien indiqués
 - Sont peu attentifs à cette indication, pas prioritaire pour eux
- Se sentent peu concernés car ne recongèlent pas
 - Peu de freins par rapport à l'offre de décongelé

Les vigilants

- Ont plutôt confiance dans la filière
 - Ne craignent pas de consommer un produit décongelé
- Mais affirment une préférence pour les produits non congelés
 - Une préférence qui n'est pas forcément rationnelle
- Achètent les produits décongelés en connaissance de cause
 - Certaines espèces / pour certains usages
- En alternative, s'orientent vers le poisson surgelé

Confiants

En principe, ça doit être noté mais je n'ai pas prêté attention, je consomme tout de suite et je ne recongèle jamais

Si tout le monde fait son boulot, est bien consciencieux, je fais confiance aux autres. Je pense que la nourriture est bien protégée aujourd'hui

Vigilants

Je n'ai peut-être pas non plus totalement confiance, même si je sais qu'il n'y a aucun risque

Je suis venu en me disant que s'il y en avait du frais je le prenais, sinon du surgelé

Plus ou moins consciemment parce que si c'est décongelé, je ne les achète pas, je préfère acheter congelé

Ils doivent respecter des temps de décongélation optimums, sinon le produit ne sera pas particulièrement bon

Je sais qu'il est décongelé après je pense qu'il n'y a pas de souci au niveau de la fraîcheur sinon il ne serait pas vendu en magasin

Profil : les méfiants

Les méfiants

- Ont des doutes concernant le respect des normes
- Globalement méfiants par rapport à tout ce qui est industriel
 - Freins importants sur le décongelé
- Associent le rayon à des produits frais uniquement
 - Considèrent que la présence de produits décongelés peut dégrader l'image du rayon

Qui ont l'habitude de congeler

- Pour profiter des promotions
- Ou parce qu'ils ne font pas leurs courses régulièrement
- Ont le sentiment que le résultat est plus qualitatif
 - Que quand ils achètent un poisson surgelé

Méfiants

Je profite des promotions et je congèle parce que c'est frais

Je doute de pas mal de choses par rapport à ce qui peut être fait de façon industrielle

Ca ne me gêne pas si toutes les normes sont respectées, mais on a des doutes constants donc j'achète rarement si ça a été congelé

Congèlent

Je n'achète que du frais que je congèle

Je suis très déçue par le poisson surgelé : il diminue à vue d'œil quand vous le faites cuire, il réduit

Je fais mes courses une fois par mois, j'achète rarement du pangas car je ne peux pas le recongeler

Des achats conscients

Les acheteurs d'un produit décongelé savent que c'est le cas

- L'indication a été vue et prise en compte
- Ou la question a été posée au vendeur
- Même si l'information n'est pas recherchée de façon active

Un facteur d'hésitation pour les vigilants

- En fonction des autres facteurs : l'espèce, le prix, l'aspect

Un facteur de non achat pour les méfiants

- En particulier quand ils ont l'intention de les congeler

Conscient

C'est des tranches d'espadon que je vais manger à 12:00 parce que ça a été décongelé je crois.

Je me souviens que ce ne sont pas des frais, ce sont des calamars décongelés

Le vendeur m'a dit qu'il était décongelé, de toute façon l'espadon il n'y a jamais du frais

Je regarde les étiquettes, j'enregistre mentalement et je fais mon choix par rapport à ça. Mais, je ne pourrais pas vous dire de manière parfaitement assurée que j'ai vu la mention

Vigilants

Je me suis dit non, la prochaine fois que j'en verrai des fraîches j'en prendrai

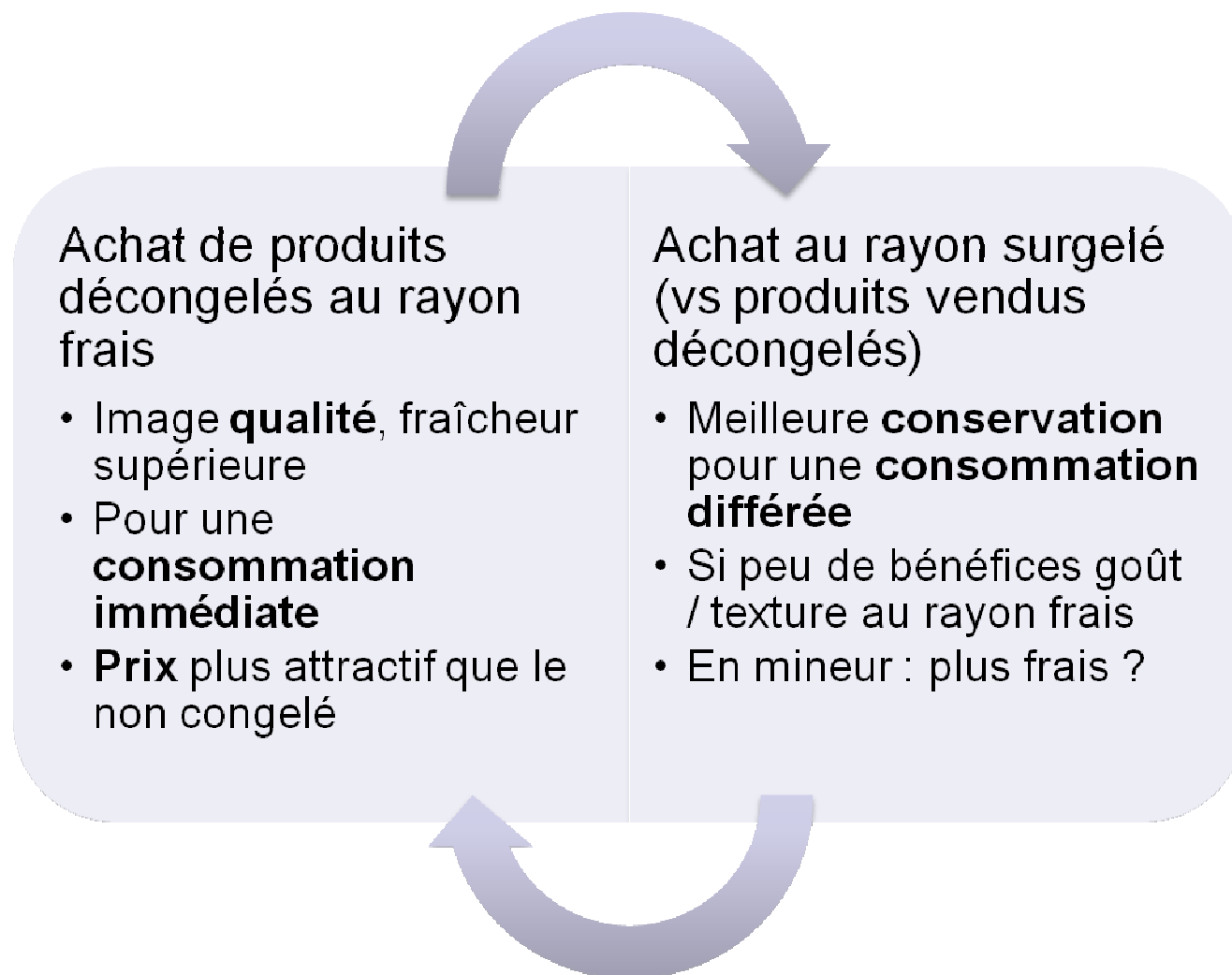
Méfiants

Quand je congèle, je demande si c'est bien du frais pour le congeler

Je veux vraiment des produits frais, pas congelés, je n'en aurais pas pris certainement

J'aurais pris autre chose, j'aurais laissé le flétan et j'aurais pris du sabre

L'alternative du rayon surgelé : une fonction différente



Rayon frais

Autant prendre du frais puisque je viens toutes les semaines

Je l'ai trouvé à un prix abordable en promotion, la différence essentielle c'est qu'il faut que je le mange tout de suite

J'aurais préféré du frais et comme il n'y en a pas j'aurais pris la même chose dans le rayon surgelé donc autant prendre celui-là

La différence essentielle c'est que l'espadon décongelé que j'ai acheté il faut que je le mange tout de suite

Rayon surgelé

C'est pour avoir une petite réserve, parce qu'on en a toujours besoin

Je préfère acheter congelé dans le rayon surgelé, je pense que la conservation est un peu plus longue

Du poisson congelé je le consommerais dans plusieurs jours alors que du poisson décongelé en poissonnerie, il faut le consommer dans la journée

Parfois je me dois que le surgelé est plus intéressant que le frais, il a peut-être une fraîcheur plus intéressante

2. Connaissance

Une proposition légitime

Les shoppers supposent qu'une petite partie de l'offre est décongelée

Sentiment d'une démarche honnête du point de vente

- Indique quels produits sont décongelés
- De façon claire
- => achat en connaissance de cause

Idée d'un cadre légal

- Le distributeur doit être obligé de l'indiquer

Supposé

Il y a sûrement des produits qui sont vendus décongelés, c'est sûr, ça m'étonnerait que tout soit frais

Indiqué

C'est clair et net, on voit que c'est du décongelé. Il n'y a pas à se tromper

On voit bien qu'il y ait écrit décongelé, c'est assez gros

je l'ai vu, il n'y a pas de tromperie dans l'histoire

A chaque fois, ils le mettent, ils le précisent

C'est marqué en toutes lettres, si on veut être pointilleux, on peut lire et on le sait

Légal

J'espère qu'ils sont obligés de le marquer, on n'est pas sûr de tout, je ne connais pas les pratiques mais j'espère

La congélation paraît justifiée

En fonction de la distance des lieux de pêche

- Légitime pour les produits qui viennent de loin
- Mais pas forcément souhaitée
- Image que produit non congelé sera quand même plus frais

Pour garantir la fraîcheur

- Meilleur respect de la chaîne du froid

Pour gérer les stocks

- Sur des produits dont les arrivages ne sont pas permanents
- Ou dont la pêche est saisonnière

Pour proposer des prix plus attractifs

- Un poisson décongelé est supposé un peu moins cher
- Que le même poisson non congelé

Distance lieux de pêche

Ce sont des pêches loin, par des gros chalutiers donc il faut trouver un moyen pour stopper l'effet du temps

Ce ne sont pas des poissons qui vivent dans nos mers à côté

Pour le trajet comme ça vient du Vietnam, on ne peut pas le transporter en frais aussi longtemps

Gérer stocks

Ce n'est peut-être pas la saison ou bien il y en avait beaucoup et on les a congelés

En fonction des approvisionnements,, ils en congèlent et puis ils les ressortent quand ils ont besoin

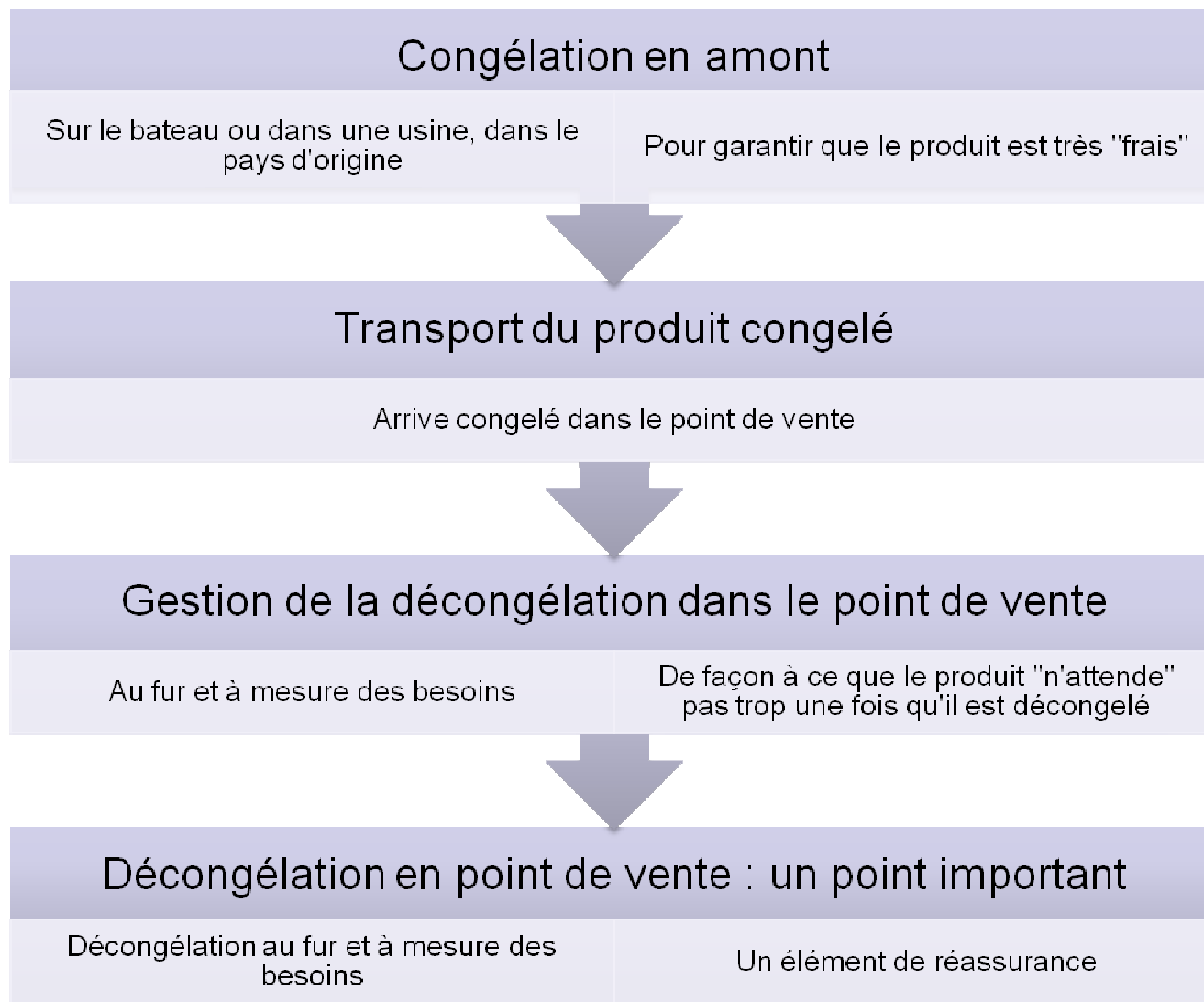
Pour répondre à une demande : ce sont des produits d'arrivage, des fois il y en a et des fois non

Pour garantir la fraîcheur

Pour la chaîne du froid, c'est plus facile à gérer pour le poisson qui n'est pas facile à conserver longtemps

Un produit qui n'a pas été congelé, il a passé un certain nombre d'heures, ce n'est pas forcément un produit qui arrive en très bon état

Processus supposé : optimiser la fraîcheur du produit



Congélation

Je suppose qu'il a été congelé sur le bateau usine et qu'il a été décongelé pour être mis en rayon

Non parce que c'est congelé sur le bateau donc c'est très frais

Juste après la pêche, quand les filets sont levés, dans des usines comme on peut avoir en France, sauf que c'est là-bas

Magasin

Je pense que ça doit être décongelé !

On espère ici quand même !

Je ne vois pas l'intérêt de congeler si c'est pour qu'il voyage décongelé, je pense qu'il est décongelé tranquillement avant de le mettre

Ils arrivent congelés, sont stockés ici et décongelés au fur et à mesure du besoin

Le mieux serait que les produits de très bonne qualité soient congelés avant d'être vendus

Surgelé et congelé

Une différence...
mais laquelle ?

Les shoppers ont conscience que la signification
n'est pas exactement la même

Mais difficile d'identifier ce qui est différent

Une différence de
procédé ?

Entre le fait de mettre soi-même au congélateur

Et le fait qu'il soit congelé de façon **industrielle**

Produit congelé en magasin, surgelé à la maison ?

Une différence de
**température ? De
temps de
congélation ?**

Surgelé plus froid que décongelé ?

Congelé plus rapide que surgelé ?

Une différence dans
la **durée de
conservation ?**

Un produit que l'on peut garder plus longtemps ?

Congelé plus longtemps que surgelé ?

Différence

Je sais qu'il y en a une, je ne fais pas trop la différence, je ne peux pas l'expliquer mais je sais qu'il y en a une

Procédé

Je pense que ce n'est pas fait aux mêmes températures par les mêmes personnes

Quand vous achetez un produit en rayon il est congelé. Quand vous le mettez au congélateur vous le surgèlez

Température

Les températures, il y en a un qui est en dessous de je ne sais plus combien, 15, 20 degrés... Le surgelé peut-être

Je pense que surgelé, c'est un flash froid plus fort et congelé, c'est peut-être une température plus basse, c'est technique

On congèle tranquillement et on surgèle rapidement

Durée de conservation

Surgelé, c'est un temps limite, congelé, on peut le garder longtemps

3. Perception des produits

La congélation réduit la "durée de vie" du produit

Des produits à durée de vie courte

- Les shoppers supposent qu'ils resteront moins longtemps à l'étal
- Que des produits qui n'ont pas été congelés
- Car se détériorent plus vite

Pour une consommation rapide

- Impact sur le délai de consommation du produit
- Impérativement dans les 24h qui suivent l'achat

Ne peut pas être acheté pour être recongelé

- Dans ce cas, autant acheter un produit surgelé

Durée de vie

Le produit ne peut pas rester trop longtemps, du moment qu'il a été décongelé

S'il y a trois jours qu'il est décongelé, oui, parce que ça s'abîme plus vite qu'un autre

Consommation rapide

Il faut qu'il soit consommé rapidement puisqu'il est décongelé : dans les 24h

Les acheter et les faire tout de suite après, je n'attendrai pas, ni le soir, ni le lendemain

Pas recongelé

C'est pour en recongeler une partie donc je ne vais pas prendre un produit qui a déjà été décongelé

Ou alors, autant que j'aille prendre directement du poisson congelé

Une différence perçue au moment de la cuisson

D'abord une question de réaction à la cuisson

- Un poisson décongelé réagit différemment à la cuisson
- Rend de l'eau, se tient moins bien
- Texture plus fibreuse

En mineur : perception d'une différence de goût et texture

- Un goût un peu moins prononcé
- Accentue le côté caoutchouteux des encornets

Des causes liées à la décongélation

- Le poisson contient beaucoup d'eau
- La décongélation enlève l'eau
- La chair devient plus sèche qu'à l'origine

Réaction

Les produits congelés on remarque qu'ils rendent beaucoup d'eau

Il rend pas mal d'eau donc on se demande même s'ils ne rajoutent pas d'eau pour ajouter du poids

Texture

C'est un peu caoutchouteux donc ce n'est pas hyper grave, mais ça donne quand même une texture très différente

A la poêle ou au four, ça tiendra mieux si ça n'a pas été congelé / décongelé

La texture du poisson est différente quand il a été congelé et qu'il est cuisiné, il a tendance à être plus fibreux

Goût

Les produits frais n'ont pas du tout le même goût que les produits décongelés

Le poisson frais a un goût plus prononcé

Causes

C'est au moment de la décongélation, il y a pas mal d'eau dans le poisson donc ça fait une chair beaucoup plus sèche, ça enlève beaucoup trop d'eau

Attente d'une offre décongelée qui reste minoritaire

En terme d'image, le poisson décongelé reste moins frais... que le poisson frais

- Postulat, difficile à remettre en cause par les shoppers

La congélation permet de proposer une offre plus large

- Ce qui correspond aux attentes des shoppers
- Le procédé paraît légitime en grandes surfaces
- Mais serait peu toléré chez le poissonnier ou sur le marché

Attention à l'équilibre entre produits décongelés et produits non congelés

- Besoin que les produits décongelés restent minoritaires
- Sinon, demande pour deux zones distinctes en rayon

Image de produits surgelés plus accessibles en prix

- En pratique, peu de vérification de la différence de prix
- Les shoppers ne sont pas capables de restituer les prix au kilo

Qualité

On préfère du poisson qui n'a pas été congelé forcément !

Celui qui est frais, c'est évident qu'il est pour moi plus frais

Offre

Si j'étais allé au marché ou dans une vraie poissonnerie je me serais attendu à n'avoir aucun produit comme ça

Plus il y a de variété, moins on est sûr que ce soit frais, il y a plus de produits qui sortent au fur et à mesure du congélateur

Equilibre

Si on arrive à 6 ou 7, il faudrait que le rayon soit séparé en deux secteurs bien délimités

Image prix

Je pense qu'il va être moins cher en rayon surgelé, généralement ils sont toujours moins chers en sachet

Vérification prix

Comme je n'ai jamais regardé le poisson décongelé par rapport au frais, je ne sais pas

Analyse par espèces

Le panga : une part importante de non acheteurs

Des freins liés aux conditions d'élevage

Qui mettent en retrait l'aspect décongelé

En mineur : non achat car la texture n'est pas appréciée

- Ou le goût : fade

Les acheteurs évoquent peu les conditions d'élevage et la congélation

Fonctions : préparé dans une recette, ou accompagné d'une sauce

- Adapté pour les enfants car peu d'arêtes

L'encornet et l'espadon

Conscience que ces produits sont généralement congelés

Peu de référence sur l'équivalent frais

Panga

C'est un poisson dont je n'aime pas particulièrement la texture, je préfère les produits pêchés en atlantique, si possible par des pêcheurs français

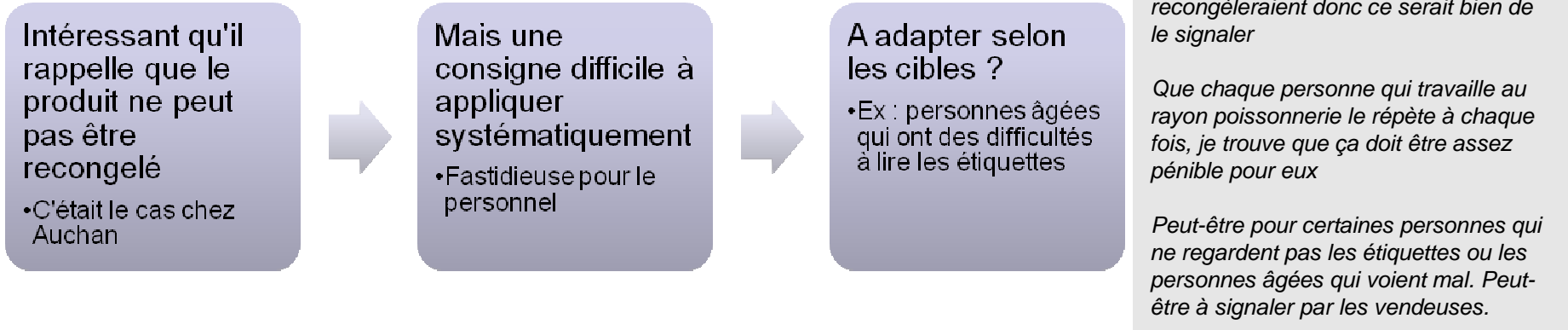
C'est un peu fade comme poisson mais avec une sauce ou du jus de citron c'est très bon, c'est vrai que l'on ne sait pas trop d'où ça vient et comment c'est élevé

Espadon

Je préfère quand c'est du frais mais si j'achète de l'espadon, je sais qu'il va être congelé

De l'espadon frais ça doit être très rare, je n'en ai jamais mangé, c'est toujours du décongeler

Le rôle du vendeur



4. Les attentes

Mentionner "décongelé" de façon bien visible

L'étiquette est lue

- Pour vérifier le nom, le prix
- Eventuellement la provenance

La mention "décongelé" est suffisante

- Pas nécessaire d'indiquer qu'il ne faut pas recongeler
- Une consigne qui est totalement acquise par les consommateurs
- En mineur : indiquer depuis combien de temps il est décongelé

Demande pour une indication plus visible

- En particulier de la part des seniors
- Dans l'idéal : une couleur d'étiquette différente
- Suivre l'exemple des pancartes promotions chez Leclerc

Dans la mesure où le produit présente une différence de fonction

- Doit être consommé plus rapidement
- Et ne peut pas être recongelé

Mention suffisante

Chacun sait que l'on ne peut pas recongeler un produit décongelé donc "décongelé" c'est l'information la plus importante

Il ne faut pas traîner pour cuisiner un poisson décongelé, il faudrait savoir depuis quand il est décongelé

Plus visible

Comme les produits où il y a écrit promotion, il faudrait que ce soit un peu plus voyant

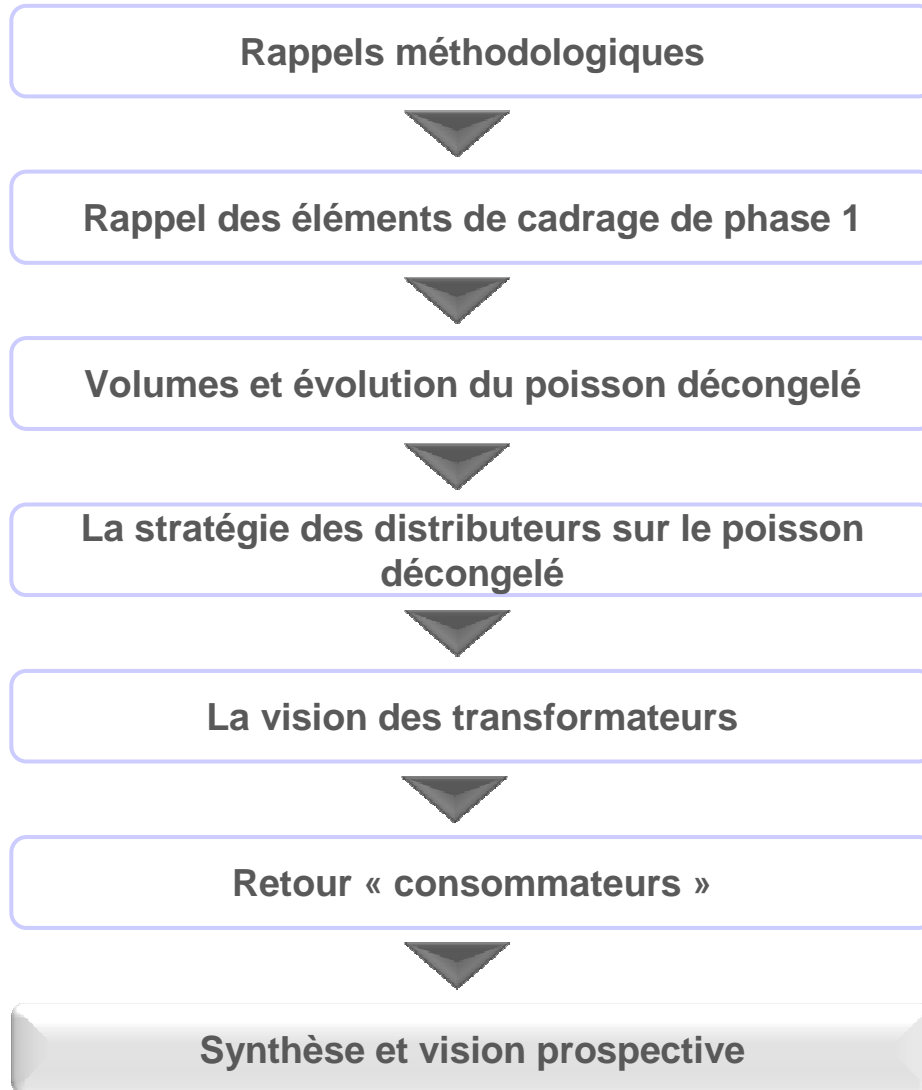
Juste le signaler comme avec la pancarte promotion, mettre que c'est décongelé

Ce n'est peut-être pas suffisant gros, c'est comme les provenances. Je suis obligée de mettre des lunettes

Il faut l'utiliser rapidement, vous ne pouvez pas le recongeler : il faut le mettre de façon bien voyante.

Signaler les produits décongelés avec une autre couleur, ce qui pourrait être un repère

Ordre du jour



Les avantages et inconvénients du poisson décongelé

Synthèse

Avantages

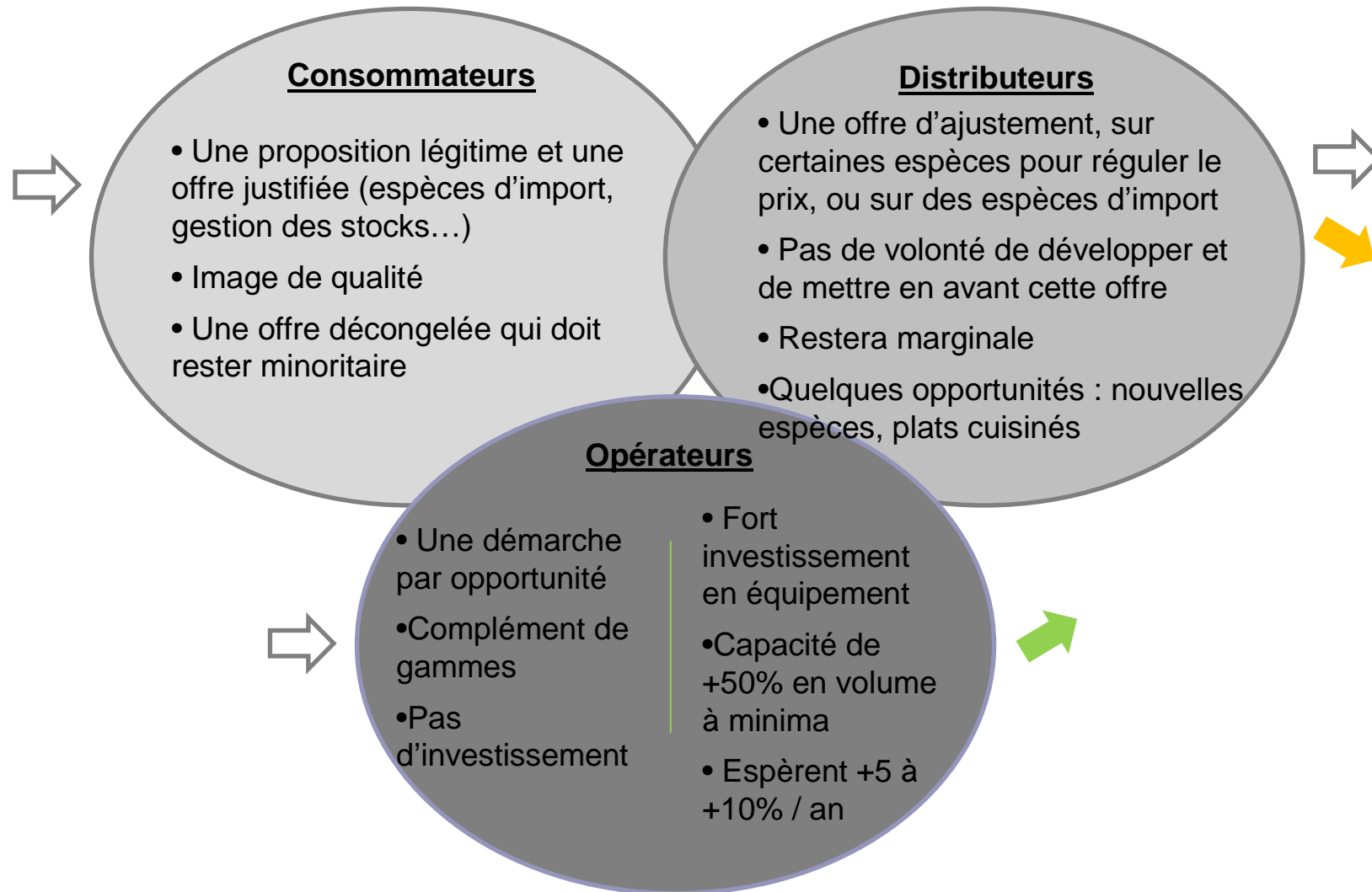
- **Stabilité et lissage des prix** de vente tout au long de l'année - Permet de fixer un prix de campagne
- Des **produits mieux valorisés** que les produits congelés / surgelés (prix plus élevé) et moins cher que le frais
- **Sécurisation des approvisionnements** : visibilité sur l'approvisionnement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

Inconvénients / difficultés

- Craintes des chefs de rayon vis-à-vis de la perception du consommateur. « *La décongélation peut cacher quelque chose* »
- Capacité des espèces à **supporter le processus de décongélation**
- Existence de **produits « stabilisés »** dont la t°C 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** (pouvant parfois être perçue comme déloyale)
- Pas d'obligation d'informations du consommateur d'un produit décongelé dans la RHF
- Risque de déstructuration / bouleversement de la filière (en termes de prix notamment)

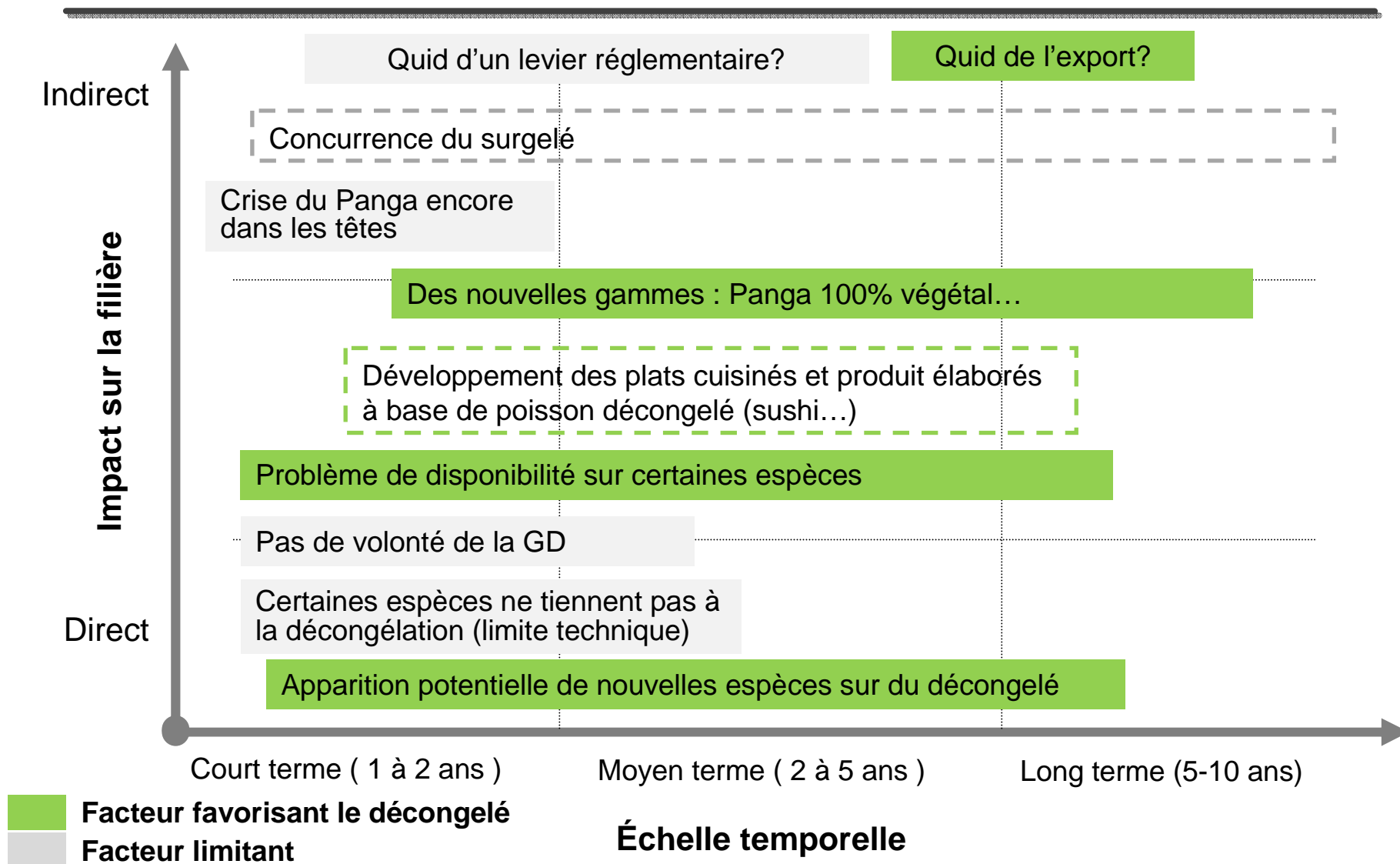
Synthèse et vision croisée

consommateurs, distributeurs, opérateurs



Vision prospective

Les éléments impactant l'évolution des ventes du poisson décongelé



Vision prospective

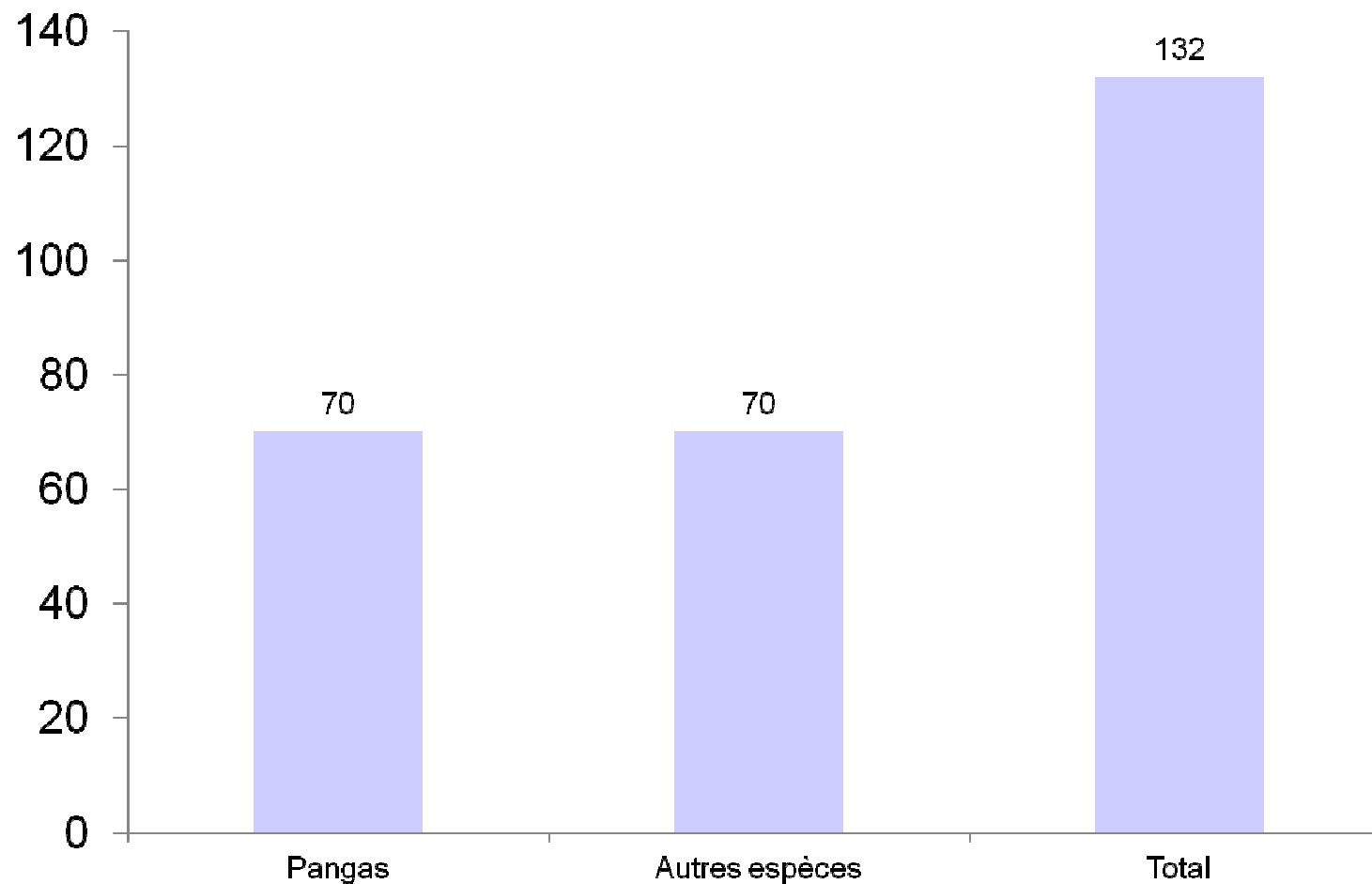
Un décalage entre la vision des transformateurs et les distributeurs

- **Décalage** entre l'investissement massif des opérateurs (capacité de 6 000T) et les stratégies des enseignes de GD pour qui le décongelé reste de l'ajustement (environ 3300T aujourd'hui, soit 3,5% de l'offre globale frais/réfrigéré)
- Le facteur le plus limitant pour la gamme congelée est le **manque de volonté de la Grande Distribution** de développer cette gamme d'une part et **une « crise » du Panga encore dans les têtes**.
- En revanche, certains facteurs peuvent laisser présager une stabilisation des volumes, voire une légère augmentation :
 - Un développement de **nouvelles gammes sur des espèces d'import**, avec un approvisionnement sécurisé (Panga 100% végétal,...). Certaines enseignes GD sont prêtes à jouer le jeu.
 - Le développement de **nouvelles espèces en décongelé**. Certaines enseignes sont en attente de cette offre, bien qu'elles souhaitent conserver une part marginale de l'offre décongelée.
- 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.

Annexes

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS Plus de 50% des GMS proposent une offre de poisson décongelé

Décomposition par espèces du nombre de GMS ayant une offre de décongelé



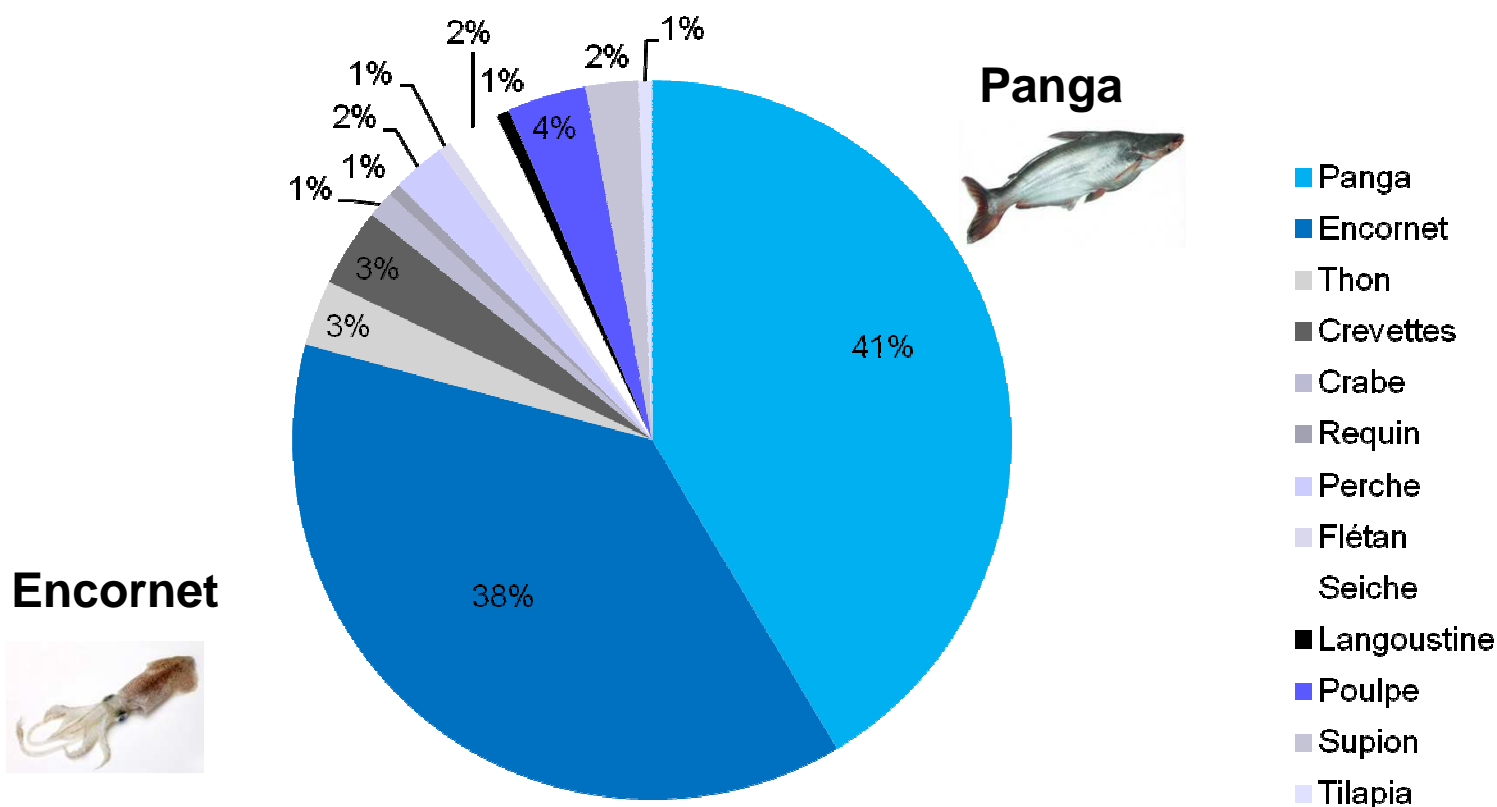
Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS

L'offre de poisson décongelé par espèces

→ Une offre de poisson majoritairement orientée vers du panga et de l'encornet

Pourcentage des établissements ayant une offre de "décongelé" -
Répartition par espèces



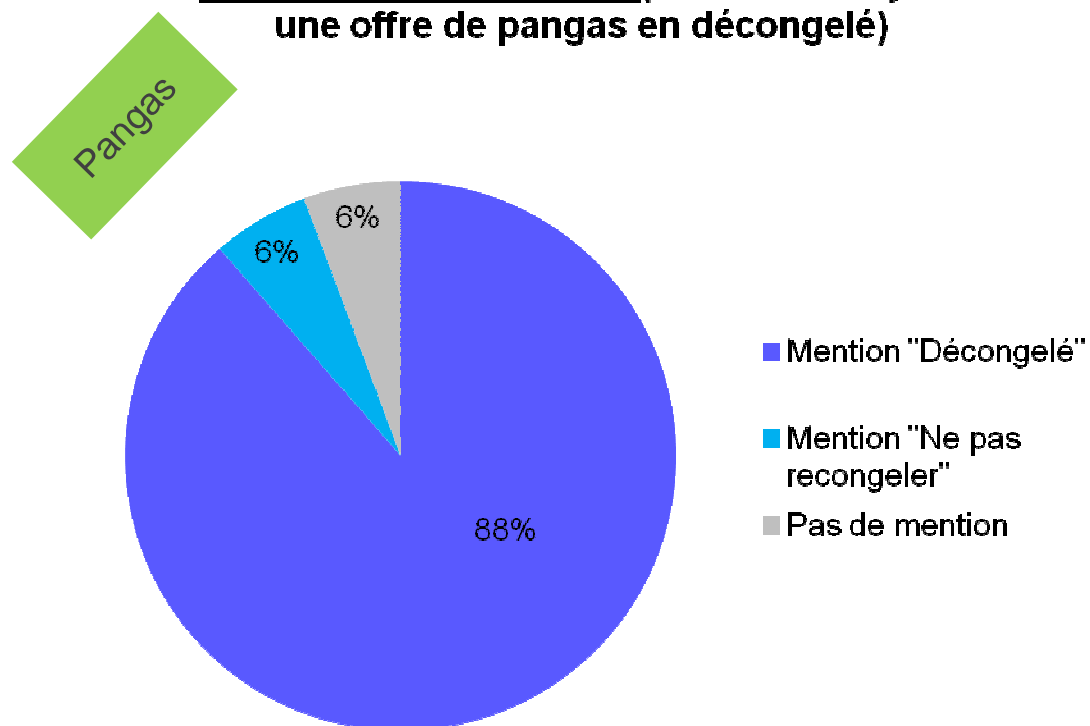
Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS

Focus sur la mention « Décongelé »

→ Une mention « Décongelé » ou « Ne pas recongeler » présente dans la grande majorité des cas

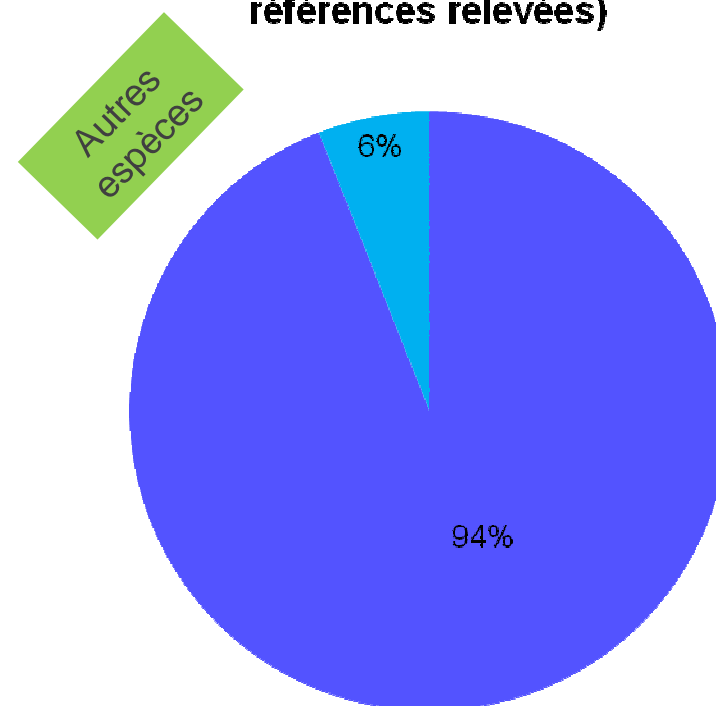
Présence d'une mention (% des GMS ayant une offre de pangas en décongelé)



Total : 70 établissements

Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Présence d'une mention (% de références relevées)

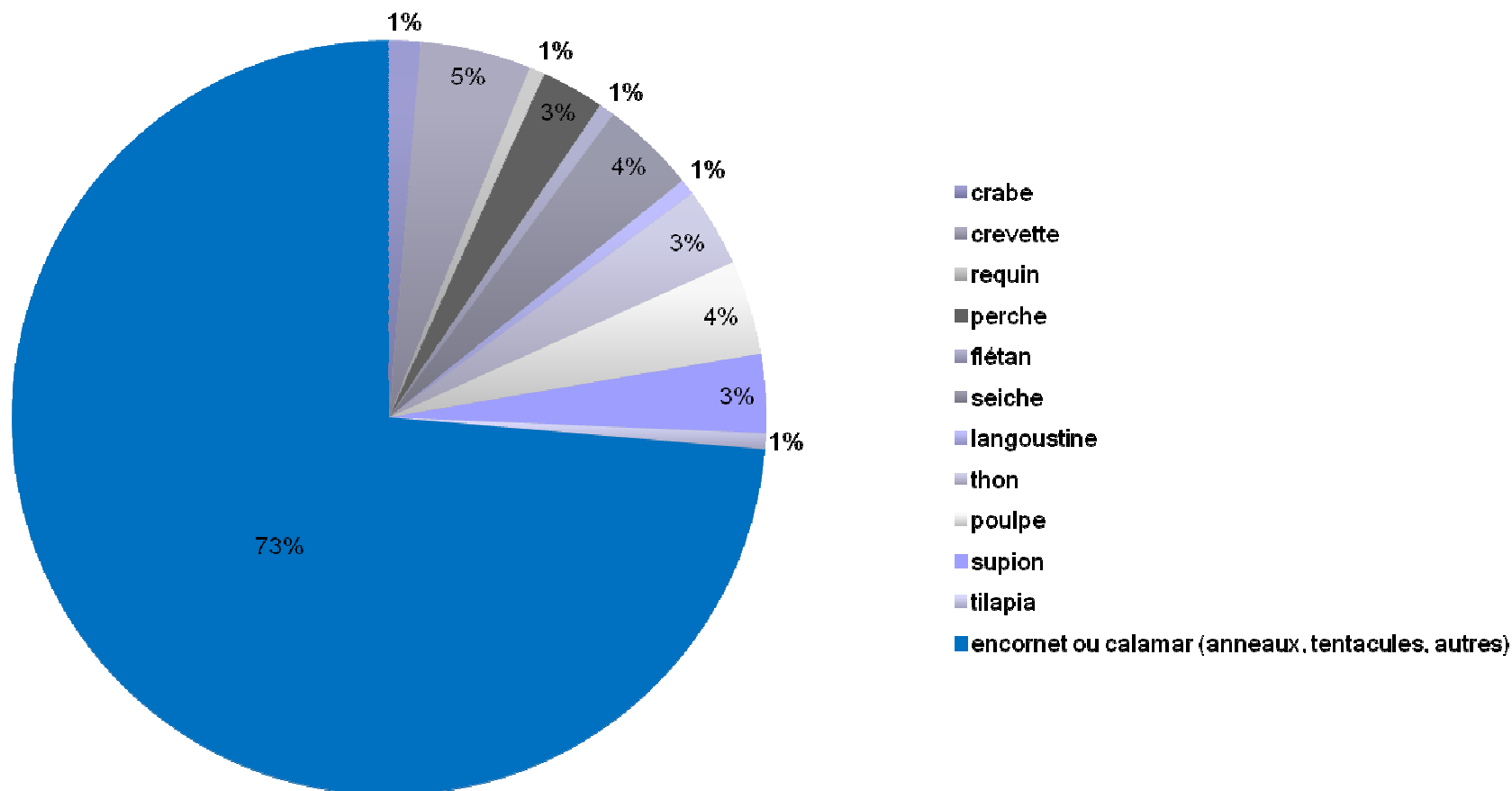


Total : 150 références relevées

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS

Les espèces autre que le panga concernées par le décongelé

Répartition par espèces présentes en "décongelés" en GMS
(% du nombre total de relevés sur les 132 GMS)

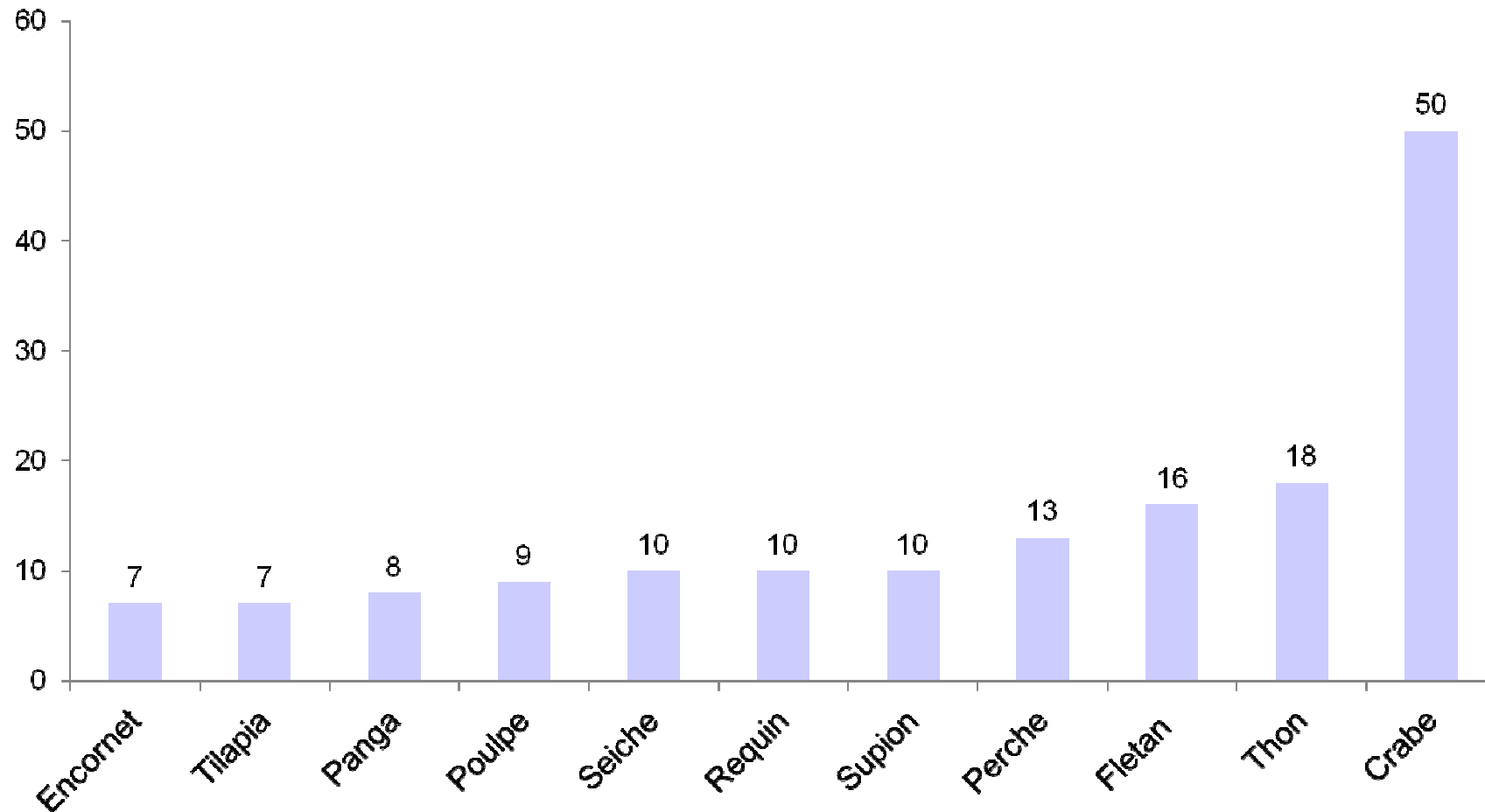


Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS

Le prix moyen des espèces concernées par le « décongelé »

Prix moyen par espèce décongelé (€/kg)



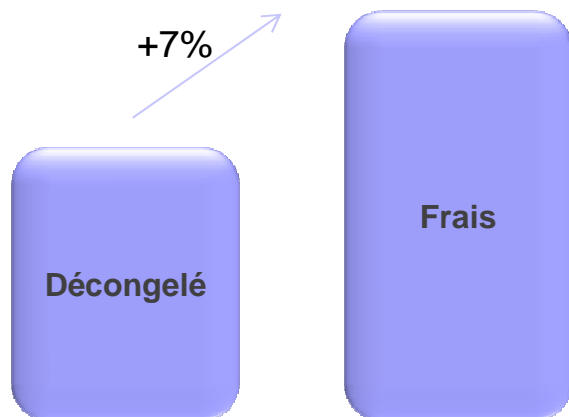
Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Retour de l'enquête menée par FAM sur l'étal « marée » de 132 GMS




L'écart de prix entre le frais et le décongelé

→ L'écart de prix entre les 3 espèces présentes en frais et en décongelé est de 7%

Ecart de prix moyen entre le poisson « décongelé » et le poisson vendu « frais »



Détail par espèces des écarts de prix entre « décongelé » et « frais »

Encornet		36,5%
Seiche		- 14%
Poulpe		0%

Sources : Enquête spécifique « Marée – produits décongelés » par le RNM semaine 5 2013 – réalisée dans 132 GMS

Nous contacter



Montpellier

120, rue du Thor - 34000 Montpellier
T : 04 67 15 80 42 - F : 04 67 15 62 85

Paris

27, avenue de l'Opéra - 75001 Paris

