

>>> Pêche et Aquaculture

Les études de FranceAgriMer

> décembre 2018

Étude sur les achats de produits aquatiques en restauration hors foyer

Synthèse



SYNTHESE QUANTITATIVE

Les produits aquatiques en RHF

En 2017, les achats de produits aquatiques en RHF sont évalués à 1,94 millions d'€ pour 215.630 tonnes.

Le poisson nature (entier ou fileté, frais ou surgelé) représente 50% des achats en volume pour 54% en valeur. Suivent ensuite les produits traiteurs de la mer (frais et surgelés) pour 21% des volumes et 20% en valeur, les coquillages (entiers ou décoquillés, frais ou surgelés) pour 17% en volume et 11% en valeur ; les autres catégories correspondant aux crustacés, céphalopodes et conserves de la mer totalisent 12% des tonnages pour 15% des montants dépensés (la contribution des crustacés sur ce montant étant relativement élevé, à hauteur de 8%).

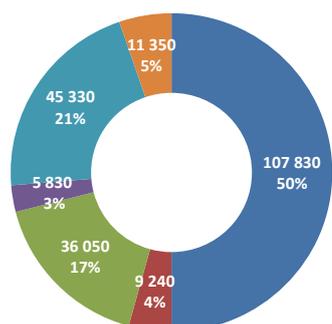
En termes de débouchés, 65% des volumes tous produits de la mer confondus sont réalisés en restauration commerciale : si les poissons comptent pour 62% sur cet univers, coquillages, crustacés et céphalopodes sont encore plus spécifiques de la restauration commerciale.

La répartition des volumes en produits traiteurs de la mer reste bien plus équilibrée entre la restauration collective et commerciale. Seules les conserves de la mer sont majoritaires en restauration collective, pour 69% des volumes

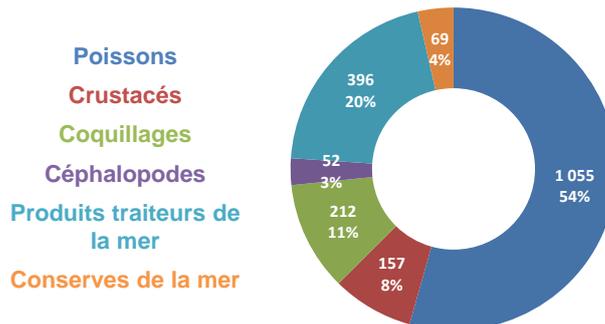
Tous produits confondus, la restauration commerciale indépendante est le segment sur-consommateur en produits de la mer : elle totalise en effet 53% des tonnages et 64% des montants, pour 23% des repas principaux servis en 2017. A l'inverse, les groupes et enseignes de la restauration commerciale ne totalisent que 12% des tonnages pour 28% des repas servis.

Cette sous-représentation des quantités de produits de la mer achetées par rapport aux volumes de repas se retrouve également en restauration collective et plus particulièrement en restauration concédée.

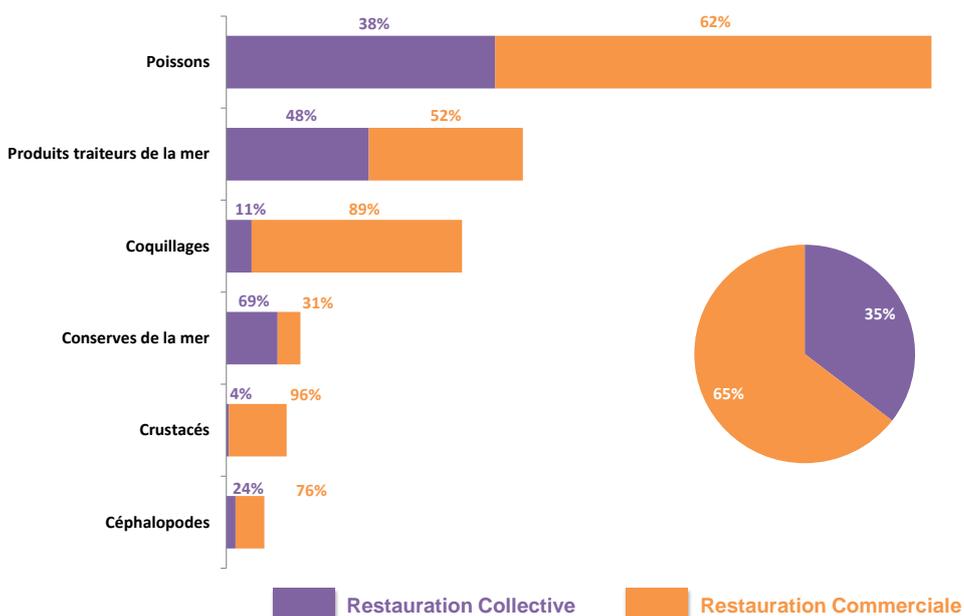
Consommations de produits aquatiques en RHF – Tonnes et %



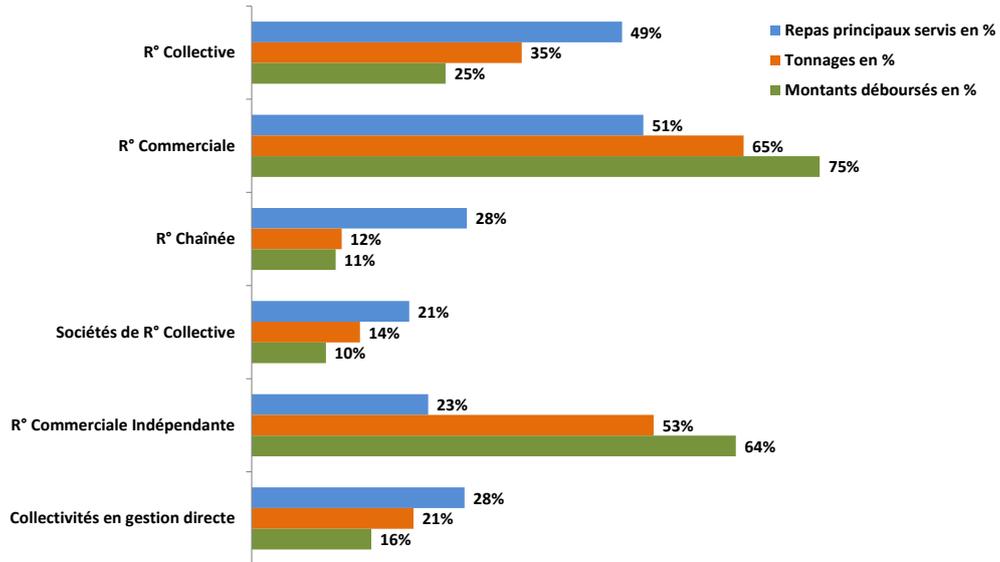
Montant des produits aquatiques achetés par la RHF – Millions € HT et %



Consommations de produits aquatiques selon le type de restauration (% et Tonnes)



Répartition des consommations de produits aquatiques, des dépenses en achats de produits aquatiques et du nombre de repas principaux servis par typologie d'établissement (%)



Les Poissons en RHF

En 2017, les achats de poissons ont représenté 107.840 tonnes, valorisés à 1,055 milliard d'€. Le saumon est de loin l'espèce la plus largement consommée, pour 22,8% en volume et 27,2% en valeur. Viennent ensuite le cabillaud (11,7% des volumes), puis le Colin d'Alaska (8,7%), le lieu noir (6,8%), le Merlu (6,2%) et la Daurade (5,6%) pour les espèces les plus représentées. L'importance des autres poissons marins témoigne de la volonté des restaurateurs à pouvoir proposer des espèces un peu moins conventionnelles à leurs cartes...

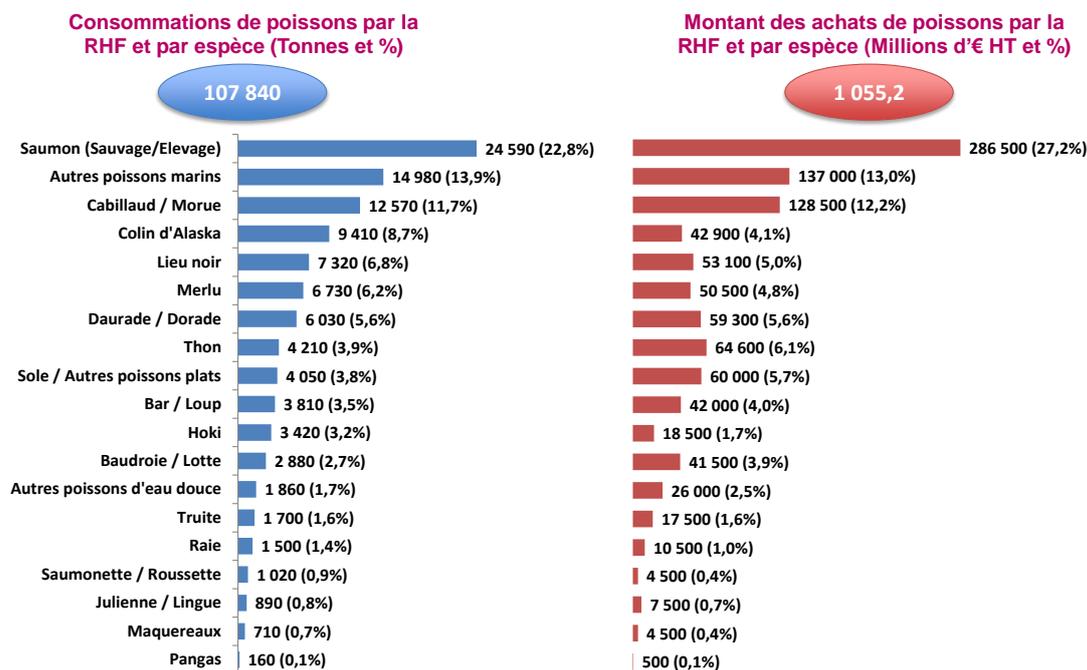
Trois modes de conservations sont privilégiés par la RHF : le frais entier pour un quart des volumes achetés, le frais découpé (34%) et surtout le surgelé découpé qui totalise 39% des achats.

Les poissons frais entiers ne sont achetés que par la restauration commerciale. Celle-ci s'oriente principalement sur les espèces telles que le saumon ou la dorade pour rester sur des prix moyens en deçà de 10 €/kg, mais également le Bar ou la Sole dont les prix moyens dépassent les 10€/kg et souvent servies en portion entière. Enfin la queue de Lotte reste prisée par la restauration commerciale traditionnelle ou plus haut de gamme.

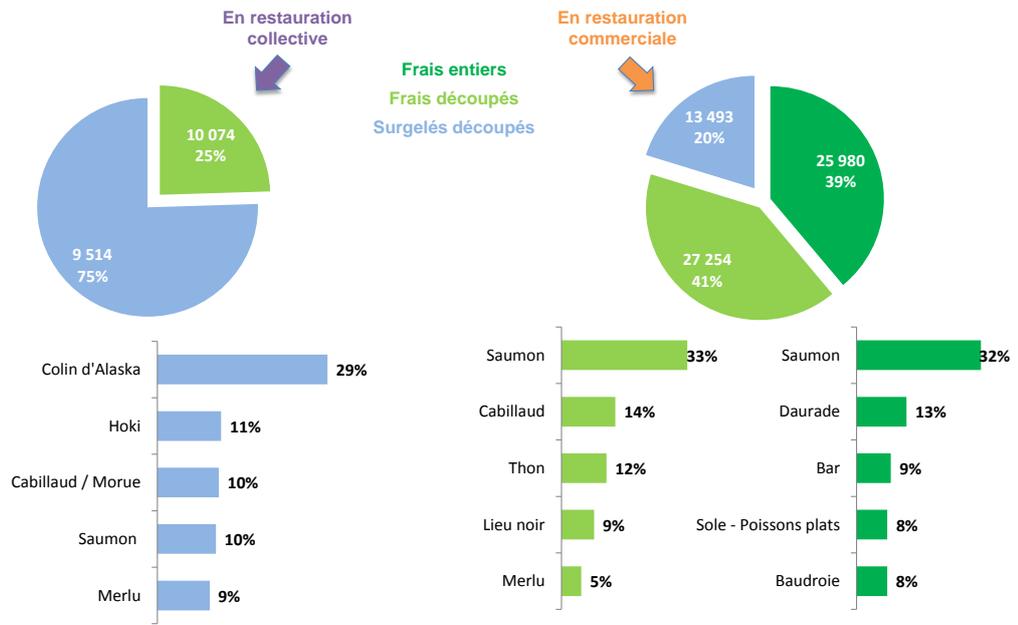
Les poissons frais découpés sont majoritaires en restauration commerciale (41% des tonnages). Les établissements privilégient le Saumon ou le thon, le Cabillaud restant la meilleure alternative sur un plan tarifaire. Le merlu et le lieu figurent également parmi les espèces recherchées : elles font partie des espèces les plus économiques.

Les découpes de poissons surgelés sont très largement privilégiées par les collectivités (73% des tonnages), qui s'orientent spécifiquement sur le colin d'Alaska, et dans une moindre mesure le Hoki, le Cabillaud, le saumon ou le merlu. Les prix moyens des espèces achetées ne dépassent jamais la barre des 10 €/kg, avec des prix moyens s'échelonnant de 4.50 €/kg pour le colin d'Alaska à 8,50 €/kg pour le saumon.

Il est à noter qu'une part non négligeable de poisson frais découpé existe en collectivités (23% des tonnages) et tend à se développer, tout comme le poisson surgelé découpé en restauration commerciale (18% des tonnages), essentiellement pour des raisons de revalorisation de l'offre pour les collectivités et de recherche de prix ajustés pour la restauration commerciale tout en répondant à la notion transversale de praticité de préparation.



Profils de consommations de poissons par typologie d'établissements et TOP 5 des espèces (Tonnes et %)



Les Crustacés en RHF

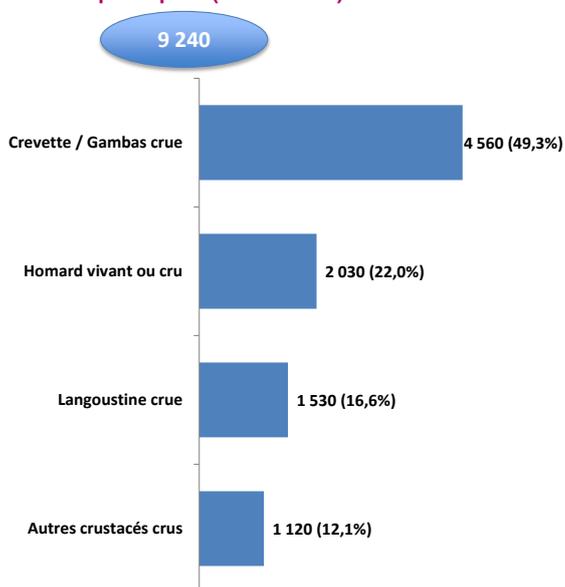
En 2017, les achats de crustacés ont représenté 9.240 tonnes, valorisés à 157 millions d'€. Les crevettes et gambas crues représentent la catégorie la plus consommée, soit 49,3% des volumes pour 41,4% du montant de ces achats. Arrive ensuite le Homard (22% des volumes), suivi des langoustines crues (16,6%) et les autres crustacés crus (12,1%).

En RHF, deux modes de conservation prédominent sur cette catégorie : le frais entier pour 48% des volumes achetés, et le surgelé entier à hauteur de 42%. Seuls 10% des achats portent sur le surgelé décortiqué. La restauration commerciale assure 96% des débouchés de crustacés en RHF.

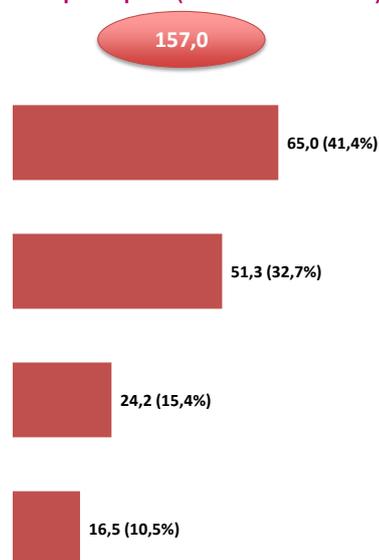
Les crustacés frais entiers sont privilégiés (49% des volumes) et notamment pour le homard, et dans une moindre mesure les langoustines crues. Pour les crustacés surgelés entiers, la restauration commerciale s'oriente plus significativement sur les crevettes et gambas crues qui constituent une alternative appréciée aux produits frais.

Les quelques achats de crustacés dans les collectivités se font essentiellement en surgelé (83% des volumes) et portent essentiellement sur les crevettes et gambas.

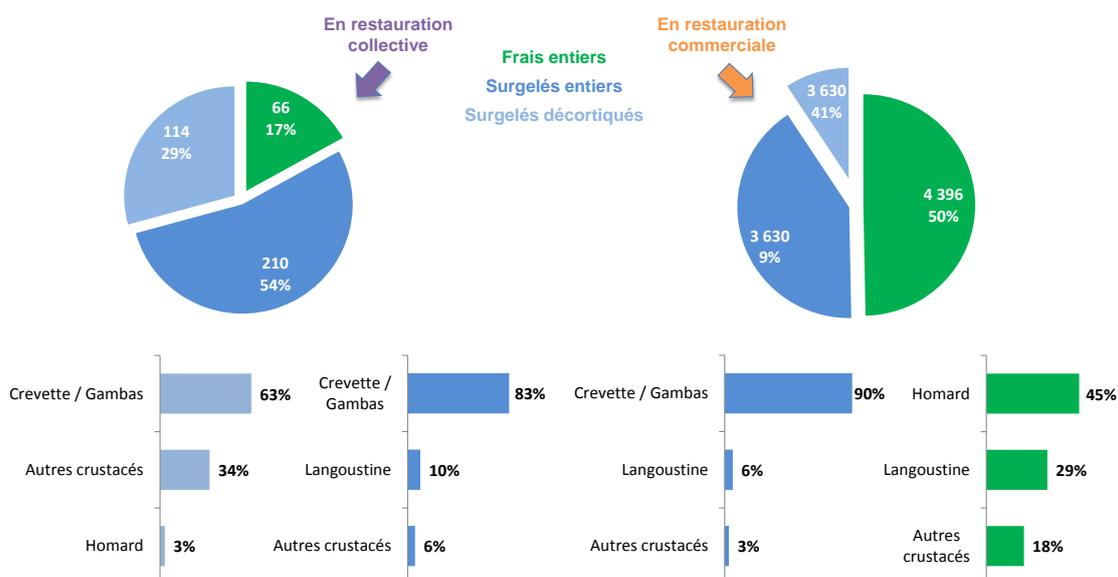
Consommations de crustacés par la RHF et par espèce (Tonnes et %)



Montant des achats de crustacés par la RHF et par espèce (Millions d'€ HT et %)



Profils de consommations de crustacés par typologie d'établissements et TOP 3 des espèces (Tonnes et %)



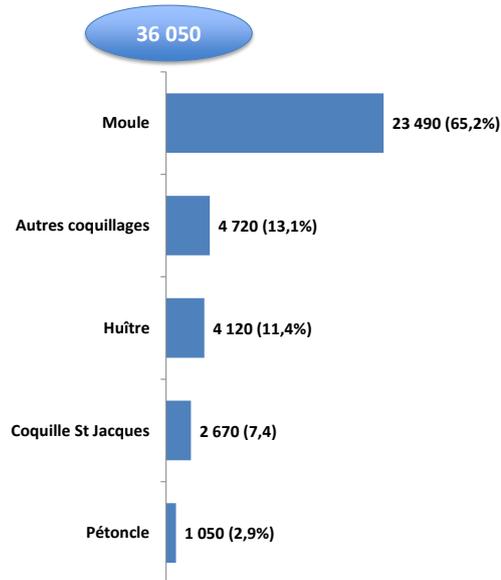
Les Coquillages en RHF

En 2017, les achats de coquillages ont représenté 36.000 tonnes, pour une valorisation du marché de 213 millions d'€. Les moules représentent les deux tiers des volumes de coquillages achetés par la RHF, suivies des huitres (13.1%), Saint-Jacques et Pétoncles représentant respectivement 7,4% et 2,9% des tonnages.

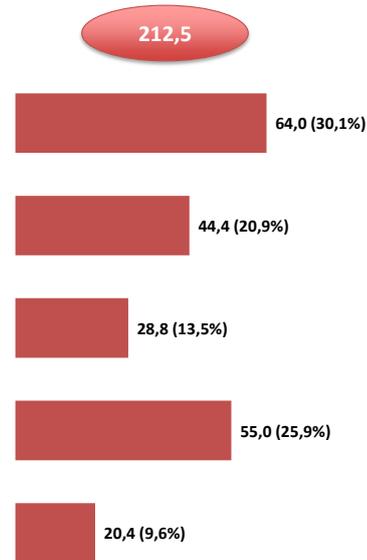
En RHF, le mode de conservation largement privilégié sur cette catégorie concerne le frais entier (78% des tonnages), en particulier au sein de la restauration commerciale qui représente le premier débouché du marché avec 89% des volumes. Le moule est de loin le produit leader du marché (69% des achats) suivi des huitres (15%). La moule est achetée fraîche entière : c'est un produit consensuel dont le prix moyen de 2,50 €/kg reste un des plus économiques de l'ensemble des produits de la mer tout en permettant d'être au cœur du repas.

En collectivités, les achats se répartissent plus équitablement entre le frais entier, le surgelé entier et le surgelé décoquillé. Dans tous les cas, les achats de moules prédominent pour des volumes proches entre le frais et le surgelé et pour des prix moyens conformes à ce segment de la restauration.

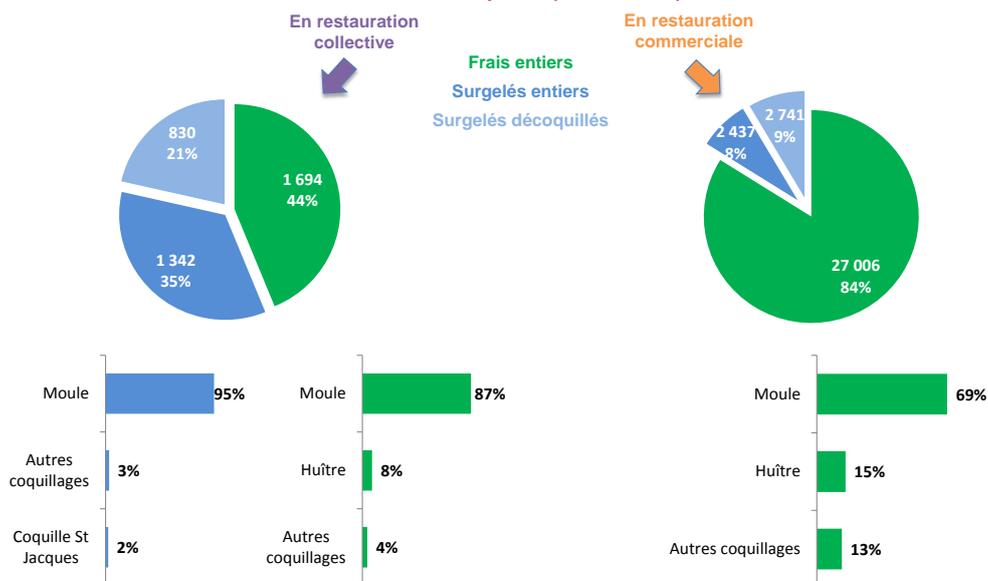
Consommations de coquillages par la RHF et par espèce (Tonnes et %)



Montant des achats de coquillages par la RHF et par espèce (Millions d'€ HT et %)



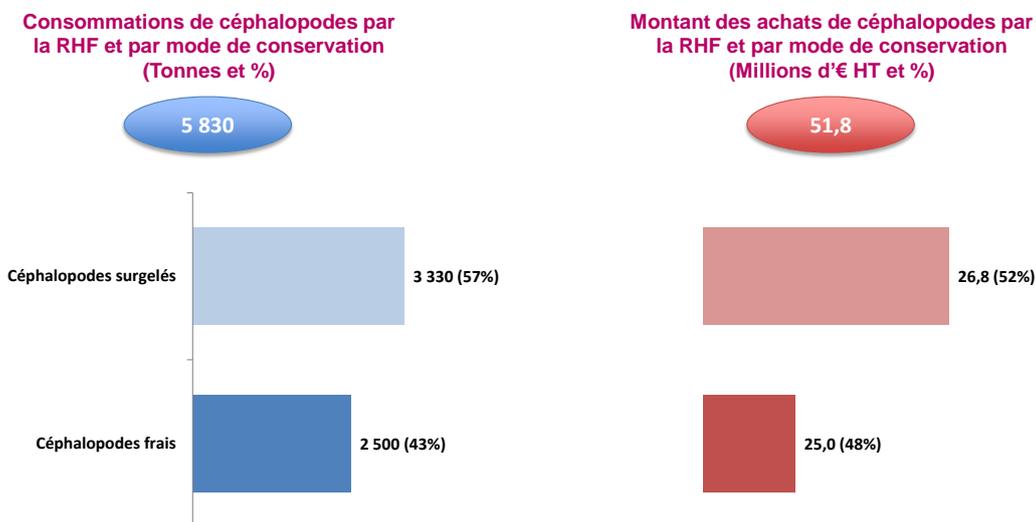
Profil de consommations de coquillages par typologie d'établissements et TOP 3 des espèces (Tonnes et %)



Les Céphalopodes en RHF

En 2017, les achats de céphalopodes ont totalisé 5.800 tonnes, pour une valorisation du marché de 52 millions d'€. En RHF, c'est l'offre surgelée qui prédomine avec 57% des achats en volumes, et 52% en valeur.

La restauration commerciale reste sur-consommatrice de céphalopodes : 76% des tonnages sont réalisés sur ce segment, pour des achats qui portent aussi bien sur la technologie du frais que du surgelé. Toujours pour des raisons de coûts, la restauration collective va privilégier ses achats de céphalopodes en surgelé, mais dont le prix moyen à 7.80 €/kg reste encore sur des niveaux élevés pour pénétrer plus significativement ce marché.



Les Produits traiteurs en RHF

En 2017, les achats de produits traiteurs de la mer ont totalisé 45.300 tonnes, pour une valorisation du marché proche des 400 millions d'€. Sur cette catégorie, les poissons enrobés crus (panés pré-frits ou non) pré-cuits ou cuits (poissons enrobés panés, meunière, beignets...) représentent 38% des achats en volumes. Suivent ensuite les plats préparés (14%), les entrées froides de la mer (12.5%), le saumon fumé (9,6%) et les crevettes et gambas cuites (9.2%). A noter cependant qu'en valeur, le saumon fumé représente 23,2% du montant total des achats de produits traiteurs de la mer en RHF.

La répartition des achats de produits traiteurs est relativement bien équilibrée entre les segments de la restauration collective (49%) et de la restauration commerciale (51%).

Si la restauration commerciale peut se permettre de soit s'orienter sur des produits traiteurs frais, soit des produits traiteurs surgelés (respectivement à 49% et 51%), les collectivités restreignent bien plus leurs achats en produits traiteurs frais et vont largement privilégier le surgelé (90%).

Parmi les produits traiteurs frais, on trouve en restauration commerciale sous des proportions équivalentes le saumon fumé (33%) et les entrées froides de la mer (32%), catégorie qui profite du développement de l'offre de tapas en restauration. Suivent ensuite les crevettes et gambas cuites (20%) et dans une moindre mesure le surimi (6%) et les autres crustacés cuits frais (3%).

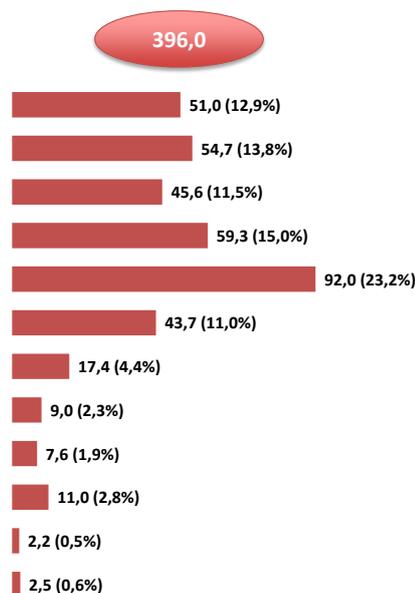
L'offre de produits surgelés en restauration commerciale est fortement représentée par les bâtonnets de poissons crus enrobés (40%) que l'on retrouve principalement en restauration chainée de type fast-food. Suivent ensuite et surtout les plats préparés de la mer surgelés (16%), et les poissons cuits enrobés (14%).

Les collectivités travaillent en très grande majorité avec des produits traiteurs surgelés, toujours en raison des coûts plus élevés des produits traiteurs frais. En collectivités, les produits traiteurs surgelés sont principalement représentés par les poissons cuits enrobés (36% des volumes de produits traiteurs surgelés), les plats préparés (20%), les poissons crus enrobés (19%) et les steaks hachés de poissons (4%).

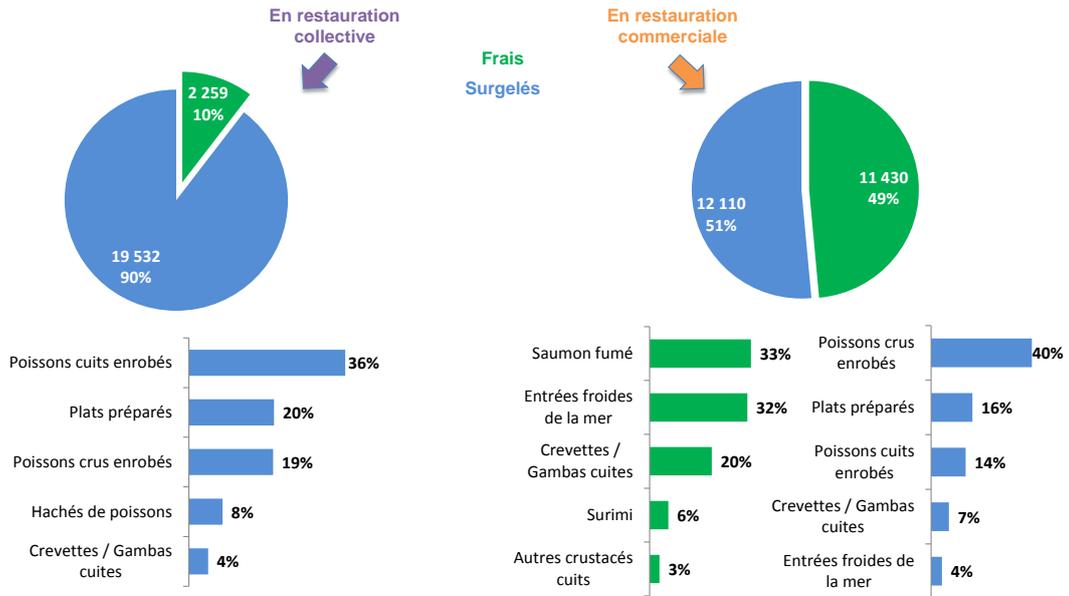
Consommations de produits traiteurs de la mer par la RHF (Tonnes et %)



Montant des achats de produits traiteurs de la mer par la RHF (Millions d'€ HT et %)



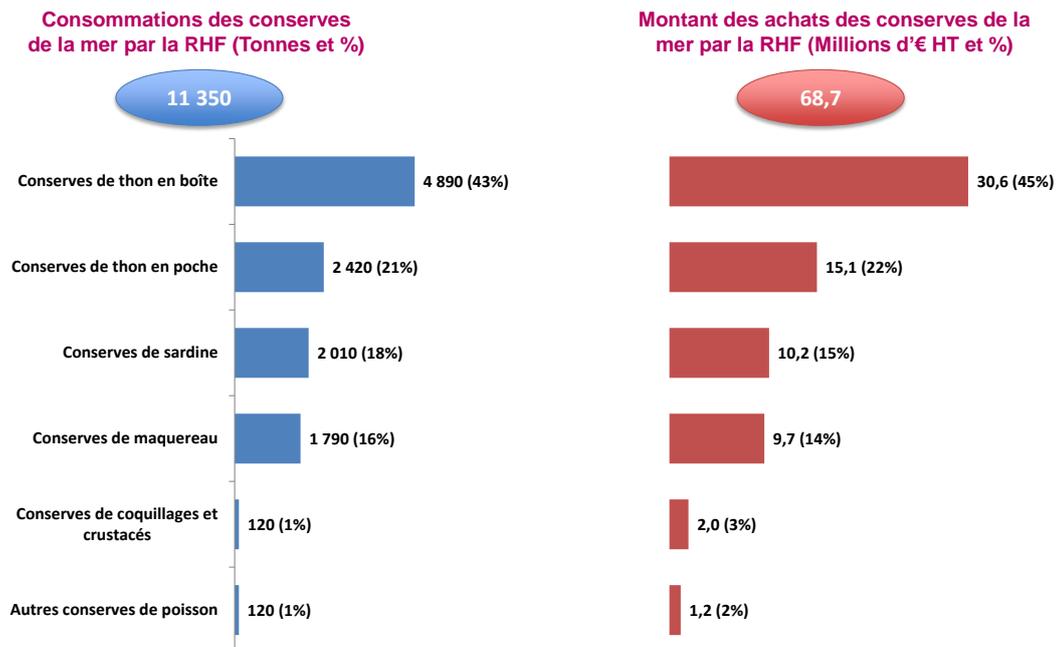
Profils de consommations de produits traiteurs de la mer par typologie d'établissements et TOP 5 des catégories (Tonnes et %)



Les Conserves de la mer en RHF

En 2017, les achats de conserves de la mer ont totalisé 11.350 tonnes, pour une valorisation du marché de 69 millions d'€. Les conserves de thon représentent l'essentiel des achats de conserves de la mer en RHF, principalement sous le format boîte (43% des volumes) et le format poche (21%). S'en suivent les conserves de sardines (18%) et de maquereau (16%).

Le premier débouché des conserves de la mer sont les collectivités : 79% des achats sont réalisés sur ce segment de la RHF. Les achats de thon en boîte dominant, mais le format poche est significativement sur-représenté. Globalement, si le prix moyen du thon reste supérieur à celui des autres espèces de poissons en conserve, il n'en demeure pas moins le produit le plus largement consommé comparativement aux autres conserves de poissons car il constitue une offre plus transversale en termes d'ingrédient incorporé notamment pour des salades composées et certaines préparations chaudes. Sardines et Maquereaux n'étant positionnés que sur une fonction entrée froide. Respectivement 86% des conserves de sardines et 80% des conserves de maquereaux ont comme débouchés les collectivités.



SYNTHESE DES ENTRETIENS QUALITATIFS

Place de la production nationale sur le total des produits aquatiques

La notion de production nationale varie en fonction des catégories de produits aquatiques. Tous modes de conservation confondus, elle peut être estimée aux environs de **35%** mais monte à **50% pour les spécialistes de la marée**.

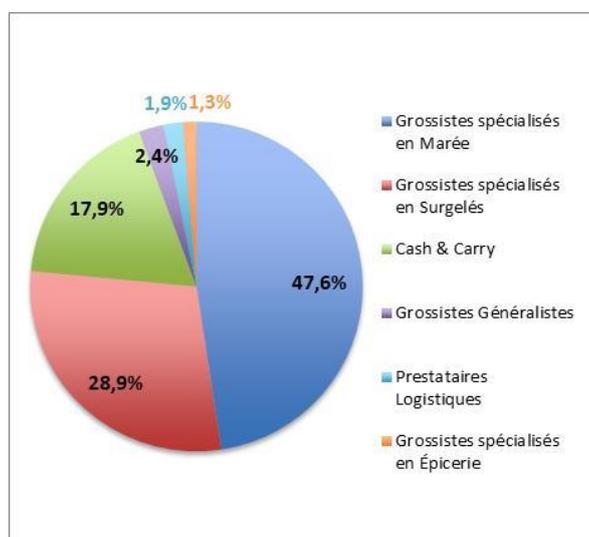
La production nationale des produits bruts issus de la pêche/l'aquaculture française est très variable, allant de 5 à 70% en fonction des distributeurs.

La part de produits surgelés issus de la production nationale est évaluée à seulement 5% car la conservation en frais est privilégiée pour les produits français.

Les produits transformés en France mais à base de matières premières internationales sont à 80% issus de la production nationale.

La moule, l'huître, la truite et la baudroie sont quatre espèces très souvent pêchées/élevées en France.

Les circuits d'approvisionnement privilégiés



En dehors des achats directement effectués auprès des pêcheurs, conchyliculteurs ... les **grossistes**, qu'ils soient spécialistes de la marée, généralistes RHF ou spécialisés en produits surgelés, et les **cash & carry** sont les deux circuits privilégiés par les restaurateurs pour s'approvisionner en produits de la mer.

Le circuit grossiste permet aux restaurateurs de **rationaliser leur temps de travail** passé à la fonction achat pour se consacrer plus à l'élaboration du produit final. La principale limite concerne le **manque de visibilité en amont** sur la qualité du produit livré, les restaurateurs ne découvrent les produits qu'au moment de la livraison.

Inversement vis-à-vis des cash & carry, les restaurateurs ont un contact avec les produits. Ils peuvent donc adapter leurs commandes en fonction de l'offre du cash & carry, notamment pour le rayon frais. De plus, ils bénéficient de conseils du vendeur en matière d'arbitrage de choix et de mise en œuvre des produits. Enfin, le restaurateur dispose d'une flexibilité horaire plus large qu'un approvisionnement sur MIN.

Autre acteur du marché, les prestataires logistiques permettent d'optimiser les approvisionnements des enseignes et groupes de la restauration commerciale qui pratiquent souvent une centralisation de leurs achats.

En parallèle, les **plateformes digitalisées** semblent être un modèle en émergence, avec pour principal acteur Procsea. Ce système permet aux restaurateurs de commander en ligne des produits de la mer fraîchement pêchés et de bénéficier d'une livraison rapide directement dans leur établissement. La plupart des distributeurs réfléchissent à intégrer également ce mode de distribution au sein de leur offre de service.

Enfin, le circuit de distribution **direct, sans passer par un intermédiaire** reste très marginal aujourd'hui. En effet, le transport reste onéreux et est jugé peu éco-responsable. Il existe aussi des risques d'ordre sanitaire par rapport au respect de la chaîne du froid. Le système Chronofresh est le plus abouti : il permet aux fournisseurs de livrer des produits frais rapidement aux restaurateurs, mais ce mode d'approvisionnement est essentiellement utilisé en dépannage.

Focus sur les produits avec des signes de qualité (labellisés, bio, offre locale)

Ces produits répondent à deux logiques:

En **restauration commerciale**, les **produits locaux** sont privilégiés. Ils sont proposés majoritairement en **plat du jour** car une valorisation sur le fond de carte est difficile, du fait de manque de régularité de l'offre.

Les **produits d'élevage bio** sont mis en avant sur les cartes par les **acteurs chaînés de la restauration commerciale** car ils apportent de la valeur ajoutée à leur offre, malgré une certaine suspicion quant à la définition du bio. Les collectivités ne peuvent pas se tourner vers ces produits en raison de leurs prix plus élevés.

Les **collectivités travaillent plutôt les produits avec des écolabels (MSC, ASC)** pour des raisons sociales de **durabilité**. Leur rôle de sensibilisation et d'éducation des convives peut être alors mis en exergue.

Les produits estampillés Pavillon France mettent en avant une offre nationale mais ce label est jugé plus adapté à la GMS. Pour les restaurateurs, les produits issus de la pêche/l'aquaculture française bénéficient naturellement de plus de légitimité sur un plan qualitatif.

Par contre, **face à la multiplication des labels, une certaine confusion est générée** dans l'esprit des restaurateurs et des convives. Les distributeurs peuvent orienter les décisions d'achats des restaurateurs en leur fournissant des outils de communication qui justifient la valeur ajoutée de ces produits.

Focus sur les espèces moins connues/réputées

Ces espèces sont demandées car il s'agit souvent d'une **offre économique**, avec des **produits issus de la pêche française, respectant les saisons de pêche et disponibles qualitativement en frais**.

Elles sont particulièrement **adaptées en restauration commerciale pour le plat du jour** car elles constituent un élément de différenciation pour le restaurateur. Ce dernier pourra en effet défendre un argumentaire de vente portant sur la qualité et les particularités du produit. Il pourra également mettre en avant son savoir-faire de valorisation du produit.

Les collectivités sont plus en retrait et les achats actuels sont surtout réalisés par **les Sociétés de Restauration Collective qui axent leur communication sur la durabilité de ces espèces**.

Néanmoins, il existe des **freins à l'achat liés à la méconnaissance de ces espèces et à l'irrégularité de l'offre**. De même, la demande doit être soutenue par les distributeurs qui sont les vecteurs de la promotion de ces espèces.

Attentes des convives et des restaurateurs selon les distributeurs

La notion de **qualité** est déterminante pour les convives et cette variable porte avant tout sur la **fraîcheur** des produits. Le fait que le produit soit **local/français** est aussi important aux yeux des convives. En conséquence, un produit local avec un label de qualité est parfaitement adapté à leur demande. Transparence de l'information et sécurité alimentaire constituent également deux piliers clés quant à l'appréciation des produits aquatiques.

Les attentes des professionnels de la restauration commerciale varient en fonction du niveau de gamme de l'établissement. Un restaurant haut de gamme privilégiera des produits nobles et bruts alors qu'un établissement plus traditionnel type brasserie préférera se fournir en filets portionnés. Les attentes sont aussi différentes selon la capacité du restaurateur à transformer le produit. On remarque une demande croissante pour les produits destinés à être consommés crus, pour la préparation de tartares, marinades ... et pour la restauration asiatique.

A l'inverse, les collectivités sont homogènes en termes de demandes. Elles exigent avant tout une visibilité tarifaire dans le temps et des produits économiques. Les cahiers des charges sont rigoureux (sans peau, sans arêtes, calibrés, fiables aux niveaux sécuritaire et sanitaire et intéressants d'un point de vue nutritionnel). Les collectivités se servent majoritairement en produits surgelés mais la demande en produits frais est croissante.

Adaptation de l'offre à la demande des restaurateurs du point de vue des distributeurs

L'offre en produits aquatiques est jugée satisfaisante et le marché porteur car les produits de la mer sont perçus comme « diététiques », « sains », « nutritionnels ».

C'est néanmoins aux distributeurs de s'adapter à la demande en réalisant les bons assortiments dans leur portefeuille produits. Il n'en demeure pas moins qu'une grande variété d'espèces est proposée par la distribution pour répondre à tous les segments de clientèle. Vis-à-vis des produits surgelés, l'offre est très homogène entre les distributeurs, elle reste très attractive en termes économiques et offre une réelle régularité d'approvisionnement.

Néanmoins, des améliorations peuvent encore être apportées au niveau des disponibilités des ressources. Les autorités doivent poursuivre la politique de régulation de la pêche au niveau européen et l'étendre au niveau mondial pour que les produits aquatiques restent compétitifs en termes de coût et d'arbitrage avec d'autres produits à fonction protidique. Enfin, des innovations peuvent être apportées d'un point de vue écologique au niveau des emballages des produits de la mer, aussi bien dans la matière utilisée que dans leur praticité.

