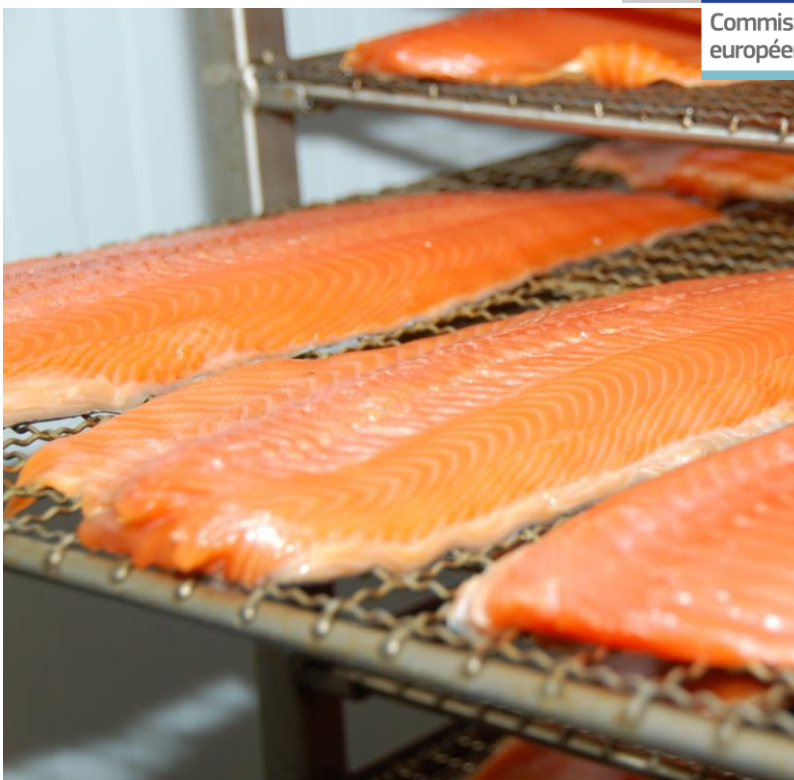




Commission
européenne



ÉTUDE DE CAS

LE SAUMON FUME EN FRANCE

TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIERE



E U M O F A

Observatoire Européen des Marchés des
Produits de la Pêche et de l'Aquaculture

Affaires
maritimes
et pêche

DERNIERE MISE A JOUR: SEPTEMBRE 2016

WWW.EUMOFA.EU

Contenu

RESUME.....	1
0 RAPPEL DES TÂCHES – OBJECTIF ET CONTENU.....	2
0.1 OBJECTIF DE L'ETUDE DE CAS	2
0.2 ÉTAT ET CONTENU DU DOCUMENT	3
1 DESCRIPTION DU (DES) PRODUIT(S) ET DU (DES) MARCHÉ(S)	4
1.1 LE(LES) SAUMON(S) ET PRODUITS DE SAUMON FUME	4
1.1.1 <i>Nom, présentation, place dans la nomenclature.....</i>	<i>4</i>
1.1.2 <i>Le saumon fumé - étapes de la transformation.....</i>	<i>5</i>
1.1.3 <i>La production et la disponibilité du saumon de l'Atlantique.....</i>	<i>6</i>
2 LES MARCHÉS EUROPÉENS DU SAUMON FUMÉ	7
2.1 LA STRUCTURE DES MARCHES EUROPEENS	7
2.1.1 <i>Le marché apparent par État Membre de l'UE</i>	<i>7</i>
2.1.2 <i>La consommation apparente de saumon fumé sur le principal marché européen.....</i>	<i>8</i>
2.1.3 <i>Les principaux pays exportateurs au sein de l'UE</i>	<i>9</i>
2.2 LE MARCHÉ FRANÇAIS	10
2.2.1 <i>Le marché du saumon et de la truite fumés.....</i>	<i>10</i>
2.2.2 <i>La structure de la filière d'approvisionnement</i>	<i>10</i>
2.2.3 <i>La segmentation du marché</i>	<i>11</i>
2.2.4 <i>Les tendances dans les segments de qualité.....</i>	<i>14</i>
2.2.5 <i>Le caractère saisonnier de la consommation.....</i>	<i>15</i>
2.3 LES PRINCIPAUX MOTEURS DU MARCHÉ.....	15
3 LES PRIX AUX DIFFÉRENTS STADES DE LA FILIERE	16
3.1 LES PRIX DE LA MATIERE PREMIERE	16
3.2 LES PRIX SORTIE USINE.....	17
3.3 LE PRIX AU STADE DE DETAIL.....	17
3.3.1 <i>L'élasticité-prix</i>	<i>18</i>
4 TRANSMISSION DES PRIX DANS FILIERE	19
4.1 L'ANALYSE DES SERIES TEMPS-PRIX	19
4.2 COÛTS ET MARGES DANS LA FILIERE DU SAUMON FUME	20
4.3 ANALYSE DE LA TRANSMISSION DES PRIX.....	22
5 TENDANCES ET FACTEURS DETERMINANTS DES PRIX	23
5.1 LES PRIX DE LA MATIERE PREMIERE	23
5.2 LES PRIX SORTIE USINE.....	25
RESTRUCTURATION DE L'INDUSTRIE DE TRANSFORMATION	25
5.3 PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION	28

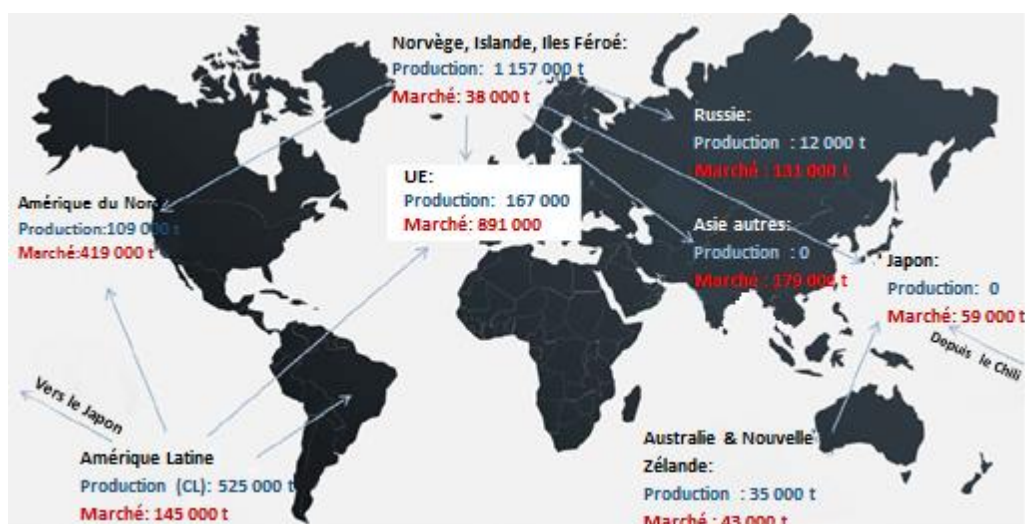
Résumé

- L'offre mondiale en saumon frais de l'Atlantique est insuffisante pour satisfaire la demande depuis 2010 (chute dans la production chilienne), poussant les prix vers le haut. Sa substitution par le saumon du Pacifique ou la truite ne comble pas le déficit.
- L'augmentation des prix du saumon frais depuis 2013 associée aux campagnes dénonçant les conditions d'élevage controversées en Norvège provoquent d'importantes perturbations sur le marché (baisse de la demande des consommateurs) et dans l'industrie (échec commercial et restructuration) en France et plus largement dans l'Union européenne.
- L'industrie européenne de transformation du saumon fumé couvre les besoins du marché européen estimés à 155 000 tonnes et exporte environ 9 000 tonnes vers les pays tiers.
- Bien qu'elles proposent des prix sortie-usine de 30 % à 35 % inférieurs à ceux des transformateurs français, les entreprises polonaises, après une croissance rapide de leurs exportations vers la France (+13 % de 2009 à 2013), ont reculé pour la première fois un de -22 % en 2014. Les stratégies de différenciation développées par les transformateurs français : pour le développement de nouveaux produits, la promotion de la qualité (salé à sec, jamais surgelé) et l'approvisionnement en saumon issu de systèmes de production durables (Bio, saumon sauvage provenant de pêcheries bien gérées, aquaculture certifiée Global Gap,...) ont porté leurs fruits.
- La structure de coût et la transmission des prix dans la filière française ont considérablement changé entre 2009 et 2013. L'augmentation du prix du saumon frais (+36 %) n'a pas été intégralement répercutée sur les prix sortie usine (+34 %) et a impacté les marges d'exploitation des transformateurs qui n'ont augmenté que de +31 % en valeur. Il apparaît que ce sont les distributeurs qui ont amorti la plupart des effets de l'augmentation des prix de la matière première, contenant l'augmentation du prix de détail à seulement +13 %. La marge brute moyenne des distributeurs a ainsi chuté de 38,2 % en 2009 à 18,7 % en 2013.
- L'élasticité de la demande au prix a atteint un point de rupture en 2013 quand le prix du saumon fumé a dépassé 25 EUR par kilo, causant à la fois une baisse de la consommation moyenne des ménages et de la fréquence d'achat.
- Les tendances observées sur le marché français pendant la période récente montrent que le prix n'est pas le seul, ni le principal élément de compétitivité. Les transformateurs français ont regagné quelques parts de marché grâce aux stratégies de différenciation et la promotion d'un saumon fumé « supérieur ». La consommation globale de saumon fumé a baissé depuis 2013, suite à l'augmentation des prix au détail. Les produits d'entrée de gamme sont plus affectés que les produits « supérieurs » plus coûteux.

0 RAPPEL DES TÂCHES – Objectif et contenu

0.1 Objectif de l'étude de cas

- Cette étude concerne principalement le marché français qui est l'un des plus importants de l'UE. Les analyses détaillées concernant la transmission des prix et le fonctionnement du marché sont développées principalement pour ce pays.
- Une vue d'ensemble de l'information disponible est proposée pour les autres marchés pertinents et une approche particulière est développée pour la Pologne, qui est devenue en quelques années l'un des principaux producteurs de saumon fumé en Europe.
- Le marché européen du saumon était estimé à 891 000 tonnes¹ en 2014, dont 785 000 tonnes étaient utilisées par l'industrie de la transformation (source Marine Harvest).

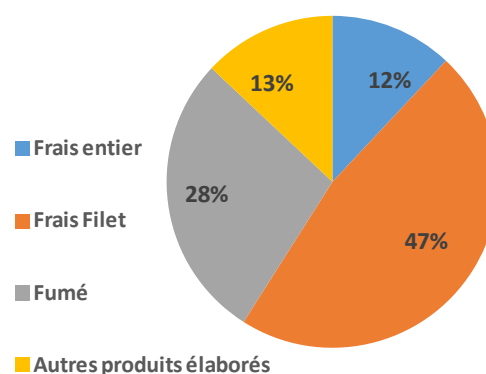


- Historiquement, les principaux marchés fournis les différentes zones de production sont relativement déconnectés :
 - La Norvège approvisionne l'UE, la Russie et l'Asie.
 - L'Écosse fournit principalement le marché britannique et l'UE.
 - Le Chili approvisionne les États-Unis, l'Amérique du Sud et l'Asie.
 - Le Canada approvisionne les États-Unis (côte ouest).

Chaque zone de production sert les marchés voisins, dû fait que le saumon est commercialisé essentiellement en frais et que le temps et les coûts de transport sont des facteurs cruciaux. Le saumon fumé est consommé partout dans le monde, mais les échanges transcontinentaux sont limités.

- Parmi les différents produits de saumon, le saumon fumé occupe la deuxième place sur le marché européen (28 %), loin derrière les filets (47 %). Le marché européen du saumon fumé était estimé à 175 000 tonnes en 2014, représentant 280 000 tonnes de matière première (+ 21% depuis 2009)

L'approvisionnement du marché européen



¹ Poisson entier, éviscéré.

Produits	Origine	Caractéristiques	Marché et moteurs de prix
Saumon fumé de l'Atlantique et produits de substitution (truite et saumon du Pacifique)	La majorité de la matière première est importée de Norvège (2/3) + production de l'UE (1/3 : UK, Irlande).	Produit transformé : UE en particulier (PL, FR, UK).	L'innovation est un facteur essentiel (techniques d'élevage et innovation marché-produit des fabricants de poisson fumé). Le marché et la concurrence intra-UE (développement des capacités de transformation en Pologne et en Lituanie). Taux de change (EUR/NOK, EUR/GBP).

L'analyse se focalise sur :

- L'influence de l'équilibre entre l'offre et la demande en saumon frais sur les prix de la matière première utilisée par l'industrie européenne du fumage ;
- Les effets des taux de change, étant donné que le saumon est principalement élevé en-dehors de la zone euro (Norvège et Royaume-Uni);
- Les effets de la délocalisation de l'industrie allemande de fumage de saumon en Pologne sur la compétitivité des industries nationales et sur le prix des produits fumés.
- Les relations et rapports de force entre les acteurs des filières, considérant que l'élevage du saumon, l'industrie de fumage et la distribution sont fortement concentrés en France.
- Les dynamiques du marché et les effets de l'innovation et de la segmentation sur le prix moyen du saumon fumé.

0.2 État et contenu du document

La méthodologie utilisée, pour les études de cas sur la transmission des prix dans les filières des produits de la pêche et de l'aquaculture repose sur deux tâches complémentaires :

- Premièrement, collecter le maximum de données et de statistiques disponibles et réaliser des analyses spécifiques (par exemple, analyse de groupes d'entreprises visant à situer les performances économiques des acteurs clés des chaînes d'approvisionnement).
- Deuxièmement, réaliser des entretiens avec des experts et acteurs économique (producteurs de saumon fumé, distributeurs, fournisseurs) pour obtenir des appréciations qualitatives sur les données produites dans la phase 1, et pour collecter des informations complémentaires sur les coûts standard et les marges.

1 DESCRIPTION DU (DES) PRODUIT(S) ET DU (DES) MARCHÉ(S)

1.1 Le(les) saumon(s) et produits de saumon fumé

1.1.1 Nom, présentation, place dans la nomenclature

L'étude de cas porte sur les produits issus du saumon Atlantique (filets et autres découpes), qui sont les produits consommés au sein de l'UE.

- **Produit principal**

Nom : Saumon de l'Atlantique (*Salmo salar*)

Le saumon d'élevage de l'Atlantique est la matière première principale transformée par l'industrie européenne du poisson fumé.



© Scandinavian Fishing Year Book

Présentation : presque exclusivement en poisson entier, éviscéré, avec tête, frais ou réfrigéré. Taille : 3-6 kg. Les filets sont tranchés par les industriels du fumage pour des raisons sanitaires. De petites quantités de saumon de l'Atlantique congelé sont utilisées par les industriels.

- **Produits de substitution**

Les principaux produits de substitution du saumon Atlantique fumé sont deux autres groupes de salmonidés fumés :

- Truite arc-en-ciel d'élevage (*Onchorynchus mikiss*) de grande taille.
- Saumon du Pacifique (*Onchorynchus* spp.), sauvage ou d'élevage, principalement le Coho et le Silver.

Sur le marché français, le saumon fumé est aussi un produit de substitution d'autres viandes fumées et séchées (jambon cuit ou fumé) tout au long de l'année, et avec les plats festifs de Noël et du Nouvel An, comme les huîtres ou le foie gras.

Codes associés dans la nomenclature produit.

Les saumons du Pacifique et de l'Atlantique sont différenciés dans la nomenclature COMEXT depuis 2012, mais ils ne le sont pas dans la nomenclature PRODCOM. Les origines peuvent néanmoins permettre de distinguer les deux groupes d'espèces.

Matière première :

- Saumon, frais ou réfrigéré - entier - COMEXT : 03021200 jusqu'en 2011.
- Saumon du Pacifique, frais ou réfrigéré - entier - COMEXT : 03021300 depuis 2012.
- Saumon de l'Atlantique et saumon du Danube, frais ou réfrigéré - entier - COMEXT : 03021400 depuis 2012.
- Saumon du Danube, de l'Atlantique, et du Pacifique, frais ou réfrigéré - filets - COMEXT : 03044100.

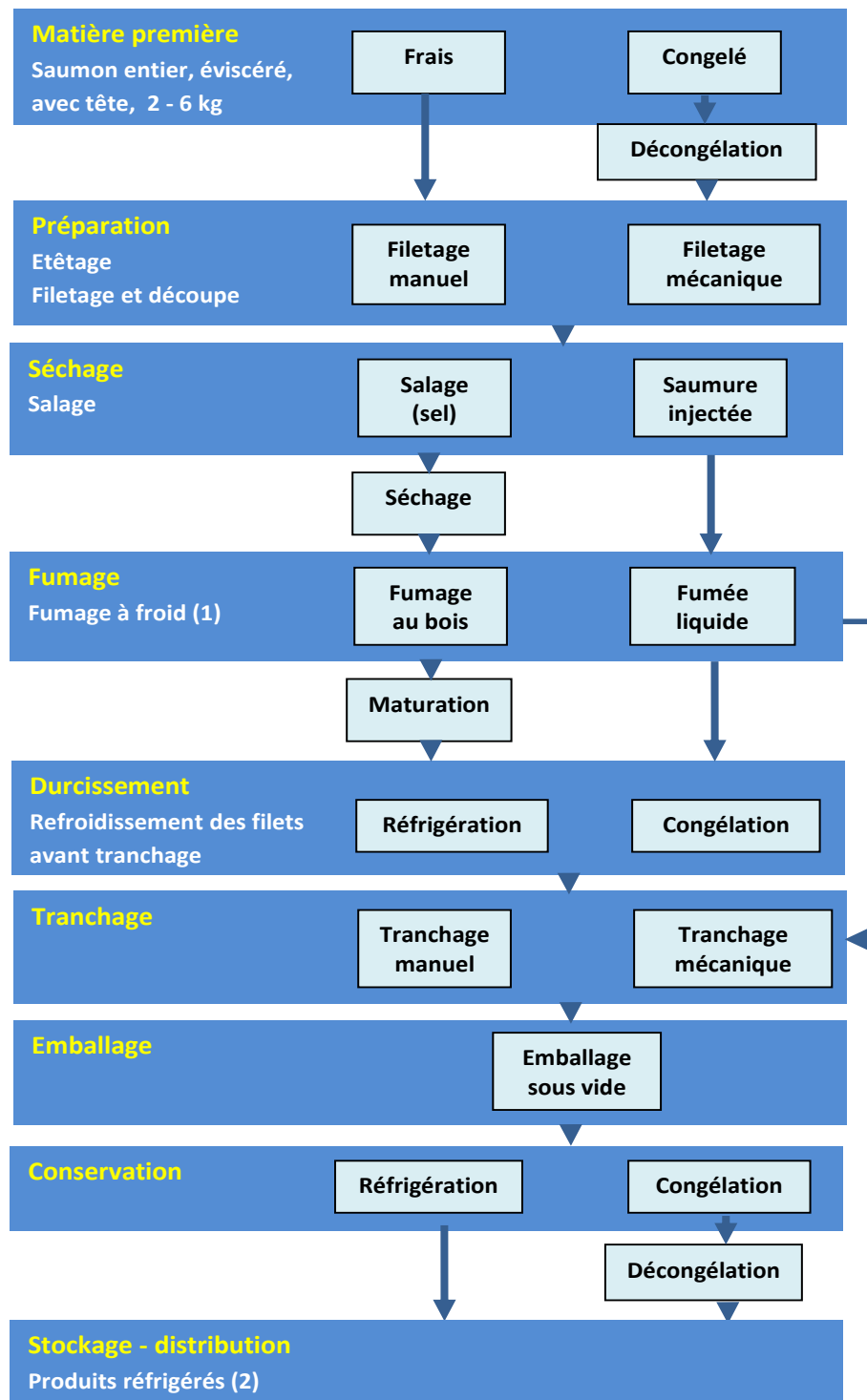
Produits finis :

- Saumon fumé du Danube, de l'Atlantique et du Pacifique (y compris filets) - COMEXT : 03054100 ; PRODCOM : 10202420 jusqu'en 2011, 10202425 depuis 2012.

1.1.2 Le saumon fumé - étapes de la transformation

Les produits de saumon fumé sont obtenus selon deux techniques principales : le fumage à chaud, traditionnellement utilisé en Amérique du Nord, et le fumage à froid, technique la plus utilisée en Europe.

Schéma 1 - Étapes de la transformation pour la production de saumon fumé à froid



Sources : Élaboration à partir des documents techniques des fumeurs de saumon, IFREMER et entretien avec l'organisation professionnelle française (STF : Syndicat des Transformateurs de Saumon).

- (1) Il y a très peu de saumon fumé à chaud sur le marché français.
- (2) La majorité du saumon fumé consommé en France est réfrigéré.

Les options techniques :

- Les techniques traditionnelles, utilisant le séchage et le fumage avec des copeaux de bois ont progressivement été remplacées par des méthodes industrielles, réduisant les temps de transformation, les coûts de la main d'œuvre et la perte de matériaux permettant de satisfaire la demande pour les produits d'entrée de gamme et milieu de gamme (marques de distributeurs).
- L'industrie de la transformation française a développé une vaste gamme de produits de saumon fumé. Le marché est très segmenté et innovant.

Effets sur le prix:

Les rendements obtenus sur la matière première varient selon les techniques de transformation (par exemple, l'injection de saumure dans les filets leur permet d'absorber jusqu'à + 8 % d'eau quand le séchage provoque une perte de poids d'environ - 2 %) et sur les différents coûts de production. Les coûts de production des produits de saumon fumé peuvent donc varier de façon très significative.

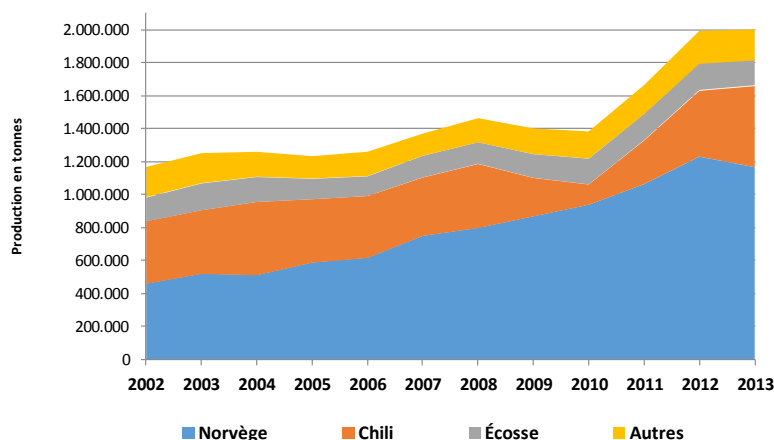
1.1.3 La production et la disponibilité du saumon de l'Atlantique

L'aquaculture est, de loin, le premier fournisseur du marché européen en saumon de l'Atlantique. Quelques tonnes de saumon sauvage sont débarquées de la zone baltique, mais n'approvisionnent pas l'industrie du poisson fumé.

Analyses clés:

- Après une chute au-dessous de 1,4 millions de tonnes en 2010, due aux mortalités dramatiques dans les élevages de saumon au Chili, la production mondiale de saumon Atlantique d'élevage est remontée jusqu'à 2 millions de tonnes en 2013.
- Les parts de marché norvégiennes se sont accrues jusqu'à un maximum de 68 % de l'approvisionnement mondial en 2010. La Norvège est de loin le premier fournisseur de la filière industrielle du saumon fumé dans l'UE.

Graphique 1 - Production mondiale de saumon de l'Atlantique d'élevage (tonnes)



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Norvège	460 000	520 000	512 000	588 444	617 000	751 000	799 000	870 000	940 440	1 065 878	1 233 052	1 168 995
Chili	380 647	387 529	445 757	385 779	376 476	355 000	388 847	233 308	123 233	264 349	399 678	492 329
Écosse	142 961	161 748	150 000	123 000	118 525	129 930	129 545	142 283	154 800	158 544	162 888	154 458
Autres	183 683	182 259	151 775	135 910	148 040	134 689	147 095	156 353	165 283	177 264	200 879	188 803
Total	1 167 291	1 251 536	1 259 532	1 233 133	1 260 041	1 370 619	1 464 487	1 401 944	1 383 756	1 666 035	1 996 497	2 004 585
% Norvège	39 %	42 %	41 %	48 %	49 %	55 %	55 %	62 %	68 %	64 %	62 %	58 %

Sources : De 2002 à 2009 - Données EUROSTAT, disponibles sur l'ensemble de données d'EUMOFA module 3.
De 2010 à 2013 FAO (liens vers les sites web disponibles sur EUMOFA).

Effets sur le prix du saumon :

- La demande mondiale en saumon de l'Atlantique a continué d'augmenter ces dernières années, poussée par le développement des marchés du sushi, tandis que la production s'est stabilisée au niveau de celle de 2012.
- Le marché du saumon est extrêmement tendu et toute chute de la production entraîne une hausse des prix. Ce fut le cas en 2009-2010, quand la production du Chili a chuté en lien avec des problèmes sanitaires, ainsi qu'en 2013 quand la production de la Norvège a également diminué.
- L'industrie du fumage est en concurrence avec les marchés du saumon frais et elle est directement et rapidement affectée par tout changement d'équilibre entre l'offre et la demande.

2 LES MARCHÉS EUROPÉENS DU SAUMON FUMÉ

2.1 La structure des marchés européens

2.1.1 Le marché apparent par État Membre de l'UE

Le marché européen du saumon fumé a été estimé à 155 600 tonnes en 2013, une augmentation de 29 % par rapport à 2010. L'Allemagne est le plus gros marché, suivie par la France qui tenait le premier rang jusqu'en 2010. Ces deux pays représentent 49 % du marché européen en volume (58 % en 2010).

Tableau 1 - Le marché européen du saumon fumé en 2013 (volume en tonnes)

États membres	Production	Importation	Exportations	Marché apparent	% du marché
UE 28	163 800	732	8 892	155 639	100 %
Allemagne	14 818	39 111	10 411	43 518	28,0 %
France	28 259	8 696	4 368	32 587	20,9 %
Royaume-Uni	16 716	2 131	4 724	14 123	9,1 %
Italie	1 149	12 418	107	13 460	8,6 %
Espagne	10 184	1 097	559	10 723	6,9 %
Pologne	55 067	984	45 469	10 581	6,8 %
Belgique	2 903	6 060	1 308	7 655	4,9 %
Danemark	13 368	2 311	9 692	5 987	3,8 %
Pays-Bas	3 000*	2 705	3 325	2 380	1,5 %
Finlande	1 830	308	37	2 101	1,3 %
Autriche	0	2 314	516	1 798	1,2 %
Lituanie	13 122	45	11 469	1 698	1,1 %
Autres				7 585	0,9 %

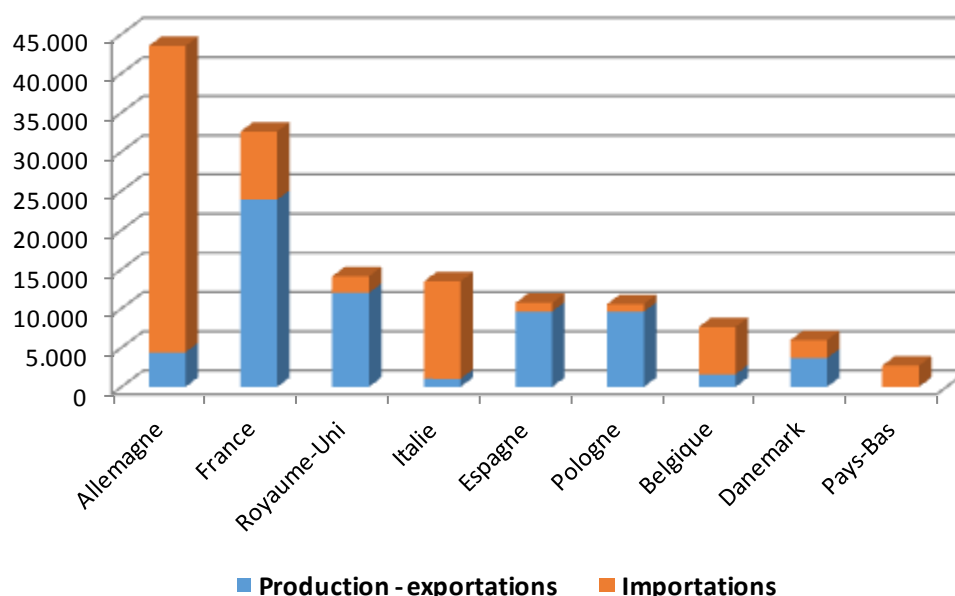
* Estimation

Sources : STF (Syndicat des Transformateurs de Saumon) de l'annuaire de statistiques annuelles 2014 d'ADEPALE.
Sources alternatives : PRODCOM – 10202420 et 10202425 depuis 2012 (production de saumon et de truite fumés) et COMEXT – 0305410 jusqu'en 2011 ; 03021300 et 03021400 depuis 2012 (importations et exportations de saumon fumé) disponibles sur EUMOFA. Le marché apparent des ménages de chaque État membre est calculé de la façon suivante : production - exportations + importations

2.1.2 La consommation apparente de saumon fumé sur le principal marché européen

Les modèles d'approvisionnement sont radicalement différents entre les deux principaux marchés européens : l'Allemagne et la France. La filière du poisson fumé française contribue à hauteur de 73,3 % de la demande des ménages, tandis que l'Allemagne se repose essentiellement (90%) sur les produits importés (l'industrie du poisson fumé allemande s'est effondrée au cours des dix dernières années, tandis que l'industrie du poisson fumé polonaise a fortement développé ses capacités de transformation et d'exportation vers les autres États membres de l'UE).

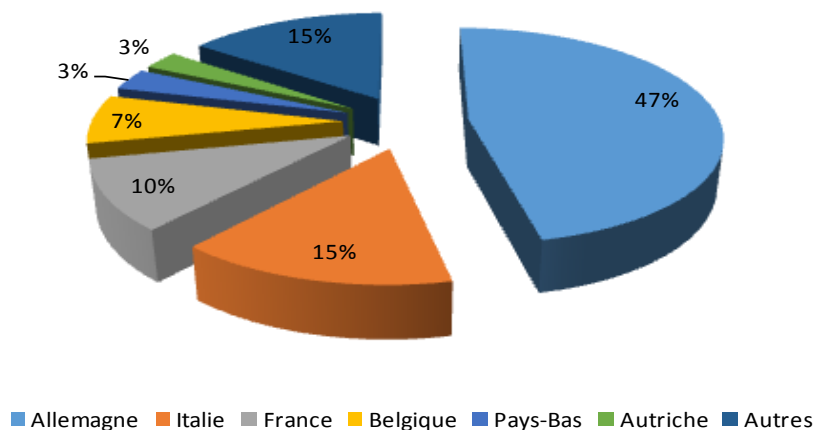
Graphique 2 - Approvisionnement des principaux marchés européens en 2013 (volume en tonnes)



Source : STF - Annuaire des statistiques annuelles 2013 d'ADEPALE.

L'Allemagne, l'Italie et la France sont les trois principaux importateurs au sein de l'UE, représentant 73 % du volume total.

Graphique 3 - Principaux importateurs européens de saumon fumé (2013)

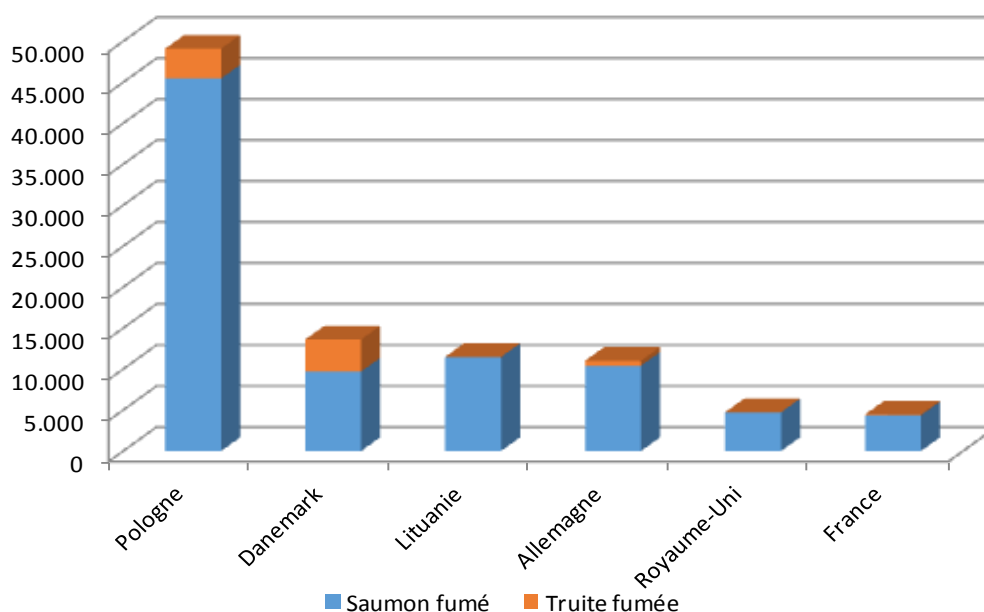


Source : Élaboration à partir de COMEXT – Données relatives aux importations européennes (codes 03021300 et 03021400) disponibles sur EUMOFA.

2.1.3 Les principaux pays exportateurs au sein de l'UE

L'industrie de la transformation polonaise joue un rôle majeur dans l'approvisionnement de l'Europe de l'Ouest et de l'Europe centrale en poisson fumé (truite et saumon fumés principalement). D'importants investissements dans l'industrie de fumage au cours des dix dernières années (soutenus par les fonds IFOP et FEP) ont conduit la Pologne à prendre la tête de la production et des exportations européennes en truite et saumon fumés, avec 49 000 t en 2013 (+ 40 % par rapport à 2010). Le Danemark est le principal exportateur de truite fumée et la Lituanie se situe à la deuxième place pour les exportations de saumon fumé.

Graphique 4 - Les principaux exportateurs européens du saumon fumé en 2013 (volume en tonnes)



Source : Élaboration venant de COMEXT – Exportations de saumon fumé (code 0305410) et de truite fumée (03054945)

Effets sur le prix : Le développement d'importantes capacités nouvelles en Pologne et en Lituanie au cours des dix dernières années a changé les conditions de concurrence avec les autres transformateurs européens. Les fumeurs polonais et lituaniens produisent majoritairement des produits d'entrée de gamme et milieu de gamme (petits filets, marques distributeur). Ils ciblent maintenant la France où les deux entreprises polonaises leaders (Morpol et Suempol) ont construit et/ou racheté des installations de transformation, qui travaillent aux coûts de production français.

2.2 Le marché français

2.2.1 Le marché du saumon et de la truite fumés

Le marché français des salmonidés fumés (saumon et truite) a été estimé à 37 300 tonnes en 2014, en légère baisse par rapport à 2013. La truite fumée est un segment en forte croissance qui a représenté 10 % des ventes en volume en 2014.

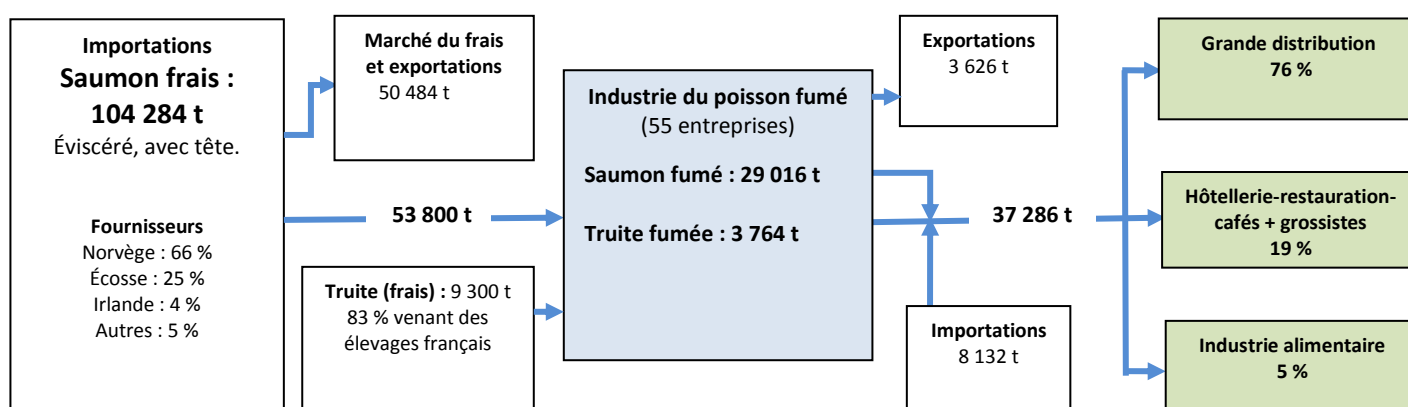
Tableau 2 - Consommation apparente de saumon et de truite fumés en France (volume)

(Tonnes)	Saumon fumé	Truite fumée	Saumon + truite
Production	29 016	3 764	32 780
Importations	7 824	308	8 132
Exportations	3 330	296	3 626
Consommation apparente en 2014	33 510	3 776	37 286
Consommation apparente en 2013	34 471	3 521	37 999
Évolution 2014/2013	- 2,79 %	+ 7,25 %	- 1,88 %

Sources : STF - Annuaire des statistiques annuelles 2014 d'ADEPALE

2.2.2 La structure de la filière d'approvisionnement

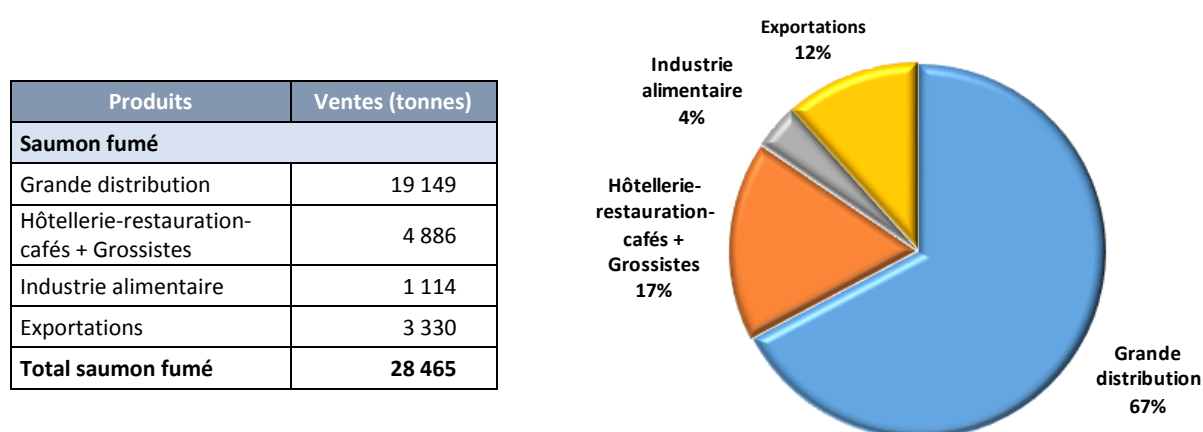
L'industrie française du poisson fumé est composée de 55 entreprises spécialisées, dont 6 réalisent plus de 80 % du chiffre d'affaires total.



Sources :

Importations et les exportations françaises de saumon fumé et de saumon frais par origine : EUMOFA
Production de truite fraîche, production de saumon et de truite fumés, circuits de commercialisation : STF- ADEPALE (annuaire de statistiques 2014). Nombre de fabricants de poisson fumé : DCF – FranceAgriMer

Graphique 5 - Analyse des ventes des fabricants français de saumon fumé (volume en tonnes)



Source : STF - Annuaire des statistiques annuelles 2014 d'ADEPALE

Analyses clés :

- La Grande distribution alimentaire vend plus des deux tiers des volumes de produits élaborés par les transformateurs français. Elle développe ses marques de distributeurs et les produits d'entrée de gamme.
- Les importations ont augmenté de 8 000 t en 2013, dont 72 % du volume était fourni par la Pologne. Une baisse a été observée en 2014, avec une chute globale des importations françaises de - 11 % et de - 22 % des produits venant de Pologne.
- Le marché français est segmenté entre les marques propres des industriels du fumage, principalement positionnées en haut de gamme, et les marques de distributeurs, principalement orientées sur les produits d'entrée et de milieu de gamme.

Effets sur le prix :

- Les stratégies de prix d'appel de la Grande distribution ont ouvert le marché aux produits d'entrée de gamme et sous marques de distributeurs, et donc aux producteurs à bas coûts de Pologne et de Lituanie.
- Les fabricants de saumon fumé ont, en réaction, développé des stratégies novatrices pour maintenir leurs parts de marché et limiter le développement des marques de distributeurs et des produits d'entrée de gamme.

2.2.3 La segmentation du marché

Le marché français du saumon fumé est segmenté selon trois critères principaux :

- L'origine géographique du saumon : Norvège, Écosse, Irlande, ... Alaska pour le saumon du Pacifique.
- La qualité de la matière première : saumon d'élevage / sauvage, saumon issu d'élevage biologique, Label Rouge, ...
- Marques de distributeurs et marques propres des transformateurs (jamais congelé, fumé avec des copeaux de qualité, sans injection de saumure, ...).

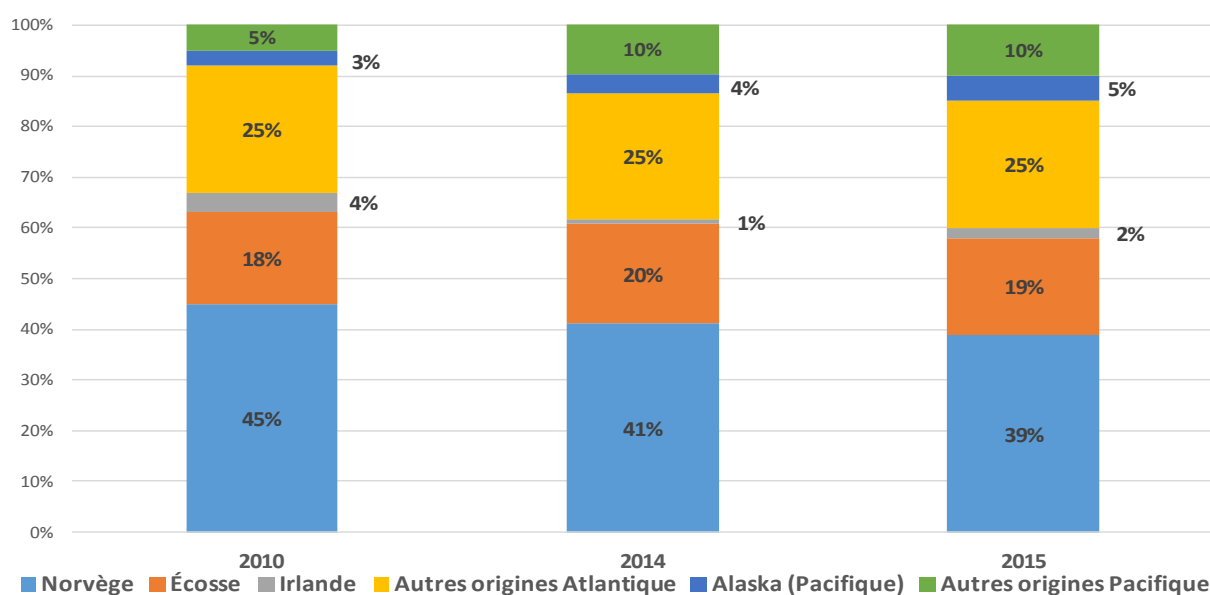
La truite fumée est devenue un segment de marché important et spécifique au cours de ces dernières années, poussée par ses avantages qualitatifs (faible teneur en gras, biologique, taille, ...). La truite fumée a représenté 3 400 tonnes (+ 63% par rapport à 2009) et 101 million d'euros en 2014.

- La segmentation par origine

Le saumon fumé de l'Atlantique représentait 95 % des volumes commercialisés par les supermarchés français en 2015. Les parts de marché de saumon fumé du Pacifique ont baissé de 3 points entre 2010 et 2015.

- La Norvège reste la référence mais a subi une perte de 6 points sur sa part de marché, au cours des cinq dernières années, qui a partiellement bénéficié à l'Écosse.
- Les autres origines (îles Féroé, autres..) ont gagné 10 points sur la même période.

Graphique 6 - Segmentation du marché par origine dans les supermarchés français (volume)

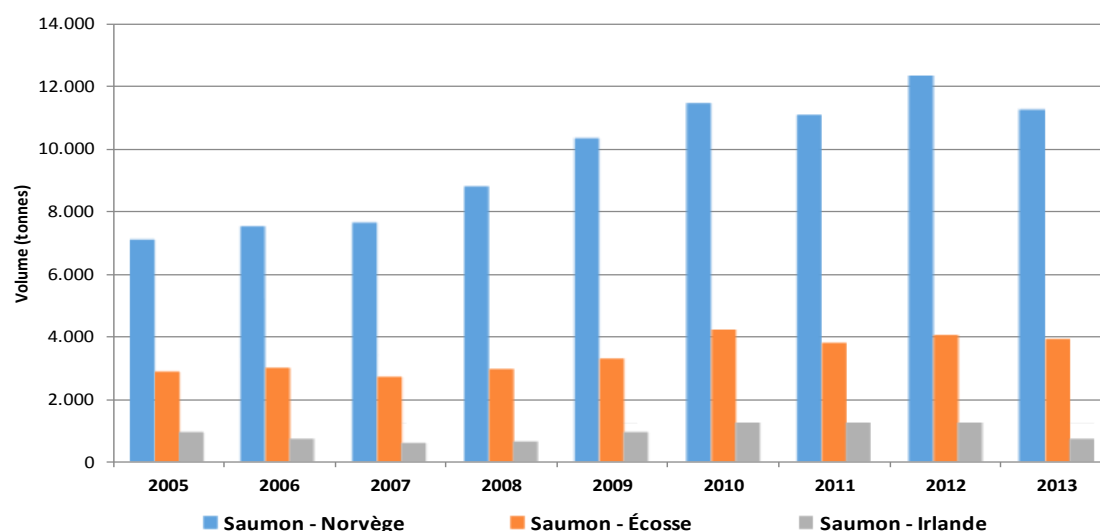


Source : Panel distributeur (Nielsen), dans la presse professionnelle française (Produits de la Mer, Linéaires).

Le comportement d'achat des consommateurs français en 2013 a eu des effets négatifs sur les parts de marché des produits d'origine norvégienne pour les raisons suivantes :

- En premier lieu, les investissements en marketing des transformateurs français en faveur de l'innovation et la promotion de produits haut de gamme en mentionnant les origines des matières premières.
- En deuxième lieu, la forte augmentation du prix au niveau de la distribution (voir chapitre 3.3.).
- En troisième lieu, les effets des campagnes de communication en 2013, dénonçant les conditions d'élevage controversées dans les fermes norvégiennes (basse qualité de l'alimentation, utilisation de pesticides, etc.).

Graphique 7 - Segmentation du marché du saumon fumé de l'Atlantique par origine principale (tonnes)



Source : Élaboration à partir du panel Kantar réalisé pour FranceAgriMer, disponible sur EUMOFA.

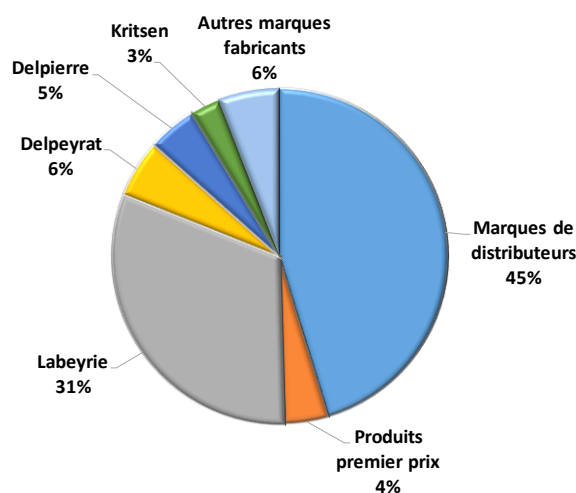
- **La segmentation par produits et marques**

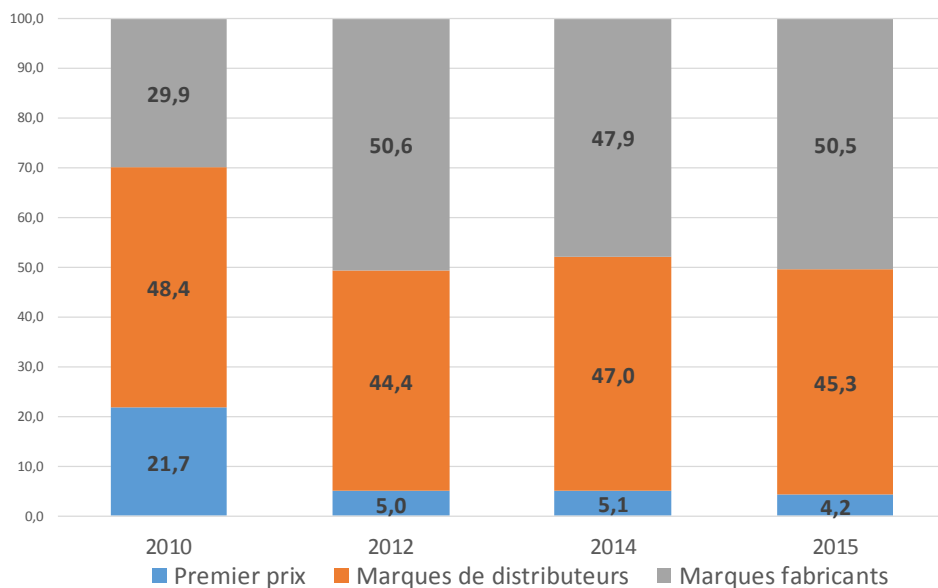
De 2000 à 2010, le marché du saumon fumé a enregistré une réduction drastique de la part des marques de fabricants, de 68 % à 30 % en volume, et une progression symétrique des marques des distributeurs et des produits d'entrée de gamme (parfois sans marque particulière).

Cependant, depuis 2010, les entreprises de transformation françaises ont développé des stratégies marketing efficaces pour la différenciation et la promotion de leurs marques qui ont entraîné un retournement de tendance en 2015. La part des marques commerciales, en valeur, a de nouveau dépassé les 50 %.

Une restructuration de l'industrie du poisson fumé française s'est opérée sur 2012-2013, suite à l'augmentation du prix du saumon frais et à la réduction conséquente de la rentabilité des fabricants. Cette crise a provoqué des défaillances d'entreprises et conduit à la restructuration et à la concentration de la filière, favorisant l'émergence de ces trois grands leaders - Labeyrie et Delpeyrat, deux leaders français du foie gras et des produits festifs, et Marine Harvest Kritsen-Morpol - ayant un plus grand pouvoir de négociation avec la grande distribution.

Graphique 8 - Segmentation du marché par marque dans les supermarchés français (valeur)





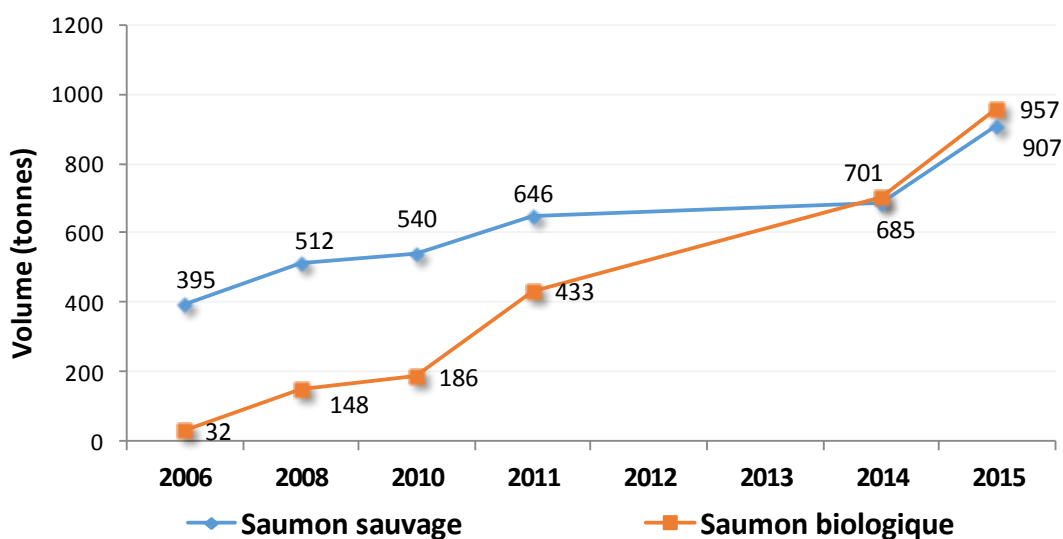
Source : Panel distributeur (Nielsen) et presse spécialisée (Produits de la Mer, Linéaires).

Depuis 2015, les marques commerciales proposent plus de produits de qualité et certifiés (Label Rouge, Bio...) qui leur ont permis de récupérer certaines parts de marché perdues au cours des années précédentes. Cette dynamique a eu un impact négatif sur les produits d'entrée de gamme importés de Pologne.

2.2.4 Les tendances dans les segments de qualité

Même s'ils représentent une part mineure du marché (< 10 %), les produits de «haut de gamme» (saumon sauvage, saumon biologique et truite, ...) attirent de nouveaux consommateurs et progressent de façon significative (volume multiplié par 2,5 entre 2010 et 2015) malgré des prix plus élevés.

Graphique 9 - Segmentation du marché du saumon fumé dans les supermarchés français (volume)



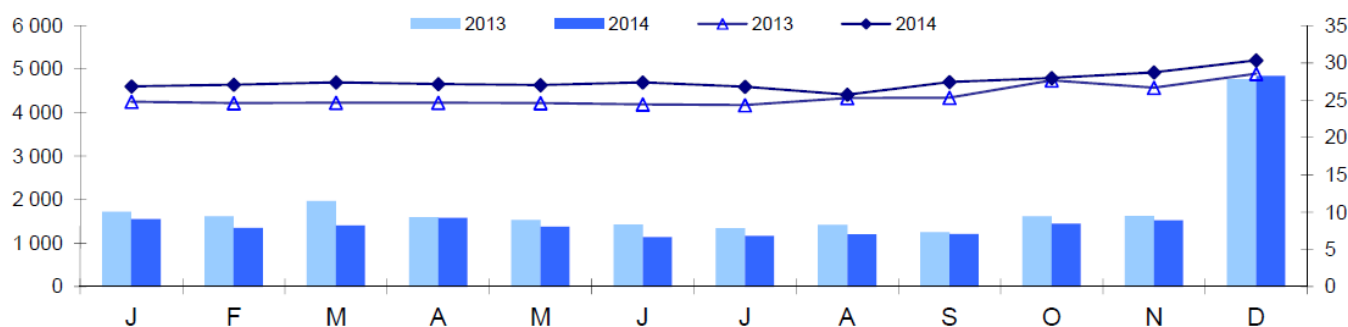
Source : Panel distributeur (Nielsen) et presse spécialisée (Produits de la Mer, Linéaires).

2.2.5 Le caractère saisonnier de la consommation

Une des caractéristiques fondamentales du marché français des salmonidés fumés est que 30 % environ des ventes annuelles sont concentrées sur le seul mois de décembre. Pendant la période des fêtes de fin d'année, le saumon fumé est considéré un produit festif traditionnel, tandis qu'il est consommé comme un plat standard le reste de l'année.

Graphique 10- Saisonnalité de la consommation de saumon fumé en France

(Échelles : droite - volume en tonnes, gauche - prix en EUR/kg)



Source : Panel Kantar pour FranceAgriMer.

2.3 Les principaux moteurs du marché

L'analyse des tendances récentes du marché montre que les principaux moteurs sont :

- La concurrence entre les distributeurs (marques de distributeurs et premier prix) et les transformateurs (marques commerciales). Le rapport de force a été modifié de façon significative avec la récente restructuration de l'industrie européenne du saumon fumé.
- La Compétition entre les produits d'entrée de gamme et de haut de gamme (jambon et autres produits de viande tranchés) et l'élasticité-prix de la demande, dans un contexte d'augmentation du prix de la matière première.
- Le plus grand intérêt des consommateurs français pour la qualité et l'image des différents produits de saumon fumé.

3 LES PRIX AUX DIFFERENTS STADES DE LA FILIERE

Ce chapitre analyse les données disponibles sur les prix (EUMOFA et autres sources) et leurs évolutions à différents niveaux de la filière du saumon fumé en France, avec l'objectif d'établir un cadre pour l'analyse de la transmission des prix (chapitre 4).

3.1 Les prix de la matière première

Les fabricants de saumon fumé français se fournissent presque uniquement en matière première importée (l'aquaculture française produit 1 000 tonnes de saumon de l'Atlantique). La majeure partie du poisson utilisé par les fumeurs est importée de Norvège, entrant dans l'Union européenne par la Suède. Le prix moyen apparent d'un saumon frais entier est estimé par le rapport valeur/volume importé dans les statistiques douanières.

Tableau 3 - Prix du saumon frais entier importé en France

	Saumon, frais ou réfrigéré - entier (03021200 jusqu'à 2011 - 03021300 et 03021400 depuis 2012)							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
IMPORTATIONS (valeur - en euros)	345 276 579	416 286 115	539 526 073	507 661 360	474 587 511	587 879 057	565 714 975	568 198 960
IMPORTATIONS (volume - tonnes)	91 214	107 129	111 100	109 281	116 602	110 977	104 284	107 837
IMPORTATIONS (prix - EUR/kg)	3,79	3,89	4,86	4,65	4,07	5,30	5,42	5,27

	Saumon du Pacifique, frais ou réfrigéré - entier (03021300)			
	2012	2013	2014	2015
IMPORTATIONS (valeur - en euros)	92 291 525	91 810 847	9 578 257	8 053 456
IMPORTATIONS (volume - tonnes)	21 505	16 818	1 530	1 195
IMPORTATIONS (prix - EUR/kg)	4,29	5,46	6,26	6,74

	Saumon de l'Atlantique, frais ou réfrigéré - entier (03021400)			
	2012	2013	2014	2015
IMPORTATIONS (valeur - en euros)	382 295 986	496 068 210	556 136 718	560 145 504
IMPORTATIONS (volume - tonnes)	95 097	94 159	102 754	106 642
IMPORTATIONS (prix - EUR/kg)	4,02	5,27	5,41	5,25

Source : Élaboration venant de COMEXT (importations en volume et en valeur). Les prix moyens annuels sont calculés en divisant la valeur par le volume. Depuis 2012, le saumon de l'Atlantique et le saumon du Pacifique (différentes espèces) sont différenciés dans les statistiques de COMEXT.

La chute de la production au Chili (2009-2010) a été responsable du premier déséquilibre entre l'offre et la demande mondiales. La production chilienne a de nouveau connu un fort repli en 2013, provoquant une nouvelle envolée des prix du saumon frais (+ 30 % par rapport à 2012).

3.2 Les prix sortie usine

Deux sources sont disponibles en France pour estimer, sur une base annuelle, les prix moyens sortie pour le saumon fumé (et pour la truite) :

- Les données sont collectées par l'organisation professionnelle française des fabricants de saumon fumé (STF-ADEPALE).
- Les statistiques PRODCOM (code 10202420), récoltées par ADEPALE.

Tableau 4 - Prix sortie usine des salmonidés fumés en France (tous les types de présentation, saumon + truite)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PRODCOM (EUR/kg)	17,1	17	17,3	15,8	ND	18,7	17,8	20,6	21,8
ADEPALE (EUR/kg)	15,3	15,8	15,1	15,4	16,5	16,8	15,8	17,6	17,9

Source : Les prix sortie usine d'ADEPALE sont calculés en divisant la valeur des ventes annuelles de la filière par le volume de produits. Données PRODCOM (10202420 jusqu'en 2011, 10202425 depuis 2012 - ventes de saumon et de truite fumés).

Considérant que les données d'ADEPALE relatives au chiffre d'affaires et au volume peuvent inclure d'autres produits que le saumon fumé, les prix sortie usine utilisés dans les chapitres suivants proviennent de PRODCOM, sauf pour l'année 2010 où les données ADEPALE sont utilisées (aucune donnée PRODCOM disponible pour cette année).

3.3 Le prix au stade de détail

Les prix moyens annuels de la truite et du saumon fumés au stade de détail sont suivis par FranceAgriMer au travers d'un panel de consommateurs. Le saumon fumé de Norvège est la référence de milieu de gamme ; les origines Irlande et Écosse étant principalement commercialisés en haut de gamme.

Graphique 11 - Prix au détail du saumon de l'Atlantique et de la truite fumés en France (EUR/kg, TVA incluse)

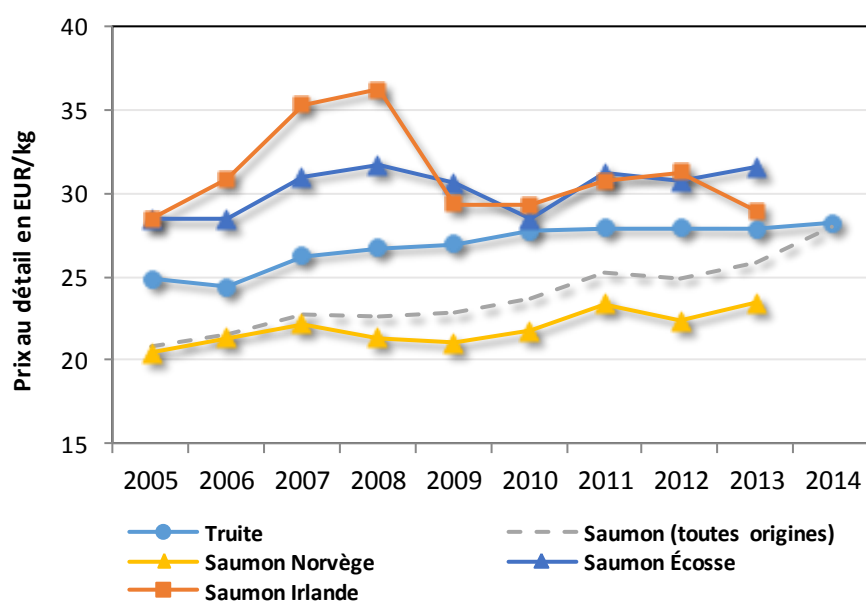


Tableau 5 – Prix de détail de la truite et du saumon fumés, par origine (en euros, TVA incluse)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Truite	24,9	24,4	26,3	26,8	27	27,8	28	28	27,9	28,3
Saumon (toutes origines)	20,8	21,5	22,7	22,6	22,8	23,7	25,2	24,9	25,9	28
Saumon Norvège	20,5	21,4	22,2	21,4	21,1	21,8	23,4	22,4	23,5	ND
Saumon Écosse	28,5	28,5	31	31,7	30,6	28,5	31,2	30,8	31,6	ND
Saumon Irlande	28,5	30,9	35,4	36,3	29,4	29,3	30,8	31,3	29	ND

Source : Élaboré à partir de l'annuaire statistique de FranceAgriMer. ND : non disponible

Les prix apparents « sortie usine » concernent le prix moyen de plusieurs gammes de produits (les industriels du fumage transforment généralement de la truite et du saumon de différentes origines).

Il est donc plus pertinent de considérer à la fois les produits à base de saumon et de truite et de calculer un prix moyen pour l'ensemble des produits de salmonidés fumés (tableau 6).

Tableau 6 - Prix moyen au détail du saumon et de la truite fumés (en euros, TVA incluse) en France

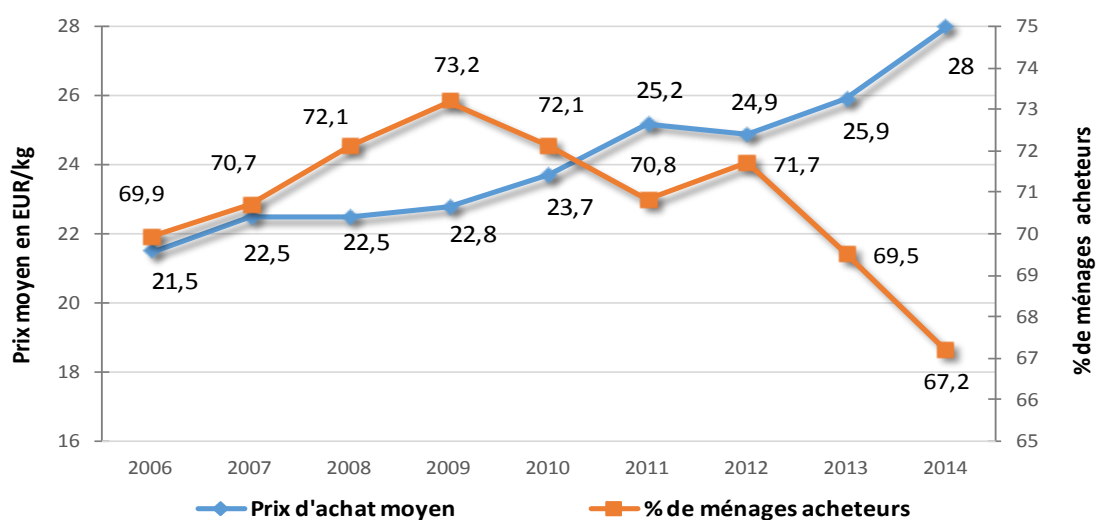
Valeur (euros)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Saumon + truite	21,8	23	22,9	23,1	24,1	25,5	25,2	26,1	28,0

Source : Panel Kantar – FranceAgriMer.

3.3.1 L'élasticité-prix

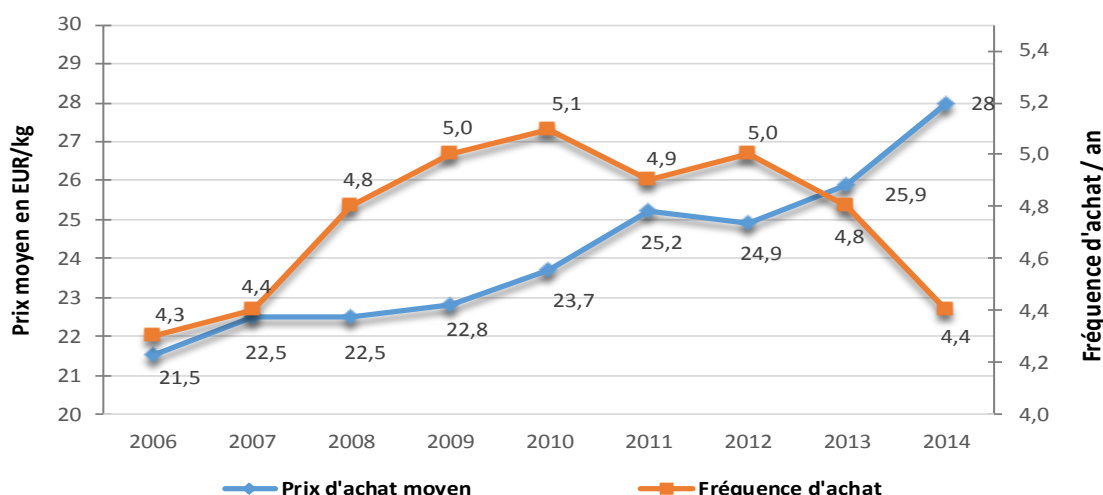
FranceAgriMer et le panel Kantar fournissent quelques indications sur le rapport entre le prix et les achats des consommateurs. Les graphiques 12 et 13 indiquent une rupture dans le comportement d'achat du consommateur français lorsque le prix au détail du saumon fumé a atteint 25 EUR/kg.

Graphique12 - Rapport entre prix au détail du saumon fumé et le % de ménages acheteurs



L'augmentation de 1 EUR/kg du prix de détail observée en 2013 (consécutive à la hausse de 30 % du prix du saumon frais entier) a entraîné une baisse de la part des ménages acheteurs et de la fréquence d'achat. Cette tendance s'accroît en 2014, avec une nouvelle augmentation du prix de détail d'environ 2 EUR/kg.

Graphique 13 - Rapport entre prix du saumon fumé et fréquence d'achat



Source : Élaboré par FranceAgriMer

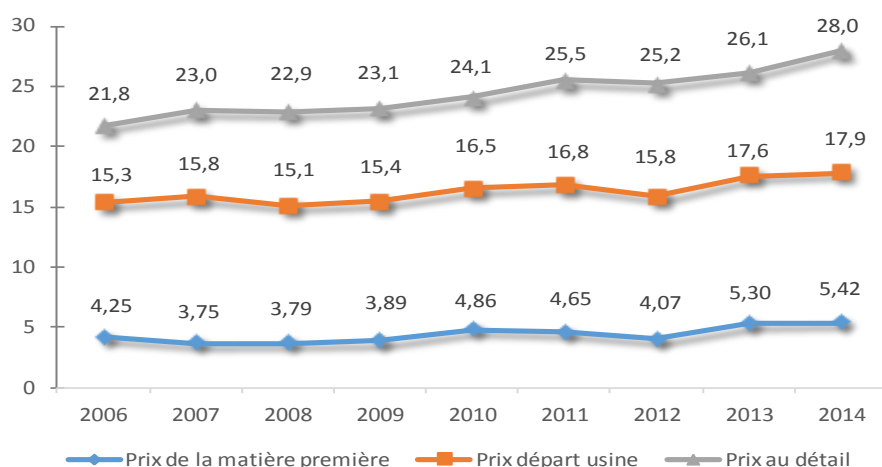
4 TRANSMISSION DES PRIX DANS FILIERE

Ce chapitre présente une synthèse des prix moyens annuels disponibles aux différents maillons de la filière, un éclairage sur le partage de la valeur entre les acteurs et une première analyse des coûts et des marges basée les comptes financiers des fumeurs de saumon.

4.1 L'analyse des séries temps-prix

La figure suivante présente l'évolution des prix calculés au chapitre 3. Les évolutions des prix observées aux trois stades apparaissent relativement symétriques sur la période et directement liées au prix du saumon frais.

Graphique14 - Prix moyens annuels dans la chaîne d'approvisionnement



Sources : Élaboré à partir de COMEXT (saumon frais importé), PRODCOM (prix sortie usine) et panel Kantar (prix au détail). Voir tableaux 3 et 6 pour les méthodes de calcul et les limites.

Une première approche est de calculer la « part » de la valeur captée par chaque niveau/acteurs de la chaîne en % du prix final (voir tableau 7). Les pourcentages indiquent une « situation moyenne » ; ils peuvent être très différents pour plusieurs produits et plusieurs types d'acteurs (gros transformateurs / distributeurs, petites et moyennes entreprises et distributeurs...).

Tableau 7 - Distribution de la valeur entre les maillons de la filière

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fournisseurs	19,5 %	16,3 %	16,6 %	16,8 %	20,2 %	18,2 %	16,2 %	20,3 %	19,4 %
Transformateurs	50,7 %	52,4 %	49,4 %	49,7 %	48,4 %	47,7 %	46,5 %	47,1 %	44,6 %
Distributeurs	29,8 %	31,3 %	34,1 %	33,5 %	31,4 %	34,1 %	37,3 %	32,7 %	36,1 %

Sources : Pourcentages calculés à partir des prix moyens des importations, sortie usine et distributeur (graphique 14).
L'analyse de la valeur finale payée par les consommateurs par niveau est calculée comme suit :
Fournisseurs : prix importations / prix au détail.
Industrie de transformation : (prix sortie usine - prix importations) / prix au détail.
Distributeurs : (prix au détail - prix importations) / prix au détail.

4.2 Coûts et marges dans la filière du saumon fumé

Les tableaux et figures suivantes présentent l'information disponible sur les coûts et les marges dans la filière du saumon fumé en France, et mettant en lumière la transmission des prix dans la chaîne d'approvisionnement. Ces éléments sont analysés pour deux années : 2009 et 2013 (les comptes financiers de 2014 de la DCF n'étant pas disponibles à la date de réalisation de l'étude).

La méthodologie utilisée pour reconstituer la transmission des prix dans l'industrie de la transformation est la suivante :

- Le prix apparent de la matière première, le prix sortie-usine pour les produits transformés fumés et le prix au détail sont ceux calculés au chapitre précédent ;
- Le « rendement de transformation » global est estimé, pour toute l'industrie de fumage et l'ensemble des produits, par le rapport entre le volume de matière première utilisé divisée par le volume de produits transformés commercialisés. Il permet de calculer le coût réel de la matière première en intégrant les pertes liées à la transformation (têtes, arrêtes, peau...)². Il est finalement exprimé à un coût en EUR/kg de matière première ;
- Les coûts opérationnels « globaux » (coûts de la main d'œuvre + emballage + coûts de logistique) sont issus des comptes financiers (2009 et 2013) agrégés des fabricants français spécialisés dans le fumage de truite et de saumon. A noter que les règles de présentation des comptes fiscaux français ne permettent pas d'obtenir des informations plus détaillées sur les coûts de transformation spécifiques, comme l'énergie ou les coûts d'emballage. Les coûts sont exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires et le pourcentage est ensuite appliqué au prix sortie usine pour les obtenir en EUR/kg ;
- La marge d'exploitation (EBITDA) est déduite des comptes financiers et convertie en EUR/kg ;

² La plus grande partie de la chair - chutes de découpe et pulpe - est valorisée dans la fabrication de plats préparés ou dans le pet-food. Seules les arêtes et la peau constituent des pertes nettes.

- Enfin, il est vérifié que l'addition des coûts et des marges de l'industrie de la transformation rapportée au prix de la matière première est en cohérence avec le prix moyen de sortie usine (ce qui est le cas pour la filière française du saumon fumé en 2009 en 2013).

Les détails des calculs sont indiqués au tableau 8.

L'analyse de la transmission des prix dans la grande distribution est très difficile, compte tenu du haut niveau de concentration de l'activité et de la faible volonté des distributeurs à communiquer leurs coûts et marges. En outre, les résultats financiers liés aux produits de la pêche et de l'aquaculture ne sont pas isolés des autres postes alimentaires ou non alimentaires dans les comptes publics des entreprises. Il est donc impossible de détailler les charges et marges pour les produits de saumon et de truite fumés.

En l'absence de données disponibles, la part de la distribution dans la chaîne de valeur est déduite de la différence entre le prix au détail (TVA exclue, qui est de 5,5 % pour l'alimentation en France) et le prix sortie usine (voir tableau 8 et graphique 15 aux pages précédentes).

Tableau 8 - Coûts et marges de la filière du saumon fumé en France (2013)

Coûts et marges	EUR/kg	% de prix sortie usine	% de prix au détail
Matières premières (importations) (1)	5,3	25,7 %	20,3 %
Rendement de la transformation sur la matière première (2)	5,6	27,1 %	21,4 %
Transformation, emballage et coûts logistiques (3)	4,1	20,0 %	15,8 %
Coûts de main d'œuvre (4)	3,9	18,7 %	14,8 %
Marge d'exploitation de la transformation (5)	1,7	8,5 %	6,7 %
Prix sortie usine (6)	20,6	100,0 %	78,9 %
Coûts et marges de distribution (7)	4,1		15,6%
TVA (5,5 %) (8)	1,4		5,5 %
Prix au détail (TVA incluse) (9)	26,1		100,0 %

Sources :

(1) Prix moyen annuel du saumon frais de l'Atlantique importé calculé depuis COMEXT.

(2) Le rendement global de la transformation est de 49 % selon l'organisation française de fabricants de poisson fumé STF-ADEPALE. Ce rendement est calculé à partir des coûts de matière première, apparaissant dans les comptes consolidés des plus grandes entreprises françaises spécialisées dans le saumon fumé et la truite. Sur la base d'un prix moyen de 5,30 EUR/kg pour le saumon de l'Atlantique importé de la Norvège, les coûts nets de la matière première, prenant en compte les pertes pendant la transformation (têtes, entrailles, vase, dessèchement des os,...) sont estimés à 10,90 EUR/kg.

(3), (4) & (5) Taux moyens des points obtenus de ces comptes consolidés des fabricants français de saumon fumé (DCF de FranceAgriMer).

(3) les autres coûts opérationnels (à l'exclusion des coûts de main d'œuvre) représentent 20 % du chiffre d'affaires consolidé des transformateurs français (source DCF).

(4) Les coûts de main d'œuvre incluent ceux des employés des entreprises et ceux des employés externes en intérim.

(5) Chiffre d'affaires - achat de matière première - coûts de la main d'œuvre - autres coûts opérationnels.

(6) Le prix moyen sortie usine est calculé à partir des données PRODCOM.

(7) Aucune donnée publique n'est disponible relative aux coûts et aux marges des compteurs des produits de la pêche et de l'aquaculture dans ces grandes entreprises de distribution.

(8) Taux TVA pour les produits alimentaires 2013.

(9) Prix moyen au détail constaté par le panel de consommateurs Kantar (Source FranceAgrimer).

La comparaison des coûts et des marges calculés pour 2009 (cas d'étude précédent) et 2013 montre que la hausse des prix de la matière première (+ 36 %) n'a pas été entièrement répercutée sur les prix sortie usine (+ 34 %) et a donc eu des effets sur les marges d'exploitation des transformateurs qui n'ont augmenté que de + 31 % en valeur. Il semble que les distributeurs ont absorbé la majorité des effets de l'augmentation des prix en amont, contenant l'augmentation du prix au détail à « seulement » + 13 %.

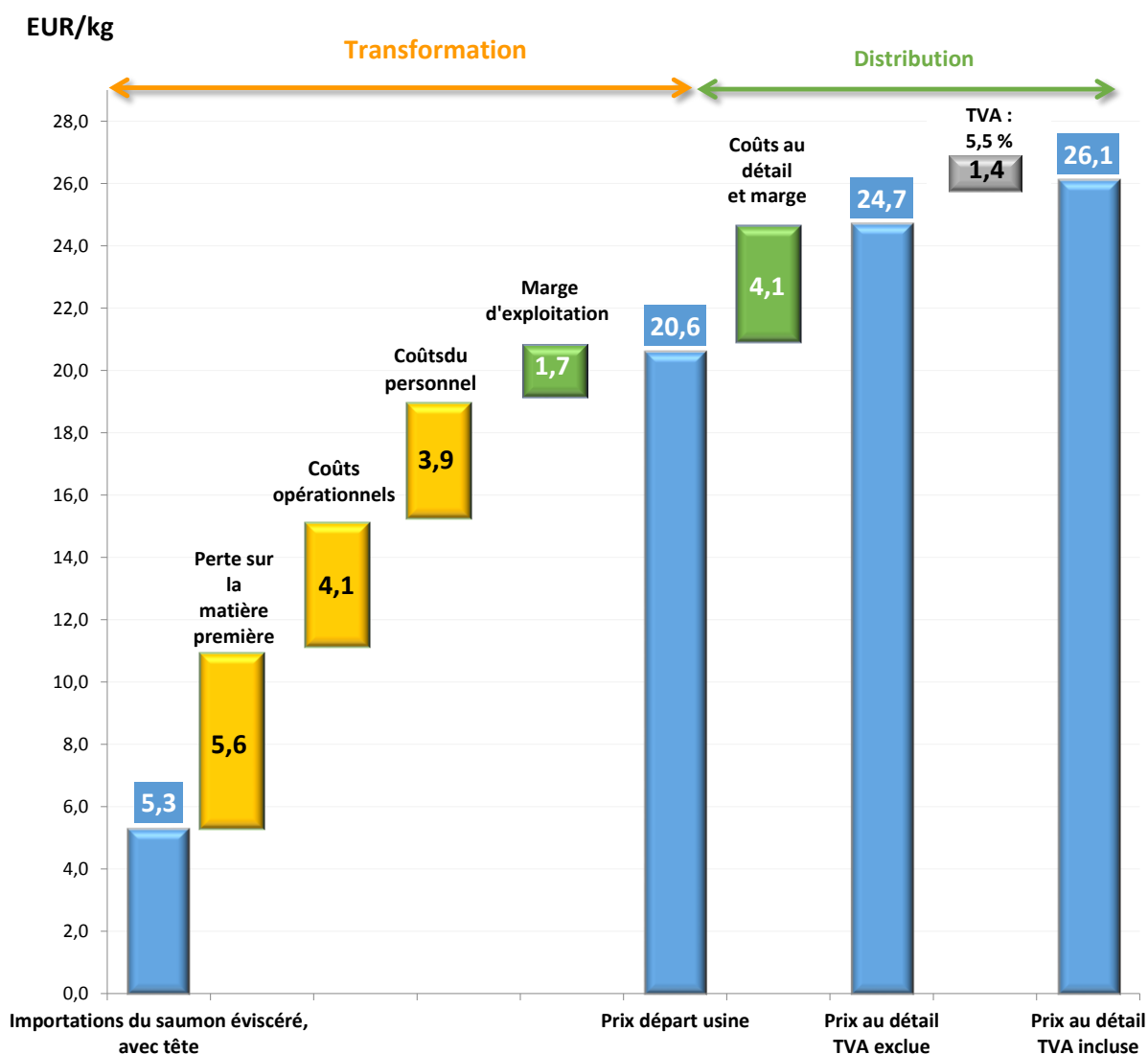
Tableau 9 – Comparaison des coûts et des marges pour 2009 et 2013

Coûts et marges	2009 EUR/kg	2013 EUR/kg	2013/2009 %
Matières premières (importations) (1)	3,9	5,3	36 %
Rendement de la transformation sur la matière première (2)	4,1	5,6	37 %
Transformation, emballage et coûts de logistique (3)	3,7	4,1	21 %
Coûts de main d'œuvre (4)	2,4	3,9	63 %
Marge d'exploitation de la transformation (5)	1,7	1,7	31 %
Prix sortie usine (6)	15,7	20,6	34 %
Coûts et marges de la distribution (7)	6,0	4,1	- 37 %
TVA (5,5 %) (8)	1,3	1,4	17 %
Prix au détail (TVA incluse) (9)	23,1	26,1	13 %

4.3 Analyse de la transmission des prix

Le graphique suivant présente la synthèse des éléments disponibles sur les coûts moyens et les marges permettant d'analyser la transmission des prix dans la filière du saumon fumé français (données de 2013).

Graphique15 - Transmission des prix dans la filière du saumon fumé en France (2013)



Sources : voir tableau 8.

5 TENDANCES ET FACTEURS DETERMINANTS DES PRIX

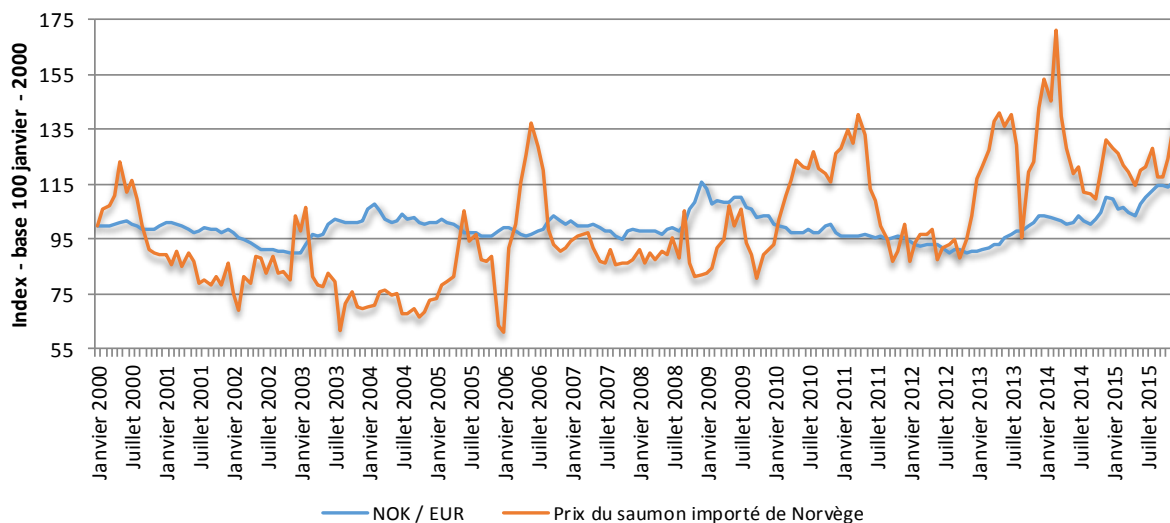
Ce chapitre fournit les informations brutes et une analyse synthétique des facteurs externes influençant les prix à différents niveaux (coûts de la matière première, coût opérationnels des transformateurs et des distributeurs, taux de change, concurrence ...).

5.1 Les prix de la matière première

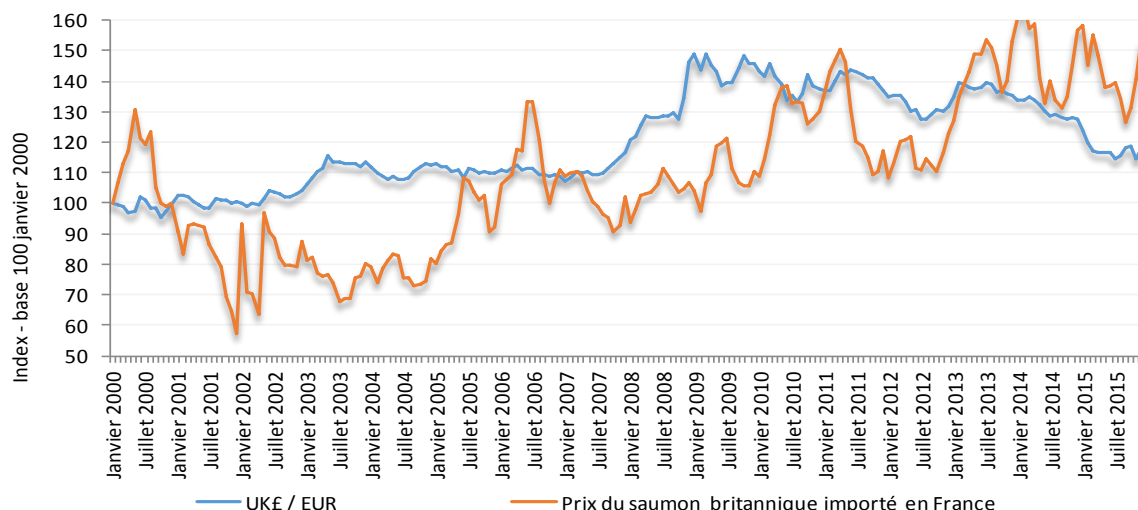
Le marché mondial du saumon est caractérisé par une forte tension entre l'offre et la demande qui se traduit par des fluctuations importantes des prix dès lors que l'équilibre est rompu. Les conséquences d'un approvisionnement insuffisant sur les prix du saumon frais ont été traitées dans les chapitres précédents.

Les graphiques suivants présentent les évolutions du prix du saumon importé en France par origine (NO et UK) et celles des parités des monnaies concernées avec l'Euro.

Graphique 16 - Prix du saumon importé en France depuis la Norvège et taux de change NOK / EUR (index)



Graphique 17 - Prix du saumon importé en France depuis l'Écosse et taux de chan £ / EUR (index)



Source : Élaboration à partir du prix des importations de COMEXT des taux de change de la BCE. La présentation en index 100 permet de comparer visuellement les tendances sur les deux indicateurs.

L'analyse des taux de change entre l'Euro et les monnaies dans lesquelles s'opèrent les achats de saumon en Europe (Livre sterling et Couronne norvégienne)) indique que :

- Aucune corrélation évidente n'est observée entre les taux de change et les prix du saumon frais à l'importation (graphiques 16 et 17), notamment sur l'origine Norvège dont provient plus de la moitié de la matière première utilisée par les transformateurs européens ;
- Le facteur déterminant reste la capacité d'approvisionnement mondial. La baisse de la production chilienne a été à l'origine des deux crises des prix sur la dernière décennie.

5.2 Les prix sortie usine

Restructuration de l'industrie de transformation

La filière polonaise du saumon fumé a connu un fort développement lors des dix dernières années, partiellement soutenue par les fonds européens (IFOP et FEP). L'industrie s'est rapidement concentrée : le leader Morpol et son concurrent Suempol représentaient déjà plus de 80 % du chiffre d'affaires des fabricants polonais en 2009.

Après avoir conquis le marché allemand, les transformateurs polonais ont rapidement ciblé le marché français, très attractif en termes de volume et de prix de vente. En 2009, Morpol a investi dans une plateforme logistique dans l'est de la France dans le but d'approvisionner la France et les autres marchés européens, puis a construit une installation de transformation de 12 000 t en 2012. Suempol est entré sur le marché en reprenant le transformateur français Marcel Baey à Boulogne-sur-Mer en 2013.

Parallèlement, le spécialiste français des marques de distributeurs ; Meralliance a repris une installation de production en Pologne en 2008.

La concentration de la filière du saumon fumé a entamé une nouvelle étape lors de la reprise de Morpol par Marine Harvest et l'achat de Meralliance par Thai Union Frozen Products en 2015.

Tableau 10 – Principaux acteurs européens de la filière du saumon fumé.

Tonnages annuels en équivalent matière première (entier, éviscéré)			
70 - 90 000	20 - 40 000	10 - 20 000	5 - 10 000
Marine Harvest / Morpol (PL-FR-UK)	Labeyrie (FR-UK)	Norvelita (LT)	Martiko (ES)
		Young's Seafood (UK)	Friedrichs (DE)
		Meralliance (FR-PL)	Neptune Intl. (DE)
		Suempol (PL-FR)	Intermarché (FR)
		Delpeyrat (FR)	Foppen (NL)
		Lerøy (NL-SE-NO)	Ubago (ES)

Source : Kontali, cité dans le rapport 2014 de Marine Harvest

Les interactions entre les transformateurs français et polonais sont donc un élément clé de la segmentation du marché et potentiellement un élément déterminant des prix sur le marché français : Les transformateurs polonais fournissent les segments d'entrée et de milieu de gamme à des prix très compétitifs, tandis que les transformateurs français fournissent les produits premium, à des prix permettant de couvrir les coûts de production français

La Pologne était le troisième fournisseur du marché français en 2006. Elle est devenue le premier en 2008 et reste depuis lors le principal fournisseur, spécialement en ce qui concerne les produits à bas prix et les produits en petites tranches de petits calibres (graphique 18 et tableau 11, page suivante). La valeur des exportations polonaises vers la France a été multipliées par 7 depuis 2006.

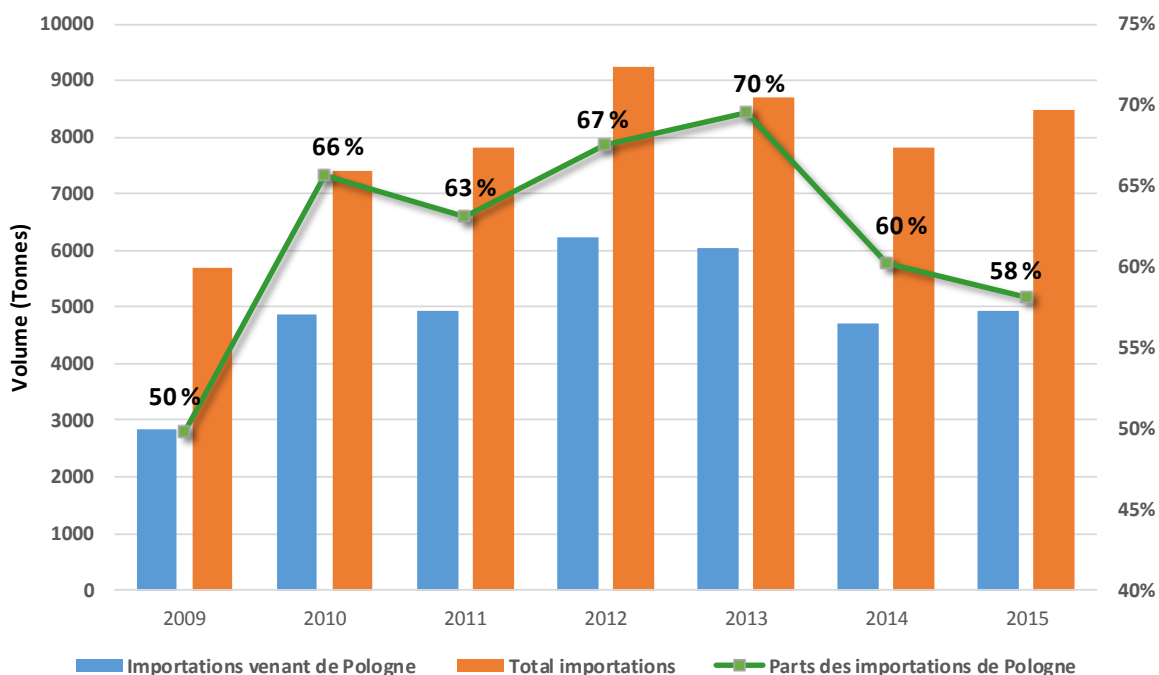
Toutefois, les importations françaises de saumon fumé venant de Pologne se sont retournées en 2014 avec une chute de 1 300 tonnes. La part du saumon fumé polonais dans les importations françaises, qui atteignait 72 % en 2013, a chuté à 63 % en 2014.

Le recul des positions commerciales des fabricants polonais s'explique par deux évolutions clés :

- Une évolution du marché français. La défiance des consommateurs français envers les produits d'entrée de gamme, en partie due aux campagnes de mise en cause des conditions d'élevage en Norvège, conjuguée aux efforts d'innovation commerciale et de communication des

- fabricants en faveur de produits « supérieurs », ont fait baisser la demande de produits d'entrée de gamme ;
- Une évolution de la concurrence. Les fabricants de poissons fumés lituaniens sont apparus récemment comme de nouveaux acteurs, très compétitifs sur ce segment, et se sont développés sur le marché français, au détriment des fournisseurs polonais sur les produits d'entrée de gamme.

Graphique 18 – Importations françaises de saumon fumé en provenance de Pologne



Source : Élaboration de COMEXT (importations en volume) et part de marché calculée / ADEPALE

Prix du saumon fumé importé / prix sortie usine France

Les prix moyens des saumons fumés importés sont nettement inférieurs à ceux observés au niveau sortie usine en France (6,3 EUR en 2013). Cette différence peut être attribuée aux importations de produits d'entrée de gamme ou de moyenne gamme et/ou à un mélange entre les produits finis conditionnés en UVC avec des filets entiers fumés non coupés et/ou des co-produits (chutes de coupe) utilisés par l'industrie française dans l'élaboration de plats cuisinés.

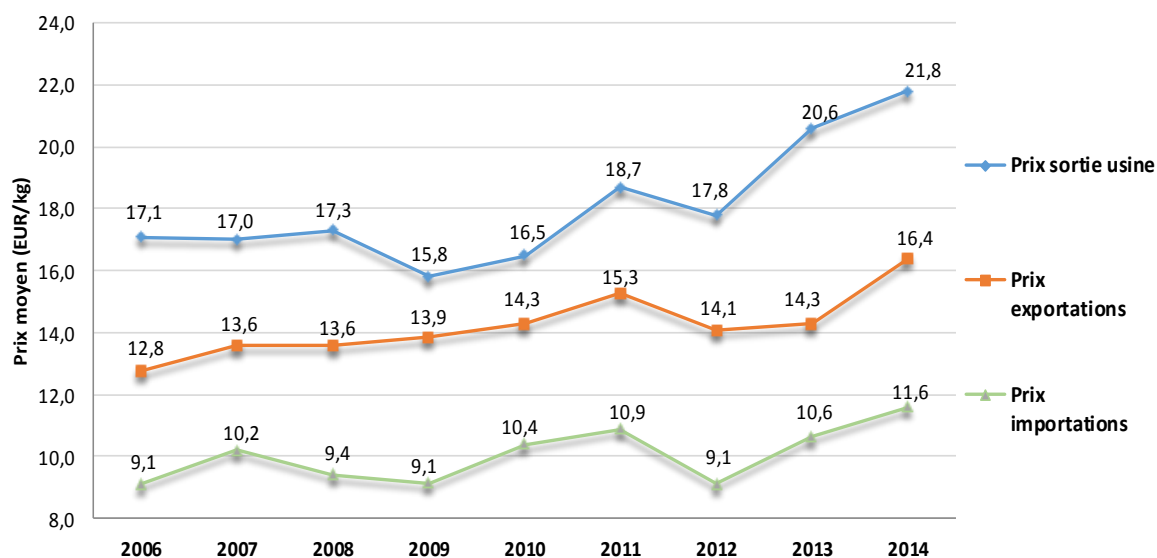
Le tableau ci-dessous représente les prix moyens annuels des produits fumés à base de saumon importés en France.

Tableau 11 - Importations de produits du saumon fumé en France par origine

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Valeur (euros)							
Pologne	26 650 874	51 795 987	53 278 654	55 830 818	64 715 049	54 229 088	52 814 881
Allemagne	11 981 713	10 479 932	11 743 541	11 342 768	11 823 484	13 575 709	13 966 179
Royaume-Uni	5 831 629	5 464 479	7 784 810	5 204 207	4 660 998	7 793 033	11 877 396
Danemark	2 328 956	3 519 651	3 458 847	2 957 728	3 225 554	2 723 891	2 188 288
Belgique + Lux.	2 571 825	3 395 813	3 395 813	4 339 935	4 835 328	6 698 681	8 186 420
Autres	2 751 507	2 253 392	5 249 007	4 591 768	3 183 092	5 615 330	5 842 601
TOTAL	52 116 504	76 909 254	84 910 672	84 267 224	92 443 505	90 635 732	94 875 765
Volume (tonnes)							
Pologne	2 842	4 863	4 925	6 243	6 048	4 713	4 919
Allemagne	1 251	857	962	1 092	1 079	1 115	1 269
Royaume-Uni	988	843	945	806	629	861	1 157
Danemark	245	392	303	275	296	236	186
Belgique + Luxembourg	190	266	199	325	324	519	605
Autres	189	192	475	511	320	382	339
TOTAL	5 705	7 413	7 809	9 252	8 696	7 826	8 475
Prix moyens du saumon fumé importé (EUR/kg)							
Pologne	9,38	10,65	10,82	8,94	10,70	11,51	10,74
Allemagne	9,58	12,23	12,21	10,39	10,96	12,18	11,01
Royaume-Uni	5,90	6,48	8,24	6,46	7,41	9,05	10,27
Danemark	9,51	8,98	11,42	10,76	10,90	11,54	11,76
Belgique + Luxembourg	13,54	12,77	17,06	13,35	14,92	12,91	13,53
Autres	14,54	11,74	11,05	8,98	9,96	14,72	17,23
TOTAL	9,13	10,38	10,87	9,11	10,63	11,58	11,19

Source : Élaboration venant de COMEXT (importations en volume et en valeur) - saumon fumé du Pacifique et de l'Atlantique (03054100)

Graphique 19 - Tendances dans les prix de sortie usine du saumon fumé en France / produits importés



Sources :
 Prix apparent des importations et des exportations : COMEXT, voir tableau 48, Prix moyen sortie usine : PRODCOM 43

On peut, grossièrement, apprécier la compétitivité-prix relative des transformateurs polonais et français en comparant les prix sortie usine (tableau 12 et graphique 20).

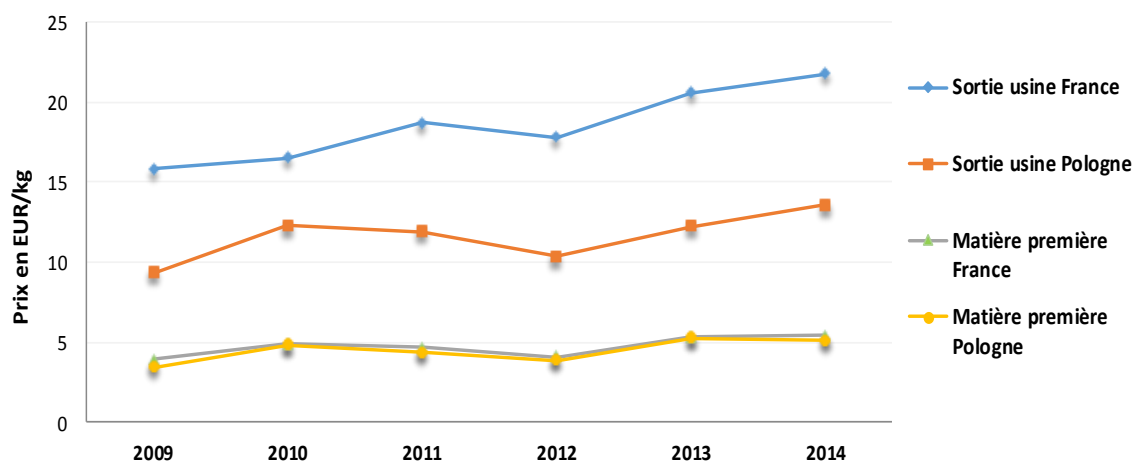
Les prix moyens sortie usine des fabricants polonais apparaissent très légèrement supérieurs aux prix moyens d'exportation, ce qui traduit la prédominance de produits à bas prix dans les produits exportés vers la France (entrée de gamme premier prix et tranches fines).

Les prix apparents de la matière première (prix moyen du saumon frais entier à l'importation) sont très proches pour la France et la Pologne (+ 0,23 € pour la France, liés à un plus grand éloignement), mais les coûts opérationnels (différence entre les coûts de la main d'œuvre et de process, ainsi que dans la présentation et le positionnement des produits) se traduisent par des coûts sortie usine supérieurs à environ 5 euros en France (+ 30 à + 35 % par rapport au prix sortie usine en Pologne).

Tableau 12 - Prix moyens des produits du saumon fumé en Pologne

Prix en EUR par kg	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prix sortie usine	9,3	12,3	11,9	10,3	12,2	13,6
Prix des exportations, toutes destinations	9,7	11,1	11,7	10,0	11,6	12,9
Prix d'exportation vers la France	9,4	10,7	10,8	8,9	10,7	11,5
Matières premières (importations)	3,4	4,8	4,3	3,8	5,3	5,1

Graphique 20 – Comparaisons entre la matière première et les prix sortie usine en France et en Pologne



Sources : Prix d'importations et d'exportations : COMEXT. Prix sortie usine : PRODCOM

5.3 Perspectives d'évolution

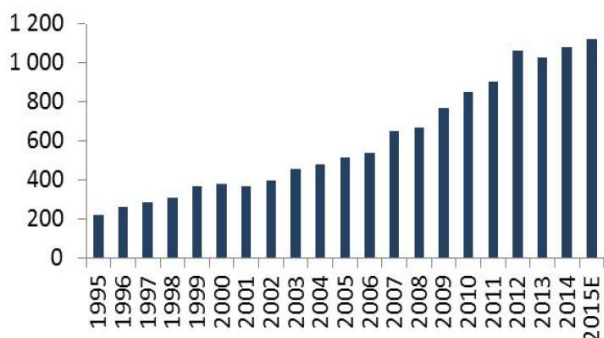
L'approvisionnement mondial en saumon de l'Atlantique a augmenté avec un taux de croissance annuel moyen (CAGR³) de 9 % sur la période 1994-2004 (voir graphique 21 page suivante). Le CAGR a atteint 6 % pendant la période 2004-2014 en raison des chutes des productions chilienne et britannique.

Les prévisions des experts estiment qu'il sera de l'ordre de 3 % par an entre 2014 et 2020 (graphique 22).

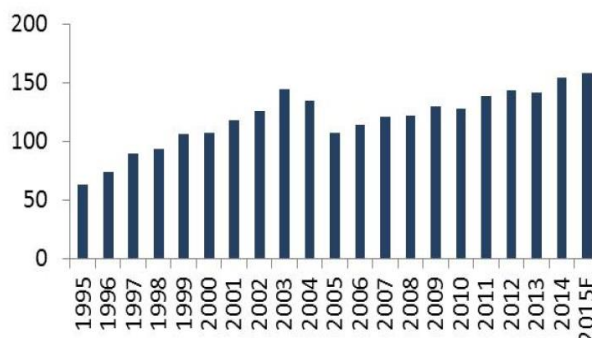
³ Le CAGR (Compound Annual Growth Rate) est le taux de croissance annuel moyen est calculé sur une période de temps spécifique de plus d'un an.

Graphique21 – Production de saumon de l'Atlantique 1995-2015.

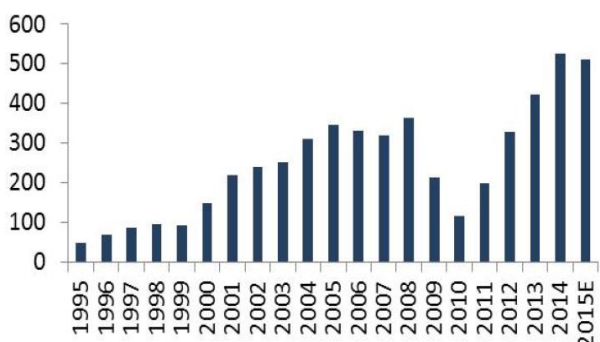
Norvège (CAGR 8%)



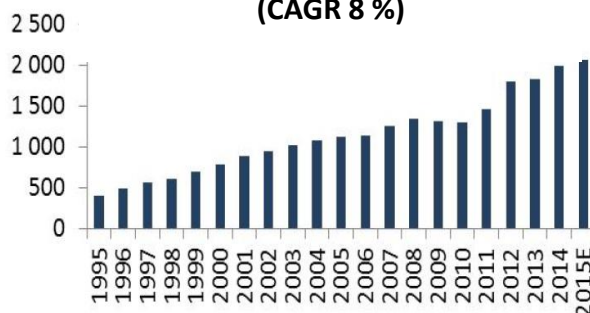
Royaume Uni (CAGR 5%)



Chili (CAGR 12 %)

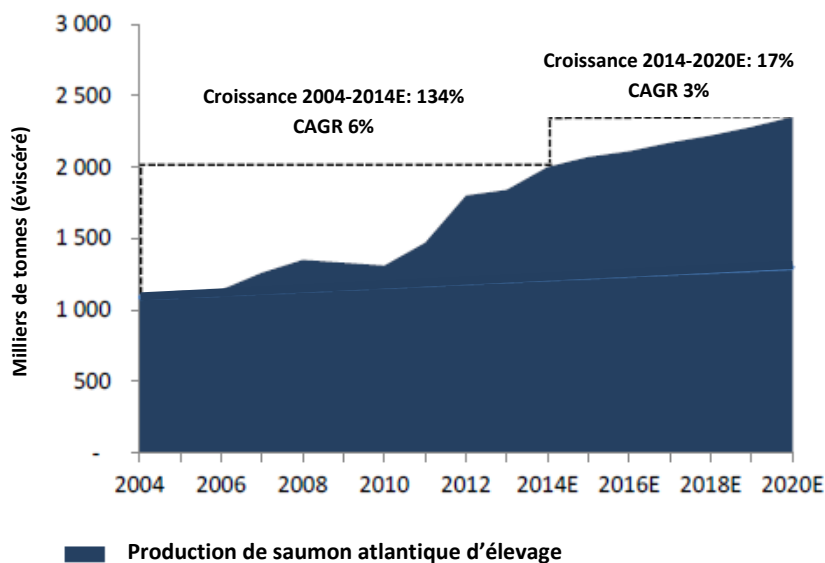


Production mondiale de saumon atlantique (CAGR 8 %)



Source : Salmon Industry Handbook 2015 – Marine Harvest

Graphique 22 – Tendence de croissance et prévision relatives à l'approvisionnement en saumon d'élevage de l'Atlantique.



Source : Kontali, cité dans Salmon Industry Handbook 2015 – Marine Harvest

Les prix resteront élevés et volatiles à moyen terme

La valeur du saumon frais a triplé depuis 2004 tandis que le volume correspondant n'a augmenté que de 85 % (CAGR 6 %). Ceci illustre bien la forte demande qui existe pour le produit. En 2012 et 2013, la demande de saumon a fortement augmenté, entraînant immédiatement une envolée des prix. En 2015, les prix ont baissé en raison de la fermeture du débouché vers la Russie, soumise aux sanctions commerciales européennes.

Le saumon est une denrée périssable, commercialisé très majoritairement en frais. De ce fait, toute la production disponible sur une période donnée doit être consommée dans la même période. Le niveau de production est donc difficile à ajuster sur le court terme puisque le cycle de production dure trois ans. Par ailleurs, la demande est affectée par de fortes variations saisonnières (en particulier pour les produits de saumon fumé). Le marché est en conséquence faiblement élastique sur le court terme, et potentiellement soumis à une grande volatilité des prix.

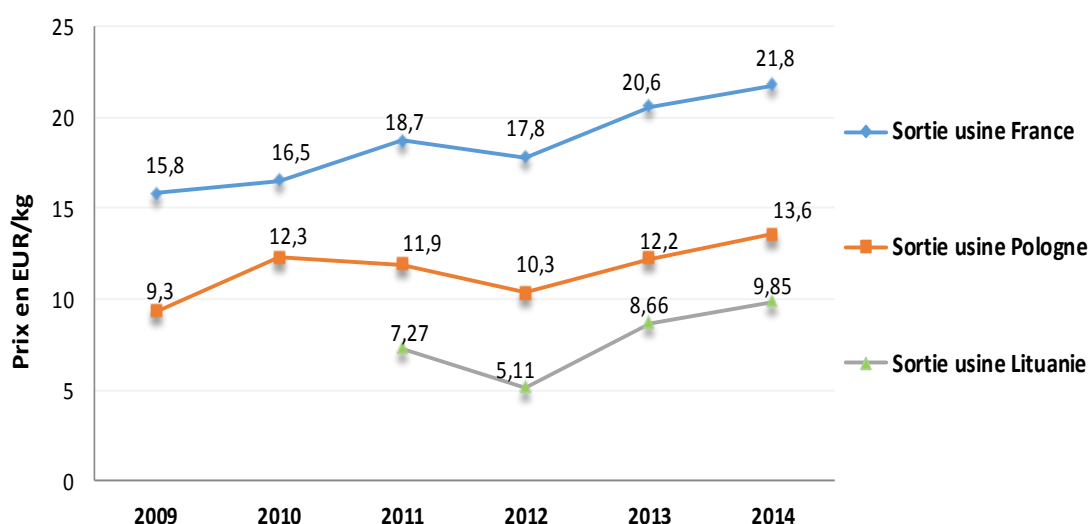
La concurrence entre les transformateurs européens et la consolidation de la filière

Au cours des dix dernières années, l'élevage de saumon et l'industrie de transformation ont été marqués par un mouvement de consolidation et de concentration, au sein de l'UE et dans d'autres régions, qui n'est probablement pas encore arrivé à son terme.

L'intégration verticale (Marine Harvest) et l'investissement de la part d'acteurs externes à la filière européenne du saumon fumé (acquisition de Meralliance, leader français des marques de distribution par Thai Frozen Union) ira plus loin, même le secteur semble déjà concentré (voir tableau 10).

La concurrence entre les transformateurs européens sur le marché de l'UE continuera probablement à court terme, compte tenu des différences de compétitivité-prix entre les fabricants de l'Europe de l'Ouest et de l'Est. Par exemple, les prix sortie usine en France sont bien au-dessus de ceux observés dans l'industrie polonaise et plus encore que ceux de l'industrie lituanienne, nouvel acteur qui se révèle très compétitif (graphique 23).

Graphique 23 – Prix sortie usine du saumon fumé en France, Lituanie et Pologne.



Source : PRODCOM

Les tendances du marché français.

La demande des consommateurs français, affectée de façon négative par la forte augmentation des prix et l'image détériorée du saumon d'élevage norvégien, s'est progressivement rétablie en 2015. Les innovations et les campagnes de communication des principaux industriels travaillant sous marque propre, ont réussi à rétablir la confiance des consommateurs en faisant la promotion des produits de qualité.

Toutefois, le marché reste peu dynamique, en raison de la hausse importante des prix de détail du saumon fumé. Les produits d'origine Norvège continuent notamment d'être moins appréciés de consommateurs français (- 15 % durant les trois premiers mois 2015).