

FORUM IDEALG – 2014

Algues alimentaires et consommation

LE BRAS Quentin^a

LESUEUR Marie^a

LUCAS Sterenn^b

GOUIN Stéphane^b

^a AGROCAMPUS OUEST, Pôle halieutique – marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr

^b UMR 1302 INRA-Agrocampus Ouest SMART - LERECO



Objectif : Développer la filière « algues » en France

Pôle halieutique : Comment développer le marché des algues alimentaires ?

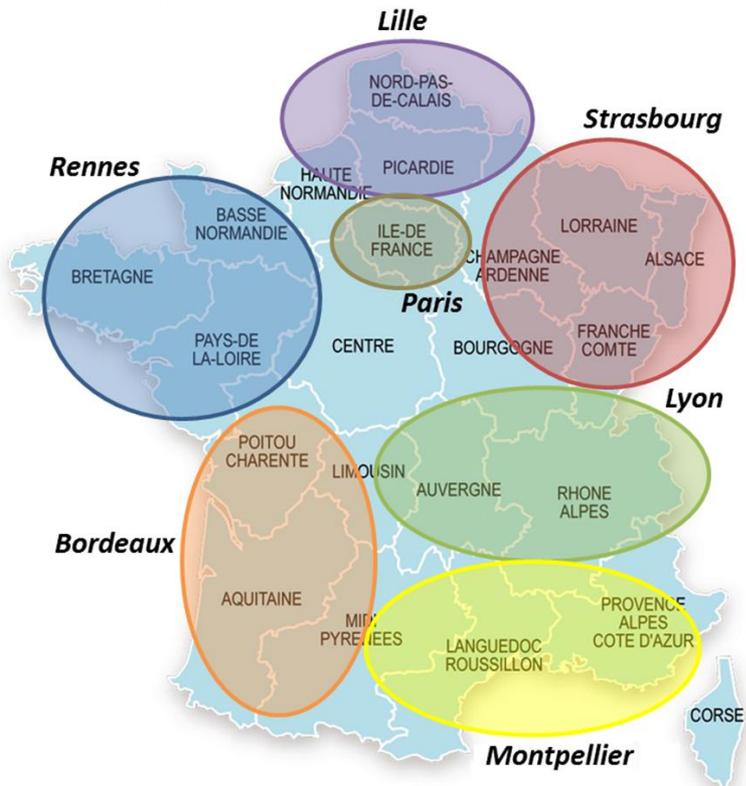
- ➔ **Quelle est la consommation actuelle ?**
- ➔ **Quel est le marché des algues alimentaires ?**
- ➔ **Quelles pistes de développement peut-on imaginer ?**

Constat : Consommations d'algues = phénomène émergeant

➤ très peu d'informations sur la consommation nationale



Source d'informations = la population



<http://www.handi-u.fr/pid24128/carte-des-etablissements.html>

➔ Enquête au niveau national :

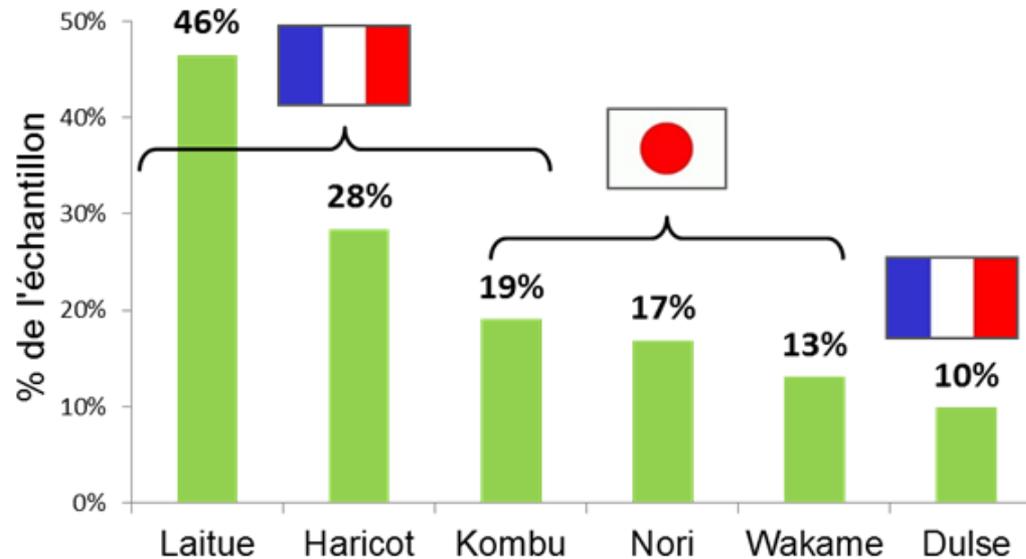
- 7 grandes villes
- 825 enquêtés

➔ Focus groups :

- 5 grandes villes
- 72 participants

➔ Etude des **macroalgues alimentaires**, hors **gélifiants alguaux** et **compléments alimentaires**

❑ Quelle connaissance des algues ?

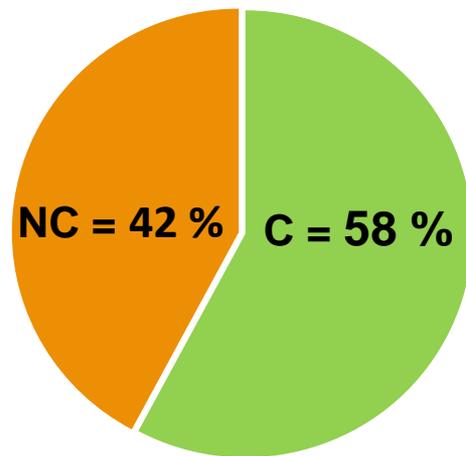


- *Les espèces les plus connues ont un nom Français*
- *1/3 des consommateurs et 1/2 des non consommateurs ne connaît aucune espèce d'algues*



Répartition de l'échantillon

(réponses : 825)



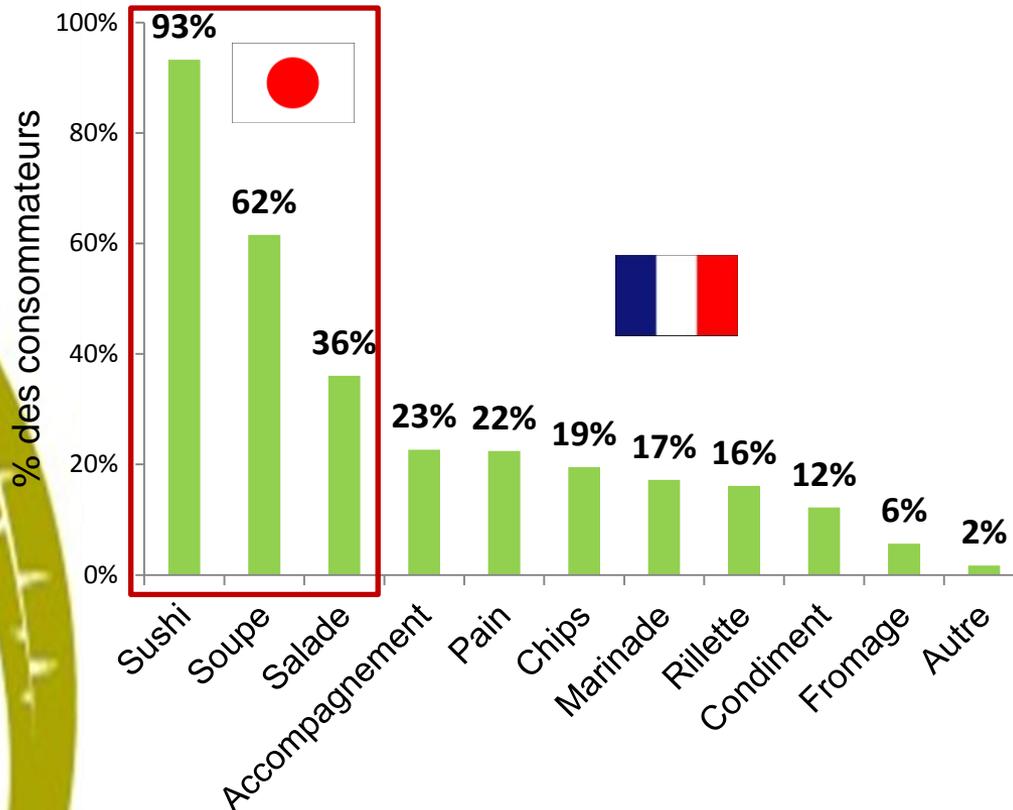
Consommateurs :
consommation d'algues
minimum 1 fois par an

Non consommateurs :
consommation nulle ou
anecdotique d'algues

- *La majorité de la population consomme des algues*
- *Résultats à détailler...*

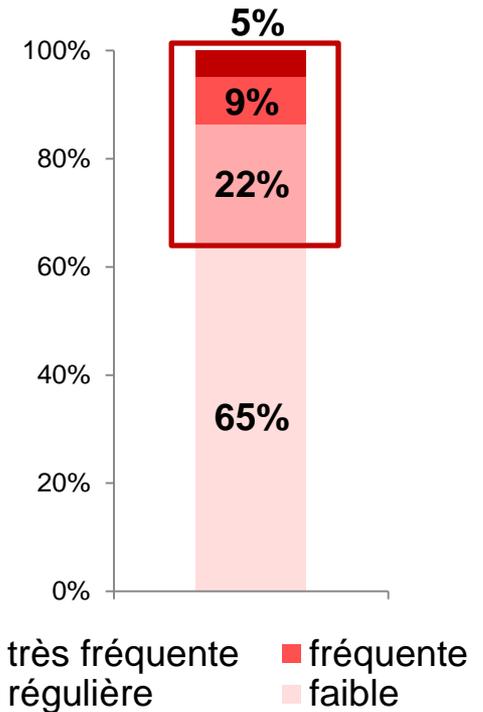
Consommation des produits aux algues

(réponses : 477, NA : 0)



Fréquence de consommation

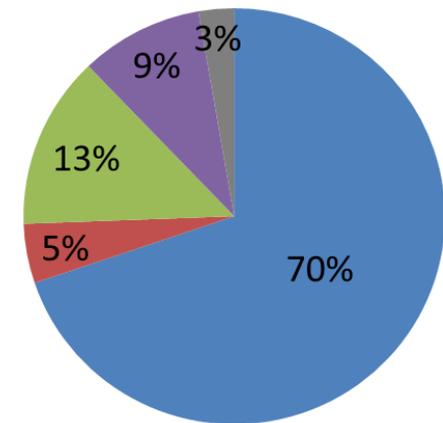
(réponses : 468, NA : 9)



- *Porte d'entrée des algues = cuisine japonaise*
- *Plus d'un tiers des consommateurs en consomment au moins une fois par mois*

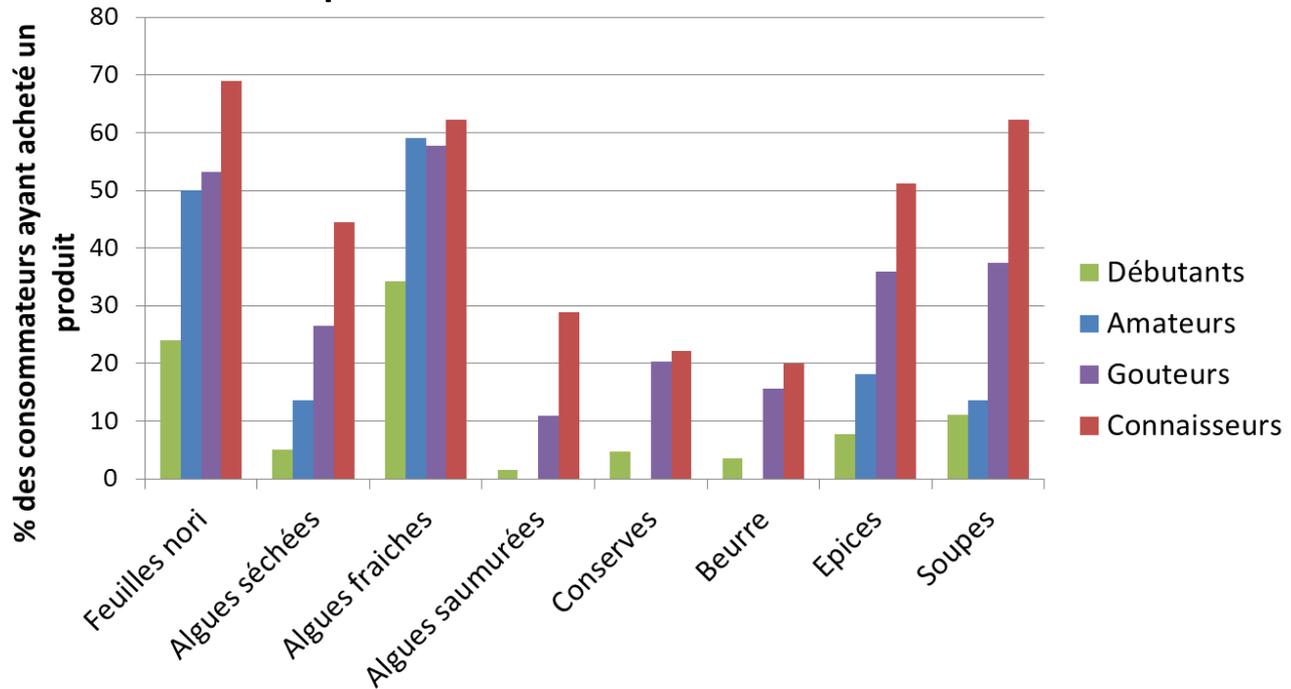
□ Typologie des consommateurs

	Type	Niveau de découverte	Fréquence de consommation	% des consommateurs
	Débutants	Faible	Faible	70 %
	Amateurs	Faible	Elevée	5 %
	Goûteurs	Elevé	Faible	13 %
	Connaisseurs	Elevé	Elevée	9 %
	(manque de donnée)	-	-	3 %



➤ *La majorité des consommateurs mangent un faible nombre de produits et de manière peu fréquente*

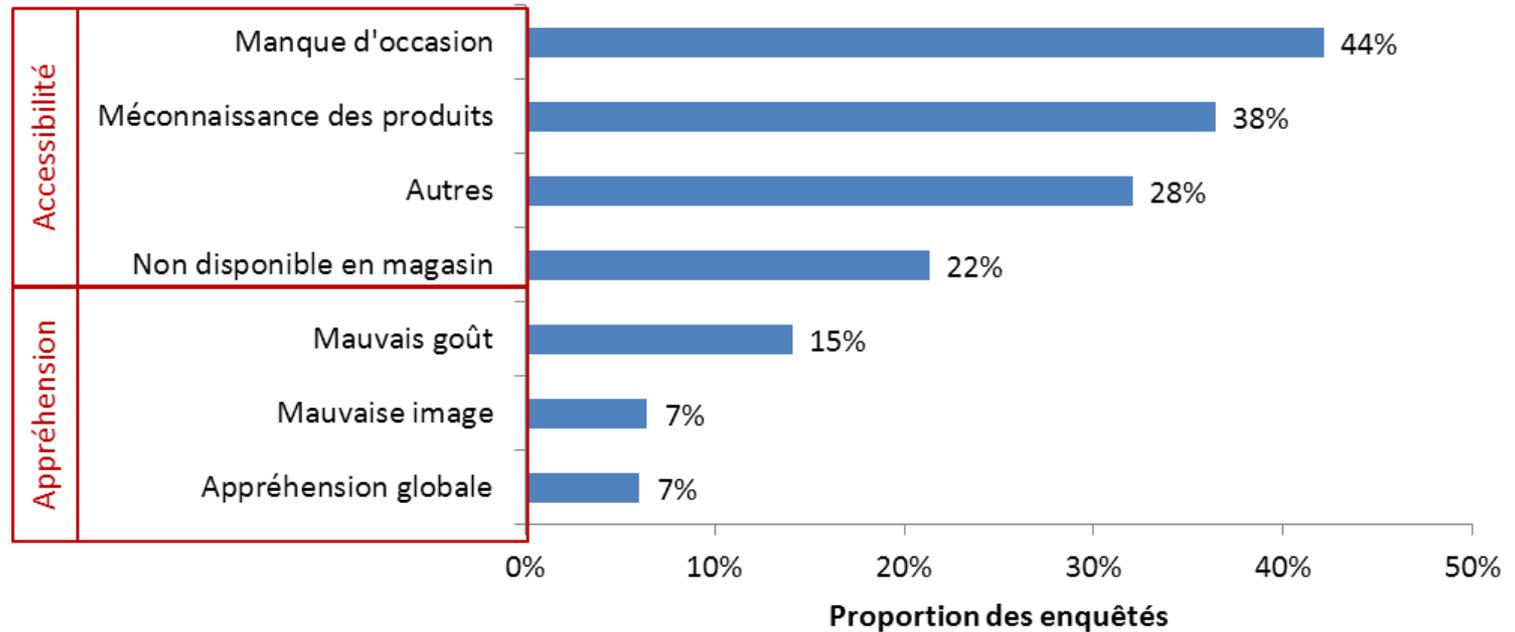
☐ Détails des achats de produits bruts



- La majorité des acheteurs de produits d'inspiration française appartiennent aux catégories « goûteurs » et « connaisseurs ».
- Il n'a pas été possible de séparer les consommateurs de produits japonais des consommateurs de produits français



❑ Quels sont les freins à la consommation?

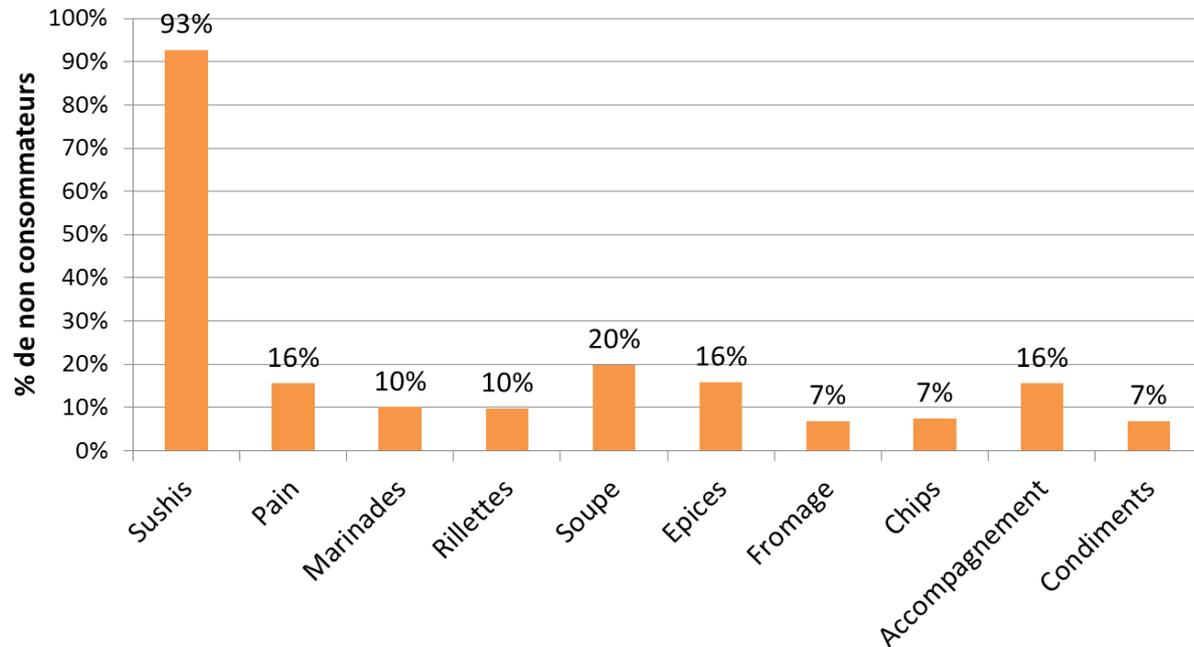


Les freins à la consommation peuvent être regroupés dans deux catégories:

- *L'accessibilité*
- *L'appréhension*

❑ Quels sont les freins à la consommation?

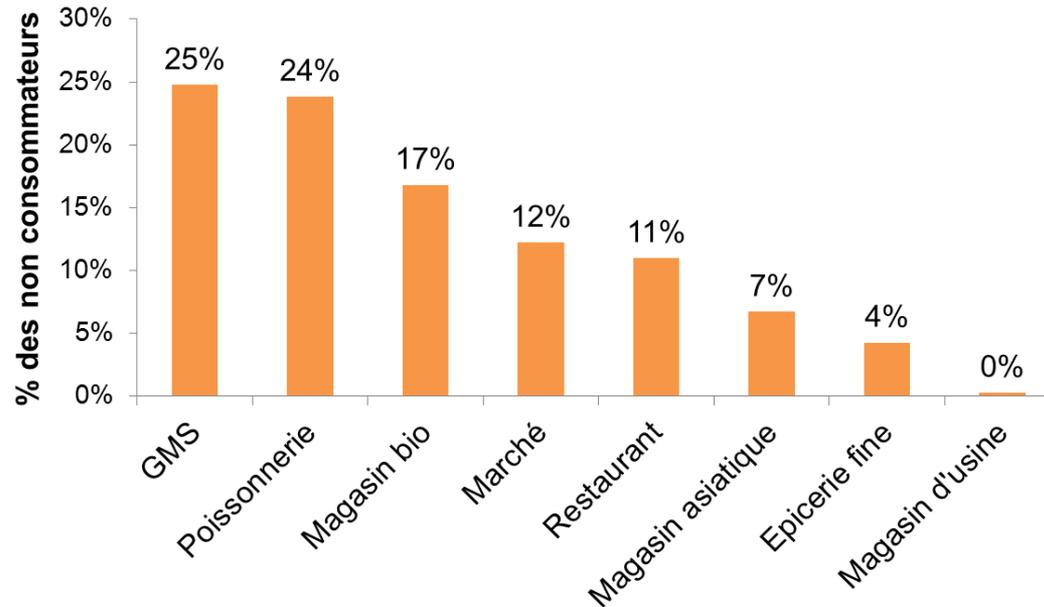
- Manque de connaissance des produits



... mais sont très curieux puisque **89 %** des non consommateurs enquêtés déclare vouloir goûter au moins un produit aux algues

❑ Quels sont les freins à la consommation?

- Faible distribution dans les magasins traditionnels



- *Les produits aux algues ne se trouvent pas forcément là où les non consommateurs les attendraient*





Conclusion



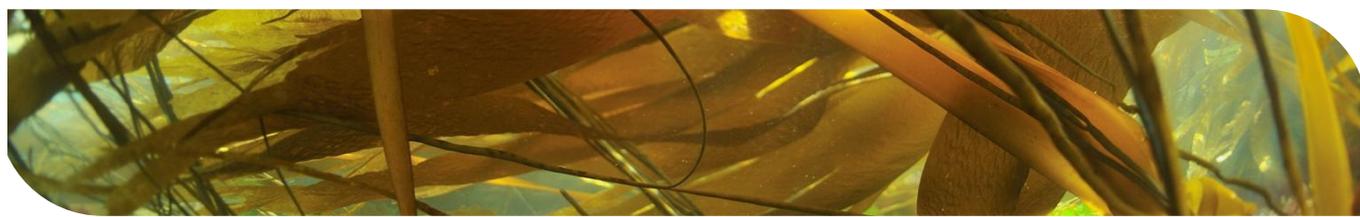
- Forte consommation de produits japonais (sushis, soupes, salades)
- Profils variés
- Consommateurs de produits d'inspiration française difficilement identifiables
- Produits d'inspiration française en complément des produits japonais
➔ **diversification de la consommation**

- 89 % d'entre eux se disent prêts à goûter des produits aux algues
➔ **consommateurs potentiels**

- Peu attirés par les produits japonais
- Pourquoi ne sont ils pas consommateurs?

- ➔ **Accessibilité : 66 %**
Manque de connaissance des produits, distribution, idée cuisine...
- ➔ **Appréhension : 34 %**
Mauvaise image, crainte de la pollution, nouveau produit
- ➔ **Besoin d'accompagnement**
pour mieux appréhender ces produits inconnus

➔ **Consommateurs (produits français) de demain?**



Merci de votre attention

Retrouvez l'intégralité des résultats sur le site internet
du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST:

<http://halieutique.agrocampus-ouest.fr/>

Rubrique Etudes et transfert - IDEALG

