



Algues et marché : comment développer le marché des algues alimentaires ?

« Le marché des algues alimentaires en
France aujourd'hui »

Charline COMPARINI, AGROCAMPUS OUEST



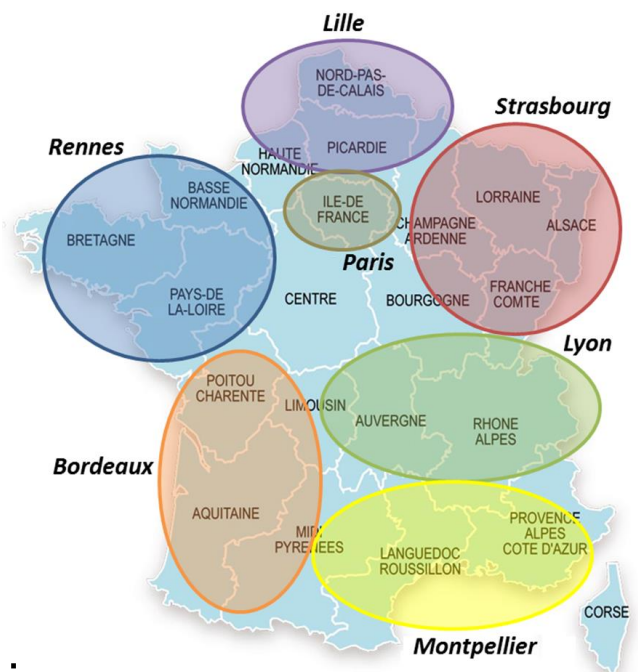
- Quels sont les circuits de distribution des algues alimentaires ?
- Quels sont les produits actuellement commercialisés en France ?

N.B. : Hors micro-algues, compléments alimentaires et gélifiants

Quels sont les circuits de distribution des algues alimentaires ?

Analyse de linéaires (2014)

- Enquête nationale
- Plan d'échantillonnage
 - 7 villes
 - 111 magasins
- Catégories de magasins
 - chaînes de magasins « bio »
 - magasins diététiques et « bio » indépendants
 - épiceries fines
 - magasins asiatiques
 - hypermarchés
 - supermarchés
 - poissonneries

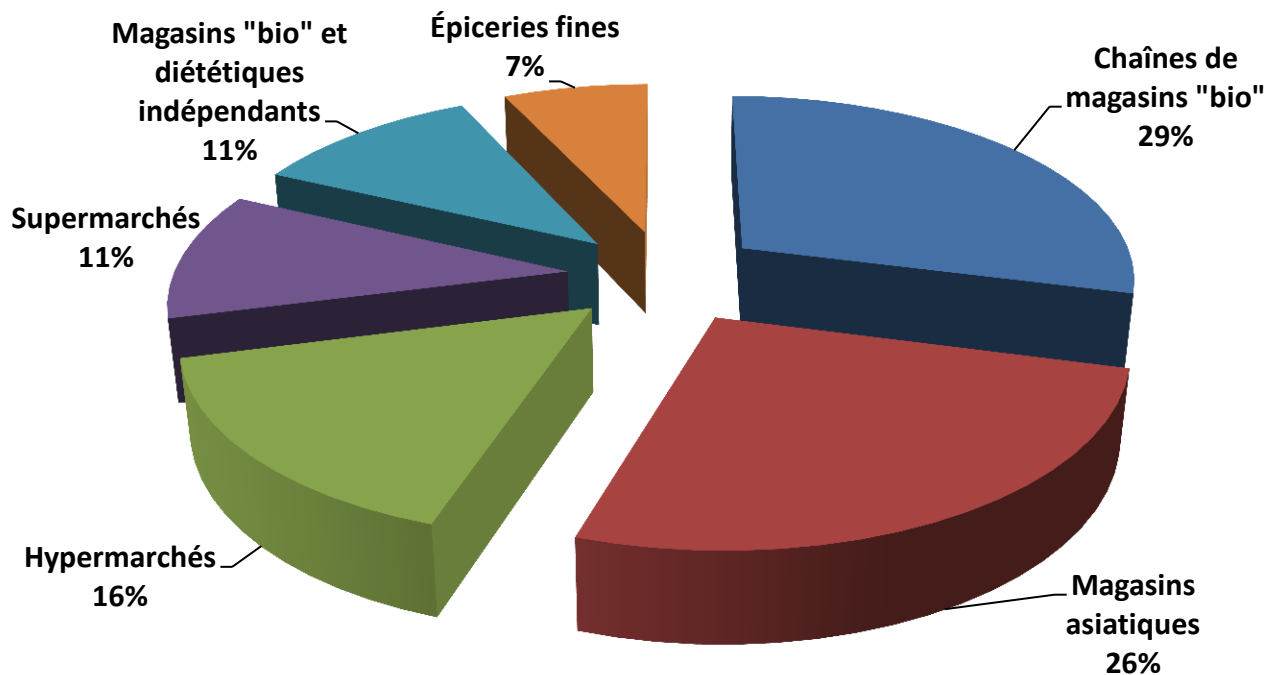


<http://www.handi-u.fr/pid24128/carte-des-etablissements.html>

N.B. : Hors micro-algues, compléments alimentaires et gélifiants

Distribution de l'offre française des produits aux algues

- 746 références
- Distribution*



- Offre quasi-inexistante en poissonnerie et très hétérogène dans les épicerie fines

* Répartition de l'offre des produits aux algues pondérée par circuit de distribution

1. Taux de présence

Produits aux algues
proposés dans tous
les magasins « bio »

2. Nombre moyen

13 produits

3. Diversité de l'offre

- Produits bruts
(algues séchées, en bocaux
ou saumurées, feuilles de nori)
- Tartinables
(rillettes et tartares)
- Condiments
(aromates, courts-bouillons,
moutardes)

- 85 % des références : produits d'inspiration française
- Offre magasins diététiques et « bio » indépendants : plus restreinte mais similaire

1. Taux de présence

83 % des magasins
proposent des
produits aux algues

2. Nombre moyen

11 produits

3. Diversité de l'offre

- Produits bruts
(algues séchées ou feuilles de nori)
- Soupes miso
(souvent déshydratées)

- Exclusivement des produits d'inspiration asiatique
- Salades d'algues très peu proposées
(classique des restaurants japonais)

1. Taux de présence

La **totalité** des magasins proposent des produits aux algues

2. Nombre moyen

7 produits

3. Principale offre

Produits d'inspiration asiatique
(feuilles de nori, sushis préparés et soupes miso)

Stand de sushis

- Supermarchés : offre plus restreinte que celle des hypermarchés



- **Le marché des produits d'inspiration asiatique :**
 - plus de la moitié des produits référencés
 - distribution majoritairement magasins asiatiques et grandes et moyennes surfaces



- **Le marché des produits d'inspiration française :**
 - 46 % des produits référencés
 - distribution essentiellement en magasins « bio » (chaînes et indépendants) et épiceries fines

Caractéristiques de l'offre d'inspiration asiatique



www.carrefour.fr



www.diisign.com



www.arts2chine.fr



www.lemarchejaponais.fr



www.megou.eu



www.bienmanger.com



www.lemarchejaponais.fr



www.lemarchejaponais.fr



- Le marché des produits d'inspiration asiatique :
 - plus de la moitié des produits référencés
 - distribution majoritairement magasins asiatiques et grandes et moyennes surfaces



FOCUS

- **Le marché des produits d'inspiration française :**
 - 46 % des produits référencés
 - distribution essentiellement en magasins « bio » (chaînes et indépendants) et épiceries fines

Quels sont les produits commercialisés en France ?

Recensement de produits (2014)

- Ciblé sur les produits aux algues d'inspiration française
- Recherche en ligne :
 - sites internet des producteurs /transformateurs
 - sites commercialisant des produits aux algues
- Produits vendus sur les marchés non inclus (logistique et moyens)

N.B. : Hors micro-algues, compléments alimentaires et gélifiants

L'offre par instant de consommation



Instants de consommation

Biscuits	Conserves	Pâtes	Gâteaux
Rillettes	Salades élaborées	Riz	Confitures
Alcools	Soupes	Autres	Thés



N.B. : les chiffres entourés correspondent au pourcentage de références recensées par catégorie ou par usage

L'offre multi-usages

34 %

Produits bruts

(algues séchées entières ou en paillettes, bocaux, saumure)



N.B. : les chiffres entourés correspondent au pourcentage de références recensées par catégorie ou par usage

L'offre multi-usages

5 %

Produits élaborés
(tartares, beurres aromatisés, pains)



N.B. : les chiffres entourés correspondent au pourcentage de références recensées par catégorie ou par usage

L'offre multi-usages

18 %

Condiments

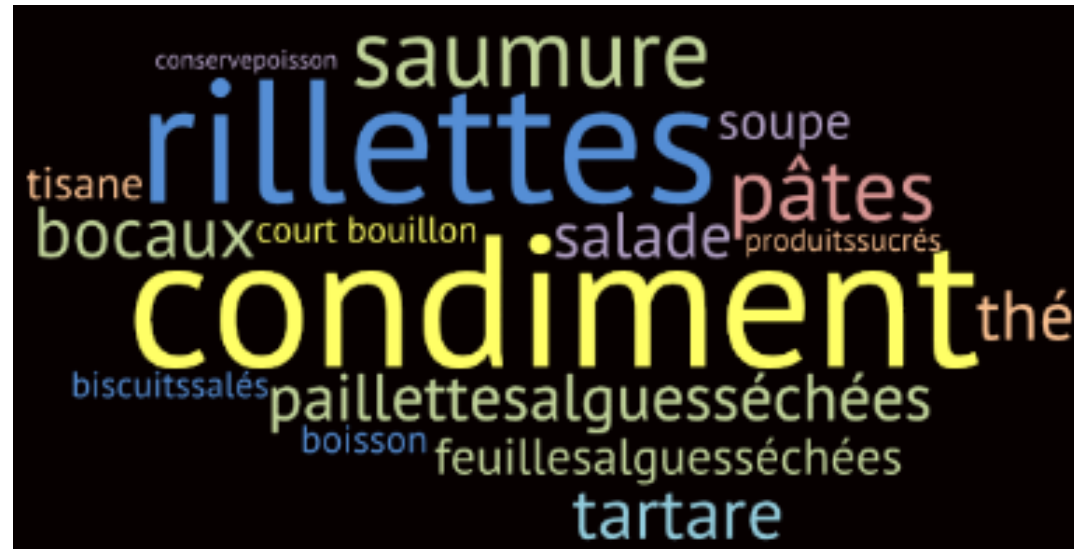
(produits à saupoudrer, bords d'assiette, courts-bouillons, autres)



N.B. : les chiffres entourés correspondent au pourcentage de références recensées par catégorie ou par usage

Offre variée

- Grandes gammes de produits aux algues, très variées
- Principaux produits proposés : 2/3 des références



- Possibilité d'innover encore plus...

Accessibilité

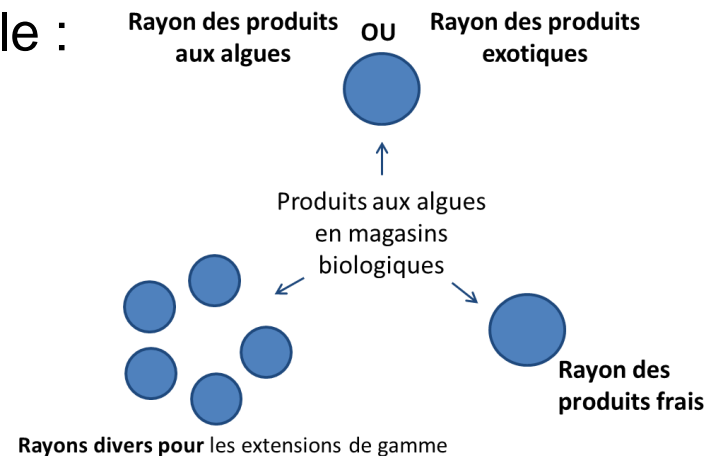
- Produits d'inspiration française : distribution majoritaire en magasins spécialisés
- Attente des consommateurs : achat d'algues alimentaires possible dans les magasins où ils font habituellement leurs courses

⇒ Des produits plus accessibles :

- en poissonneries
- en hypermarchés et supermarchés

Visibilité

- Méconnaissance des produits aux algues
- Mise en marché variable :



⇒ Améliorer la visibilité de l'offre globale :

- homogénéiser la mise en linéaires
- donner des points de références aux consommateurs

Communication

- Analyse de linéaire : peu d'outils de communication exploitées par les distributeurs pour mettre en avant les produits aux algues
- Attente des consommateurs : nécessité d'être accompagné pour déguster et cuisiner les algues

⇒ Communiquer davantage sur les algues alimentaires, grâce :

- au packaging
- aux outils médiatiques
- à des animations/ateliers dédiés à la préparation et la dégustation d'algues

Merci pour votre attention !

Plus de résultats sur le site internet du Pôle halieutique :

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

Rubrique Etudes et Transfert



Ainsi que sur le site internet du projet Idealg :

<http://www.idealg.ueb.eu/>

