



HAL
open science

**Etude du marché français des algues alimentaires.
Panorama de la distribution. Programme IDEALG
Phase 2 - Programme IDEALG Phase 2. Les
publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS
OUEST n°36**

Quentin Le Bras, Marie Lesueur, Sterenn Lucas, Stéphane Gouin

► **To cite this version:**

Quentin Le Bras, Marie Lesueur, Sterenn Lucas, Stéphane Gouin. Etude du marché français des algues alimentaires. Panorama de la distribution. Programme IDEALG Phase 2 - Programme IDEALG Phase 2. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°36. [0] 36, Agrocampus Ouest. 2015, 42p. hal-01344030

HAL Id: hal-01344030

<https://hal.science/hal-01344030>

Submitted on 11 Jul 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License



Le marché français des algues alimentaires

Panorama de la distribution en magasins

Projet IDEALG

Contexte et méthodologie

Les caractéristiques du marché français des algues alimentaires ont été étudiées, ici, à partir d'une **analyse de linéaires**. Les données nécessaires à cette étude ont été récoltées, en 2014, au cours d'une enquête réalisée dans 111 magasins à travers 7 grandes villes : Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Paris, Rennes et Strasbourg. **Sept catégories de magasins** ont été visitées : chaînes de magasins biologiques, magasins indépendants biologiques et diététiques, épiceries fines, magasins asiatiques, hypermarchés, supermarchés et poissonneries. Cette méthode de récolte de données permet de savoir où sont commercialisées les algues et quels sont les produits actuellement proposés par les distributeurs (hors vente en ligne et marchés). Les éléments recueillis sont ensuite compilés et leur analyse permet d'identifier les **principaux réseaux de distribution** des produits aux algues ainsi que les **caractéristiques de l'offre actuelle** de ces produits.

N.B. : Les travaux du Pôle halieutique concernent uniquement les **macro-algues**, utilisées dans l'alimentation pour leurs propriétés organoleptiques. **Les gélifiants et compléments alimentaires sont donc exclus** de l'étude.

Structure du marché

Lors de l'étude, les enquêteurs ont relevé **746 références** de produits aux algues dans l'ensemble des magasins visités. Les deux principaux réseaux de distribution de ces produits sont les **chaînes de magasins biologiques** et **magasins asiatiques**. Ils regroupent plus de la moitié des produits référencés, devant les grandes et moyennes surfaces, magasins diététiques et épiceries fines. Les poissonneries ne représentent qu'un faible pourcentage dans la distribution des produits aux algues.

	Taux de présence de produits aux algues	Nombre moyen de produits par magasin	Part de produits d'inspiration française
Chaînes de magasins biologiques	100 %	12,5	85 %
Magasins indépendants biologiques et diététiques	73 %	4,9	84 %
Epiceries fines	40 %	2,9	68 %
Magasins asiatiques	83 %	11,1	0 %
Hypermarchés	100 %	6,6	8 %
Supermarchés	87 %	5,1	31 %
Poissonneries traditionnelles	8 %	0,1	(Pas de donnée)

Le marché des algues alimentaires en France est divisé en **deux segments indépendants** : le marché des **produits d'inspiration asiatique**, dont les produits sont adaptés à l'**actuel contexte de forte consommation de produits japonais** (sushis, soupes miso et salades de wakamé) ; et le marché des produits d'inspiration française, développé par les **producteurs et transformateurs français**, qui propose une grande variété de produits adaptés à la **culture culinaire occidentale**.

Marché des produits d'inspiration française

Réseaux de distribution

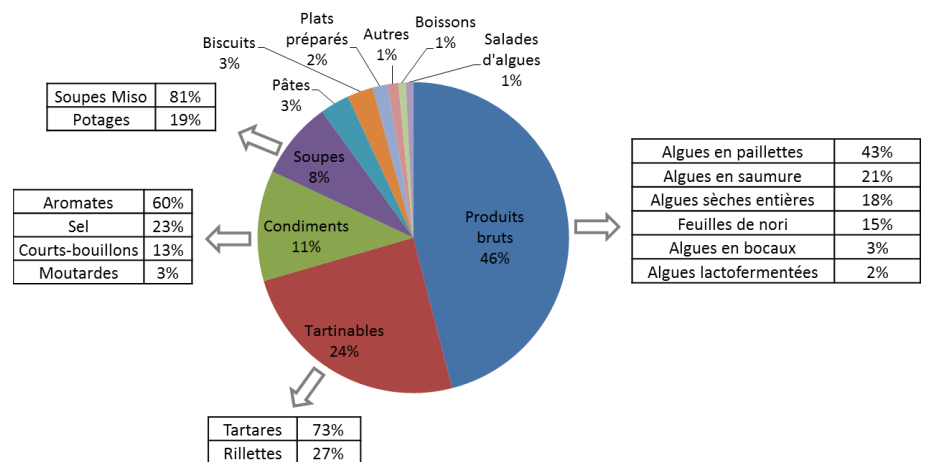
Les chaînes de magasins biologiques représentent le principal réseau de distribution des produits d'inspiration française, suivies des magasins indépendants biologiques et diététiques et des épiceries fines.

Cartographie de l'offre

La répartition des produits d'inspiration française n'est pas uniforme sur le territoire. Ils sont plus facilement accessibles dans les zones de Rennes et de Paris que dans celle de Lille, où ils sont quasiment inexistants.

Produits commercialisés

Les produits proposés à la vente sont principalement des produits bruts (algues sèches, algues en saumure...), des tartinables (tartares et rillettes) et des condiments.



Composition moyenne de l'offre de produits aux algues des chaînes de magasins biologiques

Principales marques

Trois marques spécialisées dans la vente d'algues alimentaires sont particulièrement bien représentées au niveau national : Bord à Bord, Marinoë et Les algues gastronomes. De nombreuses autres marques commercialisent des produits aux algues d'inspiration française. Elles sont, cependant, moins présentes dans les magasins.

Espèces utilisées

Les algues incorporées aux produits d'inspiration française sont essentiellement celles présentes sur les côtes bretonnes, à savoir : la dulse, la laitue de mer, le nori et le wakamé. Elles sont équitablement utilisées, à la différence du haricot de mer et du kombu moins appréciés par les transformateurs.

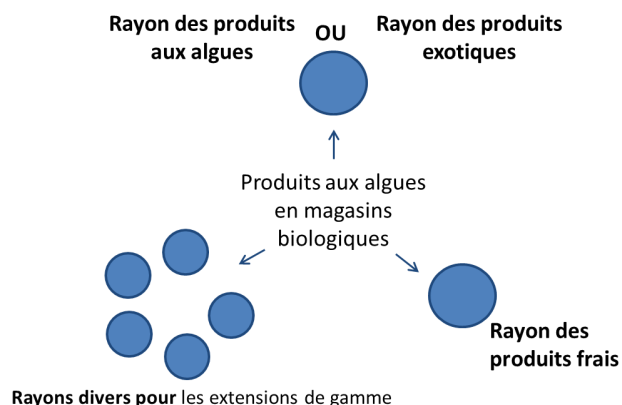
Allégations et labels

Environ deux tiers des produits, identifiés par les enquêteurs, possèdent le label AB ou une allégation environnementale.

Merchandising

L'emplacement de ces produits est très variable selon les magasins biologiques visités. Certains produits, comme les produits frais ou extensions de gammes, sont généralement trouvés à des emplacements similaires dans tous les magasins. D'autres, peuvent être présentés dans un espace de linéaire qui leur est dédié ou bien assimilés à des produits exotiques.

Représentation schématique des rayons associés aux produits aux algues en magasins biologiques



Marché des produits d'inspiration asiatique

Réseaux de distribution

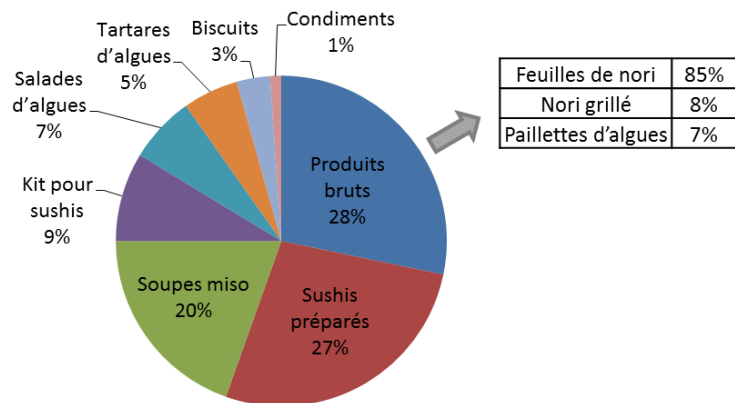
Les principaux réseaux de distribution associés aux produits d'inspiration asiatique sont les magasins asiatiques, hypermarchés et supermarchés. Les grandes et moyennes surfaces, largement implantées partout en France, sont incontournables dans la distribution de ces produits.

Cartographie de l'offre

La répartition des produits aux algues d'inspiration asiatique est plus homogène sur le territoire que celle des produits d'inspiration française. Les zones de Lille et de Bordeaux semblent, cependant, être moins bien achalandées que le reste de la France.

Produits commercialisés

Les produits proposés à la vente sont principalement des produits bruts (feuilles de nori et algues sèches), des soupes miso et des sushis préparés.



Composition moyenne de l'offre de produits aux algues des hypermarchés

Principales marques

Les magasins asiatiques sont des espaces très concurrentiels où de nombreuses marques commercialisent une multitude de produits aux algues. Parmi les marques relevées, par les enquêteurs, on trouve : Wang, Satsuki, Yamamotoyama, Kikkoman, Kae Tao Noï, Nagatanien, Otona. Tanoshi s'est imposée comme leader dans le rayon épicerie asiatique, dans les grandes et moyennes surfaces, alors que Sushi Daily et Yedo sont en concurrence pour les kiosques à sushis, en hypermarchés. Lima est très bien représentée, dans les magasins biologiques, avec les soupes miso et les feuilles de nori. Chaque marque semble être spécialisée dans une catégorie de produits.

Espèces utilisées

Les algues utilisées pour l'élaboration de ces produits sont, majoritairement, le nori (à 74 %) et le wakamé (30 %).

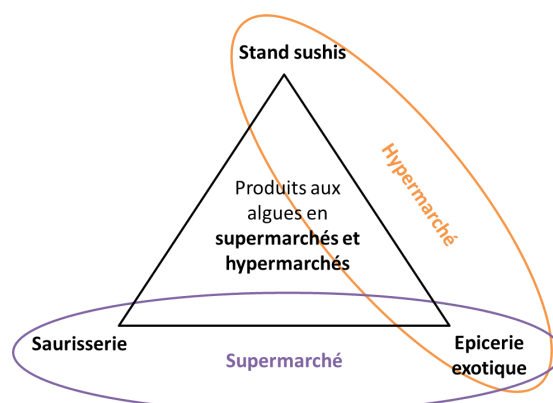
Allégations et labels

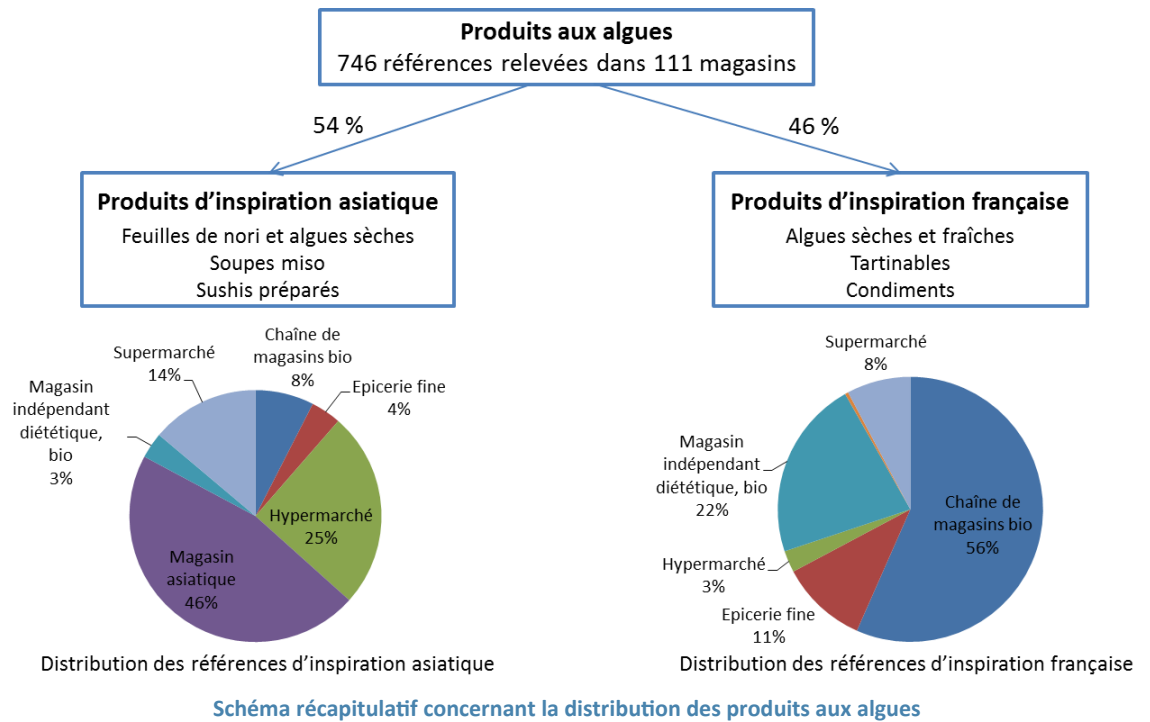
Seuls 3 % des produits d'inspiration asiatique référencés, par les enquêteurs, possèdent le label AB ou une allégation environnementale.

Merchandising

Ces produits se trouvent à différents emplacements dans les grandes et moyennes surfaces : le rayon épicerie exotique rassemble les produits déshydratés (soupes et feuilles de nori notamment) ; et les sushis préparés sont proposés en saurisserie, dans les supermarchés, ou au stand à sushis dans les hypermarchés. Les magasins asiatiques regroupent généralement l'ensemble de l'offre de produits aux algues au sein d'un même rayon.

Représentation schématique des rayons associés aux produits aux algues en supermarchés et hypermarchés





Les produits d'inspiration française et ceux d'inspiration asiatique sont scindés en deux segments fondamentalement différents, en termes de :

- **offre** : les produits d'inspiration asiatique sont axés sur les feuilles de nori, soupes miso, sushis préparés et salades d'algues, alors que les produits d'inspiration française sont plutôt axés sur les algues sèches, tartinables et condiments ;
- **image*** : celle des produits d'inspiration asiatique est liée à la cuisine japonaise, l'exotisme et le snacking sain, alors que celle des produits d'inspiration française est variable. Certains produits sont perçus comme festifs, d'autres comme originaux, quand d'autres semblent symboliser le terroir breton ou la santé ;
- **cible*** : les produits d'inspiration asiatique attirent une cible de jeunes actifs (20-40 ans), grâce aux sushis, alors que ceux d'inspiration française attirent une cible un peu plus âgée (35-55 ans) et préoccupée par sa santé ;
- **distribution*** : les produits d'inspiration asiatique sont majoritairement commercialisés par les magasins asiatiques, supermarchés et hypermarchés. Les produits d'inspiration française sont principalement distribués par les magasins biologiques.

*Résultats issus de l'étude « La consommation des algues alimentaires en France »

L'absence de produits aux algues dans les **poissonneries** est **surprenante**. Le lien entre les algues et la mer est très fort parmi les enquêtés et de nombreux consommateurs souhaiteraient pouvoir acheter des produits aux algues chez leur poissonnier. On observe ici un phénomène de **dissonance** entre **l'insight consommateur**, soit acheter des algues en poissonnerie, et la **réponse du marché** ne lui offrant pas cette possibilité.

Pour en savoir plus

LE BRAS Quentin, LESUEUR Marie, LUCAS Sterenn, GOUIN Stéphane. 2015. Etude du marché français des algues alimentaires. Panorama de la distribution en magasins. Programme IDEALG Phase 2. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n° 36, 42 p.

Contact

Marie Lesueur • marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr • 02.23.48.58.62

Quentin Le Bras • Charline Comparini • 02.23.48.55.30

La totalité des résultats est disponible sur le site internet du Pôle halieutique : halieutique.agrocampus-ouest.fr • Rubrique Etudes et Transfert • IDEALG