

113

février-mars 2009
Bimestriel - Bimonthly

10 €

PdM

PRODUITS DE LA MER

DISTRIBUTION

CRABE ROYAL

RESTAURATION

TILAPIA À LA CARTE

TRANSFORMATION

EMBALLAGE ÉCOLOGIQUE

LANGLOYS PURIFIÉ
AVEC ALPHA TECH

NÉGOCE

LES PAYS-BAS
CHERCHENT LEUR VOIE

MAREYAGE

SOLE

FICHES : SOLE TROPICALE
ROUGET-BARBET

RÉGION

LA NUIT À RUNGIS

Rendez-vous
au SEAFOOD
de Bruxelles
Hall 5, Stand 501-2



Producteur et découvreur
de produits de la mer
Freshpack vous propose
le meilleur.



Globe trotters d'océans
Résidence La Roselière - 52, rue Apolline
82280 St-Martin-les-Boulogne - FRANCE
Tél. +33 (0)3 21 99 04 99 - Fax +33 (0)3 21 99 71 11
www.freshpack.fr - e-mail : contact@freshpack.fr



La France en pince pour le king crab

Il y a encore 5 ans, personne n'aurait imaginé voir un jour le crabe royal, ce produit de luxe venu d'Alaska ou du Kamchatka, débarquer au rayon marée des grandes surfaces. Ni à l'étal des poissonneries. « Notre marché s'est développé sur la restauration gastronomique », rappelle Odile Texier, PDG de Sovintex. Aujourd'hui, il faut se rendre à l'évidence. En clusters (sections regroupant 3 pattes et une pince), mais aussi, de plus en plus, sous forme de pattes, voire de pinces, le king crab, vendu décongelé par les spécialistes comme Freshpack, a fait son chemin. Original et attractif, le produit a rapidement conquis par son goût. Auchan a été le premier à se lancer dans l'aventure, il y a 3 ans, suivi par Carrefour. Casino a commencé depuis un an. Intermarché et Leclerc tout comme Monoprix et Système U sont aussi désormais dans la partie. Le king crab est aujourd'hui référencé par la quasi-totalité des enseignes. Même s'il n'est pas présent dans tous les magasins, ni en permanence en rayon. « Si la France est le marché le plus important pour le king crab congelé en carapace, l'engouement se manifeste aussi au Portugal, en Allemagne, au Royaume-Uni... »,

note Bernard Pétry directeur commercial France de Food Partners.

Pour autant, « le crabe royal reste un produit de luxe », estime Stéphane Barbut PDG de Nautilus Food. Si les opérateurs tendent à se multiplier ces derniers temps, il n'y aura pas de place pour tous sur le marché européen, par définition étroit. « Ceux qui réussiront à s'imposer sur ce créneau sont ceux qui ont une bonne maîtrise de sa res-

source et de sa transformation, d'une grande complexité. » Largement médiatisé, le marché noir de produits pêchés dans les eaux russes, hors quota, a jeté le doute. Certains intervenants, comme Sovintex, qui s'approvisionne majoritairement en Alaska pour sa marque Kyska, ont d'ailleurs créé leur propre charte de qualité.

Enquête : Anne-Caroline RENARD

France loves 'King Crab'

Five years ago no one would ever have imagined that one day they would see the king crab, a luxury product from Alaska or Kamchatka, on sale on supermarket shelves and even on fishmongers' stalls. It is original and attractive – sold in packs of three legs and one claw, as well as just legs and claws – and has rapidly taken over the French market. Auchan was the first to launch the product, three years ago now, followed by Carrefour. King crab is today on offer at nearly every supermarket – (Casino, Intermarché, Leclerc, as well as Monoprix and Système U).

But the king crab remains a luxury item. Operators may have sprung up all over the place recently, but there is not room for them all in European markets. Widely covered in the press the black market in products fished outside quotas from Russian waters has begun to cause doubts. Some suppliers, such as Sovintex, which gets the greater part of its supplies for its own label product Kyska from Alaska, have begun to publicise their own 'quality' ratings chart.

Un avenir sur le marché des ménages

Impérialiste, le crabe royal rentre au rayon surgelé. Après l'étal de marée et après la conserve. Mais son prix risque d'entraver sa progression.

Les opérateurs multiplient les efforts pour démocratiser le crabe royal auprès des foyers français. Mais le produit sortira-t-il de son statut de niche ? De fait, certains opérateurs ne cachent pas leur scepticisme. Témoin ce négociant qui en traite quelque 500 kg par an pour les rayons marée de certaines enseignes de grande distribution et grands magasins. « Il y a une demande depuis un ou deux ans, quelle que soit l'origine. Ce qui compte, c'est la qualité et la couleur. » Car il s'agit surtout d'attirer le regard. Nouveaux, impressionnants, les clusters de king crab décongelés sont très beaux en rayon. « Ils jouent un peu le même rôle à l'étal que les grosses crevettes, attractives pour le chaland mais vendues en petite quantité », reprend cet acheteur. Certes il y a l'effet prix. Si les ours du crabe royal baissent, peut-être trouvera-t-il plus souvent preneur. « Mais l'engouement (relatif) pour le produit restera un épiphénomène. » Quant à envisager un développement du produit au rayon surgelé des grandes surfaces...

Fourtant, au rayon marée, difficile pour le crabe royal de passer inaperçu. Freshpack, qui commercialise depuis 2006 du red king crab fourni par son associé danois Kangamiut, enregistre d'ailleurs une croissance significative de ses volumes dans la quasi-totalité des enseignes. « J'ai décelé une opportunité, note Franck Paque, son directeur général. Le king crab se vend 30 € à 40 €/kg en GMS. Soit, aujourd'hui, deux fois moins cher que la langouste. » Mais le prix ne fait pas tout. La qualité du produit proposé - présenté en clusters et cuit congelé

bord exclusivement - est l'une des clés du succès de l'entreprise. « Cuire un crabe royal congelé cru entraîne une perte de rendement. Et la chair adhère à la carapace », explique Franck Pèque. En conformité avec les exigences des plus gros consommateurs mondiaux notamment les USA et le Japon, Freshpack garantit un taux de remplissage minimum de 80 %. L'entreprise mise aussi sur la désaisonnalisation. « Nous nous engageons sur des campagnes allant d'octobre à janvier, l'essentiel des captures ayant lieu de fin octobre à mi-novembre. »

Mais les pratiques évoluent. « En poissonnerie comme au rayon marée des GMS, on voit de plus en plus de pattes, note Odile Texier, PDG de Sovintex. Le cluster n'a aucun intérêt pour le commerce de détail. C'est beaucoup trop gros pour le consommateur. » Les pattes font autant d'effet sur le rayon. La carapace, très souple, protège bien le produit, empêchant la chair de s'oxyder ou de se dessécher. Elle ne colle pas à la chair et se coupe aux ciseaux. Un vrai produit service pour le consommateur. À condition de lui expliquer...

UNE MULTITUDE DE PRÉSENTATIONS

Salmon'Est, implantée à Louhans (Saône-et-Loire) spécialisée, entre autres, dans la cuisson des crustacés, l'a bien compris. Depuis trois ans, l'entreprise cuit - ou plutôt recuit - du king crab congelé. « Cela permet de le vendre en cuit réfrigéré. Mais le produit est cher, car on perd 25 % à la cuisson », commente Jacques Poulain, son PDG. La majorité de nos clients préfèrent qu'il soit simplement décongelé. Ce que Salmon'Est, accrédité pour ce



Les pattes de king crab représentent la majorité des ventes.

faire, assure dans ses chambres de décongélation, avant de reconditionner clusters, pattes ou pinces en caisse marée. « Compte tenu de leur prix, ces dernières sont toutefois moins demandées que les pattes ou les clusters », précise Jacques Poulain. Les clusters sont quant à eux plus chers que les pattes, compte tenu de la présence d'un morceau de chair d'épaule, très apprécié.

« Les pattes représentent environ 70 % de nos ventes, contre 30 % pour les clusters », confirme Bernard Petry, directeur commercial France de la société belge Food Partners, qui vend au rayon marée, en décongelé, depuis 18 mois. « En matière de crabe royal, on va désormais parler de variétés de produit », explique d'ailleurs Odile Texier. Pattes entières en carapace ou sciées dans le sens de la longueur, merus en carapace ou fendu, chair de merus, de propodus ou d'épaule ou combinaison de chair des différentes parties de la patte (voir schéma ci-contre). « Cette dernière est plus adaptée au commerce de détail,



Bureau Mouchier

Un produit attractif qui ne passe pas inaperçu.

alors que la restauration demande surtout de la chair d'épaule ou de propodus. De même, la pince broyeuse (broiler), très belle et... très chère, n'est vendue qu'en restauration, présoyée pour en faciliter l'utilisation.

De même, NautilusFood entend décliner les présentations. L'entreprise réalise certes quelque 60 % de ses ventes de crabe royal en appertisé, mais tout de même 40 % en congelé. Une activité développée propose du king crab congelé depuis 5 ans en FHD et dans une moindre mesure auprès de clients industriels. Cette activité représente 40 % de ses ventes de crabe royal contre 60 % pour l'appertisé. « Nous vendons principalement des blocs, mais les présentations non décortiquées progressent du fait de leur attrait visuel, note son président Stéphane Berbut. Nous sommes d'ailleurs en train de finaliser une gamme en congelé pour la grande distribution. » Un circuit qui présente des



perspectives de développement. D'autant plus que le surgelé offre davantage de possibilités de déclinaison que la conserve : petits blocs, pattes décortiquées IQF, pinces semi-décortiquées... De quoi toucher un plus grand nombre d'utilisateurs. Mais il reste à convaincre certaines enseignes. Même si Auchan propose depuis mai des boîtes de 500 g de pattes ou de pinces.

Et ce n'est astout. Le king crab a d'autres cartes à jouer. En frais pasteurisé par exemple. Pour la restauration, Nautilus Food a lancé il y a cinq ans plusieurs références

de crabe des mers chaudes (*Portunus pelagicus* du sud-est asiatique). « Cela a permis aux utilisateurs de se familiariser avec ce mode de conservation. Ainsi, nous pouvons aujourd'hui compléter notre offre par un produit plus cher : le crabe royal », explique le fabricant. De même, une gamme associant crabe des mers chaudes et crabe royal sera bientôt proposée aux hypers et supers en frais pasteurisé. Freshpack, qui fait déjà de la chair de *Portunus pelagicus*, transformé en Thaïlande en frais pasteurisé, envisage quant à lui le lancement de chair de king crab destinée au rayon marée libre service. Il s'agirait de *merus* décortiqué, en barquette 250-300 g.

On le voit, même s'il est handicapé par son prix, le crabe royal ne manque pas d'atouts pour séduire les distributeurs qui sauront mettre en valeur toutes ses présentations possibles.

CASINO DE PLUS EN PLUS ACCRO

Nous avons commencé par des tests sur de petites quantités pour la fin d'année 2007. Depuis, nos ventes de crabe royal se sont développées. Le produit s'est bien démocratisé. Et malgré la crise, la clientèle, il est vrai composée d'amateurs de crabe, maintient ses achats», indique Marc Barelier, directeur de la filière produits de la mer chez Casino. Si le king crab plaît, ce n'est pas seulement parce qu'il est nouveau et assez majestueux à l'étal. « C'est un produit haut de gamme. » D'ailleurs, l'enseigne est passée des clusters aux pattes (150 g à 220 g/pièce) et pinces

(90 à 150 g/pièce) individuelles. « Un cluster pèse entre 800 g et 1,2 kg. À 30 €/kg environ, c'est plutôt cher pour le client, justifie Samuel Denoux, acheteur produits de la mer. Les pinces contiennent beaucoup de chair. Deux suffisent à l'apéritif pour 4 personnes. »

Passant par un prestataire de service pour assurer sa décongélation, Casino vend du king crab dans tous ses magasins disposant d'un rayon marée. Chacun de ses quelque 110 hypermarchés en propose au moins une fois par mois. Et si le tourteau vivant garde la vedette, en cuit, il a été supplanté par le crabe royal.

« Le tourteau est légèrement plus difficile à décortiquer, alors qu'une patte de crabe royal se coupe au couteau », concède l'acheteur. Son rendement est aussi moins bon : environ 50 % de chair contre 80 % pour le red king crab (*Paralithodes camtschaticus*), sélectionné par l'enseigne de préférence au golden king crab (*Lithodes aequispina*), moins plein, et jugé moins savoureux lors des tests organoleptiques. « Même si, en carapace, on note peu de différence entre les deux espèces », estime Samuel Denoux. Mais le résultat est là : ses ventes continuent à progresser.



Plus rare et plus cher en 2009

Si sa majesté du Kamchatka est la plus connue, d'autres espèces peuvent se prévaloir de l'appellation « crabe royal ». Il suffit que les captures de ce red king crab soient moins abondantes pour que tous les prix soient à la hausse.

La campagne de pêche a démarré en octobre côté russe. Les quotas en mer de Barents portent sur 6 500 t de produits finis (clusters). Mais les prévisions de captures ne dépassent pas 5 000 t. Les prix sont donc à la hausse, de l'ordre de 40 % en un an. D'autant plus qu'en mer d'Okhotsk, à l'ouest de la péninsule du Kamchatka, la Russie a fermé cinq des neuf zones de pêche et établi un système de licences scientifiques afin de lutter contre les démantèlements de filières de marché noir.

En Norvège, la pêche commerciale est autorisée depuis 2002. Le quota, portant sur 20 % de la population mâle, était jusqu'ici de 300 000 individus dans la zone de distribution principale de l'espèce. Avec des règles strictes en matière de taille minimum, de période de pêche (septembre à janvier) et d'équipement ainsi qu'une taxation pour assurer la durabilité des stocks. Le produit est commercialisé vivant, frais, ou il est surgelé (cru ou cuit) dans une dizaine d'usines de transformation à terre. La quasi-totalité des volumes partent au Japon. « Notre crabe royal est désormais disponible tout au long de l'année grâce à l'aquaculture », ajoute le Centre des produits de la mer de Norvège. Une expérience a été menée dans le fjord de Vårde, près de la frontière russe, à partir de juvéniles prélevés dans la nature.

TRANSFORMATION DÉLOCALISÉE

Aussi, si l'Alaska maintient peu ou prou ses captures aux alentours de 10 000 t à 11 000 t (équivalent entier) et en dépit d'une demande américaine peut-être moins ferme, les volumes manqueront en 2009. Certes, d'autres espèces existent, comme le blue king crab (*Paralithodes platypus*), présent en Alaska et très proche du red king crab mais plutôt rare. Le golden king crab (*Lithodes aequispinus*) ou brown king crab est également pêché en Alaska et dans une moindre mesure au large du Kamchatka, mais il est moins apprécié car moins plein (40 à 45 % de chair contre 85 % pour le red). Ce crabe rouge orangé est donc vendu 10 à 15 % moins cher.

À l'Est, pour la Russie comme pour l'Alaska, l'essentiel des débarquements se fait à Fusan (ou Busan), en Corée du Sud (pour appro-



Capture de brown King crab en Alaska.

visionner le marché japonais) ou à Seattle (pour le marché américain). Mais pour des raisons de coût de main-d'œuvre, les transformations sont réalisées en Chine ou au Vietnam. Le crabe arrive cuit congelé pour être retravaillé. « Il n'est pas nécessaire de le ramener en froid positif pour le décortiquer », précise Nautilus Food, qui achète aussi bien du crabe royal du Kamchatka que le crabe royal de l'Antarctique (*Lithodes antarcticus* ou *L. santolla*), pêché dans le détroit de Magellan ou dans les mers intérieures de Patagonie (Chili et Argentine). Son partenaire chilien Comtesa, auquel il l'achète en conserve et en congelé (pinces semi-décortiquées et chair), s'approvisionne en frais et en congelé bord.

Au Chili, la ressource est strictement gérée. La pêche ouvre le 1^{er} août et se prolonge jusqu'à épuisement du quota de 5 000 t, soit généralement fin octobre début novembre. À l'inverse, la pêche n'est pas réellement organisée en Argentine où le crabe de l'Antarctique est une prise accessoire. Lorsque les captures de crevettes sont abondantes, les pêcheurs le délaissent facilement. L'Argentine ne fournit d'ailleurs du congelé terre dans usines de surgélation qui ne sont pas spécialisées. Il s'agit généra-

lement de sections ou de chair. Autre différence : la taille du crabe argentin est légèrement inférieure à celle de son voisin chilien. Il est aussi légèrement moins cher. Mais l'augmentation des prix du red king crab russe tire ceux du crabe royal de l'Antarctique. Car les fournisseurs ajustent leurs cours pour se positionner sur les marchés japonais et américain. Les marchés européens ne peuvent donc que s'adapter.

Il y a quelques années, la menace de prolifération du crabe royal rouge (*Paralithodes camchaticus*) en Norvège n'a pas été sans susciter quelques inquiétudes. Conduisant même le gouvernement à lancer un programme de recherche pour évaluer son impact sur l'écosystème.

Longtemps considérée comme une espèce invasive, le red king crab avait en effet, à l'origine, été transérée dans le cadre d'un programme scientifique russe de la mer d'Okhotsk en Sibérie, vers le fjord de Murmansk en Russie dans les années 60. Dix 10 ans plus tard, des prises accidentelles sont apparues dans les eaux norvégiennes. En 1992, le crabe royal a été mis à l'ordre du jour de la Commission sur les pêcheries russo-norvégiennes.