

POLOGNE

En 1993, la Pologne a importé quelque 120 000 tonnes de poisson et de fruits de mer, principalement de Norvège, des Pays-Bas, du Royaume-Uni et de Russie. Le homard étant vu comme un produit de luxe, la consommation polonaise en est presque négligeable : les ménages n'en achètent à peu près pas, et le produit n'est que rarement disponible dans les commerces de détail. Si le homard venait à être importé en Pologne, ce serait probablement par l'intermédiaire des importateurs et distributeurs locaux de poisson déjà établis. Quant à la promotion du homard sur le marché polonais, tout reste à faire, le consommateur connaissant peu le produit. Le mieux serait de cibler les restaurants chics des grands hôtels, opération qui permettrait à tout le moins de déterminer s'il existe en Pologne une certaine demande, toute limitée soit-elle.

PORTUGAL

Le Portugal est un marché relativement stable, aux goûts conservateurs, où la demande de certains produits et espèces en particulier est bien établie. Le pays est l'un des plus gros consommateurs européens de poisson et de fruits de mer : en 1992, la consommation par habitant y était d'environ 46,6 kg. Cette même année, on estimait la taille du marché portugais des produits de la pêche à 533 144 tonnes, dont 295 684 provenant des prises intérieures (dans les eaux territoriales et internationales) et quelque 237 460 tonnes de produits importés. On peut estimer le marché portugais du homard et de la langouste à environ 1 000 tonnes par année. Les débarquements portugais de homard ont chuté de 737 tonnes en 1988 à 117 tonnes en 1993, leur valeur passant durant la même période de 1,2 milliard d'escudos à 318 millions. On apprend de sources locales sectorielles que les prix du homard au détail sont passés, depuis cinq ans, de 6 000 - 7 000 à 13 000 - 14 000 escudos le kilo. Le marché portugais du homard vivant est desservi par quelques importateurs et distributeurs spécialisés, tandis que le commerce du homard congelé est exploité par un certain nombre d'importateurs et de distributeurs de ce type de fruits de mer. La préférence des Portugais va à la langouste et au homard européen vivants, ces produits étant en forte demande dans les restaurants. Le homard entier et les queues de homard congelés sont également commercialisés au Portugal, mais leur volume de ventes est assez faible. Les secteurs du commerce au détail et des services alimentaires achètent aussi du homard et des produits dérivés à l'état congelé, dans les deux cas le plus souvent dans les catégories de poids de 500 à 1 500 g. La consommation de chair de homard en conserve est très faible au Portugal, et les possibilités d'y exporter ce produit sont négligeables. Le homard et la langouste importés sur le marché portugais proviennent principalement des pays suivants : France, Cap-Vert, Brésil, Mozambique, Canada et Espagne, pour les crustacés vivants, et Cuba, France, Espagne, Inde, Canada, États-Unis et Kenya, pour les produits congelés.

Importations portugaises de homard et de langouste
(en kilogrammes)

SH	1989	1990	1991	1992
0306.1100	757	1 882	1 477	2 593
0306.1210	—	622	101	62
0306.1290	7	—	19	42
0306.2100	100	526	778	778
0306.2210	213	368	457	412
0306.2291	—	3	20	20
Importations totales	1 077	3 401	2 852	3 907

Source : TROIA-Commerce extérieur portugais

ESPAGNE

Avec une consommation par habitant de plus de 31 kg par année, l'Espagne est l'un des pays de l'Union européenne qui consomment le plus de poisson. Les statistiques publiées par le ministère espagnol de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation révèlent que les Espagnols ont consacré, en 1991, 880 324,5 PTA par habitant à l'achat de produits de la pêche, soit 11,8 % de leurs dépenses annuelles de nourriture. Lentement, le consommateur espagnol accepte de plus en plus les crustacés et leurs produits. Les habitudes de consommation ont beaucoup changé depuis quelques années, les Espagnols adoptant rapidement les habitudes et les préférences alimentaires, plus variées, de leurs voisins des autres pays d'Europe de l'Ouest. La hausse du niveau de vie et l'activité croissante des femmes sur le marché du travail ont stimulé la demande de nouvelles espèces et de nouveaux produits tels les plats préparés de poisson et les articles de luxe dont le homard et la langouste.