

LE MARCHÉ ALLEMAND DES FRUITS DE MER PRÉPARÉS

Les renseignements suivants sont tirés du rapport de la FAO, *GLOBEFISH : Market for Fish-Based Ready Meals, Germany* volume 23, 1993. Le marché allemand des produits du poisson est l'un des plus intéressants d'Europe. Le marché des plats de poisson à réchauffer s'est toujours caractérisé par une approche très conservatrice, notamment en ce qui concerne les espèces de poisson consommées. La popularité dont jouissent encore le hareng, la goberge d'Alaska, le colin, le merlu et la bonite à ventre rayé témoignent de cette tradition. Par contre, les consommateurs allemands, poussés par le goût du changement, s'intéressent de plus en plus aux espèces « exotiques » de poisson que leur font connaître des restaurants de cuisine étrangère de plus en plus nombreux. Les fruits de mer préparés constituent un segment en pleine expansion du marché allemand et offrent sans aucun doute les débouchés les plus intéressants pour les producteurs canadiens désireux d'accroître leurs exportations vers l'Allemagne.

Des entreprises locales en nombre relativement modeste détiennent 90 % du marché allemand des plats traditionnels de poisson à réchauffer. Comme cette suprématie ne semble pas devoir changer bientôt, les producteurs étrangers doivent s'attendre à affronter un marché très concurrentiel. Il s'avère extrêmement difficile de se lancer sur le marché allemand avec un ou plusieurs plats de poisson traditionnels (comme les *Schlemmerfilets*, les croquettes de poisson et autres poissons panés). Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer qui envisagent une telle initiative doivent étudier avec le plus grand soin et dans ses moindres détails tous les aspects de ce marché livré à une concurrence intense.

Les exportateurs canadiens de produits de la pêche ont cependant l'avantage de posséder des produits déjà acceptés au Canada ou dans un pays tiers et présentant toutes les caractéristiques d'une cuisine internationale de plus en plus recherchée. De tels produits pourraient être bien cotés et répondraient à une demande encore insatisfaite. Lorsqu'on compare la consommation de poisson et de fruits de mer en Allemagne à celle des autres pays d'Europe, on constate que la part par habitant y est inférieure à celle de bien d'autres marchés. Il faut néanmoins savoir que cette consommation ne cesse de croître et qu'elle devrait passer de 14 à 20 kg par habitant à la fin du siècle.

Le principal obstacle à la pénétration du marché allemand réside dans le problème inhérent à l'approvisionnement en poisson et à l'instabilité des prix qui s'ensuit. En raison du ralentissement des approvisionnements auquel on assiste depuis quelques années, les prix du poisson ont augmenté au point où ces produits s'en sont trouvés défavorisés par rapport à d'autres aliments, comme les viandes. Dans ce contexte, les consommateurs allemands tendent à délaisser le poisson comme élément d'une bonne alimentation, d'autant plus que les producteurs de viande allemands réussissent de plus en plus à faire valoir les qualités nutritives de leurs produits.

On peut conclure que le marché allemand pose un défi de taille aux producteurs de poisson tant allemands qu'étrangers, dont le but et l'intérêt communs sont d'accroître la consommation de poisson chez la population. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer doivent donc coordonner leurs campagnes de publicité et de marketing de manière à mieux informer le consommateur allemand.