

le veau, le bœuf, le mouton, le porc, le lapin, le canard et la pintade ; celle des 65 ans et plus s'accroît sur les produits où ils sont déjà sur-consommateurs tels que le cheval, le dinde et la pintade.

Côté marques, selon le questionnaire SIMM-2004, le comportement des seniors ne se différencie guère de la moyenne des Français, si ce n'est pour des marques telles que Charal et Loué pour lesquels ils sont légèrement sur-acheteurs. Par contre, ils sont moins acheteurs de produits

sous marques d'enseigne que les 35-49 ans. Il convient ici de souligner le poids significatif de non-réponse de cette population et qui souligne leur difficulté à adopter une démarche par marques. Par contre, ils sont plus nombreux que la moyenne à acheter des produits labellisés, en particulier les moins de 65 ans et bien davantage encore les 50-54 ans pour le Label AB, les labels sur la provenance de la viande ; les 55-59 ans mettant plutôt l'accent sur le Label Rouge et, dans une moindre mesure, le Label AB.

LES PRODUITS DE LA MER

En 2003, le marché des produits de la mer se présente en demi-teinte : baisse de la consommation de poissons frais, hausse de celle des crustacés, persistance de la croissance du rayon traiteur et de la saucisserie.

S'il est vrai que le marché est dynamisé par la bonne tenue du préemballé, les jeunes rechignent toujours à consommer des produits de la mer bruts ; ils préfèrent le tout-prêt, facile à cuisiner et peinent à suivre les conseils répétés des nutritionnistes qui recommandent d'en manger au moins deux fois par semaine. L'univers des produits de la mer est ainsi assez fortement séniorisé : les plus de 50 ans représentent autour de 72% des achats de poissons comme de coquillages frais, environ 70% de ceux des crustacés et des céphalopodes. Selon le Baromètre santé nutrition 2002 (Inpes), 45,6% des 50-59 ans et 47,9% des 60-75 ans ont consommé du poisson au moins deux fois par semaine, contre 35,3% des 40-49 ans et 28,5% des 30-39 ans. Et ce poids s'est accru en quatre ans sous l'influence des 50-64 ans, en particulier sur les crustacés

DONNEES DE CADRAGE		
	Ventes valeur 2003 (M. euros)	Evol. 03/02 valeur
Poissons fumés, séchés et salés	974,9	+4,7%
Produits de la mer surgelés	563,8	-1,8%

En hypermarchés et supermarchés, hors hard discount. Source : InfoScan IRI-France, Base distributeur.

(+4,9 points), les céphalopodes (+3,3 points), les huîtres (+2,7 points) et les poissons non préemballés (+2,5 points). Par contre, les plus gros consommateurs de poissons fumés, séchés et salés se recrutent chez les 65 ans et plus : en 2003, ils ont réalisé 45% des achats (+4,7 points vs. 2000).

Sur le marché des produits de la mer surgelés, les seniors sont également très actifs, avec un poids qui a gagné 2,4 points en quatre ans et un indice en hausse chez les 50-64 ans, qui sont désormais de plus gros acheteurs que les 65 ans et plus. Une prépondérance acquise par une sur-consommation de poissons entiers, de crustacés

PRODUITS DE LA MER FRAIS : POIDS DES MENAGES DE 50 ANS ET PLUS						
	Foyers de plus de 50 ans		50-64 ans		65 ans et +	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Ensemble Frais	57,8%	59,5%	28,2%	29,3%	29,6%	30,2%
Rayon Poissonnerie	69,7%	71,7%	32,7%	34,7%	36,9%	37,0%
Produits préemballés	51,9%	50,6%	32,7%	30,7%	19,2%	19,9%
Produits non préemballés	70,8%	73,6%	32,7%	35,2%	38,2%	38,3%
Poissons d'eau douce	62,1%	67,6%	31,0%	34,0%	31,1%	33,5%
Poissons de mer entiers	79,1%	80,4%	34,9%	37,0%	44,2%	43,4%
Poissons de mer en tranches	71,8%	73,6%	33,1%	31,7%	38,7%	41,8%
Poissons de mer en filets	64,6%	68,2%	30,2%	31,4%	34,4%	36,8%
Coquillages frais	70,8%	72,5%	35,3%	37,5%	35,5%	35,0%
Huîtres	75,0%	76,0%	36,3%	39,0%	38,8%	36,9%
Moules	64,4%	63,8%	33,3%	34,3%	31,1%	29,5%
Coquilles St Jacques	78,0%	81,9%	38,6%	37,4%	39,4%	44,5%
Crustacés	66,8%	68,9%	30,8%	35,7%	36,1%	33,2%
Gros crustacés	71,5%	77,2%	33,1%	40,1%	38,4%	37,1%
Crevettes et gambas	63,1%	63,7%	28,9%	33,0%	34,3%	30,7%
Céphalopodes	64,4%	69,1%	34,6%	37,9%	29,8%	31,2%
Poissons fumés, séchés, salés	73,5%	76,1%	33,2%	31,1%	40,3%	45,0%
Saumon fumé	71,8%	75,4%	31,2%	30,0%	40,5%	45,4%

Tous circuits. Source : ConsoScan TNS Secodip, Base distributeur.