

# La qualité en aquaculture : un enjeu dans la concurrence internationale

Comme dans tout autre secteur d'activité, le développement de la production aquacole entraîne une modification profonde des relations entre producteurs et consommateurs. Les relations privilégiées, basées sur la connaissance réciproque, entre un producteur artisanal et un consommateur local cèdent vite la place à une relation caractérisée par une concurrence entre plusieurs firmes sur des marchés internationaux et par une asymétrie d'information au détriment de l'acheteur sur l'origine et les caractéristiques des produits. Réciproquement, cette demande évolue constamment sous la pression de différents facteurs sociaux et économiques. Dans un contexte économique de libre-échange et d'incertitude de la demande, la notion de qualité apparaît comme un moyen de développer des avantages compétitifs et d'instaurer une relation de confiance avec l'acheteur. Cette notion de qualité n'a cependant rien d'absolu et recouvre des réalités diverses dont la prise en compte implique une modification non seulement du mode de fonctionnement des unités de production mais aussi de l'organisation de l'ensemble de la filière.

## Les déterminants de la compétitivité en aquaculture

L'aquaculture est une activité récente, souvent encore en phase de développement, mais déjà confrontée à une situation de concurrence internationale et à une modification rapide des circuits de distribution. Parmi les cinq plus grands succès de ces dernières années en aquaculture au niveau mondial, trois portent sur des espèces faisant l'objet d'un intense commerce international (crevettes tropicales, coquilles Saint-Jacques, saumon) tandis que deux n'ont à affronter qu'une concurrence nationale (*cat-fish* aux USA et *sériole* au Japon). L'étude du marché français des produits de l'aquaculture permet de mettre en évidence l'importance d'une stratégie basée sur la recherche de compétitivité hors coûts mais aussi les difficultés que peuvent rencontrer les entreprises à adopter ce type de démarche, aussi bien individuellement que collectivement.

## Le marché français des produits de l'aquaculture

La France, suivie par l'Espagne et l'Italie, est après le Japon et les Etats-Unis le plus gros marché mondial pour les produits issus de l'aquaculture marine. Il s'agit essentiellement

de coquillages (huitres et moules (1)), de crustacés (crevettes tropicales) et de poissons (salmonidés, bars et dorades, turbots). Le déficit du solde de la balance commerciale française en produits de la mer (9 827 millions de francs en 1993) est dû pour plus du tiers à des produits de l'aquaculture (tableau 1). La situation de ces différentes filières sur le marché français est très hétérogène. La France est le principal producteur et le principal consommateur d'huitres en Europe. Le commerce intra-européen des moules est actif (150 000 tonnes de produit frais pour une production totale de 600 000 tonnes), avec des flux importants d'Espagne et des Pays-Bas vers la France, la Belgique et l'Italie. La Grèce est le premier producteur de bar (50 % de la production du bassin méditerranéen) à destination principalement du marché italien. Les producteurs français de bar (dont quatre assurent 75 % de la production nationale), qui réalisaient 80 % de leur chiffre d'affaires sur le marché italien jusqu'en 1992 se sont repliés sur le marché français à la suite de la dévaluation de la lire. Les différentes espèces de saumons font l'objet d'échanges de très grande ampleur au niveau mondial (500 000 tonnes par an pour une valeur de 2,5 milliards US\$) à destination de trois marchés principaux (Japon, Etats-Unis et France). Alors que la France se place au premier rang européen pour la production de salmonidés en eau douce (truite arc-en-ciel), la production marine se limite à quelques entreprises mais un développement nouveau est attendu avec la mise au point de l'élevage de la truite Fario et l'arrivée d'investissements émanant de groupes industriels de la filière truite en eau douce. Le marché international des crevettes est encore plus important (1 million de tonnes échangées par an pour une valeur de 7 milliards US\$) et la production aquacole représente désormais 30 % de la production totale de crevettes tropicales. En dépit d'une avance technologique certaine, la production française (735 tonnes en 1993) se limite à quelques entreprises en Nouvelle Calédonie.

## Le contexte concurrentiel des entreprises aquacoles

Les produits des entreprises aquacoles s'inscrivent dans une situation de concurrence non seulement avec les produits de l'aquaculture mais aussi avec les produits de la pêche et les produits carnés dans leur ensemble. Ces produits entrent dans

1. Bien que la production aquacole de coquilles St-Jacques soit très importante au niveau mondial (Japon, Chine), la plupart des importations française concernent des produits de la pêche pour un montant de 550 MF en 1993.

Tableau 1. Les filières de l'aquaculture marine en France et le marché français des produits aquacoles en 1993

		Huîtres	Moules	Bar dorade royale	Turbot	Salmonidés marins	Crevettes tropicales	TOTAL
Production								
Aquaculture								
France	t	149 000	64 400	2 500	500	1 000	700	218 000
Ch. aff. France	MF	1 800	470	150	30	30	50	2 530
Production								
pêche France								
	t		50 000	3 000	1 000		Guyane 4 000	
Product° aquacole								
Europe et bassin méditerranéen								
	t	160 000	600 000	23 000	2 000	260 000		1 045 000
1 <sup>er</sup> producteur								
aquacole européen								
	t	France	Espagne	Grèce		Norvège		
			220 000	13 000		180 000		
Importations								
en volume								
	t	2 700	Pays-Bas Espagne 27 500		Danemark 1 500	Norvège Ecosse 83 333	Equateur Thaïlande 40 000	154 700
Importations	MF	36	150		90	2 400	1 600	4 276
Exportations								
en volume								
	t	Italie 4 500	4 000	Estimation 500		Réexportation 6 000	4 500	20 500
Exportations	MF	81	33	25		250	211	600

Source : FOM, IFREMER, Douanes

un marché où ils ne seront pas jugés uniquement sur leur prix, mais aussi sur leurs caractéristiques par rapport à des produits de référence (produits de la pêche et produits carnés eux-mêmes en constante évolution) et sur la qualité de l'information dont dispose le consommateur avant qu'il puisse accorder sa confiance. Cette information est d'autant plus importante que le caractère rapidement périssable des produits de la mer et la faculté de concentration d'éléments pathogènes provenant du milieu d'origine dans le cas des coquillages constituent un risque perçu par les consommateurs.

Il existe également des externalités de production qui font que les performances de croissance et donc les résultats économiques d'une entreprise vont dépendre de l'activité des autres entreprises et en particulier de l'importance des stocks mis en élevage. Ces externalités se manifestent aussi bien en conchyliculture (concurrence pour l'usage de la ressource renouvelable constituée par le phytoplancton) qu'en pisciculture marine (dégradation du milieu d'élevage par l'accumulation des fécès). Il n'y a pas totale liberté d'entrée ni de sortie dans l'activité aquacole car la dépendance vis-à-vis du milieu naturel, la limitation des sites disponibles, et l'importance de l'apprentissage de techniques récentes, parfois encore en cours de transfert, accordent un avantage aux entreprises déjà installées et limitent la mobilité du capital et du travail. En cas de sortie, les coûts irrécupérables sont très variables selon la technique utilisée. Très faibles en ostréiculture traditionnelles, ils sont plus élevés pour les élevages de poissons en cage (investissement initial égal au chiffre d'affaires en année de routine) et apparaissent particulièrement importants pour les élevages à terre (bassins, système de pompage) ou en mer ouverte (bateaux, structures off-shore) avec un investissement initial pouvant se monter à trois fois le chiffre d'affaires annuel.

Les conditions de milieu (température, capacité trophique, protection contre les tempêtes, salubrité) sont à l'origine d'avantages comparatifs indéniables mais d'autres caractéristiques de l'activité aquacole montrent les limites d'une recherche de la compétitivité basée uniquement sur la capacité à répondre à la demande en termes de quantité ou de prix. Même dans le cas où la disponibilité totale en sites n'est pas un facteur limitant à l'accroissement des capacités de production (exemple de la Norvège pour le saumon ou de l'Asie du Sud Est pour la crevette), des contraintes pour l'augmentation de la production peuvent apparaître au niveau de chaque site. Il s'agit en particulier de contraintes d'environnement liées à l'utilisation d'une ressource renouvelable qui est l'eau propre, facteur indispensable aux productions animales aquatiques. C'est la présence de ces externalités de production négatives qui limite les possibilités de concentration de la production dans les sites les plus favorables et par conséquent qui oblige à conquérir d'autres sites en dépit de coûts de production plus élevés. Comme en agriculture (Boussard, 1987), les économies d'échelle semblent difficiles à obtenir au-delà d'un certain seuil, en raison de l'accroissement des coûts de déplacement sur le site pour les productions en mer ou sur estran, des difficultés de gestion des stocks dans de grands volumes (cages ou bassins) et de l'importance des investissements à financer pour réaliser des infrastructures de très grande taille adaptées à la mer ouverte. La diversité des systèmes de production, l'évolution constante des techniques et les contraintes réglementaires propres à chaque pays font qu'il est difficile de définir un seuil théorique au-delà duquel les rendements deviennent décroissants. La filière salmonicole norvégienne qui atteint une phase de maturité après vingt années de développement se compose d'unités de capacité de production moyenne de l'ordre de 300 tonnes.

Les différences de contexte institutionnel (mode d'attribution du domaine maritime, accès au foncier, dépenses en recherche et développement, politique d'incitation) et d'environnement économique (productivité du travail, coûts des intrants, taux d'intérêt, efficacité des services à l'industrie, parité des monnaies) permettent cependant à certaines zones géographiques d'appuyer leur développement sur la compétitivité par le prix. C'est le cas de la Grèce pour la production de bar qui bénéficie de coûts salariaux faibles et de mesures particulières de la part du dispositif d'incitations de la Commission Européenne. Mais il s'agit de facteurs sujets à évolution, qui ne permettent pas de garantir une stabilité des écarts de productivité sur le long terme. La combinaison du différentiel d'inflation entre le franc, la lire et le drachme et du choc de parité intervenu entre ces monnaies à la fin de 1992 a réduit subitement de 80 % l'excédent brut d'exploitation des entreprises grecques qui achetaient de l'aliment en France et vendaient du bar en Italie. Enfin, en l'absence pour l'instant de recours à des biotechnologies sophistiquées ou à des techniques de génie génétique, on constate une rapide diffusion du progrès technologique à travers le monde en ce qui concerne la phase de grossissement. Le développement de l'élevage du saumon au Chili, du bar en Grèce et des crevettes au Vietnam montre que les pays pionniers (Norvège pour le saumon, France pour le bar, Taïwan pour les crevettes) ne peuvent garder longtemps un avantage technologique, ni baser leur compétitivité à long-terme sur cet aspect.

Dans un contexte de mondialisation des échanges, les avantages comparatifs en termes d'accès à des ressources naturelles, de coût des facteurs de production ou d'avance technologique ne peuvent plus être considérés comme acquis et les entreprises aquacoles sont contraintes de travailler au renouvellement de leurs avantages compétitifs. La notion de qualité est au centre de ce renouvellement.

### Les caractéristiques de la demande et la notion de qualité pour les produits de la mer

La notion de qualité présente de multiples facettes et renvoie à des acteurs économiques et sociaux nombreux qui ont des objectifs souvent différents, voire divergents (Nicolas et Valceschini, 1995). Les producteurs eux-mêmes sont demandeurs d'une assurance de qualité quand ils ne maîtrisent pas toute la chaîne de production. C'est le cas des entreprises qui achètent leurs alevins aux écloséries et qui privilégient les critères d'homogénéité des lots, de disponibilité précoce (en début de saison), d'absence de pathologie au cours de la phase larvaire, et de résistance aux stress du voyage et du retempage. Du côté de la demande en produits de la mer, on peut distinguer le consommateur final, les différents maillons de la chaîne de distribution et le transformateur. Il faut aussi tenir compte du contexte réglementaire et des contraintes imposées par les pouvoirs publics pour répondre à des préoccupations collectives ou ne pouvant pas être exprimées au niveau individuel.

### Les attentes du consommateur

L'accroissement de la demande en produits de la mer en France s'est fait dans un contexte de modification du mode de consommation, au détriment de la consommation à domicile et au profit de la consommation hors foyer (Antona et Pitiot, 1992). A l'intérieur de la consommation de poisson à domicile qui a baissé en quantité par ménage consommateur depuis 1983 (avec une légère remontée en 1993), la tendance a été à une contraction de la demande de poisson entier, à une stagnation de la consommation de tranches et à un développement des filets et des produits surgelés et fumés. Pendant le même temps, la part de marché des grandes et moyennes surfaces est passée de 22 % à 51 % des achats de poissons frais pour consommation à domicile (FIOM, 1994). En revanche, c'est la consommation de poisson hors-foyer (restaurants et collectivités) ou de produits transformés de l'industrie agro-alimentaire qui a bénéficié de la croissance de la consommation totale de poisson entre 1983 et 1993. Ces deux formes de consommation concernent préférentiellement le poisson congelé et ne sont pas la cible privilégiée pour les produits de l'aquaculture.

Comme pour les autres produits alimentaires, six qualités principales entrent en ligne de compte dans le choix du consommateur de produits de la mer, et par conséquent de produits de l'aquaculture :

- La qualité nutritionnelle, dont l'appréciation est marquée par des mouvements cycliques et des tendances contradictoires. Dans un contexte général de recherche d'aliments diététiques pauvres en cholestérol et acides gras saturés mais riches en vitamines, on assiste cependant à de nouvelles tendances de préférence pour des produits plus conviviaux, plus traditionnels ou moins tristes.
- La qualité hygiénique qui est considérée comme incontournable par le consommateur. En l'absence de capacité à mesurer totalement ce paramètre d'après l'apparence avant la transaction, l'acheteur va s'en remettre aux mesures publiques et au respect qui a pu en être fait le long de la chaîne de distribution.
- La qualité organoleptique qui est une variable avant tout culturelle. L'absence de goût trop fort et d'odeur est une des raisons du succès du *cat-fish* aux États Unis (Kinnucan et Venkateswaran, 1991), mais cette caractéristique semble difficilement transposable sur les marchés européens.
- La qualité d'usage également influencée par les différences culturelles, mais surtout par l'évolution rapide des modes de vie. La demande porte de plus en plus sur des produits faciles à préparer, faciles à stocker et disponibles en grandes surfaces.
- La qualité symbolique, qui associe la consommation de produits de la mer à la fois à un retour à la nature, à l'utilisation sans contrainte d'une ressource naturelle et à une notion de raffinement et de purification. A ce titre, les réactions des consommateurs face aux produits aquacoles sont très ambiguës, avec un mélange de confiance sur les aspects sanitaires et de rejet des concepts d'élevage en captivité et d'alimentation artificielle (Avault, 1991). La qualité symbolique peut renvoyer aussi bien à une notion de plat populaire que de plat festif, en fonction des catégories sociales, de l'appartenance culturelle et du pouvoir d'achat. Elle peut jouer aussi sur la taille du produit et sur les dates de consommation privilégiées. Dans certains

pays, le nom du poisson peut jouer un rôle important dans la relation de confiance et la décision d'achat. En revanche, les produits pour lesquels il existe une forte exigence de la demande pour une zone géographique précise sont rares (huîtres de Marennes Oléron).

• La qualité de respect de l'environnement, qui prend en compte les risques d'externalités de la production aquacole sur la qualité du milieu et sur l'aspect esthétique des sites côtiers.

Très diversifiées, les attentes du consommateur sont par ailleurs peu qualifiées, c'est-à-dire que le marché de connaisseurs est très étroit et que contrairement à d'autres secteurs (mécanique, électronique), l'évaluation de la qualité des produits aquacoles ne peut pas se faire sur une analyse des caractéristiques internes du produit ou sur l'attachement à une marque. Elle se fait soit sur l'examen de son apparence (et dans la phase ultérieure à la transaction, sur sa dégustation), soit sur la confiance qu'aura l'acheteur dans le vendeur. Une grande différence existe entre l'Europe du Sud (Espagne, Italie, France pour partie) où les consommateurs manifestent des exigences basées sur un savoir en termes de choix d'espèce et de critères externes de fraîcheur et l'Europe du Nord où la consommation est beaucoup moins qualifiée et s'adresse plus à un produit générique ayant le nom de poisson.

### Les attentes de la transformation et de la distribution

Bien que moins présente pour le moment dans la filière aquacole (saumon fumé, crevettes cuites, turbot congelé) que dans la filière pêche, il faut cependant prendre en considération les besoins spécifiques de l'industrie de transformation afin d'anticiper l'évolution de la demande. Ces exigences portent sur le taux de rendement de chair par rapport au poids vif, la facilité de découpage et de filetage, le prix de la matière première qui est très important pour obtenir en bout de chaîne un prix du produit transformé acceptable pour le consommateur. Le prix reste en effet essentiel dans l'essentiel des transactions des centrales d'achat de la grande distribution et les intermédiaires de la distribution préfèrent souvent acheter et vendre moins cher, mais sur de gros volumes (Siegei, 1988).

En dehors du prix, les attentes portent principalement sur les critères de disponibilité du produit en volume et régularité (tout au long de l'année, ou à certaines périodes pour les produits dont la saisonnalité de la demande est très marquée). À ce titre, le rôle de la grande distribution est assez ambigu car pour certains produits, elle favorise l'étalement des ventes (saumon fumé), mais pour d'autres elle renforce la saisonnalité (huîtres). Quand cette contrainte de régularité n'est pas respectée, mareyeurs et grossistes peuvent se détourner d'un produit. C'est ce qui s'est passé pour la coquille Saint-Jacques de pêche dont les débarquements sont devenus de plus en plus irréguliers à la suite de l'appauvrissement des stocks et de la mise en place de mesures de réduction de l'effort de pêche. Ce retrait des circuits de distribution traditionnels a été une des causes de la forte chute des prix lors de la campagne 1991/1992 plus abondante (Colson, 1992). Le critère origine du produit joue également à ce niveau où il y a encore une relation de connaissance entre le producteur et l'acheteur qui peut associer certaines caractéristiques qu'il recherche à l'origine géographique du produit. La durée de conservation potentielle est une donnée fondamentale pour le grossiste et le

distributeur. Cette mesure dépend des conditions d'abattage et de traitement du poisson après récolte et de transport. Enfin sont importants les critères d'homogénéité du produit, afin de ne pas avoir à prendre en charge les opérations de tri, et d'assortiment de produits car les distributeurs souhaitent pouvoir s'appuyer sur une gamme de produits et choisissent de préférence un fournisseur proposant plusieurs produits.

### Le rôle des pouvoirs publics dans l'expression de la demande

L'Etat intervient fortement dans l'établissement de standards de qualité pour atteindre son objectif de protection de la santé publique. Ces normes et règles permettent de réduire les risques de danger du produit, diminuent la perception de ce risque de la part de l'utilisateur et favorisent le rétablissement d'une relation de confiance entre producteur et acheteur. Un rôle essentiel de la mise en place de standards de qualité peut être aussi d'aider à atténuer les défauts du marché dans le cas où le prix du produit ne reflète pas fidèlement ses coûts sociaux réels de production ou de consommation (Foray, 1993). En aquaculture, c'est le problème des externalités de production à travers la dégradation du milieu par les rejets qui ne font pas encore l'objet de réglementation. Mais on peut très bien envisager que les pouvoirs publics incitent les entreprises à internaliser le coût de la protection du milieu marin et puissent décerner une mention « sain pour l'environnement » aux entreprises se pliant à cette règle (Paquette, 1994).

### Atouts et contraintes de l'aquaculture pour répondre aux caractéristiques de la demande en produits de la mer

Les attentes de ces différents acteurs s'expriment par la mise en place de dispositifs de construction et d'évaluation de la qualité qui peuvent être complémentaires ou parfois contradictoires. Ces dispositifs ont été classés en trois catégories, selon qu'ils concernent les aspects réglementaires, les contraintes de standardisation et de régularité de l'offre ou la réponse à la demande de différenciation des produits.

#### La conformité des produits d'aquaculture aux contraintes réglementaires

L'obligation de se conformer à des normes sanitaires élaborées dans un cadre national ou supranational a pour effet d'augmenter les investissements productifs et les charges d'exploitation des entreprises qui y sont soumises. La mise en place progressive des nouvelles normes sanitaires européennes en conchyliculture a révélé de grandes disparités dans l'impact économique de ces mesures sur les secteurs d'activité nationaux et a souligné l'importance des formes de coopération. En effet, l'existence d'une mise en marché des coquillages organisée en Italie (coopératives de production et passage obligatoire par des stations d'épuration avant commercialisation) ou à la fois organisée et centralisée en Espagne et aux Pays-Bas a permis de bénéficier d'économies d'échelles sur les investissements nécessaires et d'adapter plus rapidement les structures de conditionnement et d'expédition des coquillages aux nouvelles normes.

Etant donné qu'il s'agit d'un secteur nouveau et encore en développement, l'aquaculture marine fait l'objet en Europe d'une attention particulière par les pouvoirs publics quant à son impact sur les autres activités. Mais les instruments réglementaires et économiques développés en pisciculture continentale dans le cadre de l'application du principe pollueur-payeur, en particulier au Danemark en étroite concertation avec les organisations de producteurs, sont difficilement applicables actuellement aux installations aquacoles en mer. En effet, l'évaluation des effets de ces entreprises sur le milieu est soumise à controverse scientifique et il n'y a pas de structure d'organisation des producteurs avec laquelle négocier (Paquette et Bailly, 1994). Les réglementations imposées par les pouvoirs publics sont des obligations de résultats et sont incontournables. En ce sens, elles ne permettent pas aux entreprises soumises à une même législation de se différencier sur le plan de la qualité des produits. Mais les disparités de règlements entre pays peuvent être sources de distorsion de concurrence : barrières à l'entrée pour les échanges internationaux ou avantages comparatifs dus à des contraintes de conformité à la réglementation moins coûteuses pour certains producteurs.

#### **Les contraintes de standardisation des produits et de régularité de l'offre**

Ces contraintes qui répondent principalement aux attentes des circuits de distribution et de la transformation peuvent être étudiées à deux niveaux, celui de la concurrence entre produits de l'aquaculture et produits de la pêche et celui de la concurrence entre entreprises à l'intérieur d'un même filière aquacole. Actuellement, les produits d'aquaculture marine font l'objet de procédés de transformation conservant une forte proportion de matière première (éviscération, filetage ou tranchage, emballage sous vide ou congélation, fumage) afin de ne pas dévaloriser le produit (Rackham, 1993). En effet, les coûts de production sont élevés même pour les filières arrivées à maturité comme la salmoniculture (40 F/kg en filet) et la crevetticulture (30 F/kg sans tête) et restent supérieurs à ceux de la plupart des produits de la pêche utilisés par l'industrie de transformation pour les préparations classiques (par exemple blocs de merlu congelé à 10 F/kg). Ce n'est donc pas actuellement sur le terrain de la compétitivité-prix que l'aquaculture peut rechercher ses avantages par rapport à la pêche.

L'intensification des systèmes de production aquacole permet en théorie de s'affranchir des contraintes naturelles et de maîtriser les facteurs de production nécessaires pour une offre normalisée et régulière : reproduction possible toute l'année, alimentation contrôlée, vitesse de croissance constante. Dans la pratique, cet avantage par rapport à une production de pêche soumise à des fluctuations saisonnières est beaucoup moins net. Les points de blocage biologiques et technologiques qui existent encore pour de nombreuses espèces (contrôle imparfait de la maturation des coquilles St-Jacques, nouvelles pathologies dans les élevages de crevettes et de saumons, arrêt de croissance précoce au moment de la maturité sexuelle des bars et turbots) sont sources de variabilité de l'offre. De plus, le coût d'usage du capital élevé pour les systèmes de production en cages ou en bassins et la difficulté d'obtention d'un droit d'usage de la bande côtière font que les

entreprises travaillent le plus souvent à pleine utilisation de leurs capacités de production et ne peuvent pas facilement stocker des produits vivants pour étaler leur offre dans le temps. Les formes de coordination entre producteurs permettent de pallier cette variabilité de l'offre et de disposer d'avantages compétitifs hors-coût. C'est une des raisons de la force de l'industrie espagnole sur le marché européen de la mytiliculture, car la plus grande partie des producteurs adhère à une association de producteurs (il y en a 25 regroupant au total 2 000 membres) qui centralise les commandes des acheteurs et des conserveries et les répartit entre ses membres en fonction de la demande.

La demande de standardisation de la part des circuits de distribution et de transformation procède d'une logique industrielle difficilement compatible avec le mode de fonctionnement des formes les plus artisanales d'aquaculture, dont les caractéristiques de la production dépendent du lieu où est pratiqué l'élevage, du savoir de l'entrepreneur et de facteurs climatiques aléatoires. En conchyliculture, cette question de la part qui revient au lieu d'origine, au savoir-faire ou à des facteurs externes dans la détermination des caractéristiques du produit et donc de sa qualité, fait encore l'objet d'études autant biologiques que sociologiques et de polémique entre scientifiques et professionnels (Van Tilbeurgh, 1994). C'est ainsi que la taille, la forme, le poids de chair et le goût des huîtres et des moules vont varier d'un lieu à un autre, d'un producteur à un autre, d'une année à l'autre sans qu'il soit possible pour l'instant de modéliser cet ensemble de facteurs de variation. Cependant, ces contraintes imposées par le système de production ne sont pas uniquement négatives et peuvent être utilisées comme facteurs de différenciation des produits dans la recherche d'avantages compétitifs pour adapter l'offre à la segmentation des marchés (Chevassus-Lozza et Gallezot, 1995).

#### **Les possibilités de différenciation des produits de l'aquaculture**

Les filières aquacoles sont amenées à rechercher des avantages compétitifs qui ne sont pas basés uniquement sur les coûts. L'étude du développement récent de trois filières aquacoles sur les marchés français ou européen permet de comparer différentes démarches de différenciation des produits et d'identifier les facteurs limitants à la recherche de compétitivité hors-coût.

##### *La filière saumon en Europe du Nord : les progrès de la zootechnie à l'origine de la différenciation des produits*

La filière salmonicole (Norvège, Ecosse et Irlande principalement) s'est parfaitement adaptée à la diversité des tendances de la demande en poissons du marché français. De 1982 à 1994, si la baisse du prix à l'importation (de 68F/kg à 28F/kg en Francs constants 1994) a permis au marché du saumon frais de se développer avec une telle ampleur (de 3 300 tonnes/an à 52 000 tonnes/an) alors que le marché des autres poissons frais se rétrécissait (du moins en ce qui concerne la consommation à domicile), c'est bien parce que cet accroissement de production s'est accompagné d'une diversification

des produits : petit saumon (1 à 3 kg) pour la consommation en frais entier, gros saumon (plus de 3 kg) pour le fumage ou la présentation en darnes, filets, escalopes, rôtis etc. Entre 1986 et 1993, la part de marché du saumon dans la consommation à domicile de poisson frais en France est passée de 2 % à plus de 15 %, tandis que sa part de marché dans la consommation de poisson fumé est passée de 26 % à 59 %, ce dernier créneau étant lui même en forte expansion (+ 40% depuis 1986).

La filière saumon d'Europe du Nord, comme la filière truite en eau douce française, a appliqué une démarche de différenciation horizontale des produits, ou diversification, qui a porté sur la présentation du produit et non pas sur l'espèce ni sur le mode de fabrication. L'objectif n'a pas été un marché de connaisseurs, mais un marché de masse en prenant des parts de marché non seulement à l'intérieur des poissons mais parmi les produits carnés dans leur ensemble. Un autre élément a joué en faveur du développement du marché du saumon d'élevage en France : la saison de pêche du saumon du Pacifique (juin et juillet) qui constituait l'essentiel des apports jusqu'aux années 1980 ne correspondait pas aux pics de la demande (décembre et avril). La Norvège a pris une place dominante dans cette filière grâce aux progrès zootechniques acquis rapidement à travers une organisation particulièrement efficace de la recherche aquacole. Dès les années 1970, alors que la production ne dépassait pas quelques milliers de tonnes, des travaux en génétique, nutrition et pathologie ont été engagés en association avec les acteurs de la filière et les pouvoirs publics (Lucet, 1994). Les résultats de la sélection génétique ont permis d'obtenir des animaux de plus de 5 kg en 12 mois d'élevage en mer au lieu de 24 mois.

La filière saumon a su également développer une différenciation verticale qui consiste à proposer différentes qualités pour un même produit, à des prix différents. Dans le cas des produits alimentaires, l'appréciation de la qualité peut porter sur le lieu d'origine de la production (appellation d'origine) ou sur le mode de fabrication (certification). C'est à l'acheteur de faire son arbitrage entre prix et qualité. La différenciation verticale se développe en un deuxième temps, après que l'effet de gamme de la différenciation horizontale ait permis d'atteindre un large marché. Elle permet alors de toucher toutes les catégories de consommateurs. C'est ainsi qu'à l'intérieur du produit « saumon fumé », qui est une des formes de diversification horizontale du saumon, on observe une différenciation verticale par la qualité portant soit sur l'origine (saumon de pêche du Pacifique, saumon norvégien d'aquaculture, saumon écossais d'aquaculture) soit sur le processus de transformation (saumon congelé fumé, saumon frais fumé, saumon frais fumé au feu de bois de hêtre).

Si les critères de différenciation qui portent sur le mode de transformation des produits sont bien établis et reconnus par les consommateurs, ceux relatifs à l'espèce ou à l'origine du poisson d'aquaculture sont beaucoup moins bien objectivés. Les distributeurs et transformateurs ont besoin d'établir une hiérarchie formelle d'une part entre les espèces « Pacifique » et « Atlantique » et, d'autre part, entre les origines Norvège, France, Ecosse et Irlande sans que les facteurs de différenciation soient clairement établis. Par exemple, les producteurs de saumon d'Ecosse cherchent à se différencier de ceux de Norvège aussi bien par l'image symbolique de leur pays que par

l'affirmation de techniques d'élevage en pleine mer, dans un milieu à plus fort renouvellement que dans les fjords norvégiens. Il apparaît ainsi que le saumon écossais bénéficie à Rungis depuis 1988 d'une surcôte indéniable par rapport au saumon norvégien. Bien que la différence de prix de 1988 à 1994 pour la catégorie de saumon de 2 à 3 kg soit irrégulière, sa valeur médiane est de 6 % sur la période, en faveur du produit écossais. L'instauration du label rouge pour le saumon écossais n'a pas consolidé cet avantage qui s'érode au fil des ans, mais a permis de mieux valoriser une petite partie de la production. Dans cette forme de différenciation, l'objectif recherché est une augmentation du ratio résultat d'exploitation sur chiffre d'affaires.

#### *La filière d'élevage du bar en Méditerranée : un produit unique pour un marché de connaisseurs*

La diversification uniquement par l'espèce, telle qu'elle apparaît souvent dans les objectifs de développement de l'aquaculture méditerranéenne avec différentes espèces de poissons locaux (sparidés), ne permet pas de viser autre chose qu'une augmentation de part de marché à l'intérieur du créneau des petits poissons frais entiers. Cette diversification destinée à un marché de connaisseurs (Temri, 1991) consiste en une substitution entre produits de même apparence et de même prix : loup et dorade d'une part, et ces nouvelles espèces d'autre part. L'objectif est donc plus modeste, d'autant plus qu'il s'agit d'un créneau dont les perspectives d'évolution en prix et en volume sont les moins intéressantes. D'un point de vue micro-économique, cette forme de diversification peut permettre à une entreprise de bénéficier d'avantages hors coûts grâce à l'offre d'une gamme de produits. Mais d'un point de vue de dynamique sectorielle, ce ne peut pas être un facteur déterminant de développement d'une production aquacole. La chute du cours du bar sur les marchés italien et français depuis cinq ans a été encore plus importante que celle du saumon, pour une augmentation en volume beaucoup plus faible (de 130 F/kg à 55 F/kg en francs constants 1994). Ce sont des contraintes technico-économiques qui ont limité les possibilités de différenciation horizontale : difficultés de croissance après 400 grammes et coûts de production élevés pour des poissons de grande taille. Quant aux tentatives de différenciation verticale (essais de labélisation en Provence-Côte d'Azur), elles se sont heurtées à la difficulté de déterminer des critères de qualité objectifs (pas de sélection de souches différenciées, aliment identique pour toutes les entreprises).

Si les produits de la filière bar et dorade n'ont pas pu développer de référentiel de qualité ni diversifier leur production, ils permettent cependant à des groupes industriels spécialisés dans le négoce et la transformation des produits de la mer de compléter leur gamme de produits et de répondre à une demande fortement exprimée par les circuits de distribution. C'est ainsi que deux entreprises françaises de production de bar ont été rachetées par des groupes spécialisés initialement dans la truite d'eau douce et qui ont étendu leur gamme à des produits comme la truite Fario, le saumon, l'esturgeon ou le turbot. On passe d'une stratégie de diversification interne à l'entreprise à une stratégie de groupe pour proposer une offre diversifiée.

### Le rôle de l'organisation de la filière dans la différenciation des produits de la mytiliculture néerlandaise

A partir du constat de l'existence d'une grande variabilité dans les caractéristiques des moules récoltées, les mytiliculteurs néerlandais, réunis à 90 % dans la même organisation de producteurs qui concentre et régule l'offre, ont adopté une stratégie collective de contrôle des critères de qualité requis (taille et remplissage) et de différenciation des produits en fonction de ces critères pour fournir différents marchés à l'exportation. Le marché belge absorbe les moules de qualité supérieure tandis que les moules de qualité inférieure sont destinées principalement au marché français (ou à la transformation). Cette démarche a permis d'instaurer une relation de confiance entre producteurs et circuits de distribution et de tirer parti au mieux de la demande spécifique de chaque pays, comme en témoigne l'évolution du prix des moules néerlandaises à l'exportation depuis 1988, qui a augmenté de 20 %. Faute d'avoir su adopter une démarche analogue, les producteurs français n'ont pas pu différencier clairement leurs produits, avec en particulier des mélanges de moules de bouchot et de moules de pêche qui ont entraîné une stagnation des prix en francs courants.

### Conclusion

Un certain nombre de facteurs déterminant la qualité des produits de l'aquaculture relèvent d'une démarche collective comme le maintien et le suivi de la qualité du milieu, les actions de promotion pour établir la notoriété des produits et l'offre d'une gamme de produits différenciés. Au comportement traditionnel et initial de pure concurrence doivent succéder des actions de coopération dans la mise en place de normes de qualité et le respect de process de production. Cette coordination a pour effet l'établissement de standards reconnus et clairement identifiables par le consommateur. Un fort consensus doit donc être obtenu sur la représentation de la qualité entre producteur, distributeur, et consommateur afin de réduire l'incertitude et constituer une connaissance commune qui réduise le coût de transaction et fidélise le consommateur. Cet aspect est particulièrement important dans le domaine des produits de la mer où la relation de confiance entre détaillant et acheteur est fragile. Le consensus doit bien sûr porter aussi sur la répartition équitable des coûts de la démarche qualité (contrôle des normes, investissements pour assurer la continuité de la chaîne de froid, promotion) pour éviter les problèmes de « voyageur clandestin » et de dévalorisation de l'image d'une activité par de mauvais produits. Dans ce cas, une démarche qualité peut tirer parti d'économies d'échelles partagée entre différentes entreprises par l'achat en gros d'équipements ou de services. Ainsi, l'effort collectif de promotion des éleveurs de *cat-fish* des États du sud des États-Unis a permis d'augmenter le résultat des entreprises d'un montant supérieur à celui de leur participation individuelle à cette campagne (Kinnucan et Venkateswaran, *op. cit.*).

Philippe PAQUOTTE  
IFREMER.

### RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Antona M. et Pitiot H. *Evolution of the consumption of sea products in France : a stable market undergoing many transformations*. Océanis, vol. 18, fasc. 4, 1992, pp. 419-426.
- Avault J.W. *Some thoughts on marketing aquaculture products*. Aquaculture Magazine, 1991, mars-avril, pp. 62-67.
- Boussard J.M. *L'économie de l'agriculture*. Economica, Paris, 1987.
- Chevassus-Lozza E. et Galiezot J. *La différenciation des produits dans la compétitivité : le cas de l'agriculture et de l'agro-alimentaire français*. In Nicolas F. et Valceschini E. « Agro-alimentaire : une économie de la qualité. INRA-Economica, Paris, 1995, pp. 253-263.
- Colson G. *La filière française des coquilles Saint-Jacques et des pectinidés*. IFREMER/FIOM/Institut supérieur de productions animales de Rennes, 1992, 130 p.
- Fiom. *Marché des produits de la mer : bilan 1993*. Edit. 1994.
- Foray D. *Standard de référence, coûts de transaction et économie de la qualité : un cadre d'analyse*. Economie Rurale, n° 217, Paris, 1993, pp. 33-41.
- Kinnucan H.W. et Venkateswaran M. *Economic effectiveness of advertising aquacultural products : the case of cat-fish*. Journal of Applied Aquaculture, vol. 1 (1), 1991, pp. 3-33.
- Lucet P. *La filière salmonicole norvégienne. Etat du développement en 1994*. Rapport IFREMER-Cabinet Lucet, 1994, 67 p.
- Nicolas F. et Valceschini E. (éd) *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. INRA-Economica, Paris, 1995.
- Paquette P. *Impact de l'aquaculture marine sur l'environnement : aspects juridiques et économiques*. Comptes rendus de l'Académie d'agriculture de France, Paris, 1994, 80, n° 3, pp. 73-82.
- Paquette P. et Bailly D. *Environmental constraints and aquaculture development*. Communication à la 7ème conférence de l'IFET, Taipei, Taiwan, 1994, 15 p.
- Rackham D. *Adding value to aquaculture products*. Communication à la World aquaculture conférence, Torremolinos, 1993.
- Siegel R.A. *The growing influence of aquaculture in US seafood markets : salmon and shrimp*. Us Department of Commerce, National marine fisheries service, 1988, 20 p.
- Temri L. *Analyse concurrentielle d'un secteur aquacole*. IAM-CIHEAM, Montpellier, 1991, 115 p.
- Van Tilbeurgh V. *L'huître, le biologiste et l'ostréiculteur. lectures croisées d'un milieu naturel*. L'Harmattan, Logiques sociales, Paris, 1994, 248 p.