



COGÉPÊCHE • Phase 2

Analyse comparative des filières viandes, fruits et légumes et halieutique *Innovation produit*

Contexte et méthodologie

Le programme Cogépêche a pour objectif d'améliorer la mise en marché des produits de la mer frais. Pour cela, une des étapes a consisté à réaliser un benchmarking comparatif entre la filière halieutique et d'autres filières agro-alimentaires (produits carnés, fruits et légumes). L'objectif principal de ce benchmarking est d'identifier les bonnes pratiques des autres filières en termes de commercialisation et mise en marché des produits, afin de proposer des recommandations à la filière des produits de la mer.

Le **benchmarking** est une méthode utilisée par de nombreuses entreprises : elle permet, pour la filière halieutique, de se **comparer** aux « leaders » des autres filières concurrentes qui se positionnent sur le marché, de **s'inspirer de leurs idées**, de leurs pratiques, de leurs fonctionnements et de leurs expériences.

Après une **analyse des modes de mise en marché** des produits des filières carnées, fruits et légumes, il a été possible de faire ressortir des **recommandations** pour la filière halieutique. Elles peuvent être regroupées en **quatre axes** : communication, merchandising, innovation produit et information - réassurance. Cette fiche s'intéresse à l'axe « **Innovation produit** ».

L'innovation : satisfaire le consommateur et faire avancer la filière

Les **habitudes** de consommation **changent en permanence** et, avec elles, les **exigences** des consommateurs. L'**innovation** est en général le **moteur principal de l'évolution et du progrès d'une filière**, d'un secteur ou d'une entreprise. Elle peut être induite par les exigences changeantes des consommateurs ou, au contraire, modifier les modes de consommation de certaines cibles.

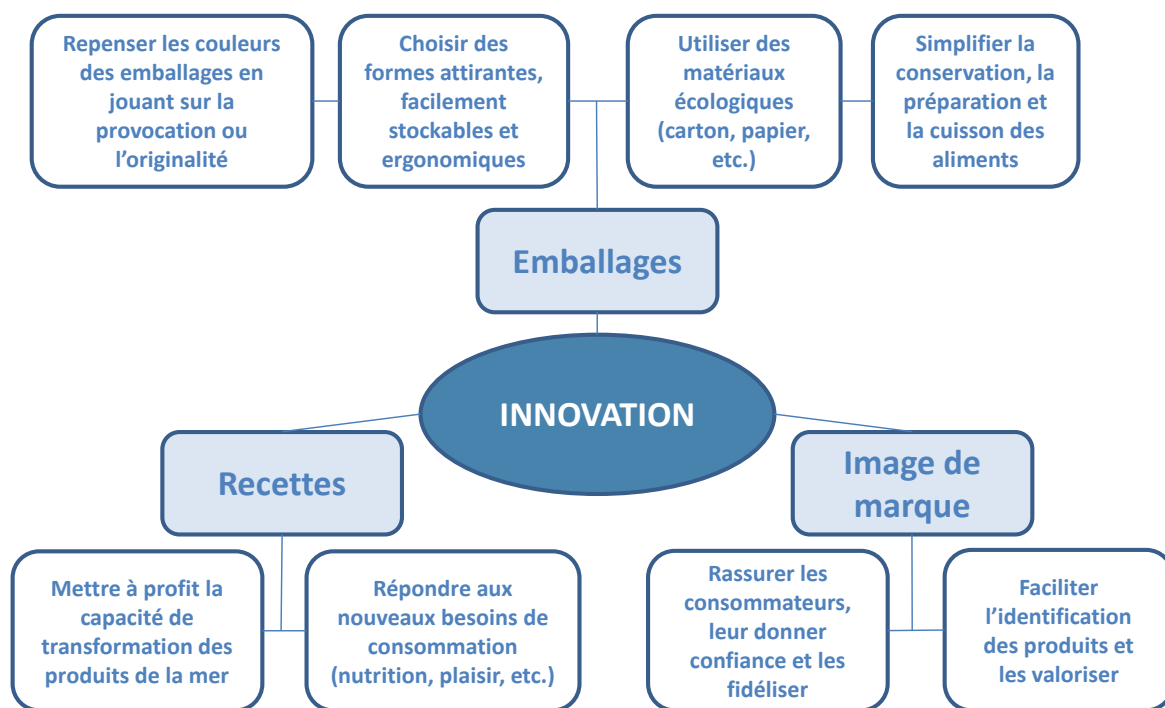
L'innovation peut intervenir à **deux niveaux, intrinsèque ou extrinsèque**. Dans le cas de l'intrinsèque, c'est dans la composition même du produit que l'originalité réside, dans ce que va manger le consommateur. Dans le cas de l'extrinsèque, la nouveauté est apportée sur tout ce qui gravite autour du produit, l'emballage par exemple.



Si-bag, emballage de cuisson,
conçu par le groupe Anglais Sirane

Lors de ce benchmark, trois axes possibles d'innovation produit ont été identifiés et étudiés : les recettes, l'emballage et l'image de marque.

Recommandations pour la filière halieutique



Recommandations pour la filière halieutique sur le thème « Innovation produit »

Intrinsèquement, les textures et les goûts variés, les qualités nutritionnelles reconnues font des produits de la mer une bonne base pour la transformation. Les industriels ont à leur disposition une **matière première propice à la création de valeur**. Ces mêmes caractéristiques rendent possibles une réponse efficace aux nouvelles habitudes de consommation, aux nouveaux goûts et aux nouvelles préoccupations des consommateurs.

Extrinsèquement, **la filière a une marge de progrès conséquente en matière de conditionnement**. Sortir de la palette classique des bleus et du blanc, **surprendre le consommateur** avec de **nouvelles formes**, ou jouer la carte de l'environnement avec des **matériaux plus écologiques** sont autant de moyens d'augmenter l'attractivité des produits de la mer, frais en particulier. La fonction de l'emballage ne se pas à son rôle marketing, le transport, le rangement, la prise en main sont des facteurs qui rendent le produit plus ou moins pratique. Faciliter l'accès des produits de la mer passera par des **emballages innovants** qui aideront le consommateur dans toutes les étapes de sa consommation.

Enfin, dans une démarche de recrutement de nouveaux consommateurs, **l'image de marque** est un **outil très efficace**. Source d'**affect** dans l'imaginaire des consommateurs, une bonne image de marque permet une **fidélisation solide** et garantit des **achats réguliers**.

Pour en savoir plus

MOUSSADDYKINE Adeline, FASQUEL Dimitri, VIDIE Anne, LESUEUR Marie, GOUIN Stéphane. 2013. Analyse comparative des filières des produits carnés et fruits et légumes avec la filière halieutique par la méthode benchmarking. Rapport d'étude. Phase 2 du programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°14, 60 p.

Contact

Marie Lesueur • marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr • 02.23.48.58.62

Etude réalisée par Adeline Moussaddykine et Quentin Josset, Pôle halieutique, AGROCAMPUS OUEST

Les publications du programme Cogépêche sont disponibles sur le site du Pôle halieutique :

halieutique.agrocampus-ouest.fr • Rubrique Études et Transfert • Cogépêche