



COGÉPÊCHE • Phase 2

Analyse comparative des filières viandes, fruits et légumes et halieutique *Information et réassurance*

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 « **Information et réassurance** ».

Rassurer le consommateur et désacraliser les produits de la mer

Les crises alimentaires des vingt dernières années, la profusion d'information, les moyens de communication parfois intrusifs sont autant de facteurs qui font que les consommateurs arrivent souvent à saturation. Les messages perçus sont alors mal intégrés, voire mal interprétés, et souvent contradictoires aux messages émis par les entreprises.

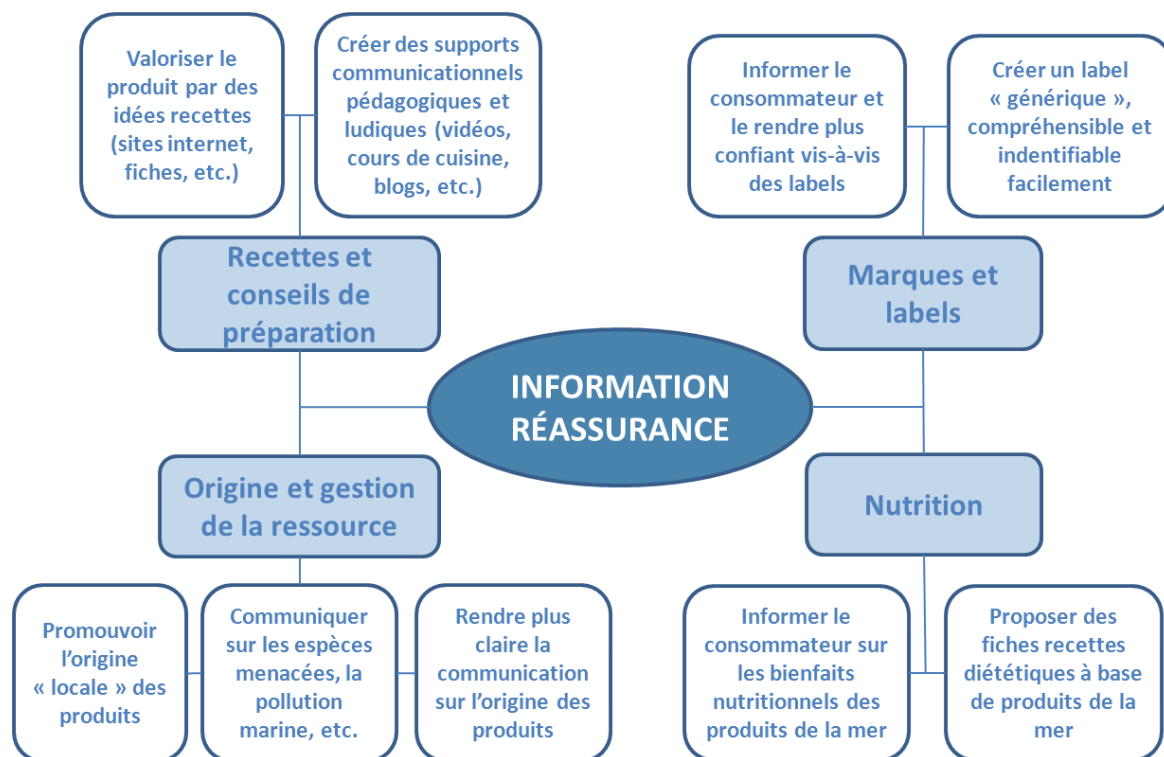
Dans le cas de la filière halieutique française, on constate une **perte de culture autour des produits** qui entraîne une **consommation déséquilibrée**, en **décalage avec la production**, menant parfois à des non-sens et à une **perte de confiance du consommateur** envers les messages qu'il reçoit.

L'information et la réassurance du consommateur devront passer par plusieurs incontournables. Pour contrer ces freins à la consommation, **l'information et la communication** sont complémentaires. Il s'agit respectivement du **fond** et de la **forme**. Des moyens de communication originaux et percutants sont indispensables, mais le message émis vers le consommateur doit être suffisamment **clair, concis, et surtout répondre aux questions** qu'il se pose.

Lors de ce benchmark, les moyens d'informer et de rassurer le consommateur ont été classés en quatre catégories : communiquer sur l'origine et la gestion de la ressource, sur les aspects nutritionnels des produits, utiliser des marques et des labels, proposer des recettes et des conseils de préparation.



Recommandations pour la filière halieutique



Recommandations pour la filière halieutique sur le thème « Information et réassurance »

Parmi tous les sujets parfois alarmants relayés par les médias, on retrouve deux grands thèmes qui préoccupent les consommateurs, l'**environnement** et la **santé**. En effet, les consommateurs actuels sont sensibles à l'impact de leurs achats sur l'environnement et sur leur santé. Il faut donc apporter de l'information concernant les **aspects nutritionnels** des produits, les **différents modes de production** - d'élevage ou sauvage - et leur **impact sur l'environnement**. La réassurance du consommateur doit passer par la garantie que les produits qu'il consomme ne sont pas nocifs pour sa santé, voire lui apporte un bénéfice supplémentaire concernant son bien-être.

Ensuite, un autre frein à la consommation est l'**appréhension de la préparation** du produit. Dans ce but, l'information devra se concentrer sur les **modes de préparation, la cuisine, les astuces**.

Enfin, la question des **marques et des labels** fait partie de l'information. Si une **marque ou un label, s'imposait au rayon produits de la mer**, le consommateur reprendrait **confiance dans ces appellations** et retrouverait certains **repères** dans ses achats.

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