

9 - APPROCHES COMMERCIALES

9.1 - INTRODUCTION

Cette partie de l'étude fournit les informations génériques tout en étant précises, incluant des adresses, des informations détaillées sur les standards régissant le négoce des produits de la mer. Ce document rappelle les trois zones étudiées, Europe, USA et Asie les conditions d'accès aux marchés et indique les sources d'informations pertinentes pour la mise à jour des conditions spécifiques d'approche de ces marchés.

Les autorités mauriciennes ont une responsabilité en matière de protection des consommateurs. Elles doivent mettre en place les outils nécessaires pour assurer que les produits mauriciens placés sur le marché international rencontrent sans défaillance les exigences des pays partenaires étrangers. Cette obligation prévoit l'établissement d'un cadre législatif adéquat, des structures techniques et administratives compétentes et si nécessaires des dispositifs de formation en matière d'hygiène alimentaire à destination de tous les opérateurs mauriciens concernés (acteurs privés, administrateurs).

En raison d'un marché intérieur modeste évalué aujourd'hui à 27 000 tonnes (source : FAO 2003) et de faibles perspectives à venir, même en considérant une forte progression de la fréquentation touristique, le développement de la filière aquatique mauricienne passera par l'essor de ses exportations. Tout particulièrement, deux facteurs sont à considérer comme fondamentaux dans la compétitivité du pays sur le marché international des produits de la mer : la maîtrise de la qualité sanitaire des produits et la capacité à déployer une approche marketing efficace.

Priorité numéro 1 : la sécurité alimentaire

La maîtrise sanitaire et la capacité à satisfaire aux exigences des différents marchés ciblés sont les conditions nécessaires dans la conquête par les produits mauriciens du marché international.

Il incombe aux sociétés mauriciennes, à partir d'outils et de procédures validés internationalement de produire des produits à destination de la consommation humaine conformes aux réglementations sanitaires en vigueur dans les pays ciblés. De leur côté, les autorités mauriciennes doivent faire preuve de leur compétence à surveiller efficacement la qualité sanitaire des produits qui quittent le territoire national.

Priorité numéro 2 : Marketing et performances commerciales

Quelque soit le marché ciblé, les produits mauriciens entreront en concurrence avec des produits identiques ou de substitution en provenance d'autres origines. La performance commerciale des produits Mauriciens dépendra de leur niveau de compétitivité prix et de l'efficacité des démarches marketing mise en œuvre individuellement et/ou collectivement.

En la matière, s'il appartient à chaque opérateur privé d'élaborer sa stratégie marketing, certains outils et démarches peuvent en revanche être mutualisés, avec l'appui des pouvoirs publics.

Il est important de noter que ces deux thèmes, fondamentaux dans la réussite des exportations mauriciennes de produits aquatiques, sont relativement volatiles. La réglementation sanitaire est régulièrement amendée, de nouvelles normes sont mises en place en fonction des risques identifiés, des progrès de la recherche scientifique et parfois de nouveaux élans protectionnistes des pays importateurs. Du côté des marchés, l'environnement concurrentiel évolue également assez rapidement, particulièrement dans l'univers des produits d'élevage. La création et mise à disposition des opérateurs privés et publics d'outils de veille dans ces deux domaines devraient participer aux performances du pays sur le marché international. Dans ce document nous rappelons les principales règles d'accès aux grands marchés de produits de la mer, ou indiquons les principales sources d'information.

9.2 - PRINCIPES DE BASE DU NEGOCE INTERNATIONAL DE PRODUITS DE LA MER

Les produits aquatiques font l'objet d'échanges internationaux très intenses. En 2002, les échanges mondiaux de produits aquatiques étaient évalués à 58.2 milliards de dollars (valeur exportation), soit une augmentation de 5% par rapport à 2000 et 45% par rapport à 1992. En terme de volumes, ce sont 50 millions de tonnes (en équivalent poids vifs) qui ont changé de pays, soit près de la moitié de la production mondiale.

Denrée de plus en plus chère, les produits aquatiques rencontrent la faveur des pays riches, dans lesquels cette protéine animale est largement vantée. Ces mêmes pays, de plus en plus dépendant d'approvisionnements extérieurs ont mis en place des procédures de surveillance à l'entrée sur leur territoire des produits alimentaires. En matière de produits aquatiques, ces contrôles concernent principalement :

- La qualité sanitaire des produits (Europe, USA, Pays asiatiques), et la compétence des entreprises exportatrices (agrément donné par l'Union Européenne par exemple) à fournir des produits satisfaisants,
- L'assurance que les produits ne présentent pas de menace terroriste (USA), n'appartiennent pas à des espèces menacées (pays membres de CITES dont certains pays asiatiques, USA).

Par ailleurs, la plupart des pays ont mis en place des politiques protectionnistes qui se traduisent par l'assujettissement des produits importés à des droits de douane, variables selon les produits et les pays importateurs.

9.2.1 - Garantie sanitaire

Chaque zone a mis en place des procédures et des normes spécifiques. Plus qu'un catalogue exhaustif de ces règles et normes, qui par ailleurs seraient rapidement obsolètes, le document indique les sources auprès desquels les acteurs publics et privés mauriciens peuvent s'adresser pour obtenir les détails de ces réglementations.

Cependant afin d'atteindre ces bons résultats (respecter les normes), les moyens doivent être mis en place localement. A cet égard, la norme dite HACCP (système d'analyse des risques-points critiques pour leur maîtrise) a été largement promue par les instances nationales et internationales. Cette procédure de fabrication est indexée au code d'usage international et principes généraux d'hygiène alimentaire de la FAO. La première section de ce document définit les principes du Système d'analyse des risques - points critiques pour leur maîtrise (HACCP), adopté par la Commission du Codex Alimentarius. La première annexe détaille la mise en place (Annexe : Système d'analyse des risques – points critiques pour leur maîtrise (HACCP) et les directives concernant son application.

www.fao.org/docrep/W6419F/W6419F00.htm#Contents

9.2.2 - Les produits de la mer ne se déplacent pas sans documents

L'absence ou défaillance de ces documents peuvent retarder le déplacement et la livraison des produits. Dans le cas de produits frais ou vivants cette défaillance peut faire échec au négoce. Si la liste et la nature des documents exigées à l'entrée des produits sur les territoires nationaux varient selon les pays ciblés, nous détaillons ci-après les principaux d'entre eux. Il est à noter que chaque envoi de poisson vers l'UE doit être accompagné d'un certificat sanitaire original, comportant un seul feuillet, signé par un inspecteur de l'agence mauricienne compétente et portant le cachet de cette agence. Le certificat doit correspondre au modèle ci-joint et être rédigé dans la langue officielle du pays d'entrée dans l'Union européenne.

Le certificat sanitaire

Certains pays (UE par exemple) exigent un certificat sanitaire à l'entrée sur leur territoire de produits aquatiques, quelques soient leurs formes transformées. Ce certificat permet d'établir que les produits concernés satisfont à la réglementation en vigueur dans la zone cible ; par exemple que la teneur en contaminant se conforme aux normes en vigueur. Ce document est établi par l'autorité Mauricienne reconnue compétente par le pays/ la zone qui l'exige. Le défaut de présentation de ce document peut faire échec à la transaction.

Le certificat d'origine

Le certificat d'origine est le document officiel qui mentionne l'origine des marchandises, ce document peut être considéré comme la carte d'identité des marchandises. Les douanes des pays étrangers ou les clients de ces pays peuvent exiger que l'origine d'une marchandise soit justifiée par la production d'un certificat d'origine dans le cadre de l'application des mesures de politique commerciale (mesures antidumping, taxes compensatoires, mesures de boycott, ...). C'est le cas de l'union européenne.

Le certificat d'origine, demandé par certains pays, rassure le pays importateur sur le pays où le lot a été produit (fabriqué, élevé, pêché). Ce certificat est établi par l'autorité compétente de Maurice.

La facture commerciale

Ce document unissant le vendeur et l'acheteur est essentiel. De plus, il sert aux administrations nationales pour baser leurs droits de douanes et éventuellement construire leurs statistiques d'échanges. Ce document doit être précis et complet. Il doit notamment indiquer le poids/ volume exact des matières échangées, leur dénomination commerciale (la dénomination scientifique permet d'éviter toutes erreurs et réclamations), le prix d'échange et les conditions de paiement, les coordonnées du vendeur et de l'acheteur.

Le document de transport

Les lots doivent être accompagnés de document de transport, soit d'une LTA (Lettre de transport aérien) pour le transport par avion (poisson vivant ou frais) soit d'un connaissement (ou bill of lading) pour le transport par bateau pour les produits congelés/ surgelés.

Les expéditions de poissons vivants doivent être accompagnées d'un certificat spécifique de transport d'animaux vivants. Les expéditeurs d'animaux vivants doivent se conformer à la réglementation sur le transport des animaux de l'IATA ainsi qu'aux règlements gouvernementaux des pays d'origine, de transit et de destination. Toute la documentation doit respecter les exigences des points d'entrée.

9.2.3 - Les droits de douane à travers le monde

Certains pays ont maintenu des politiques protectionnistes et assujettissent les importations de produits de la mer à des droits douaniers ou les contingentes quantitativement. Des droits de douanes ou des quotas à l'importation. Ces barrières douanières sont différentes selon les pays ou zone visées. Par ailleurs, elles varient également selon les produits, leurs formes transformées, et parfois même la saison à laquelle le négoce est effectué. L'ensemble de ces données est accessible par ce site d'information douanière au niveau international.

<http://www.wcoomd.org/ie/fr/SitesWebDouanes/siteswebdouanes.html>

9.3 - LES PRATIQUES COMMERCIALES ET L'APPROCHE MARKETING

9.3.1 - Un marché porteur mais fortement concurrentiel

Le marché international est certes demandeur de produits aquatiques, mais l'offre mondiale de poisson d'élevage est également en forte croissance. Dans ce contexte, les gagnants seront ceux qui sauront proposer des produits et des services adaptés à une demande, de plus en plus sophistiquée exprimée par des partenaires commerciaux de plus en plus exigeants.

Certes, il n'existe pas un marché unique et les demandes varient selon les zones, les segments, les clients. Cependant, il y a convergence des attentes des acheteurs : tous exigent de leurs fournisseurs une réponse stricte et précise à leurs besoins, à la fois en terme de produits mais également et de plus en plus en terme de services, de garanties, notamment de qualité et de sécurité alimentaire.

La performance commerciale exige une grande rigueur soutenue par une parfaite maîtrise technique, de la capture à la livraison.

Dans le cas de la vente de poisson frais, le premier défi est de maintenir la fraîcheur jusqu'à destination. Cela suppose une grande efficacité dans le traitement des produits, leur conditionnement et la maîtrise de la logistique. Dans le cas de poissons vivants, réduire la mortalité est le premier enjeu. Dans celui de poisson surgelé, il convient de garantir la qualité jusqu'au point final de livraison sans rupture de la chaîne du froid.

Pour répondre à ces attentes, encore faut-il les connaître précisément. Le **marketing** est la discipline qui aide à déterminer son offre de biens et services en fonction des attentes des clients et à favoriser la commercialisation.

9.3.2 - Marketing stratégique et opérationnel

La demande est croissante mais la concurrence est forte. En conséquence les acteurs mauriciens engagés dans des démarches à l'exportation sont invités à mener une réflexion de marketing stratégique sur laquelle reposera les actions de marketing opérationnel.

Le **marketing stratégique**, travail de long terme, permet d'identifier les points forts et les points faibles des opérateurs et produits mauriciens et de viser l'adéquation entre offre et demande. L'un des outils couramment utilisé est l'analyse MOFF (pour menaces, opportunités, forces faiblesses), appelée analyse SWOT en anglais (Strengths-forces, Weaknesses-faiblesses, Opportunities-occasions, Threats-menaces). Cette analyse comprend l'examen de l'environnement interne (forces et faiblesses) et de l'environnement externe (menaces, opportunités).

Le marketing stratégique a pour objectifs prioritaires de trouver des segments ou des niches porteuses de croissance, de développer des concepts de produits nouveaux adaptés à des besoins changeants, de définir pour chaque activité stratégique le type d'avantage concurrentiel défendable.

Conçu à l'origine comme outil de diagnostique d'entreprises privées, cet instrument d'analyse convient également bien pour examiner le positionnement d'un secteur tout entier.

Le **marketing opérationnel** est la concrétisation sur le terrain des décisions prises au niveau du marketing stratégique. Il gagne en efficacité lorsqu'un travail de marketing stratégique a été bien mené. Ces actions de court terme doivent être constamment adaptées aux variations du marché. Concrètement, il s'agit d'établir un plan d'action, appelé plan marketing, pour une période donnée.

9.3.3 - Actions collectives

Il peut être pertinent pour Maurice de développer une politique de marketing et de communication collective ou pour tout le moins de mutualiser certaines actions, essentielles.

Souhaitant s'imposer sur le marché international très concurrentiel, plusieurs petits pays ont choisi de développer des programmes collectifs de communication. A titre d'exemple, depuis une quinzaine d'année, les produits de mer et d'élevage de Hawaï se sont fait connaître sur les marchés nord américains et européens par une communication B to B (business to business) percutante. Celle-ci s'est traduite par la présence de stand spécifique « poissons de Hawaï » sur les salons internationaux, l'édition de fiches décrivant les espèces, certaines méconnues des grands marchés, l'élaboration et la diffusion de recettes d'inspirations hawaïennes, la création d'un site internet, vitrine très colorée présentant entre autres les espèces et les producteurs/exportateurs Hawaïens. www.hawaii-seafood.org

9.4 - APPROCHE DES MARCHES

9.4.1 - Union Européenne

L'union européenne est, après la Chine, la zone la plus forte consommatrice de poisson à forte valeur marchande, avec quelques 10 millions de tonnes consommés annuellement (Source : FAO, commodity balance sheet, 2003).

En raison d'une modeste contribution de la pêche domestique, les importations sont très importantes, et sur la scène internationale représentent quelque 40% des échanges. En valeur absolue, les importations de l'Union Européenne ne cessent de croître, passant de 11 milliards d'euros à 14 milliards d'euros en 2005.

L'Europe représente un marché potentiel très important et très attractif. Les performances des produits Mauriciens dépendront directement de la capacité du pays et de ses opérateurs à satisfaire aux exigences sanitaires de l'UE et à mettre en place des stratégies commerciales et marketing efficaces.

9.4.1.1 - Règles sanitaires

L'Union européenne (UE) a mis au point un cadre législatif destiné à garantir la salubrité des poissons et des produits de la pêche. L'Union a pris des mesures à chaque étape de la chaîne alimentaire marine, du stade de la capture ou de la production à celui de la transformation et de la consommation. Certaines tâches sont prises en charge directement par le secteur, d'autres par les États membres ou par la Commission européenne et les agences et organes spéciaux qu'elle contrôle. La Commission assume la responsabilité générale de l'application uniforme des règles sur l'ensemble du territoire de l'Union. L'UE veille également à ce que les pays tiers qui exportent des produits de la pêche vers le marché européen disposent d'une législation en matière de santé publique et pratiquent des contrôles équivalents à ceux prévus par la législation communautaire pour la pêche.

L'esprit de la réglementation de l'UE en matière de qualité de produits de la mer vise à transférer les responsabilités des contrôles en amont, d'une part aux producteurs et d'autre part aux autorités jugées compétentes par l'UE en matière d'inspection sanitaire dans chaque pays d'origine.

Les règles de l'Union sont définies, pour les produits de la pêche, dans la directive du Conseil n°91/493 du 22 juillet 1991 et pour les mollusques bivalves vivants, dans la directive du Conseil n°91/492 du 15 juillet 1991.

Certificat sanitaire

Les lots de produits de la mer destinés à l'UE doivent être impérativement accompagnés d'un certificat sanitaire d'un modèle fixé. Il doit être rédigé dans l'une des langues officielles de l'UE et ne doit comporter qu'un seul feuillet.

A noter que l'UE interdit sur son territoire la mise en marché des poissons vénéneux des familles *Tetraodontidae*, *Molidae*, *Diodontidae*, *Canthigasteridae*, et les produits de la pêche contenant des bioxines telles que la ciguatoxine ou les toxines paralysantes des muscles.

Contrôles vétérinaires

Depuis le 1er janvier 1993, les contrôles intra-communautaires ont été supprimés. Mais, pour les produits importés des pays tiers, une double vérification est effectuée : contrôle des documents et contrôle physique de la marchandise.

Pour les produits soumis à des règles sanitaires nationales, le contrôle des documents est effectué au point d'entrée dans l'UE et le contrôle physique des produits à l'entrée du marché où se réalise la vente.

Exemple : un lot de poissons réfrigérés provenant de Maurice est destiné au marché italien après transit par Marseille. L'inspection des documents sera effectuée à Marseille, tandis que le contrôle physique sera fait à la frontière italienne. Cas particulier : si la marchandise a été achetée par un opérateur français, elle pourra être réexportée vers l'Italie sans nouveau contrôle.

Lorsque les produits subissent un contrôle au point d'entrée du pays où ils sont commercialisés, une copie du certificat sanitaire est remise au transitaire, tandis que l'original est conservé par les services vétérinaires du pays en question.

Lorsque les produits sont destinés au marché d'un autre pays, les services vétérinaires du pays d'entrée conservent l'original du certificat sanitaire et remettent une copie certifiée conforme qui suit la marchandise jusqu'à sa destination finale. Si des analyses ont été effectuées sur cette marchandise, les résultats y sont adjoints.

Règles d'étiquetage

Tout lot de produits de la mer exporté vers un pays membre de l'UE doit comporter :

- la dénomination du produit en nom latin et nom commercial (certains pays ont des exigences particulières pour le nom commercial),
- la liste des ingrédients et additifs,
- le poids net en grammes et kilos (sauf pour la Grande Bretagne et l'Irlande où les indications en livres sont autorisées),
- le nom et l'adresse du producteur ou du revendeur implanté dans un pays de l'UE (l'Espagne et le Portugal exigent les coordonnées du producteur),
- le lieu d'origine,
- la date de congélation s'il y a lieu,
- le numéro du lot (l'attribution d'un numéro est de la responsabilité du producteur).

Toutes ces indications doivent être faites dans la langue du pays de destination. Des défauts de marquage sont souvent constatés par les transitaires, entraînant le refoulement des produits. Il est conseillé de faire également apparaître le numéro d'agrément de l'unité exportatrice sur les lots des produits.

9.4.1.2 - Droits de douane

Le droit de douane perçu à l'entrée des produits sur le territoire de l'Union s'applique *ad valorem* sur le prix d'importation C&F (coût et fret). Il varie selon les produits et les origines. L'ensemble du tarif douanier applicable aux produits de la mer en constitue la base. Cependant, de nombreuses exceptions existent. Les produits aquatiques mauriciens bénéficient de préférence et sans contrepartie d'exemption totale. Les droits de douane sont accessibles à la page suivante :

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=FR

9.4.2 - Les Etats Unis

L'autorité de réglementation nationale des Etats-Unis pour la protection du public et la réglementation des fruits de mer est investie dans la FDA. Cette agence administre un programme de conformité générale pour les produits des pêcheries en vertu duquel la responsabilité de la sécurité, le caractère sain, l'identité et l'intégrité économique incombent au transformateur d'aliments ou à l'importateur; qui doit se conformer aux réglementations promulguées par le Federal Food, Drug and Cosmetic (FD&C) Act, avec ses modifications, et par le Fair Packaging and Labeling Act (FPLA).

En outre, la FDA administre le programme LACF (aliments de faible teneur en acide en boîtes), qui est basé sur le concept des points de contrôle critiques et de l'analyse des risques (HACCP) et se concentre sur les aliments traités thermiquement et commercialement stériles, y compris les fruits de mer tels que le thon et le saumon en boîtes.

D'autre part, la FDA a le pouvoir de détenir ou de retenir temporairement les aliments d'importation aux Etats-Unis, pendant qu'elle détermine si le produit a un étiquetage falsifié ou altéré. La FDA est

avisée de toutes les arrivées de fruits de mer et conduit, à sa discrétion, des inspections sur quais, des rassemblement et analyses d'échantillons et, si nécessaire, retient des chargements individuels ou invoque "la détention automatique", action qui exige alors l'analyse privée ou du pays d'origine de tous les chargements du produit, en cas de récurrence de problèmes, avant de permettre l'entrée du produit.

D'autre part, la FDA a le pouvoir d'établir des limites concernant les contaminants artificiels et naturels dans les aliments, sauf pour les pesticides qui sont établies par l'EPA. La FDA réglemente l'utilisation des additifs colorants et alimentaires dans les fruits de mer ainsi que les additifs et produits pharmaceutiques utilisés dans l'aquaculture. La FDA peut aussi promulguer des réglementations pour le système sanitaire des installations alimentaires (autrement dit les réglementations GMP de Pratiques Industrielles Honnêtes), des normes d'identité et de noms communs ou ordinaires pour les produits alimentaires. L'agence a un groupe de réglementations GMP pour LACF et pour les aliments acidifiés (AF), y compris les fruits de mer. La FDA procède aussi à des déterminations de risques et autres évaluations en laboratoires par ses spécialistes dans son Centre pour la sécurité alimentaire et la nutrition appliquée.

Les préoccupations des consommateurs concernant les mollusques sont prises en considération par le National Shellfish Sanitation Program (NSSP), qui est administré par la FDA et contrôle la récolte et la production de mollusques frais ou congelés sous de bonnes conditions de salubrité (huîtres, coquillages et moules). Les participants comprennent les 23 états producteurs de mollusques et neuf pays étrangers.

Le NSSP a été créé sur la base de principes de santé du public et de contrôles formulés à la première conférence sur la salubrité des mollusques réunie par le Surgeon General du U.S. Public Health Service en 1925. Les éléments de base ont donné naissance au manuel opératoire du National Shellfish Sanitation Program. L'un des contrôles principaux consiste en l'évaluation correcte et le contrôle des eaux de production et en un système d'identification du produit permettant le traçage de celles-ci.

FDA procède aux examens des programmes de sécurité concernant les mollusques aux niveaux national et international. Les examens à l'étranger sont conduits en vertu d'un Protocole d'Entente (MOU), qui est négocié par la FDA avec chaque gouvernement étranger pour assurer que les mollusques exportés aux Etats-Unis sont acceptables.

La FDA conduit des recherches associées à son programme sur les mollusques. Ces recherches sont dans le domaine de la compréhension de la nature et du degré de sévérité posé par certains risques de sécurité et autres facteurs affectant la qualité et l'intégrité économique. Ces recherches trouvent aussi des moyens pour combattre et contrôler ces risques. Les laboratoires de la FDA spécialisés exclusivement dans les recherches sur les fruits de mer sont situés sur les côtes de l'Atlantique, du Golfe du Mexique et du Pacifique dans le but de considérer les problèmes régionaux uniques associés aux toxines, aux produits contaminants, à la décomposition, et aux pratiques de traitement et de récolte indiquant des conditions déficientes de salubrité ou d'honnêteté.

A noter que les importateurs jouent un rôle important dans l'entrée aux USA des produits alimentaires. Ils peuvent faciliter et activer l'entrée des produits :

- En déterminant avant l'expédition que le produit destiné à l'importation est légal,
- En faisant faire un examen des produits alimentaires en question par un laboratoire privé et en certifiant l'analyse du transformateur. Bien que non-concluantes, ces analyses peuvent indiquer la capacité du transformateur à produire des produits légaux et acceptables,
- En prenant connaissance des exigences légales de la FDA avant de contracter pour une expédition,
- En demandant l'assistance du bureau régional de la FDA responsable du port d'entrée,
- En prenant connaissance des procédures concernant l'importation des produits alimentaires qui sont décrites sur ce feuillet informatif.

9.4.2.1 - Autres règles : La loi sur le bioterrorisme

Suite aux événements du 11 septembre 2001, le congrès américain a voté une loi sur la sécurité et la santé publique, appelée « loi sur le bioterrorisme » enjoignant les entreprises productrices de s'enregistrer auprès des autorités américaines. Cette loi concerne les sociétés étrangères et américaines qui fabriquent, emballent et/ ou stockent des produits importés, y compris poisson et produits de la mer vivant, frais, congelés ou autrement transformés, ceci dans un délai suivant : cinq jours et avant midi du jour précédent l'arrivée de la marchandise aux Etats-Unis. Cette mesure vise à assurer la traçabilité des produits alimentaires destinés à la consommation humaine qui entrent sur le marché des Etats-Unis et en provenance de pays étrangers. Cette inscription peut se faire par internet, elle est gratuite.

En plus de cet enregistrement, le bioterrorism Act requiert des entreprises étrangères qu'elles désignent un agent US auprès de la FDA. Les entreprises étrangères qui omettraient de s'enregistrer et désigner un agent encourent les risques suivants : A partir du 12 décembre 2003, les marchandises peuvent être consignées, et la FDA peut exclure des personnes ou des entreprises concernées.

Les établissements peuvent s'immatriculer en ligne sur Internet, en remplissant un formulaire papier ou en transmettant à la FDA un CD-ROM contenant tous les renseignements utiles. Le système d'immatriculation en ligne est disponible depuis le **16 octobre 2003**. Pour toute aide concernant l'immatriculation en ligne : depuis les États-Unis, appelez le 1-800-216-7331 ou le 301-575-0156; depuis un autre endroit, appelez le 301-575-0156; ou envoyez un fax au 301-210-0247. Les demandes d'aide peuvent également être envoyées par courrier électronique à l'adresse suivante : furls@fda.gov. En service depuis le 16 octobre 2003, le bureau d'aide (Help Desk) à l'immatriculation en ligne est ouvert tous les jours ouvrables de 7h à 23h, heure de la côte Est des États-Unis.

Page officielle de la loi sur le Bioterrorisme :

www.cfsan.fda.gov/~furls/ovffreg.html

9.4.2.2 - Droit de douanes

Les droits de douanes. Le lien suivant indique, à titre d'exemple, les droits de douane appliqués sur les poissons, coquillages et crustacés.

<http://hotdocs.usitc.gov/docs/tata/hts/bychapter/0612C03.pdf>

Ce site est exhaustif sur les conditions tarifaires à l'entrée des USA.

<http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>

9.4.3 - Les marchés d'Asie

La zone Asie, y compris le Moyen Orient est légèrement déficitaire en matière de produits de la mer, avec des importations (26 milliards) qui excèdent de 2 milliards de dollars les importations (24 milliards). Cependant les situations varient grandement d'un pays à un autre. Le Japon est de loin le premier pays importateur de produits de la mer, avec quelque 13 milliards de dollars de déficit commercial sur cette famille de produits. La Chine, la Thaïlande et le Vietnam figurent parmi les champions du monde en matière d'exportation de produits aquatiques, avec des balances commerciales largement positives.

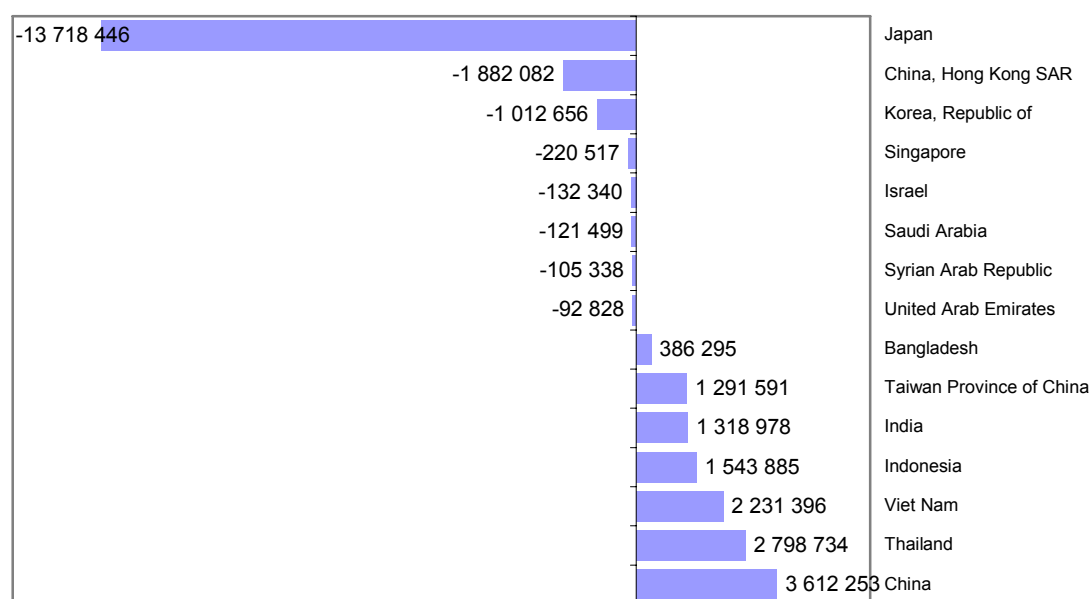


Fig. 62. Négoce des produits de la mer en 2004, balance (Export-import) milliers US \$
Source : FAO Fishstat (2005)

Les opportunités de vente vers ces produits existent ; principalement au Japon, mais également dans les pays du Moyen Orient sans oublier la Chine, qui malgré ses exportations vives n'est pas moins acheteur important et croissant de produits de la mer de qualité.

9.4.3.1 - Droit de douanes

L'ensemble des droits de douanes à l'entrée des pays asiatiques est disponible sur le site d'information douanière :

<http://www.wcoomd.org/ie/fr/SitesWebDouanes/siteswebdouanes.html>

9.4.4 - Synthèse

Marchés régionaux des poissons et segments spécifiques

Les quelques espèces dont l'aquaculture peut être techniquement envisagées à Maurice sont actuellement commercialisées dans les grandes régions du monde sur des marchés distincts. La réussite des projets aquacoles Mauriciens dépendra de la capacité des opérateurs à cibler, en fonction de leurs capacités techniques internes (compétence à l'export, facilité de logistique), mais également de leurs compétences commerciales et marketing (dans presque tous les cas il s'agit de l'introduction de nouvelles espèces).

Le marché européen

En Europe, les espèces visées sont peu ou pas connues. Les importations sont à ce jour marginales au regard des importations globales de produits aquatiques. Ces espèces à ce jour sont commercialisées en frais comme des produits à forte identité tropicale; il s'agit de poissons exotiques destinés soit au secteur de la restauration ethnique, soit en plus faible quantité à la grande distribution, soit aux réseaux de distribution des populations asiatiques des pays concernés.

Le marché des poissons exotiques est en croissance ; cependant les concurrences y sont vives. Le nombre d'espèces disponibles augmentent et elles se font bien souvent directement concurrence ; la production européenne quoique faible (Barramundi) offrira un approvisionnement très compétitif par rapport à des approvisionnements lointains.

Le marché américain

Le vaste marché américain est très divers selon les régions en terme de préférence pour les espèces et les types de présentation (entier/ filets). L'ombrine tropicale est bien connue dans le sud du pays; le cobia et le barramundi beaucoup moins. Le marché des filets sans peau est particulièrement actif. Le cobia et dans une moindre mesure l'ombrine se prêtent bien à ce genre de transformation. Notons que le marché américain est particulièrement ouvert au tilapia.

Le marché asiatique

A nouveau le marché asiatique est assez divers en fonction des pays et des préférences par espèces, et dans une moindre mesure de pouvoir d'achat. Le Japon, pays fortement importateur est très friand de chacune des trois espèces étudiées. Il semblerait que le cobia ait trouvé sa niche sur le vaste marché des sashimi (poissons crus) en remplacement (meilleur marché) du thon. Il est intéressant de noter que le marché japonais, notamment les jeunes consommateurs, commence à apprécier les poissons blancs sans beaucoup de goût. A nouveau cobia et ombrine se positionnent correctement.

9.5 - ANALYSE DES POTENTIALITES COMMERCIALES PAR ESPECES

Cette partie est dédiée aux quatre espèces qui offrent les plus forts potentiels de développement à Maurice : l'ombrine tropicale dont la production à échelle commerciale est déjà effective, le cobia, le tilapia et le barramundi. Cette première approche des potentiels de marché au niveau international permettra d'orienter les investisseurs au moment de leur analyse de faisabilité économique et les exportateurs dans leurs prospections commerciales.

Dans le cadre de cette étude, le marché intérieur Mauricien n'a pas été analysé. Dans l'orientation stratégique de cette filière, il ne faudra pas oublier de prendre en compte d'une part les besoins de la population locale favorable aux protéines aquatiques (22kg consommés par an par habitant contre 16kg en moyenne au niveau mondial) et d'autre part à la consommation potentielle des touristes dont la fréquentation à moyen terme devrait atteindre 2 millions de visiteurs par an. La consommation de ces derniers pourrait atteindre quelque 1000 /1500 tonnesⁱ en équivalent poisson entier.

Tout au long de l'étude nous avons utilisé un taux de conversion de 1,27 US\$ pour un euro.

9.5.1 - Ombrine tropicale (*Sciaenops ocellatus*)



9.5.1.1 - Dénomination commerciale

France : Ombrine, tambour, courbine

Royaume Uni : Red drum

USA : Red drum, channel bass, puppy drum

Japon : ishimochi

Cette espèce est distribuée le long de la ceinture tropicale avec des densités plus fortes dans l'Atlantique de l'Ouest (rives américaines, Louisiane, Floride, Mexique). Les captures commerciales de cette espèce sont de faible importance économique, cependant la pêche sportive dirigée sur cette espèce est très prisée aux Etats-Unis (du Massachusetts au Mexique). L'aquaculture est en fort développement et, pour le moins aux USA, les produits d'élevage occupent les marchés délaissés par les produits de pêche dont les volumes débarqués sont en fort déclin.

9.5.1.2 - Distribution et production

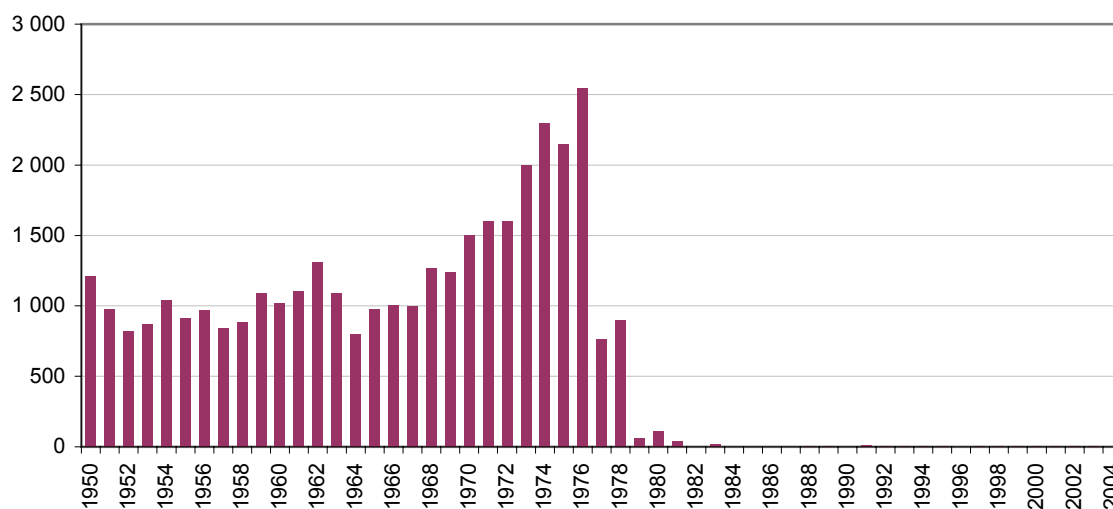


Fig. 63. Ombrine tropicale : captures mondiale de pêche, en tonnes
Source : FAO Fishstat

L'essentiel des captures de pêche est enregistré aux Etats Unis. Cependant la surexploitation des stocks d'une part et la dégradation des milieux d'autre part ont amené plusieurs régions à imposer des moratoires. Ainsi les données FAO font état d'un arrêt des captures depuis les années 80. En réalité, si les débarquements tels que déclarés par les Etats pêcheurs ne sont pas nuls, ils restent très faibles. Aux USA, premier pays producteur, les débarquements annuels des ombrines de pêche sont de l'ordre de quelques dizaines de tonnes par an.

Année	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
€/kg	1,06	1,60	1,81	1,93	1,79	1,92	1,95
US\$/kg	1,35	2,05	2,32	2,48	2,29	2,46	2,50
Tonnes	87,4	126,3	68,1	37,1	153,3	194	146,7

Fig. 64. Ombrine Tropicale : captures de pêche aux USA
Source : FAO Fishstat

Par contraste avec la situation des pêcheries, la production aquacole s'est développée ces dernières années, avec une production mondiale estimée à 45000 tonnes en 2003 et 2004. La Chine est de très loin le principal producteur d'ombrine d'élevage.

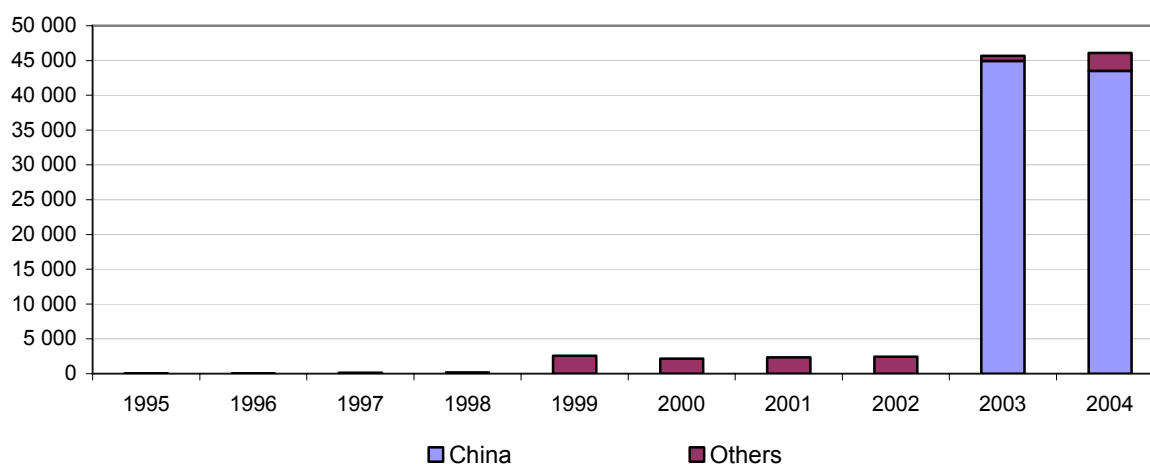


Fig. 65. Ombline tropicale : production aquacole, en tonnes
Source : FAO Fishstat

	2000	2001	2002	2003	2004
Chine				44 925	43 506
Equateur	1 894	1 894	1 894		
Israël	197	299	247	438	638
Martinique	24	24	53	73	70
Maurice					326
Mayotte					170
Taiwan Province of China	71	148	269	228	nd
USA					1 362

Fig. 66. Ombline tropicale : production aquacole, en tonnes.
Source : FAO Fishstat

Au côté de la Chine, dont la production domine largement, les performances d'Israël et des Etats-Unis sont à remarquer. Si les produits américains sont essentiellement destinés au marché intérieur, la production d'Israël est en partie destinée au marché européen.

A ce jour, en raison des faibles volumes produits au niveau mondial ou des forts besoins des marchés intérieurs des principaux pays producteurs (Chine, USA) les échanges internationaux sont limités. En conséquence, ce poisson est faiblement connu, voire pas du tout, dans de nombreux marchés.

Au niveau international, les seuls pays fournisseurs sont la Chine et Taiwan (en surgelé) et Mayotte (en frais).

9.5.1.3 - Produits, marchés et commercialisation

L'ombline d'élevage est un produit de qualité qui se tient bien à la cuisson : filet ferme, goût faible et agréable.

Le marché américain est le plus important en raison de la présence historique de l'espèce le long de ses côtes Sud Est. La raréfaction de l'espèce sauvage et la fermeture de l'activité de pêche ont ouvert de réelles opportunités pour le poisson d'élevage. Sur ce marché les tailles préférées sont pour le marché des filets, les pièces de 3 à 4 lbs (1.4/1.8kg) ou pour le marché des tailles portions les poissons étêtés, éviscérés et écaillés de 1.5lb (600/800g).

Cette année (2006), les prix sorties élevage du Texas avoisinaient les 3.30- 4.00€/kg (1.90/2.35US/lb). Si au début des année quatre vingt dix les prix sorties de ferme à Taiwan étaient de l'ordre de 2.40€/kg (US\$ 3/kg), il semblerait que les approvisionnements importants de produits d'élevage de Chine et du Vietnam aient érodé les prix sorties de ferme. En octobre 2006, l'ombline entière (congelée) est proposée par les exportateurs de ces deux pays entre 1,5€/kg et 2,0€/kg, selon les taille (cf. offre ci-dessous).

En Europe, il existe un petit marché d'ombrine tropicale à Londres, où les produits vendus sont principalement **importés frais entiers** de Mayotte (aux alentours de 7/8 €/kg C&F).

Offre du 10/09/2006 Ombrine Entière congelée Size: 550 – 800 grs Price: USD 2.28 / kg FOB Vietnam Price: USD 2.58 / kg CNF LE HARVE Price: USD 2.60 / kg CNF ROTTERDAM	Produit origine Vietnam
Offre du 10/09/2006 Filets sans peau IQF Size: 100 – 130 grs Price: USD 7.60 / kg FOB Vietnam Price: USD 7.82 / kg CNF LE HARVE Price: USD 7.90 / kg CNF ROTTERDAM	Produit origine Vietnam
Offre du 10/09/2006 Entier congelé FOB Fuzhou 400-700g 1.37€/kg 700-1000g 1.41€/kg 1000-1500g 1.45€/kg 1500-2000g 1.49€/kg	Produit Origine Chine
Offre du 10/09/2006 Filet sans peau IQF 6oz-10oz (180g-300g) 3.46€/kg FOB circa 3.75€/kg C&F Europe	Produit Origine Chine

Les **rendements poids de chair** à partir d'un poisson entier sont très variables selon la taille du poisson transformé. Selon une étude américaine, le rendement pour des filets avec peau est d'environ 34% et de 28% pour des filets sans peau. Selon une étude françaiseⁱⁱ, sur un poisson de 4 à 5kg, le rendement filet avec peau est de 53% et de 45% pour un filet sans peau. Plus le poisson est gros, meilleur est le rendement.

9.5.1.4 - Opportunités commerciales

Marché européen

L'ombrine a destination du marché européen est principalement vendue entier frais avec tête. Nous n'avons pas identifié de flux de filets frais, ni congelés.

Cette espèce occupe le segment des poissons tropicaux. En France, elle peut-être vendue par les poissonniers et dans le secteur de la restauration. En Grande-Bretagne elle est essentiellement vendue au travers du secteur de la restauration.

Marché américain

Le marché américain est réputé difficile d'accès. Il offre pourtant un bon potentiel pour l'ombrine tropicale : le poisson y est relativement bien connu et apprécié notamment des populations du Sud Est du pays. Cependant il faudra compter avec la concurrence des producteurs locaux de pêche et d'élevage.

Marché asiatique

L'espèce n'y est pas très appréciée et sur les marchés de gros ne capte que de faibles prix.

9.5.2 - Cobia (*Rachycentron canadum*)

Appelé Cobia dans la plupart des pays, on le retrouve sous l'appellation Black kingfish en Australie, Ling en Floride et dans le golf du Mexique. Cette espèce est prisée des pêcheurs sportifs dans le sud de la Floride et en Australie et n'est devenu un poisson commercial que très récemment.

9.5.2.1 - Dénomination commerciale



France : cobia

Royaume Uni : cobia

USA : ling, lemonfish

Japon : Su gi

9.5.2.2 - Distribution et production

Le cobia est une espèce distribuée sur toute la ceinture tropicale, sauf dans le pacifique centre Est. Cette espèce est relativement peu abondante. Les captures mondiales sont inférieures à 10 000 tonnes. Mais ses remarquables taux de croissance en captivité (6 à 8 kilo en un an) en font un candidat prometteur pour l'industrie aquacole.

9.5.2.3 - Distribution géographique

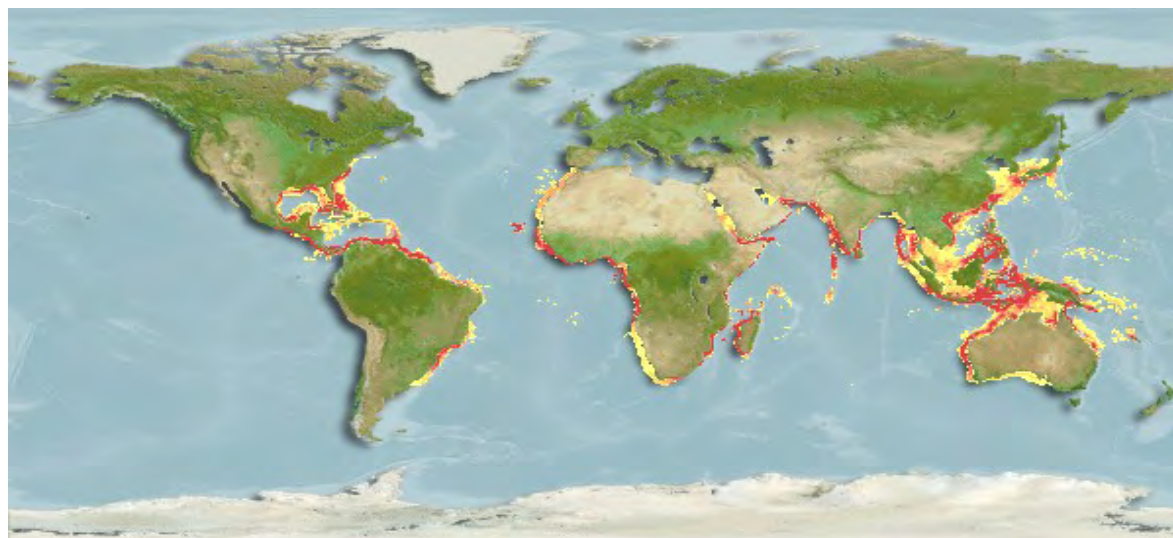
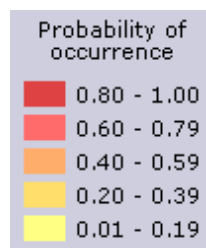


Fig. 67. Cobia : Distribution géographique
Source : Fishbase



9.5.2.4 - Cobia : captures mondiales de pêche, en tonnes

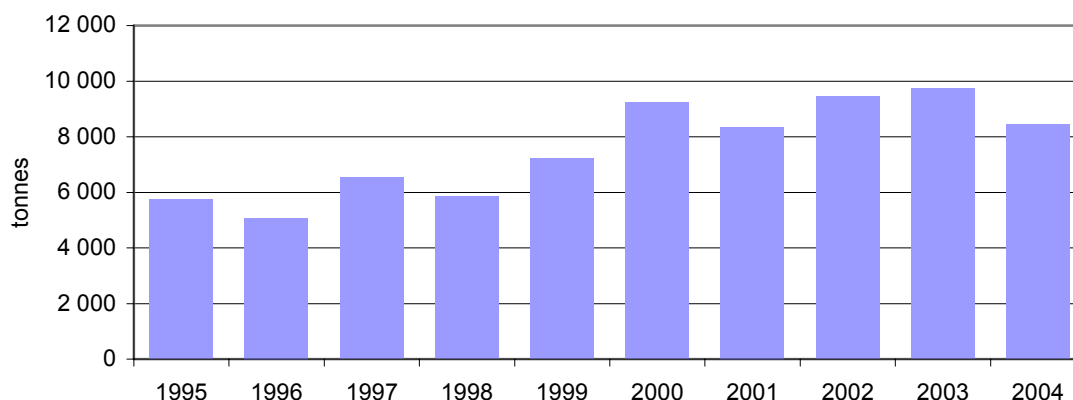


Fig. 68. Cobia captures mondiales de pêche en tonnes
Source : FAO Fishstat

Les prises de pêche stagnent aux alentours de 8/10.000 tonnes. Les principaux pays producteurs sont l'Iran, le Pakistan et les Philippines.

Les performances de l'élevage sont excellentes et la production avec quelque 20.000 tonnes mises à terre en 2003 et 2004 sont deux fois supérieures à la production de pêche.

Les premières tentatives de production aquacole du Cobia sont attribuées aux Taïwanais à la fin des années quatre vingt, mais ce n'est qu'au milieu des années quatre vingt dix que les premiers échanges de poissons de taille marchande ont été enregistrés au niveau international.

La Chine et Taiwan se partagent aujourd'hui l'essentiel de la production aquacole. Mais des élevages sont également opérationnels au Vietnam, en Malaisie, aux USA, à Singapour. Les projets au Vietnam sont ambitieux. La société NTPL de Taiwan vient d'y lancer un programme d'investissement prévoyant à terme une production de 20 000 tonnes/an. (Source : Seafood International July 2006). Récemment, des éleveurs ont implanté des larves de cobia dans des cages en mer, au large d'Okinawa, Japon.

9.5.2.5 - Cobia : production aquacole mondiale, en tonnes

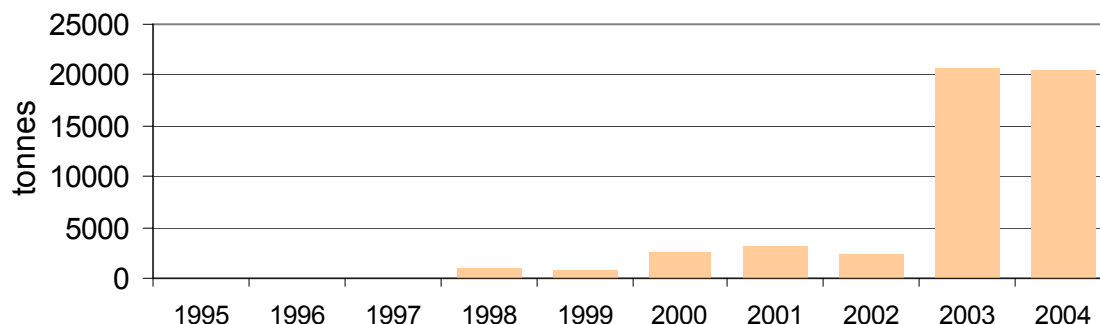


Fig. 69. Cobia : production aquacole mondiale en Tonne
Source : FAO Fishstat

Les performances de l'espèce et la forte publicité de celles ci faites depuis quelques années dans le monde aquacole motivent les investisseurs et les pouvoirs publics. Ainsi, le gouvernement de Taiwan, qui voit en cette espèce un substitut du thon, est probablement le premier à être intervenu pour promouvoir cette activité en invitant ses ressortissants à promouvoir cette espèce sur les marchés extérieurs.

Le centre de recherche des pêches de la province de Krabi en Thaïlande a invité (2006) les investisseurs à se porter sur l'élevage du cobia plutôt que sur celle du mérou (grouper) en raison des meilleurs prix de vente obtenus en sortie de ferme notamment sur les marchés export (de l'ordre de 1.90€/kg ex-ferme (2006)). Source Intrafish).

Produits, marchés et commercialisation

Le cobia qui atteint rapidement de fortes tailles (>5kg en un an) se prête bien à une transformation en filets et en portion sans peau et sans arête, produits de plus en plus demandés au niveau mondial.

Les rendements seraient de l'ordre de 60% en matière consommable. Les pavés ou filets de dos donneraient quelque 26%, les parois ventrales 24%.

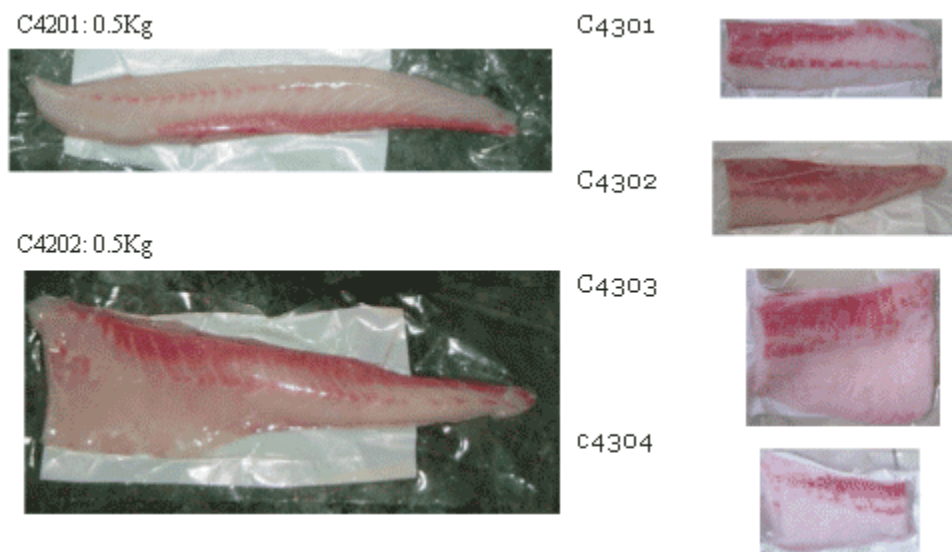


Fig. 70. Photos source : www.taiwancobia.com

A noter que le marché japonais s'ouvre doucement mais sûrement à ces produits.

Le cobia a un taux de gras relativement élevé (d'environ 20% sur le ventre) et peut ainsi être fumé avec de bons résultats gustatifs. Sa teneur en matière grasse le rend également relativement apprécié des restaurants japonais (pour la partie ventrale). Le reste de l'animal est considéré comme un peu ferme pour remplacer avantageusement le thon dans les sushi bars.

Le produit est parfois traité au monoxyde de carbone, pratique acceptée (encore à ce jour sur le marché US), mais non acceptée au Japon et en Europe.

Les prix ont fortement chuté alors que la production aquacole a explosé, sans que les marchés ne soient préparés à recevoir cette nouvelle espèce. Au cours de ces derniers mois, après l'arrivée massive de produits chinois, il semblerait que les prix d'échange (ex-ferme) aient fortement chuté et se positionnent aux alentours de 2 US\$/kg.

Au Vietnam, les prix de marché pour des cobia de 3-4kg sont aux alentours de 4-6US\$/kg.

Le poisson est vendu départ Vietnam (FOB) aux alentours de US\$4, les filets aux alentours de US\$ 8 et les pavé/ cœur de filet aux alentours de US\$12.




Les principaux marchés sont les Etats-Unis et d'autres pays d'Asie du Sud Est.

Le prix de marché US pour le pavé sans peau sans arrête est de l'ordre de 11US\$/kg.

Le Japon est le second marché plus important.

Sur le marché européen, le cobia n'a fait que de timides tentatives. Le succès de cette espèce dépendra de son positionnement marketing. Sera-t-il vendu en substitut de produits bon marché (Pangasius) ou de produits filet blancs plus haut de gamme ?

Le cobia semble être une espèce versatile qui autorise de nombreuses utilisations : il a peu de goût, dégage peu d'odeur, et peut-être fumé avec de bons résultats organoleptiques.

	Offre commerciale 10/09/2006 et 11/10/2006	
1	Frozen Cobia GG Size 2.5 - 4 kg Price: USD 5,45 / kg CNF LE HARVE Price: USD 5,48 / kg CNF ROTTERDAM	Origine Chine
1	Frozen Cobia HG Size 2.5 - 4 kg Price: USD 5,70 / kg CNF LE HARVE Price: USD 5,72 / kg CNF ROTTERDAM	Origine Chine
1	Cobia fillet skin on, boneless Size: 1-2 kgs Vacuum packing Price: USD 11,83 / kg CNF LE HARVE Price: USD 11,85 / kg CNF ROTTERDAM	Origine Chine 
1	Cobia fillet skinless boneless Size: 8-1.6 kgs Vacuum packing Price: USD 12,35 / kg CNF LE HARVE Price: USD 12,38 / kg CNF ROTTERDAM	Origine Chine 
1	Cobia portion (non CO) Size: 6 oz (180g) Vacuum packing Price: USD 14,06 / kg CNF LE HAVRE Price: USD 14,09 / kg CNF ROTTERDAM Size: 8 oz (250g) Vacuum packing Price: USD 14,71 / kg CNF LE HAVRE Price: USD 14,74 / kg CNF ROTTERDAM Size: 10 oz (300g) Vacuum packing Price: USD 15,36 / kg CNF LE HARVE Price: USD 15,39 / kg CNF ROTTERDAM	Origine Chine 
2	Cobia filet boneless skinless (sans peau sans arête) IQF Vacuum packing Price: USD 15.79/ kg CNF MEP	Origine Taiwan MEP: Main European Port Qualité sashimi
2	Cobia portion (filet coupé en 4) (sans peau sans arête) IQF Vacuum packing Price: USD 15.79/ kg CNF MEP	Origine Taiwan MEP: Main European Port Qualité sashimi
3	Cobia filet 100-200g (sans peau sans arête) IQF Vacuum packing Price: USD 10.00/ kg FOB	Origine Taiwan

9.5.2.6 - Opportunités commerciales

Marché européen et nord américain

Ce produit est inconnu ; cependant ses qualités intrinsèques et la facilité de transformation en portions calibrées en font une espèce à fort potentiel sur les marchés européens et américains. Cette espèce va se heurter à la concurrence d'espèces de poissons blancs mieux connues et/ ou moins chères (gadidés d'Atlantique nord, d'importation, Perche du Nil et pangasius) qui sont également transformées en filets et portions. A ce jour, le produit semble un peu cher, pour investir cette niche avec succès. Un travail spécifique d'animation marketing semble nécessaire sur le(s) marché(s) ciblés.

Marché japonais

Les premières exportations au départ de Taiwan vers le Japon ont été enregistrées avec succès ; le produit y est consommé en sashimi. Il semble que ce soit ce marché qui est visé par les producteurs asiatiques (Chine, Taiwan).

9.5.3 - Tilapia (*Oreochromi spp.*)



Cette famille compte plusieurs espèces dont l'importance commerciale est notable. L'*Oreochromis mossambicus*, la plus chère de toutes, l'*O. niloticus*, l'*O. aureus* la moins prisée et encore quelques autres de moindre importance commerciale.

9.5.3.1 - Dénomination commerciale

France : Tilapia

Royaume Uni : Tilapia

US : Tilapia

9.5.3.2 - Distribution et production

Le tilapia est l'une des espèces les plus cultivées dans le monde. Cette espèce peut atteindre une taille marchande (250-450g) en l'espace de 8 mois, ce qui lui vaut le surnom de « poulet aquatique ».

9.5.3.3 - Tilapia production et perspectives (2010), en tonnes

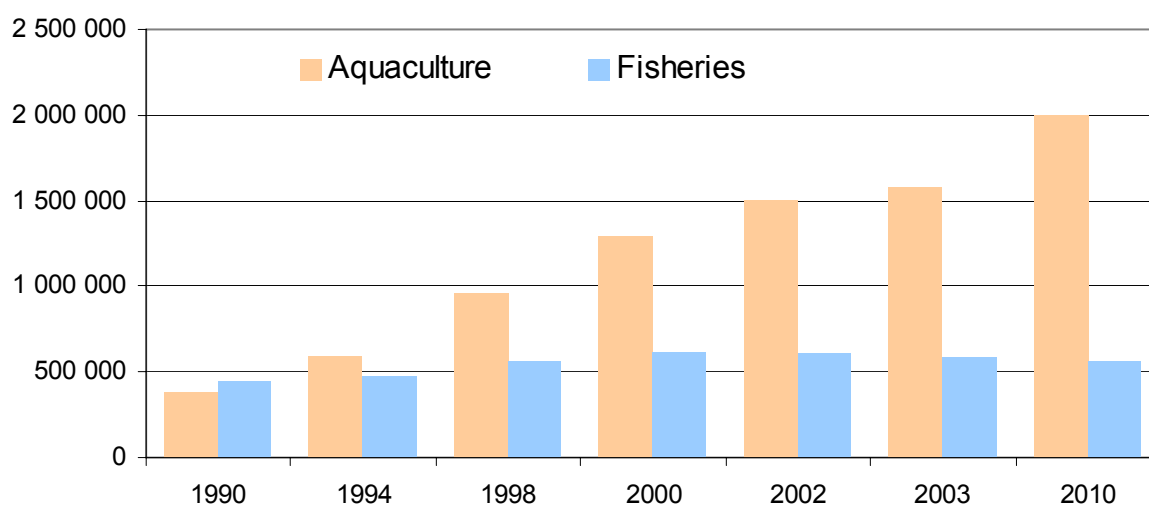


Fig. 71. Tilapia production et perspectives
Source : Globefish, vol 79

De larges proportions de tilapia sont produites en Asie (Chine, Indonésie, Philippines, Thaïlande) et en Afrique (Égypte, Ouganda). Les perspectives de croissance de la production mondiale de tilapia d'élevage, viendront également d'Amérique du sud et d'Amérique centrale, d'où les producteurs visent le marché américain. Le Brésil est déjà un producteur d'importance (87 000 tonnes en 2003). Le Costa Rica est devenu l'un des premiers exportateurs vers les USA.

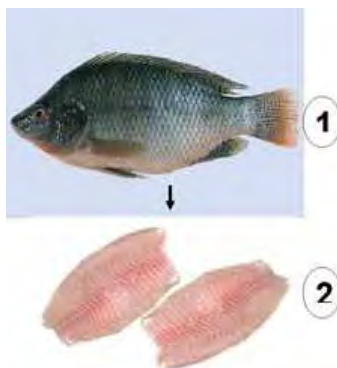
9.5.3.4 - Produits, marchés et commercialisation

Dans les pays de production, le tilapia est essentiellement commercialisé entier. Les produits destinés à l'export sont vendus sous forme de filets, principalement sans peau, frais ou surgelés.

Selon la FAO, les prix sorties élevage de tilapia au cours de la dernière décennie ont évolué comme suit (Source : Globefish, Vol 79) :

- *Oreochromis mossambicus* entre US\$ 2,00 et 2,20
- *Oreochromis niloticus* entre US\$ 1,20 et 1,30
- *Oreochromis aureus* entre entre US\$ 0,75 et 1 ;50
- *Oreochromis andersonii* entre US\$ 1,00 et 4,00

Les filets vendus frais congelés d'Amérique du Sud sont très bien travaillés et jouissent sur le marché international d'une bonne réputation. Les filets bien calibrés sont disponibles en 57-86g, 86-143 g, 143-200g. Ces produits sont destinés aux marchés européens et américains. A noter que les américains n'apprécient guère la ligne de sang apparaissant sur le filet, et attendent de leurs fournisseurs qu'elle soient retirée au moment du filetage.



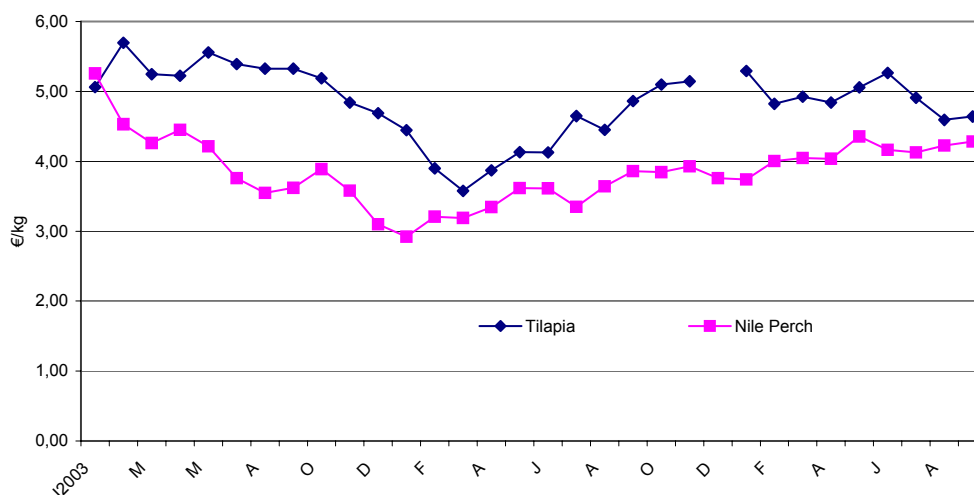


Fig. 72. Tilapia et perche du Nil : prix des importations de l'UE de filets frais
Source: Eurostat

Les rendements dans la fabrication de filets sans peau sont faibles. Ils sont de l'ordre de 30-33%, mais descendent à 28% pour les filets à pelage profond.

9.5.3.5 - Opportunités commerciales

Les perspectives fortes de production sur tous les continents, et la très forte concurrence que vont se faire les producteurs pour écouler les volumes nouvellement produits rappellent que la viabilité économique dans la production de ce produit de masse exigera d'être compétitif par le prix.

Le **marché américain** sera vraisemblablement servi en priorité par les pays d'Amérique centrale et d'Amérique du sud. L'Asie est également exportatrice nette.

En **Europe**, la consommation est amenée à se développer, à la fois en raison de la montée de la production locale (quelques projets de quelques centaines de tonnes) et de l'attractivité de cette zone à fort pouvoir d'achat pour les producteurs des autres continents.

Le marché du poisson entier est faiblement rémunérateur. Le marché du filet est beaucoup plus dynamique, mais la concurrence d'autres espèces y est sévère.

Les **pays Moyen Orient** (UAE, Barhein, Jordanie) importent plusieurs milliers de tonnes de tilapia (entier congelé) par an, principalement de Chine et de Taiwan. Les achats en Egypte vont vraisemblablement s'intensifier alors que le pays s'organise pour développer ses performances à l'exportation sur cette espèce dont il est l'un des principaux pays producteur au monde (>300 000 tonnes).

Marché local : bien que peu apprécié essentiellement du fait d'une image négative, le tilapia peut présenter sur le marché intérieur Mauricien et sous certaines conditions, un réel potentiel :

- Amélioration de l'image,
- Prix de vente attractif,
- Développement de la distribution.

Sur une base de consommation d'un filet entier par mois et par personne, le marché annuel peut être évalué à plus de 1 000 tonnes.

9.5.4 - Barramundi (*Lates calcarifer*)

9.5.4.1 - Dénomination commerciale

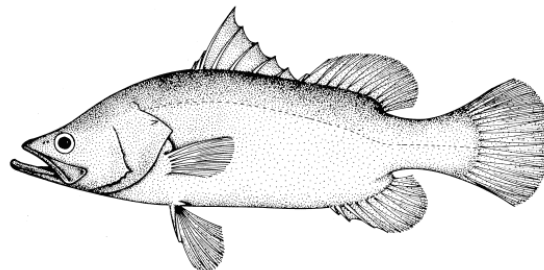
France : Barramundi

Royaume Uni : Barramundi

USA : Asian Seabass, Barramundi perch

Japon : Akame

Vietnam : Cá vurot



9.5.4.2 - Distribution et production

La distribution géographique de l'espèce à l'état sauvage est concentrée dans le Pacifique Est (Nord Australie) et les rivages occidentaux du sous-continent indien. Ce poisson vit également le long des rivages du Japon.

9.5.4.3 - Distribution géographique



Les captures de barramundi ont fortement cru aux cours des trois dernières décennies, pour se stabiliser aux alentours de 70 000 tonnes par an ces dernières années.

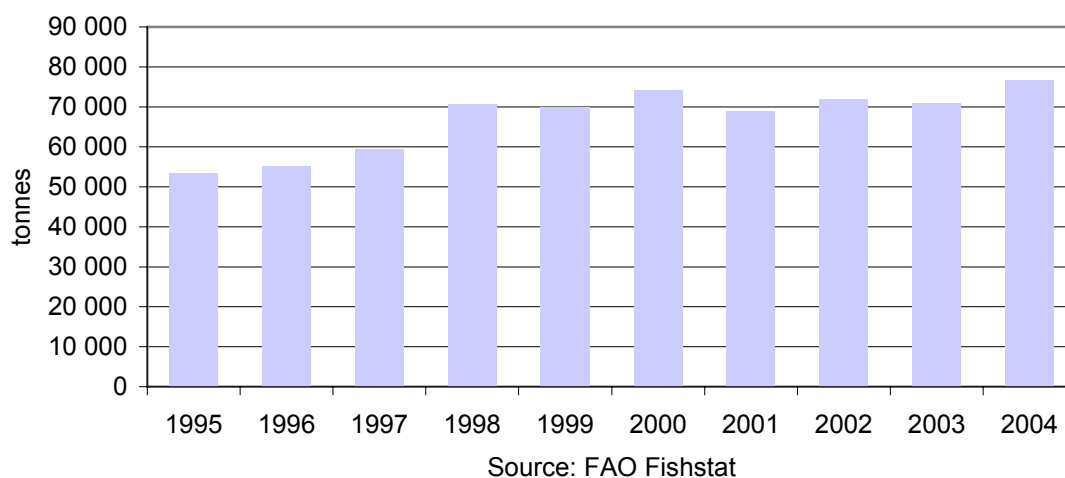


Fig. 73. Barramundi : captures de pêche
Source : FAO Fishstat

L'Indonésie est de loin le principal producteur.

	2000	2001	2002	2003	2004
Indonésie	68 788	63 485	66 642	66 279	71 670
Australie	1 747	1 953	1 925	1 527	1 629
Malaysia	1 701	1 518	1 440	1 335	1 749
Autres	1 971	1 879	1 982	1 674	1 586

Fig. 74. Barramundi : captures de pêche par principaux pays, en tonnes
Source : FAO Fishstat

En l'espace de 10 ans la production aquacole a doublé, passant de 15 000 à 30 000 tonnes par an.

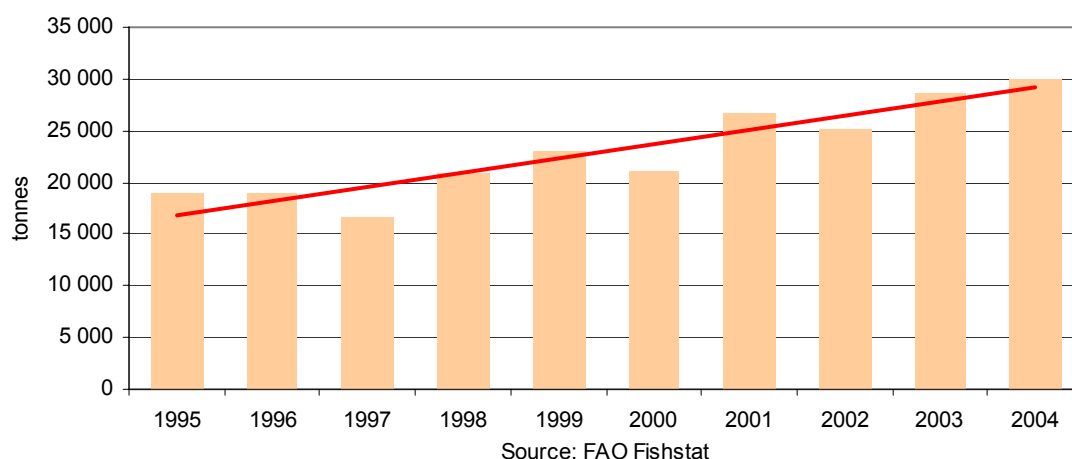


Fig. 75. Barramundi : production aquacole mondiale
Source : FAO Fishstat

La Thaïlande est de loin le premier producteur, avec près de la moitié des mises à terre.

	2000	2001	2002	2003	2004
Thaïlande	7 752	8 004	11 032	12 230	14 550
Taiwan Province of China	3 926	4 236	4 053	4 811	4 983
Malaisie	3 428	4 061	4 230	4 211	4 001
Indonésie	3 961	5 319	2 708	3 149	2 915
Australie	822	898	1 150	1 750	1 567
Autres	338	241	268	223	135

Fig. 76. Barramundi : Production aquacole par pays producteur
Source : FAO Fishstat

9.5.4.4 - Produits, marchés et commercialisation

Le barramundi est essentiellement vendu dans sa région d'origine. C'est un poisson réputé en Australie, en Malaisie, à Singapour et bien sûr en Indonésie. Le poisson y est commercialisé le plus souvent entier, dans des tailles allant de 200/300, 301/400, 401/500, 501/600, 601/700 jusqu'à un kilo.

Le barramundi est vendu vivant, frais, en portion ou congelé, ou encore fumé.

La tête, les ailerons (nageoires), les foies trouvent acquéreurs en Asie.

En Australie, une part importante de la production du sud du pays est transportée vivante vers les marchés de Sydney (qui absorbent environ la moitié de la production d'élevage d'Australie) et de Melbourne où ils sont destinés à la communauté asiatique. Il s'agit essentiellement de petites pièces (<700g).

Cette espèce, dont la reproduction et le grossissement sont maîtrisés, fait l'objet de projets d'élevage à travers le monde, en Australie bien sûr mais en Europe aussi. Ainsi récemment (2005, 2006) plusieurs projets sont sortis de terre en Europe. En Grande-Bretagne, la société Internationale Aquafarm Limited (IAF) du groupe Aquabella group (www.aquab.com/aquabella.html) a implanté un élevage en circuit fermé à Lymington, Hampshire. Les produits sont commercialisés sous l'appellation commerciale « New Forest Barramundi ».

La société Australienne Cell Aqua Ltd (www.cellaqua.com) a démarré une « joint venture aux Pays Bas, » Barramundi Farming Company BV avec l'ambition de produire quelques 70 tonnes par an. Les premiers alevins ont été placés en bassin en février 2006.



Packaging des produits Australiens de Cell Aqua

Sur le marché européen, les éleveurs espèrent vendre leurs produits (entier plein d'environ 750g-800g) aux alentours de 9€/kg, sortie de ferme.

L'argument principal des producteurs européens dans leurs ventes sur ce marché sera la grande fraîcheur du produit (livraison en 24 heures après abattage).

9.5.4.5 - Opportunités commerciales

Cette espèce, quelle soit de pêche ou d'élevage est encore à ce jour principalement produite et consommée en Asie. Même dans des pays à majorité non asiatique (Australie) l'essentiel de ces productions sont destinés aux asiatiques.

Sur le **marché européen**, la Grande-Bretagne est le pays qui s'est montré le plus ouvert à cette nouvelle espèce, en partie en raison de ses liens privilégiés avec des pays producteurs tels que l'Australie. Cependant, les flux sont encore faibles en raison des coûts de transport très élevés.

9.6 - CONCLUSIONS

Les marchés

Chaque grand marché observé a ses spécificités et pour les quatre espèces étudiées des attentes très diverses.

L'ombrine est connue et appréciée sur le marché US, d'accès assez difficile (tracasserie administrative à l'importation de produits alimentaires). Sur le marché européen l'attente est faible, cependant le produit pourrait se placer comme produit « différent » sur le marché de niche de la restauration tropicale (France, GB), et la vente au détail traditionnelle (France). L'espèce est peu appréciée en Asie, où les productions d'élevage explosent (Chine, Vietnam) avec un risque de concurrence assez fort.

Le cobia est une nouvelle espèce dont les perspectives d'élevage sont perçues comme favorables sur plusieurs continents. Cette espèce, à fort taux de croissance, offre de grandes possibilités en matière de transformation. Les marchés européens, américains et japonais sont très ouverts à des offres de portions calibrées, sans peau sans arête, que cette espèce peut offrir.

Le barramundi est principalement produit et consommé en Asie. Sa consommation débute ailleurs mais surtout initiée par la demande d'Asiatiques. Sur le marché européen, la Grande-Bretagne est le pays qui s'est montré le plus ouvert à cette nouvelle espèce. Poissons de qualité, on peut penser que sa consommation sera initiée en Europe par les petites productions qui débutent. Espèce peu connue aux US.

La production mondiale de tilapia est si considérable, avec plus de 2 millions de tonnes produites annuellement ; que certains comparent cette espèce au poulet. La consommation de cette espèce à faible prix concerne tous les continents (consommation à ses débuts cependant en Europe), considérée comme protéine animale bon marché dans les pays du sud, et comme produits plus sophistiqués dans les pays du nord.

Les niveaux de prix

Actuellement les principaux producteurs proposent sur le marché international

- de l'ombrine entière surgelée FOB entre US\$ 1,50 et 2,20/kg, frais en France entre 7 et 8 €/kg et les filets surgelés sans peau (700-800g) à partir de US\$ 4,60/kg ; filet frais même taille à partir de US\$ 7,6 0/Kg,
- du cobia entier à environ US\$4/kg FOB Vietnam, du filet à US\$8/kg, et du pavé à US\$11/12/kg,
- du barramundi entier (frais) à environ US\$ 8/10/kg (Europe),
- du tilapia entier à US\$1/2/kg.

L'approche commerciale et marketing

Sur les espèces évoquées, Maurice n'est pas le seul fournisseur sur le marché international. La logistique peut être considérée comme une contrainte (services disponibles/ coût) et sa prise en compte dans toute étude de faisabilité ne doit pas être négligée. Les atouts des produits Mauriciens pourraient comprendre des prix compétitifs, une solide approche marketing avec mise en avant (B2B) des producteurs et produits mauriciens (s'inspirer d'actions réussies élaborées par d'autres pays), une offre commerciale complète avec création de gamme de produits.