CIHEAM
Options Méditerranéennes

La structure du commerce des produits de l'aquaculture en Espagne

Casinello P.

Marketing of aquaculture products

Zaragoza : CIHEAM
Cahiers Options Méditerranéennes; n. 17

1996
pages 109-131

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

---

http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=96605678

To cite this article / Pour citer cet article

Casinello P. **La structure du commerce des produits de l'aquaculture en Espagne.** *Marketing of aquaculture products .* Zaragoza : CIHEAM, 1996. p. 109-131 (Cahiers Options Méditerranéennes; n. 17)

CIHEAM

http://www.ciheam.org/
http://om.ciheam.org/

CIHEAM

La structure du commerce des produits de l'aquaculture en Espagne

P. CASINELLO
DIRECCION GENERAL DE MERCADOS PESQUEROS
SECRETARIA GENERAL DE PESCA MARITIMA
MADRID
ESPAGNE

RESUME - Après avoir considéré les productions provenant de l'élevage dans le but d'avoir une vue d'ensemble de l'aquaculture espagnole, une ébauche sera faite des filières de commercialisation caractérisant ces produits depuis la fabrique d'élevage jusqu'au cosommateur final, en observant les différences avec les produits provenant de la pêche de capture. Etant donné que, comme il est exposé ci-après, la truite arc-en-ciel et la moule sont les produits "vedettes" de notre aquaculture, c'est la commercialisation de ceux-ci qui est traitée le plus en détail. Les lacunes existant aujourd'hui dans la commercialisation des produits d'élevage ainsi que les possibilités de marchés qui présentent une commercialisation appropriée de ceux-ci, mettent un terme à ce bref examen de cette structure commerciale.

Mots-clés: Commercialisation, aquaculture, Espagne

SUMMARY *- "Trade structure of aquaculture products in Spain". After having considered aquaculture produce in order to have a global view of the sector in Spain, an rough outline will be made of the marketing channels, characterizing aquaculture products from the farm to the final consumer, while observing how they differ from fishing products. Since, as mentioned hereinafter, the rainbow trout and the mussel are the star products of our aquaculture, their marketing is dealt with in greatest detail. The gaps existing in the marketing of aquaculture products today, as well as the market opportunities for their appropriate commercialization, conclude this brief examination of the trade structure in Spain.*

Key words: *Marketing, aquaculture, Spain*

PRINCIPAUX PRODUITS DE L'ELEVAGE EN ESPAGNE

Aquaculture marine

Poissons (t)

	Année 93	Année 94
Turbot (*Psetta máxima*)	1.583	1.809
Bar commun (*Dicentrarchus labrax*)	370	351
Dorade (*Sparus aurata*)	2.014	2.094
Mulets (*Mugil spp*)	109	144
Sériole (*Seriola dumerilii*)	3	5
Sole (*Solea spp*)	11	12
Thonidés (*Thunnus spp*)	19	--
Anguille (*Anguilla spp*)	175	134
Saumon (*Salmo spp*)	562	909
Total	4.846	5.458

Actuellement, environ 5.500 t (chiffre indicatif) sont produites annuellement par l'aquaculture espagnole dans le domaine des poissons en matière marine.

Comme on peut constater, deux espèces méritent d'être soulignées comme les plus importantes quant au niveau de production: dorade et turbot.

La sole, l'anguille et le saumon sont enfin les autres principales espèces de poissons élevées en Espagne.

Crustacés (t)

	Année 93	Année 94
Caramote (*Penaeus spp*)	55	67
Crevette (*Palaemon spp*)	130	91
Total	185	158

Les chiffres de l'une et de l'autre espèce ne sont pas très importants, la caramote, espèce de grande valeur marchande et très appréciée dans les marchés espagnols, est peu à peu remplacée par celle provenant de l'élevage, notamment de la région de l'Equateur.

Mollusques (t)

	Année 93	Année 94
Palourde et clovisses (*Venerupis spp*)	3.580	4.613
Huîtres	2.710	2.264
Moule (*Mytilus galloprovincialis*)	90.481	142.687
Praire (*Venus spp*)	5	5
Coquille St Jacques (*Vecten spp*)	110	92
Coque (*Cardium spp*)	3.185	2.209
Total Sans moule	100.071 9.590	149.661 6.974

La production de mollusques en Espagne, sans tenir compte de la moule, est située autour de 8.000t annuelles, quantité résultant des productions de palourdes et clovisses, huîtres et coques, fondamentalement.

La production de moule se détache dans les marchés espagnols, sa commercialisation mérite don d'être tenue en compte.

Aquaculture continentale

Pour ce qui est de l'aquaculture continentale, deux espèces sont élevées: la truite arc-en-ciel et la tanche.

	Année 93	Année 94
Truite arc-en-ciel (*Oncorhynchus mykiss*)	19.750	21.100
Tanche (*Tinca tinca*)	400	400

La grande différence quant aux quantités produites met en relief, outre une tradition culturelle différente en ce qui concerne leur cosommation, une technologie d'élevage hautement expérimentée dans le cas de la truite. Les voies de commercialisation actuelles de la truite ainsi que les possibilités de futur quant à la

diversification du produit dans les marchés de consommation sont considérées individuellement.

En résumé: en Espagne, et d'après les données de l'année 1994, la production aquacole totale (marine et continentale) distribuée en poissons, crustacés et mollusques, varie autour de 178.990 t si l'on tient compte de la moule et de 36.000t si l'on exclut celle-ci.

La truite arc-en-ciel et la moule ont constitué jusqu'à environ la décennie des quatre-vingt les deux produits bastions de notre aquaculture; c'est alors que les autres élevages cités ci-avant se détachent avec plus ou moins de fortune.

Organisations des producteurs espagnols consacrées a la cueillette des fruits de mer et à l'aquaculture

-OP nº 18 OPMAR. Organisation des producteurs de moule de Arosa. Moule et huître. Echelle: Nationale.

-OP nº 20 Organisation des producteurs de fruits de mer et cultures marines de la province de Pontevedra. Palourde et clovisse, coque, praire, poisson-montre et pétoncle. Echelle: Provinciale.

-0P nº 21 Organisation des producteurs ostréicoles de Galice. Huître. Echelle: Nationale.

-0P nº 22 Organisation des producteurs pisciculteurs. Truite. Echelle: Nationale.

-OP nº 26 Organisation des producteurs de fruits de mer du delta de l'Ebre, OPAFMAR (reconnaissance en cours de retrait).

-OP nº 30 APROMAR. Association patronnale des producteurs de cultures marines.

-OP nº 34 Organisation des producteurs de fruits de mer et cultures marines de la province de La Corogne. Palourdes et clovisses, coque, poule et poisson-montre. Echelle: Provinciale.

-OP nº 38 Organisation des producteurs et éleveurs de la Ria de Vigo. Palourde, clovisse et pal. japonaise, coque et poisson-montre. Echelle: Provinciale.

-OP nº 47 Organisation des producteurs de Aquaculture Continental. Truites et Espèces qui ont des affinitès frais e transformèes Echelle: Nationale.

Ces OP's sont distribuées entre trois Communautés Autonomes à haute tradition halieutique en Espagne: Com. Aut. Galicienne, Com. Aut. Andalouse et Com. Aut. Catalane.

L'aquaculture marine en Galice est d'une grande importance socioéconomique, un des piliers sur lesquels repose l'économie de cette Communauté. Elle nourrit à son tour d'autres sous-secteurs selon le type de culture. Un des principaux problèmes subis pratiquement par tous ces sous-secteurs est la commercialisation des produits.

Les Autorités de cette Communauté Autonomme, conscientes de cette lacune, ont renforcé récemment différentes campagnes de promotion de leurs produits d'élevage, ces iniciatives ayant donné des résultats satisfaisants, cependant, le secteur patronnal manque d'un investissement adéquat dans le domaine de la commercialisation des produits.

L'aquaculture en Catalogne, située aujourd'hui à la troisième place quant à ses productions derrière les Com. Aut. galicienne et andalouse, a su traiter en même temps les problèmes de production et ceux de la commercialisation, après le "décollage" de cette activité à partir de l'année 85.

Enfin, en ce qui concerne *l'aquaculture en Andalousie,* il y a lieu de souligner que, alors que le secteur producteur se présente avec une grande potentialité de croissance due aux résultats obtenus dans le grossissement, le développement technologique, etc..., les problèmes de commercialisation sont là et, sauf dans le cas de la dorade (Sparus aurata), son amélioration donnerait une plus grande rentabilité aux productions.

Le cas de la dorade mérite d'être mentionné car elle est à l'origine de 80% du chiffre d'affaires aquacole en Andalousie, ce pourcentage représentant la moitié de la production de la dorade adulte en Espagne et 50% de la production totale européenne d'alevins de cette espèce.

FILIERES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE L'AQUACULTURE EN ESPAGNE

Il convient de distinguer les filières ou voies suivies par les poissons et crustacés d'un côté et celles des mollusques d'un autre. Il s'agit là du problème clef de toute production; tant que celle-ci n'est pas accompagnée d'une *bonne commercialisation* situant le produit dans le marché, tout processus s'avère vain d'un point de vue économique.

La principale caractéristique de leur commercialisation, et qui les différencie des produits provenant de la pêche de capture, est la non obligation de passer par la criée et en conséquence la non sujetion de leurs prix de production aux enchères.

Le prix de la première vente est fixé dans le centre d'élevage ou la zone de u'au consommateur final.

Les schémas suivants résument les différentes voies "subies" par les produits espagnols d'élevage; la différenciation entre poissons et mollusques devient nécessaire en raison de l'obligation des seconds de passer par un *centre d'épuration* avant de commencer un trajet commercial déterminé; il faut ajouter que les voies sont quelque peu différentes en vertu des différents marchés de consommation et des traitements industriels.

Peu d'entreprises font encore la récolte du produit "à la main". Cette opération est généralement mécanisée ou en voie de l'être, le produit étant transporté en caisses ou en containers ou tombereaux. C'est le cas des poissons, et en petites embarcations dans le cas de certains mollusques, des moules, ce transport les conduisant aux centres de classification, nettoiement et distribution.

Les filières commerciales suivies par les truites et les moules produites en Espagne sont détaillées dans les Fig. 1 et 2.

PARTICULARITES LES PLUS REMARQUABLES D'APRES LA PRESENCE DANS LES MARCHES

Truite arc-en-ciel

Comme il a été indiqué, avec la moule il s'agit des deux produits "vedettes" de l'aquaculture espagnole, la truite occupant la cinquième place mondiale en ce qui concerne la production, qui s'est élevée en 1994 à environ 20.000 t.

Principaux producteurs de truite arc-en-ciel. Quantités (t)

	Année				
Pays	1988	1989	1990	1991	1992
France	30.925	30.915	36.915	37.900	41.380
Danemark	28.370	32.200	41.000	40.750	40.500
Italie	30.000	33.000	35.000	35.000	35.000
U.S.A.	26.885	25.805	26.414	27.428	26.057
Allemagne	22.213	25.580	24.626	23.300	25.813
Espagne	16.000	15.000	18.000	18.000	18.482
Finlande	16.236	18.479	18.321	19.123	17.788
Chili	1.267	2.871	5.481	8.393	15.515
Japon	15.314	15.596	15.395	15.127	14.480
Royaume-Uni	11.000	13.000	10.058	10.000	10.022

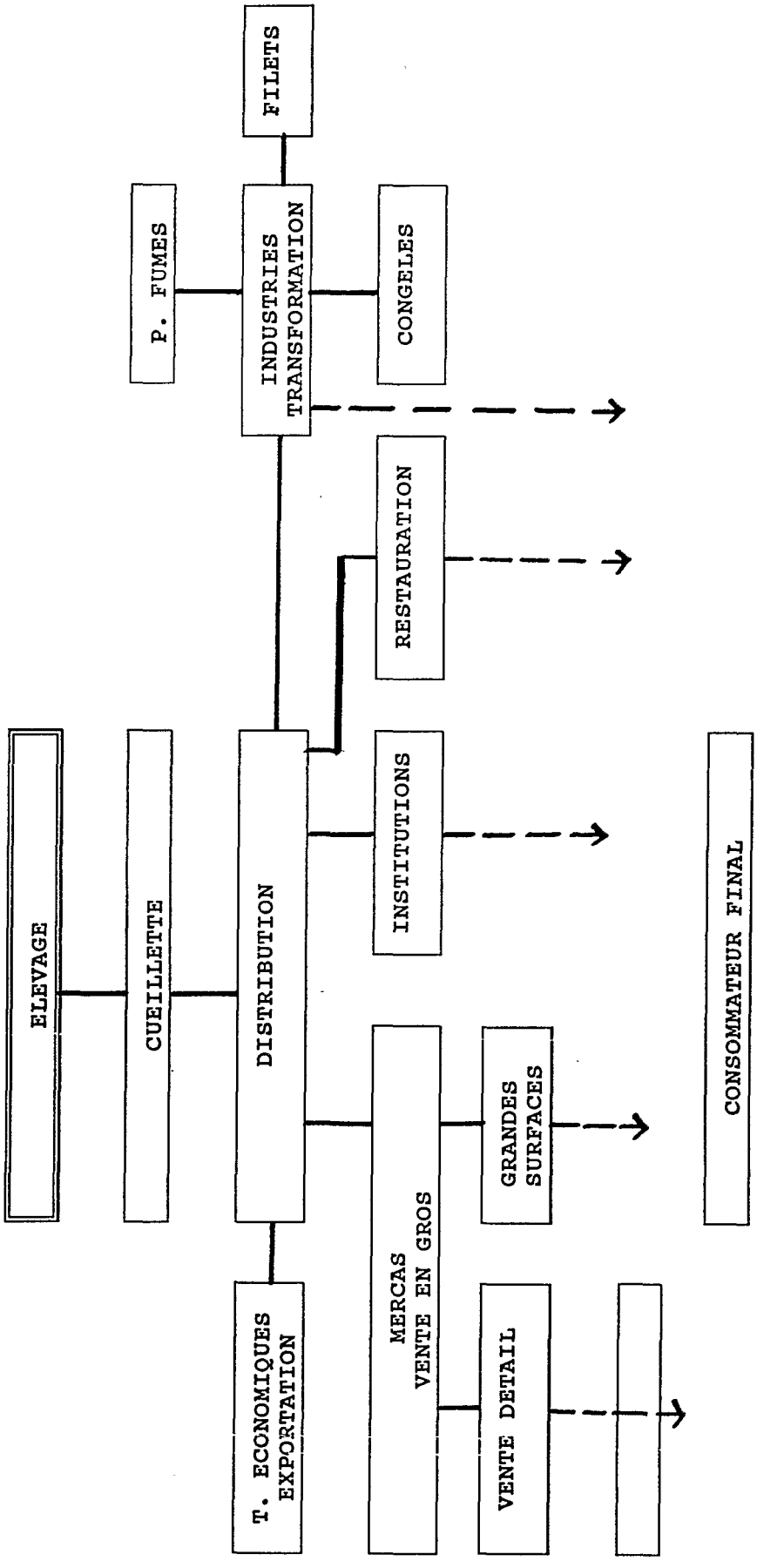

Fig. 1. Filière commerciale suivie par les truites.

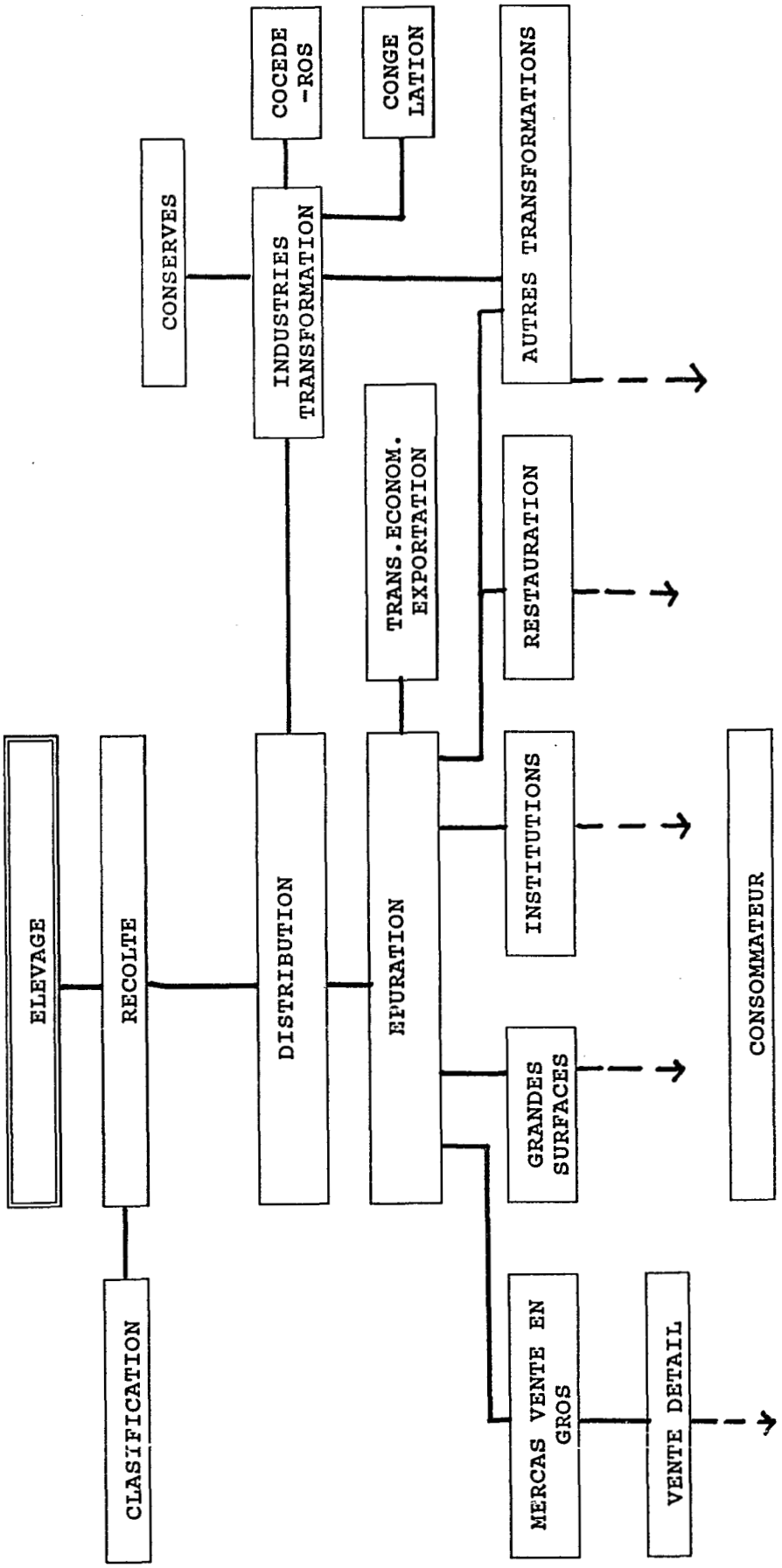

Fig. 2. Filière commerciale suivie par les moules.

Aujourd'hui, la truite produite en Espagne a une place dans les différents niveaux de marché suivants:

- marchés locaux
- " régionaux
- " nationaux
- " européens
- industrie.

Il est important de souligner cet aspect vis-à-vis de ses congénères des eaux continentales espagnoles, qui se distribuent ainsi:

- Saumon (*Salmo salar*):	- marchés régionaux - marché national
- Tanche (*Tinca tinca*):	- marchés locaux - marchés régionaux
- Carpe (*Cyprinus carpa*) :	- marchés locaux
- Anguille (*Anguilla anguilla*):	- marché régional - industrie

Les filières de commercialisation se sont adaptées progressivement aux nécessités du marché de la demande, processus qui s'est produit en même temps qu'un abandon progressif des voies traditionnelles de commercialisation valables pour d'autres produits.

Etant donné que la demande du consommateur espagnol, aujourd'hui, conduit à l'acquisition de produits de la pêche éviscérés, sans épines, filetés, faisant partie de plats préparés, en conserve, semi-conserve, congelés, fumés, etc, le produit ne pouvait être limité à une seule présentation dans le marché: frais.

Actuellement, il y deux tailles compétitives dans les marchés espagnols de la truite entière, fraîche et congelée, à savoir:

- truite taille "ration" :	200-300 g
- truite grande taille :	300-700 g

La truite ayant un poids supérieur à 1 kg -1,5 kg n'a pas de marché sous sa forme *fraîche* en raison notamment de la présence dans les marchés espagnols d'un sérieux compétiteur comme le saumon norvégien; les quantités massives de ce produit qui arrivent à nos marchés provenant de l'importation, et les prix avantageux qu'il offre par rapport à ceux de la truite, font que cette taille de truite soit destinée au filetage et à la transformation.

Pour sa part, la *truite ration* se présente *blanche et saumonée, fraîche et congelée*, dans les deux cas préalablement éviscérées; la truite de taille 300-700 g, outre les présentations précédentes, est offerte *filetée et saumonée.*

L'adaptation à la demande du consommateur espagnol a réduit les ventes de truite fraîche blanche *taille ration* au bénéfice de la *truite saumonée*, son incidence sur les marchés étant conséquemment plus faible.

Une intéressante étude faite par l'Organisation des producteurs pisciculteurs concernant la variation le long de six années (89-95) des différents paramètres définissant le marché de la truite, résume les processus de commercialisation auxquels la truite a été soumise, au cours de cette période, depuis le centre d'élevage jusqu'au consommateur final.

Variation des quantités produites selon la typologie

	Année 89	Année 95
Truite ration blanche	75%	33%
Truite ration saumonée	21%	43%
Truite taille grande (+ 1kg.)	5%	24%

Comme il a été dit au sujet de la tr. saumonée, la blanche est moins demandée dans le marché espagnol; celle de + 1 kg gagne du terrain dans le domaine de l'industrie.

Quant aux *formes de présentations dans le marché,* les variations subies par chacune d'entre elles sont les suivantes:

	Année 89	Année 95
Truite vivante grande taille	3%	10%
Truite fraîche	91%	66%
Truite congelée grande taille	3%	10%
Truite élaborée grande taille	3%	14%

La truite fraîche perd des positions dans le marché alors que la *truite congelée et celle élaborée* semblent trouver leur place dans celui-ci.

Pour ce qui est des *filières de vente,* la vente des truites à travers les marchés centraux décroît comme voie traditionnelle de commercialisation puisqu'elle passe de 68% en 89 à 40% en 95. Les ventes augmentent à travers les industries, les grandes surfaces, les transactions avec l'UE, le repeuplement, les ventes dirigées à la restauration et aux institutions.

Aujourd'hui un nouveau personnage a fait son apparition dans les Marchés Centraux: c'est le "Grossiste" qui représente les grandes surfaces, il va acquérir le produit directement dans les Marchés (MERCAS), pour ces mêmes grandes surfaces.

La distribution des ventes (présentation du produit ---> Consommateur final) est la suivante:

		Année 89	Année 95
Ménages	Frais	91%	83% Diminution
	Congelé	37%	53% Augment.
	Elaboré	53%	60% Augment.
Restauration	Frais	8%	12% Augment.
	Congelé	13%	22% Augment.
	Elaboré	22%	25% Même prod.
Institutions	Frais	1%	5% Augment.
	Congelé	5%	25% Diminution
	Elaboré	25%	15% Diminution

Truite fumée

Production et taille de marché
Prévisions de commercialisation de truite élaborée (90-95)

	1989		1990		1995	
	T	% T	T	% T	T	%T
Truite élaborée	530	3	1.300	7	2.900	14
Total	17.000	100	18.000	100	21.000	100

Source: Organisation des producteurs pisciculteurs.

Distribution des ventes de la truite élaborée selon consommateurs finals

Truite élaborée						
Consommateur final	1989		1990		1995	
	T.	% T.	T.	% T.	T.	% T.
Ménages	280	53	720	56	1.700	60
Restauration	120	22	310	23	800	25
Institutions	130	25	270	22	400	15
T o t a l	530	100	1.300	100	2.900	100
Total truite						
Consommateur final	Mille T.	% T.	Mille T.	% T.	Mille T.	% T.
Ménages	14,6	88	14,5	84	14,3	75
Restauration	1	8	1,8	10	3	16
Institutions	0,6	4	1	6	1,6	9
T o t a l	18,5	100	17,3	100	18,9	100

Les plus hauts niveaux de production et de commercialisation se trouvent dans les régions centrale, Nord-est et Nord-ouest de l'Espagne.

En ce qui concerne la diversification du produit dans les marchés de consommation, l'Espagne atteint aujourd'hui, avec une certaine distance favorable vis-à-vis de certains pays de l'UE, les objectifs de marché proposés dans la commercialisation de la truite.

Distribution des ventes et des productionspar communautés autonomes.
(Année 1990)

	Production	Ventes
Andalousie	8,1	9,9
Aragon	5,5	4,9
Asturies	7,1	5,6
Baléares	--	0,7
Canaries	--	1,2
Cantabria	2,2	1,4
Castille - La Mancha	15,2	3,5
Castille - León	11,5	10,2
Catalogne	12	14,4
Estrémadure	3,0	1,9
Galice	15,3	4
Madrid	0,4	19,9
Murcie	0,5	1,6
Navarre	9,2	2,4
Pays Basque	3,6	9,7
La Rioja	5,9	1,5
Valence	0,5	7,2

Echanges commerciaux de la truite produite en Espagne

En général, les transactions avec l'UE ainsi que le commerce avec des pays tiers sont réduits par types de présentation sur le marché, la *truite fraîche* enregistrant une augmentation de ses importations en provenance du Danemark; à son tour, les exportations augmentent également à destination de l'Allemagne et de la Suisse fondamentalement, le chiffre oscillant autour de 300 t annuelles.

Quant à la *truite congelée* il faudrait souligner le chiffre d'exportations à destination surtout de l'Allemagne (1.000 t) et celui des importations, qui est situé autour de 300 t, dirigées au Danemark.

Le *filet de truite* a triplé ses importations en provenance du Chili, cependant, les chiffres à son sujet sont faibles: en 1993, environ 70 t annuelles.

Problématique dans le secteur de la commercialisation de la truite

Le secteur de la truite en Espagne, et l'ensemble du *secteur piscicole de l'aquaculture continentale,* dans le domaine commercial, prétend, avec une perspective de futur, faire face aux actions suivantes, qui amélioreraient d'une certaine façon le processus commercial.

- Adaptation à la demande des consommateurs du Marché unique européen, tant en ce qui concerne les nouvelles présentations du produit qu'une filière appropriée de distribution.

- Incorporation d'actions de promotion pour améliorer l'image de la truite, objectif à atteindre tant au niveau particulier que celui de l'Administration.

- Incorporation de l'aquaculture continentale au *règlement de base des marchés communautaire,* avec tout ce que cela implique en ce qui concerne la politique des prix et des aides liées à ceux-ci.

- La truite arc-en-ciel, concrètement, est comprise dans la réglementation de base des marchés avec une série de saumons, carpes et homards; le "bénéfice" qui en découle se produit lorsque des importations massives de ces produits provenant de pays tiers provoquent la perturbation de la stabilité des marchés de l'UE; cependant, le secteur défend la position antérieure en incluant la truite dans d'autres annexes de façon que ce produit ainsi que le reste des produits de l'aquaculture continentale bénéficient d'une plus grande protection face aux déstabilisations du marché communautaire.

- Le problème le plus urgent aujourd'hui des marchés de la truite d'une certaine taille est la concurrence qu'elle subit de la part du saumon provenant de la Norvège; la barrière établie moyennant la fixation de prix minimums à l'importation de saumon, dans le marchés communautaire, en provenance de pays tiers, ne semble pas suffisante pour freiner le libre accès aux marchés européens dont bénéficient les ressources de saumon norvégien, les exemplaires de 3-4 kgs étant, par ailleurs, une source d'approvisionnement pour les industries des produits fumés, qui luttent en Espagne pour consolider leurs marchés.

Moule

Nous considérons la structure du commerce de la moule en Espagne en raison de son importance dans nos marchés.

Quelles sont les voies de commercialisation ? Les niveaux de production sont tout d'abord considérés.

En 1994, la production espagnole, fondamentalement galicienne et catalane, se situe autour de 140.000 t, chiffre un peu supérieur à celle de 1993, qui a été établie en 90.000 t.

Les voies de commercialisation sont principalement deux:

- ventes en frais,
- ventes en fabrique; c'est-à-dire, marchés en *gros, institutions, restauration, exportateurs,* etc... et *processus industriels* qui, pour la plupart, aboutissent dans les *conserves*.

Avant d'entrer en détail sur les différentes filières, nous allons exposer des données significatives sur les productions. 90% de la moule d'élevage est obtenu dans la Communauté Autonome galicienne, ensuite se trouve la Com. Aut. catalane (5.000 t annuelles) et plus loin la Com. Aut. valencienne (1.000 t annuelles).

En Espagne il y a fondamentalement deux OP qui commercialisent la moule: l'OP nº 18 (OPMAR) et l'OP nº 26 (OPAFMAR).

Nous décrivons ci-après à grands traits les processus de commercialisation de celles-ci.

OP nº 18 (OPMAR): Organisation des producteurs de moule de la ria de Arosa.
Echelle: nationale.
Produits qu'elle commercialise: moule et huître.

OP nº 26 (OPAFMAR): Organisation des producteurs de fruits de mer du delta de l'Ebre.
Echelle: nationale.
Produits qu'elle commercialise: moule.

Productions et prix moyens des moules commercialisées par les OP's

OPMAR				
	1992		1993	
	Quantité (t)	Prix moyen (Pts/kg)	Quantité (t)	Prix moyen (Pts/kg)
Ventes en frais	30.583	82	25.256	82
Ventes en fabrique	38.667	49	21.018	47
Total	69.250 t		46.274 t	

Source: OPMAR

OPAFMAR		
1.993	Quantité (t)	Prix moyen(pts/kg)
Total	1.500	110

Comme on peut constater, l'OP qui se trouve en Galice commercialise environ 51% du total national (année 1993), les deux OP's totalisant presque 53% des quantités totales.

Au moment de considérer la problématique générale du secteur, mention sera faite de la "disproportion" entre les producteurs associés et les non associés, qui influe négativement dans la commercialisation du produit.

Quant aux prix moyens pondérés de production (secteur de production), la différence est évidente entre le prix de production de la moule destinée à la *vente en frais* et celui de celle dirigée à la *conserve*, le prix de la première étant le double que celui de la seconde.

En 1993 les prix pour les tailles grande, moyenne et petite etaient de cent-ving, quatre-ving dix et soixante pts. environ pour la consommation en frais et entre quarante et cinquante-neuf pts. pour la consommation en conserve.

Comme il a déjà été dit, la production globale espagnole a deux voies de commercialisation très claires et définies: *les industries de transformation et la consommation en frais*, les quantités étant réparties à parts égales entre ces deux destinations; à son tour, 35% de la production dirigée à l'industrie est destinée à la *conserve*, et le 15% restant à la *cuisson* et la *congélation*.

Alors qu'une partie importante de la moule galicienne est destinée à l'industrie de la conserve et à la congélation, la moule catalane est consommée fraîche.

L'une comme el autre doivent respecter la normativa du Royal Décret 308/1993 "Selon le quelle on cite la réglementation tecnico-Saniitaire qui fixe les normes appicables á la commertialisation des molusques bivalves vivants" reglámentation qui pour les cas des moules destinées á una transformation altérieure doit être compléteé par un autre texte (ensemble d'articles) á carácter national: Royal Décret 1437/92 qui fixe les normes sanitaires appicables á la production et commertialisation des produits de la pêche et de la aquiculture.

D'aprés cette réglamentation, la commertialisation en frais de la moule devra avoir eté obtenue et transporteé d'une zone de production, á un centre d'expedition, un centre de dépuration, una zone de reinstallation, ou un establissement de transformation, concepts suffisamment définis dans cette normative.

Pour la moule de Galice on peut établir suivantes pour sa commertialisation en frais:

Grande: plus de once centimètres (12-14 pièces/Kg).
Moyenne: entre neuf et onze centimètres (20-25 pièces/Kg).
Petite: entre cinq et neuf centimètres (26-28 pièces/Kg).

Pour la moule destinée à l'industrie de conservation ces definitions (exprimeés en centimètres) n'existe pas selon la normative en viguer on trouve trois types commerciaux selon la taille de la viande en relation avec la masse (volume) des pièces contenues dans la boîte, relation: poids egoutté/nombre de pièces:

Grande: relation > 7,5 grammes.
Moyenne: relation > 5,5 grammes.
Petite: relation < 5,5 grammes.

Comme option taille geánte relation > 9 (gremmes). Dans tous les cas, les moules contenues dans la boîte detaille homogène.

Les considérations ci-dessus rendent nécessaire l'établissement d'un accord du secteur commercial en frais avec le secteur industriel. Cet accord impliquerait, pour qu'il puisse fonctionner, une normalisation en ce qui concerne les tailles et les qualités aussi bien pour la cosommation en frais que pour l'industrie.

Nous prendre en considération la Loi sur les Organisations Interprofesionnelles Agro-alimentaires, qui vient d'être promulgée, pour que l'on reconnaisset dans le secteur de la pêche une O.I.A. par produit (moule) ou par secteur (moulier), quand les professionnels comme c'est le cas dans ce secteur.

Productions de moule, OP Nº18 (OPMAR)

Dans la Communauté Autonome de Galice, où est située cette OP, la moule d'élevage, une fois qu'elle atteint la taille marchande (d'habitude entre les 14 et 17 mois), commence à produire une importante activité économique se traduisant en une grande industrie auxiliaire et de services qui, concrètement dans la zone de production des *Rías Bajas*, occupe environ 4.500 personnes (emplois directs) et 14.000 (emplois indirects).

Face à l'exploitation en petites propriétés de la part des producteurs de moule qui existe en Galice, et afin de faire face à des questions très importantes comme la réglementation du secteur, la capacité de négociation, l'établissement de prix, les problèmes de commercialisation, etc..., ces producteurs se sont associés par aires géographiques. Il existe aujourd'hui (année 93) 24 associations ou coopératives, dont 18 sont intégrées dans l'OP nº18, qui comprend 1.800 associés et 24.000 radeaux d'élevage; parmi leurs objectifs se trouvent prioritairement la stabilisation des prix et la concentration du produit et sa vente ultérieure aux centres d'épuration ou aux industries de transformation, en prétendant comme objectif idéal une complète connaissance du marché de l'offre et de la demande afin d'atteindre un équilibre des

prix; ils prétendent également assurer la *qualité* de la moule galicienne et atteindre des accords avec l'industrie de la l'épuration et de la transformation. Comme il est indiqué ci-après, la dénomination "moule de Galice" est déjà une réalité. Les traits les plus importants qui la définissent sont également cités.

L'exploitation typique galicienne à caractère familial comprend 1,5 radeaux d'élevage par producteur, les bénéfices étant d'environ 25% du volume total de la récolte vendue.

La valeur de la production annuelle de la moule en Galice quant à la 1ère vente est estimée à environ 11 à 14.000 millions de pesetas.

Une disposition légale de mars 1993 reconnaît la dénomination de *Produit galicien de qualité* à la "moule de Galice" produite, expédiée et, le cas échéant, épurée en Galice, ce qui represente une garantie et facilite sa promotion.

La qualité et le service doivent régir cette considération; des études de marché ont révélé la compétitivité de la moule galicienne quant aux prix, mais pas quant aux services et la qualité, alors que le produit importé est compétitif dans ces domaines malgré les prix plus élevés de ce dernier.

La *qualité totale* implique que tout le processus, depuis la production jusqu'à fin du trajet parcouru, garantisse la qualité du produit final.

Dans la pratique, la première exigence imposée à la moule avec ce label est le nombre d'unités/kg et un rendement adéquat en chair.

Les Mytilus galloprovincialis, qui bénéficient de cette dénomination, doivent être épurés et manipulés conformément à la réglementation en vigueur, aussi bien nationale que communautaire, tant en ce qui concerne l'aspect sanitaire que celui de la production et commercialisation en frais.

A la suite de l'établissement de cette dénomination, un Conseil régulateur est créé, dans lequel participent, comme représentants, les secteurs de la production, de l'épuration, de l'expédition, du conditionnement et un conseiller technique représentant l'Administration locale.

Le Conseil régulateur veillera à ce que la réglementation en vigueur soit respectée et tiendra un registre de chacun des secteurs qui interviennent dans l'élaboration du produit final. Il veillera également à tout moment au respect des paramètres qui font du produit final un produit de qualité.

OP N°26 (OPAFMAR)

Par ailleurs, et comme garantie d'un processus soigneux d'épuration, manipulation et présentation dans le marché, la dénomination générique "musclos delta de l'Ebre" (moules du delta de l'Ebre), *dénomination de qualité*, a été créée dans la région catalane. Ceci implique des garanties pour le consommateur issues de

l'application d'un ensemble de règles prévues par le Règlement approuvé par l'Arrêté du 23.11.86 de la *Generalitat* de Catalogne, qui est un développement à son tour de l'Arrêté du 3.4.86 créant cette *dénomination de qualité*.

L'entreprise CALITAX, comme organisme de contrôle, est chargée de veiller sur les normes de qualité exigées par la dénomination citée. Une de ces normes oblige à ce qu'1 kg de moule contienne au maximum 45 unités et 180 gr minimum de chair après cuisson, la taille normale de commercialisation étant de 5-6 cm. L'épuration et le conditionnement sont des processus contrôlés par CALITAX. La présentation sur le marché est faite moyennant des sacs en maille et des baquets en bois avec les étiquettes d'épuration et de contrôle sanitaire correspondants. Conformément aux formes de présentation sur le marché généralement utilisées et selon les normes de qualité déjà citées, la moule produite par OPAFMAR est présentée sur le marché sous des emballages de 1, 2, 5, 10 et 15 kg et avec leurs étiquettes de Dénomination de qualité correspondantes. Cette présentation offre le grand avantage de pouvoir avoir accès aux Grandes surfaces de commercialisation, où les emballages de 1 et 2 kg ont été très bien acceptés.

Jusqu'à 1990, le processus de commercialisation de la moule de l'OP n°26 se réalisait de façon suivante. Les différents marchés faisaient leurs demandes aux entreprises d'épuration, celles-ci étant chargées à leur tour d'acheter la moule aux différents producteurs, le produit étant vendu conformément à un prix minimum fixé par OPAFMAR. Actuellement, et depuis 1990, cette chaîne de commercialisation de la moule a été modifiée comme il est exposé ci-après.

Aujourd'hui c'est l'OP elle-même qui vend directement le produit, épuré au préalable, aux marchés centraux, ce qui donne à cette organisation une connaissance plus directe du devenir de celui-ci, comme la constatation directe des altérations de l'offre et de la demande, les variations du cours, l'appréciation des qualités, etc.

Une autre innovation dans le réseau de commercialisation des produits provenant d'OPAFMAR pourrait être, dans le cadre de la prochaine entrée en vigueur d'une directive communautaire régissant cette matière, la construction d'un bâtiment mixte comprenant d'une part une station d'épuration et d'autre part un magasin d'expédition de fruits de mer. Ceci impliquerait un groupement du processus commercial qui à son tour bénéficierait la qualité de l'offre des produits élevés par OPAFMAR.

Comme il a déjà été dit précédemment, toute la moule catalane est commercialisée en frais. Cependant, selon la situation de l'offre-demande dans le marché, d'autres voies de commercialisation ne sont pas rejetées comme la conserve et la congélation du produit, ainsi que la possibilité de sa commercialisation sur des marchés comme la France et l'Italie, expérience qui a été réalisée avec la production excédentaire du marché national et qui est réglementée par l'Arrêté ministériel du 15.6.71 (BOE-Bulletin officiel de l'Etat- du 22.6.71) réglementant les normes de qualité commerciale pour le commerce d'exportation des moules fraîches.

Outre la zone de production de moule citée, il en existe deux autres, localisées, l'une dans le Levant avec une production annuelle d'environ 500 t et l'autre aux Baléares avec une production d'environ 50 t annuelles.

Commerce extérieur

Deux voies sont considérées selon la présentation: le commerce extérieur de la moule vivante ou fraîche et commerce extérieur de la moule congelée; le commerce extérieur du marché frais est aujourd'hui plus important.

Moule fraîche ou vivante

Comme on peut déduire des tableaux ci-joints, l'exportation est plus importante que l'importation. Cet état de choses commence cependant à s'inverser, une chute des exportations et une croissance des importations étant enregistrée.

- Principaux pays importateurs: la France (1er), l'Irlande (2ème).
- Principaux pays exportateurs: l'Italie (1er), la France (2ème).

Par ailleurs, le marché français est en train de décroître en tant que récepteur de notre moule et de s'accroître comme principal fournisseur.

Moule congelée

Son volume de commercialisation est inférieur à celui de la moule fraîche. L'importation est nettement plus importante que l'exportation (2.000 t contre 300 t en 1993); pratiquement toute la moule congelée provient de la Nouvelle-Zélande, le Portugal étant le pays qui actuellement a diminué nettement la demande de notre moule congelée.

Conserves de moule

En général les propriétaires des radeaux d'élevage négocient directement avec le conserveur le prix de la moule par campagne pour établir un *prix fixe;* la moule passe en général du radeau d'élevage à l'industriel ou au *cocedero*[1] sans passer par l'entreprise d'épuration puisqu'elle est *stérilisée* dans les centres antérieurs comme partie du processus de transformation. Une certaine tendance à l'achat de la moule non espagnole, fondamentalement hollandaise, de la part de certains conserveurs, a une répercussion négative dans l'équilibre du marché national, cette problématique ayant été considérée antérieurement.

Quant au commerce du produit déjà transformé, en conserve, et d'après des données de 1994, le volume le plus important des importations (1.275 t) provient des Pays-Bàs (UE); de l'Allemagne proviennent 337 t, le total s'élevant à 1.657 t. Les

[1]Etablissement industriel en Galice qui cuit la moule fraîche, l'emballe et la congèle.

quantités provenant des pays tiers, Chili fondamentalement, sont très réduites.

Pour ce qui est des exportations dans cette même période, elles sont légèrement plus supérieures aux importations. Les 2.000 t exportées sont réparties entre l'Allemagne, la France, le Portugal et l'Italie dans l'UE. Nous avons les Etats-Unis, avec de petites quantités (140 t), dans le groupe des pays tiers. On peut déduire des données relatives aux six premiers mois de 1995 une stabilisation des exportations et une légère baisse des importations.

Problématique generalisée du secteur moulier. Aspects commerciaux

La problématique exposée ci-après, déstabilise en quelque sorte le marché en ayant une incidence directe sur les *altérations des prix de production* et sur les variations des volumes de l'offre conséquemment à la demande.

Marées rouges

La moule affectée par celles-ci reste "touchée" pour sa consommation en frais. Aussi bien la toxine paralysante que la diarrhéique empêchent la commercialisation. Le producteur se demande ce qu'il doit faire lorsque les périodes de toxicité coïncident avec les périodes les plus favorables du marché, comme les fêtes de Noël (novembre-décembre).

La récolte affectée s'accumule comme moule "vieille", à laquelle il faudrait chercher un débouché dans le marché puisque sa qualité baisse peu à peu avec le temps. Il semblerait que la moule altérée par la toxine diarrhéique pourrait être dirigée vers la conserve car la toxicité est éliminée par les processus d'industrialisation.

Cependant, les producteurs s'interrogent sur la possibilité de ce que cette moule soit soumise à un *prix de retrait*. L'application de ce prix impliquerait un retrait du produit du marché en réglant le problème de l'accumulation de volumes de moule "vieille" qui, à ce jour, n'ont pas de débouché, et s'ils l'ont, leurs prix bàs déstabilisent le reste de la production.

Comme alternative à la notion et aux aides dérivées du prix de retrait, des lignes de financement à bas intérêt pourraient être utilisées permettant ainsi la production et le stockage de la moule élaborée à un coût bas pour sa mise en marché ultérieure.

L'aide alimentaire à des pays tiers est également envisagée comme une éventuelle *voie de commercialisation* acceptable pour cette moule, ainsi que sa destination comme *engrais.*

L'OCM ne réglemente pas la moule dans aucune de ses annexes, ni celle provenant de la pêche de capture ni celle d'élevage. En conséquence, pour que ces voies de commercialisation soient possibles dans l'UE, celle-ci devrait réglementer la moule.

Unification du secteur

Face aux producteurs de moule non associés à aucune OP, les membres de celles déjà constituées considèrent qu'il existe une concurrence déloyale à tous les niveaux, qui se traduit clairement dans les variations de prix des producteurs aux fournisseurs, aussi bien en ce qui concerne la moule fraîche que celle destinée à la conserve. L'application de la *Règle d'extension* dérivée de la mise en pratique du Règlement de base des marchés, pourrait éliminer cet écueil.

Nécessité d'un accord avec l'industrie et normalisation des tailles et qualités

Cet accord n'existe pas actuellement malgré l'interdépendance manifeste des secteurs. Ce point est lié clairement à la nécessité de normalisation des tailles et des qualités.

Contrôle des importations

Les importations de moule provenant des pays tiers, fondamentalement congelée, pourraient déstabiliser nos marchés étant donné qu'il s'agit d'une moule compétitive en qualité et prix face à celle produite en Espagne.

Une possible façon de contrôler les importations pourrait être, après réglementation par l'UE, l'utilisation du "frein" qu'implique la fixation de prix de référence dans le marché communautaire en dessous desquels le produit ne pourrait pas entrer.

Récupération du marché de la demande

Face aux problèmes subis par le marché de la moule, on envisage de donner une impulsion à celui-ci en renforçant la *qualité* moyennant des campagnes basées sur *l'appélation ou dénomination d'origine*. Ce label, comme il a déjà été considéré, est une réalité dans les deux organisations de producteurs les plus importantes du secteur espagnol de la moule.

La récente réforme du Règlement de base des marchés prévoit de nouvelles dispositions concernant les "Mesures spécifiques pour l'amélioration de la qualité des produits", en faisant clairement allusion à l'origine extractive du produit objet de cette amélioration. Non seulement la moule devrait être introduite dans l'OCM mais il faudrait également que cette allusion soit réformée.

CARENCES DANS LES PROCESSUS DE COMMERCIALISATION. DEVELOPPEMENT DE POTENTIALITES

L'ensemble de potentialités, au niveau du marché, qu'implique tout produit d'élevage, offriraient dans leur mise en oeuvre une panacée pour tout producteur; lorsque l'on ne tire pas profit de celles-ci, on empêche qu'un produit d'élevage occupe sa vraie *place* dans les marchés.

Une correcte commercialisation de ces produits situe ces derniers. Il faudrait tenir compte des caractéristiques suivantes qui différencie ces produits de ceux provenant de la pêche de capture.

a) **Disponibilité** dans les marchés à toute époque de l'année; ceci serait une conséquence à son tour d'une gestion commerciale adéquate dont l'objectif serait l'obtention d'une production continue le long de toute l'année.

b) **Identification** du produit, comme espèce d'élevage dans ce cas, moyennant l'obtention de sa *denomination d'origine*. Ce label de qualité lui donne une valeur, en fait un produit *différent*, ni meilleur ni plus mauvais qu'un autre, lui donne un "pedigree". Il renseigne sur le lieu où il est produit, la capture ou l'élevage dans ce cas. Il s'agit d'une garantie en ce qui concerne le *contrôle de sa qualité et la méthode de production.*

c) **Diversification.** D'une certaine manière, un des aspects de ce processus impliquerait une possibilité de rentabiliser la production, de vendre le produit à l'avance. La diversification admet deux aspects; l'un est le résultat d'une correcte gestion d'entreprise qui se traduirait par le fait de ne pas être centré sur la production d'une seule espèce (cas de la moule), et l'autre davantage lié au marché de la demande, qui serait orienté sur la recherche de *plusieurs* formes de présentation du produit sur ce marché; ceci serait applicable aux processus d'élevage; il s'agit d'un aspect qu'il faudrait considérer aujourd'hui plus que jamais puisque c'est ce que demande le consommateur. Une présentation attractive de toutes les formes que peut présenter le produit sur le marché, implique une *valeur ajoutée* à ce produit.

d) **Qualité** concernant la *fraîcheur*; le consommateur espagnol cherche, selon son pouvoir d'achat, un produit frais, de qualité, et si celle-ci est assurée en une certaine façon (passage immédiat producteur-consommateur dans ce cas), elle constitue une caractéristique importante qui "décore" les produits d'élevage.

e) **Stabilité** plus ou moins consolidée des prix du produit. Bien ces prix soient dépendants des variations des coûts de production, une application correcte du binôme offre-demande et une étude appropriée de marché ajouten une autre valeur au produit d'élevage.

Les carences dans les processus de commercialisation des produits d'élevage en Espagne ont été signalées selon que le développement de leurs possibilités de marché se sont concrétisées. Cependant, pour tous les produits d'élevage en général, le secteur des entreprises aquacole (et il s'agit d'une demande urgente faite à l'Administration) sollicite une classification du produit *comme espèce d'élevage*. Cette différenciation devrait être accompagnée d'une série de réformes dans la réglementation communautaire tant au niveau de celle relative aux marchés (Organisation commune des marchés) que celle concernant des aspects du commerce extérieur tels que des variations dans le TARIC, en incluant la différenciation de groupes de données statistiques ou en créant de nouvelles positions tarifaires.