



FranceAgriMer



## ANALYSE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA RÉGLEMENTATION SUR L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS AQUATIQUES

Juillet 2017

Études - Ingénierie - Conseil dans le domaine de l'économie maritime

[www.odyssedev.com](http://www.odyssedev.com)

Siège social : 144 bld Emile Delmas – 17 000 La Rochelle - France

Tél. +33 (0)5 46 68 42 80 – Fax +33 (0)5 46 68 42 79 – Courriel : [contact@odyssedev.com](mailto:contact@odyssedev.com)

RCS La Rochelle – SIRET 429 783 327 00050 – APE 7112B – TVA Intracomm FR94 429 783 327 – SARL au capital de 35 000 €



## Objet de l'étude

Cette étude a été commandée par FranceAgriMer, établissement national dont les missions consistent à favoriser la concertation au sein des filières de l'agriculture et de la mer, à assurer la connaissance et l'organisation des marchés, ainsi qu'à gérer des aides publiques nationales et communautaires. L'objet de cette collaboration entre Odyssee Développement et Mer-Conseils est d'analyser la mise en œuvre française de la réglementation européenne OCM UE 1379/2013 (Chap. IV) sur la traçabilité et les obligations d'étiquetage des produits aquatiques et de ses mises à jour. Le but de cette étude est de réaliser un état des lieux des difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du règlement cité et d'évaluer les impacts qui en découlent sur les activités professionnelles. Dans ce cadre, des représentants de tous les acteurs de la filière ont été interrogés (pêcheurs, agents de criée, mareyeurs, poissonniers et GMS, organisations et associations de professionnels et de contrôle) et ce sur les façades atlantiques et Méditerranéennes. Enfin, ce travail propose des solutions applicables aux différentes échelles et opérateurs sur le marché national.

Aussi, cette expertise propose l'identification des situations où l'application de cette réglementation n'a pas posé de problème, ainsi que l'identification des points de blocage. Ces barrières ont été diagnostiquées en fonction des circuits d'approvisionnement, des circuits de distribution, de la taille des opérateurs, mais aussi de l'échelle géographique. Par ailleurs, cette étude propose l'identification des causes de non-respect de la réglementation via l'étude des coûts afférents à la mise en œuvre du nouvel étiquetage et des stades d'apparition de perte d'information. Enfin, cette recherche étudie les coûts afférents à la mise en œuvre du nouvel étiquetage.

## Rappel du contexte

L'ensemble des règles, communes aux pays de l'Union européenne nommés « Organisation Commune des Marchés » (OCM), a récemment précisé au chapitre IV du règlement 1379/2013 du Parlement européen et du Conseil, les informations devant être fournies aux consommateurs sur les produits issus de la pêche et de l'aquaculture. Ainsi, selon l'article 35 de ce règlement, l'étiquetage des produits aquatiques doit non seulement comporter le nom de l'espèce et le nom scientifique du produit, mais aussi l'indication de sa zone et sous-zone de capture ou d'élevage, son procédé de production (« pêché », « pêché en eau douce » ou « élevée »), ainsi que la catégorie d'engin de pêche utilisée, à savoir la senne, le chalut, le filet maillant ou tournant, la ligne la drague ou le casier. L'étiquetage du produit marin devra aussi mentionner si le produit a été décongelé ainsi que la date de durabilité minimale.

Par ailleurs le Règlement UE 1169/2011, contraignait déjà les distributeurs à afficher l'information nutritionnelle des produits alimentaires transformés ou pré-emballés.

Depuis 2001 la dénomination commerciale, le nom latin de l'espèce, ainsi que la méthode de production, la zone FAO de capture ou le pays d'élevage était déjà exigés sur l'étiquette des produits aquatiques, les nouvelles mentions complémentaires étant la sous-zone de pêche, la technique de pêche et le fait que le produit soit décongelé.

Enfin, le règlement de contrôle 1224/2009 article 54 et le Règlement 179/2002 quant aux modalités et conditions des actions structurelles de la Communauté dans le secteur de la pêche, rentrent aussi en ligne de compte.

Ces récentes modifications des règles d'étiquetage, qui visent une meilleure information du consommateur, répondent surtout à un contexte social marqué par une certaine défiance du consommateur vis-à-vis des produits de la pêche et de l'aquaculture engendrées par une crise plus globale dans le secteur de l'agroalimentaire issu de la mondialisation et de reportages télévisuels « chocs » sur les produits de la mer.

### ***Nota Bene***

*Ce document est établi sur la base des informations à jour en mars 2017.*

*Les estimations sont basées sur le diagnostic effectué à partir de relevés sur sites, d'études documentaires et d'entretiens ; elles sont susceptibles d'évolution dans le cas de changements substantiels intervenant dans le contexte de la mission.*

*Sauf mention contraire, les photographies sont la propriété d'Odyssee Développement*

## SOMMAIRE

<b>I. Évaluation des pratiques actuellement constatées .....</b>	<b>6</b>
<b>A. Méthodologie utilisée .....</b>	<b>7</b>
1. Revue de la littérature .....	7
2. Synthèse de la méthodologie .....	9
3. Professionnels interrogés .....	10
4. Entretiens réalisés .....	11
<b>B. Résultats.....</b>	<b>13</b>
1. Du pêcheur à la Halle à marée.....	13
2. De la Halle à marée au 1 <sup>er</sup> acheteur .....	15
3. Du mareyeur au grossiste, poissonnier et GMS .....	17
4. Du poissonnier et GMS au consommateur.....	20
5. Conclusion.....	28
<b>II. Étude de solutions existantes.....</b>	<b>30</b>
<b>A. Solutions mis en œuvre en France pour atteindre la conformité réglementaire.....</b>	<b>31</b>
1. Sélection d'un système de traçabilité (externe et interne).....	31
2. Choix du support de l'information .....	36
<b>B. Étiquetage mis en œuvre dans la filière des produits aquatiques en Espagne et en Ecosse</b>	<b>39</b>
1. La méthodologie utilisée et revue de littérature .....	39
2. Résultats des bonnes pratiques et freins mis à jour en Espagne .....	39
3. Résultats des bonnes pratiques et freins mis à jour en Écosse.....	41
<b>C. Étiquetage mis en œuvre dans la filière des produits aquatiques aux Etats-Unis et Canada</b>	<b>43</b>
1. Législation et obligations génériques d'étiquetage au Canada et aux Etats-Unis .....	43
2. Mise en œuvre de la réglementation sur l'étiquetage avec ses divergences, ses problématiques, ses freins et ses coûts au Canada et aux Etats-Unis.....	45
3. Bonnes pratiques et initiatives pertinentes de la filière des produits aquatiques en matière d'étiquetage au Canada et aux Etats-Unis .....	49
4. Barrières et freins mis à jour dans la filière des produits aquatiques au Canada et aux Etats-Unis .....	55
<b>D. Étiquetage dans les filières des produits carnés et des fruits et légumes .....</b>	<b>57</b>
1. La méthodologie utilisée .....	57
2. La filière des tomates.....	57

3.	La filière de la viande bovine .....	60
<b>III.</b>	<b>Conclusion.....</b>	<b>66</b>
<b>IV.</b>	<b>Recommandations.....</b>	<b>69</b>
<b>A.</b>	<b>Solutions immatérielles.....</b>	<b>72</b>
1.	Formation .....	72
2.	Sensibilisation .....	73
3.	Développement de bases de données mutualisées.....	73
4.	Standardisation et uniformisation.....	74
5.	Réglementation .....	75
6.	Etude complémentaire .....	76
7.	Financements.....	77
<b>B.</b>	<b>Solutions matérielles .....</b>	<b>78</b>
1.	Pic prix adaptés.....	78
2.	Outils informatiques .....	79
3.	Généralisation de la transmission des données de logbooks .....	80
<b>Annexes.....</b>		<b>82</b>
<b>A.</b>	<b>Lexique .....</b>	<b>83</b>
<b>B.</b>	<b>Bibliographie et sources .....</b>	<b>84</b>
<b>Figures et tableaux .....</b>		<b>87</b>

# I. Évaluation des pratiques actuellement constatées

## A. METHODOLOGIE UTILISEE

---

### 1. REVUE DE LA LITTERATURE

De nombreuses organisations et associations de consommateurs ont communiqué sur l'arrivée du nouvel étiquetage lié à la réglementation européenne OCM UE 1379/2013, en le présentant comme une avancée pour l'information des consommateurs. En revanche, bien peu d'études se sont consacrées à la mise en œuvre de la réglementation OCM.

Selon un reportage réalisé en 2016, en Belgique par la RTBF, 1 étiquette sur 5 de produits alimentaires serait incorrecte, notamment concernant le poisson ainsi que les fruits et légumes. En Irlande, l'autorité en charge de la publicité a mis en garde les consommateurs contre les grands distributeurs qui utilisent le drapeau national sur leurs produits d'importation en cachant ainsi le pays d'origine. En France, d'après les contrôles de la DGCCRF auprès de poissonniers et détaillants et de la grande distribution, environ 50 % des étals présentaient des non-conformités en 2016.

Le point de vue des consommateurs de produits de la mer quant à l'étiquetage a été considéré à l'échelle européenne dans la récente étude réalisée par l'Observatoire européen des marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture (EUMOFA). Cette enquête réalisée en 2016 à l'occasion de l'«Eurobaromètre spécial 450 - Produits de la pêche et de l'aquaculture» sur 27 818 ressortissants de l'UE de différentes catégories sociales et démographiques a été publiée en janvier 2017 dans un document intitulé « EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Products ». Plusieurs constats ont été mis à jour au sujet de thématiques telles que la confiance des consommateurs dans l'étiquetage des produits aquatiques, la clarté de l'étiquetage pour les consommateurs, ainsi que l'attitude des consommateurs à l'égard des informations obligatoires et volontaires.

- La confiance des consommateurs dans l'étiquetage des produits aquatiques

À l'échelle européenne, 81 % des consommateurs de produits de la mer et de l'aquaculture disent faire confiance aux informations transmises par l'étiquetage obligatoire et 71 % affirment faire confiance aux informations transmises volontairement. Dans la majorité des pays de l'UE (à l'exception du Portugal de la Hongrie et de la Finlande), les consommateurs font plus confiance aux informations obligatoires qu'à celles volontairement transmises.

Par ailleurs, les pays de l'Europe du Nord (la Finlande, le Danemark, la Scandinavie, etc.) ainsi que l'Irlande, le Royaume-Uni et le Portugal ont une confiance supérieure à la moyenne européenne dans les informations transmises par l'étiquetage. A contrario, les régions de l'Est de l'Europe ainsi que les Pays baltes et la Croatie ont une plus faible confiance dans les informations délivrées par l'étiquetage.

- La clarté de l'étiquetage pour les consommateurs

Au niveau européen, 69 % de consommateurs de produits de la mer trouvent que les informations contenues sur l'étiquetage sont claires. Les consommateurs provenant des pays de l'Europe du Nord considèrent davantage que l'étiquetage contient des informations claires (pour 82 % d'entre eux) contrairement aux consommateurs provenant des pays du sud-est de l'Europe (66%). Concernant les classes d'âges, professions et catégories socioprofessionnelles (PCS), les jeunes et les « cols blancs » apprécient davantage la clarté des infos transmises par l'étiquette des produits de la mer que les plus âgées et les PCS moins aisées.

- L'attitude des consommateurs à l'égard des infos obligatoires et volontaires

Les informations concernant les engins de capture utilisée ne sont considérées comme importantes que par 44 % des consommateurs européens. En revanche, les autres informations obligatoires (date de péremption, mention décongelée, nom du produit, capture ou élevage, zone de capture) sont considérées comme importantes par la majorité des consommateurs (entre 85 et 94%). La date limite de consommation est jugée l'information la plus importante par les consommateurs.

L'intérêt des consommateurs pour les informations volontaires est très faible et a même été considéré par EUMOFA comme « décourageant ». Cependant, le nom du port de débarquement, la nationalité du bateau, et les informations éthiques, sociales et environnementales sont considérés comme « bon à connaître » par les consommateurs européens, mais pas attendus ni recherchés. Seule la date de capture est considérée comme importante par plus de 50% des consommateurs. Cependant, il est à noter qu'à l'échelle européenne, la date de production n'a pas été considérée comme importante par les consommateurs de produits d'élevage.

Lors de l'étude intitulée « EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Products » EUMOFA a par ailleurs enquêté auprès des détaillants de produits de la mer (poissonnier et GMS) afin de connaître leur point de vue sur l'étiquetage et sur la transmission de l'information au consommateur. Le premier constat qui ressort de cette enquête est que la qualité de l'information transmise joue un rôle dans l'augmentation de la consommation (à l'exception des pays de l'Est de l'Europe), mais pas nécessairement sur les habitudes de consommation. Cette information, qui peut sembler à première vue

paradoxe, se comprend si on considère que les consommateurs pourront se sentir en confiance grâce à un étiquetage clair, ciblé et utile et ainsi consommer davantage, mais pas nécessairement consommer des espèces qu'ils ne connaissaient pas.

Aussi, à l'échelle européenne, d'après les détaillants de produits de la mer, les informations les plus pertinentes et recherchées par les consommateurs sont :

- Comment préparer et cuire le poisson
- La méthode de production (sauvage Vs élevage)
- L'origine (locale ou pas)

Par ailleurs, au sujet de l'étiquetage obligatoire, les détaillants à l'échelle européenne s'accordent à dire que l'information liée à la technique de pêche utilisée ainsi que la zone de pêche au format européen n'est pas comprise par les consommateurs et par conséquent n'a aucun impact sur les ventes.

Enfin, au sujet des informations transmises volontairement, les détaillants interrogés à l'échelle européenne ont signalé que l'étiquetage environnemental n'a qu'un faible impact sur les ventes. Cependant pour certains produits les signes officiels de la qualité et de l'origine (Label rouge, Indication Géographique Protégée, etc.) peuvent jouer un rôle important dans le choix des consommateurs.

## 2. SYNTHÈSE DE LA METHODOLOGIE

La première étape de cette expertise fut la sélection d'un échantillon représentatif d'acteurs de la filière des produits aquatiques en France. Pour cela, le comité de pilotage du projet a validé la sélection d'un panel de professionnels de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que des organisations et des associations de professionnels afin de croiser les regards et les analyses. Une planification des entretiens a été établie sur la base d'une grille d'entretien-type. Quatre enquêteurs (deux provenant de Mer Conseils et deux d'Odyssee Développement) se sont mobilisés pour réaliser en vis-à-vis ou à distance (par téléphone), des entretiens individuels d'une durée moyenne de 30 minutes. Odyssee développement et Mer Conseils ont réparti ces entretiens de sorte que les deux bureaux d'études assurent des entretiens auprès de toutes les catégories du panel afin de croiser les analyses. Par la suite, les résultats ont été étudiés avant la phase d'étude des solutions existantes pour mener vers des propositions d'amélioration.

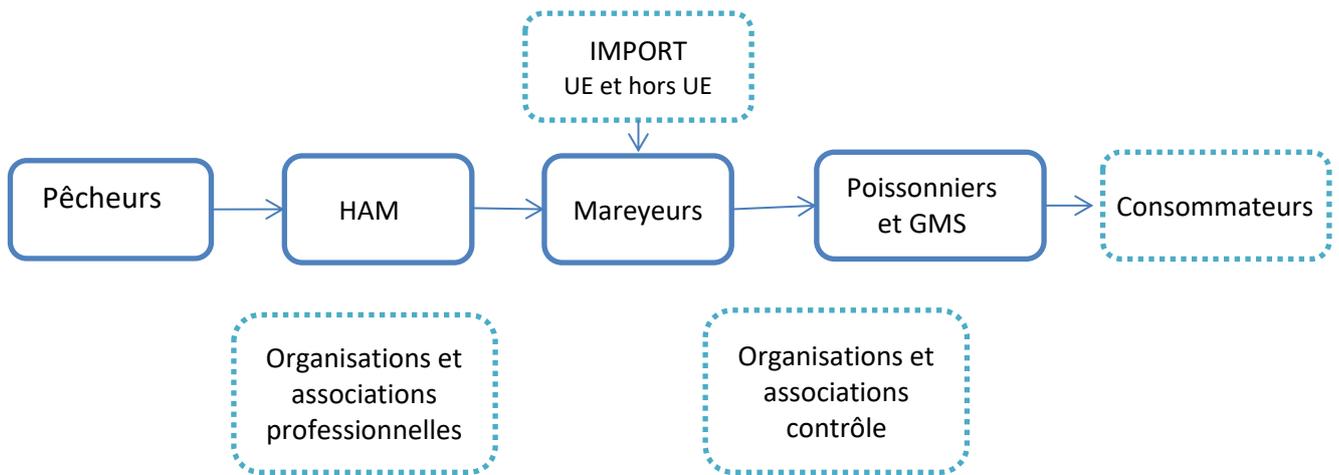


Figure 1 La chaîne d'approvisionnement des produits de la mer en France

### 3. PROFESSIONNELS INTERROGES

La filière professionnelle nationale des produits de la mer est structurée et communique au quotidien avec les marchés domestiques et internationaux, dont l'activité est contrôlée par les consommateurs et leurs représentants (associations), ainsi que par les services de contrôle dédiés (santé, sanitaire, statistiques, sécurité, etc.).

Catégorie	Nb	Réalisés
Org. professionnelle	5	CNC, CRPMEM, UMF, ADEPALE, ABAPP
Org. de producteurs	4	OPN, Pêcheurs de Bretagne, SATHOAN / OP du Sud, comptoir les pêcheurs boulonnais
Halles à marée	5	Boulogne, Cherbourg, Les Sables d' Olone, Lorient, Sète
Mareyeurs	5	Port La Nouvelle, Capitaine Houat/Scamer, Pêcherie des brisants (29), Sylvimar (56), Marine Harvest (56)
Transformateurs	3	Capitaine Houat/Scamer, Celtarmor, Halios
Grossistes	3	Demarnes, Pomona (69), Annecy marée (74)
Pêcheurs	4	Aquitaine (3), Méditerranée (1)
Poissonniers détaillants	5	Auray, La Rochelle, Lorient, Paris, SCAP (Poissonniers corail)
GMS	5	Carrefour (69), Intermarché (2 x 17), Leclerc (56 et 34)
Centrales GMS	2	Grand Frais, SCACHAPP
Association conso	1	CLCV
Autre	1	Centre de formation de poissonniers CORA
Administrations	6	DDPP Charentes et Finistère, DIRMAMO, DPMA, DGCCRF, DG MARE

Afin de pouvoir réaliser un suivi et une analyse de la traçabilité pour l'ensemble des étapes commerciales de la filière, des professionnels de la pêche, des agents de criée, des mareyeurs et des professionnels de la vente finale (détail et GMS) ont été interrogés. Ont aussi été questionnées, des organisations professionnelles (Organisation de Producteurs,

Comité Régional de la Conchyliculture, Comités Régionaux des Pêches Maritimes et des Elevages Marins) et associations représentantes des consommateurs (Consommation Logement et Cadre de Vie), ainsi que les administrations (Direction Départementale de la

Protection des Populations, Direction Interrégional de la Mer). Concernant l'emprise géographique de l'étude, bien qu'il s'agisse d'une thématique plutôt maritime et donc à forte emprise littorale, l'expertise a veillé à ce que les activités commerciales territoriales soient prises en compte.

#### 4. ENTRETIENS REALISES

La grille d'entretien utilisée est constituée de plusieurs modules permettant de l'adapter aux différentes professions analysées.

Elle recueille des informations sur:

- l'opérateur interrogé
- le nombre de salariés,
- le volume ou CA annuel,
- la localisation,
- la typologie des produits traités (frais, congelés, entiers, transformés),
- les modes d'approvisionnement,
- les facilités et difficultés à recueillir les informations exigées par la réglementation ainsi que les causes, les supports d'information couramment utilisés (matérialisés / dématérialisés),
- l'estimation des coûts d'investissement et de fonctionnement détaillés issus de l'adaptation des professionnels aux exigences réglementaires,
- les solutions mises en place jusqu'à présent en plus de relever les éventuelles propositions d'amélioration.





# Etiquetage

Compte-rendu d'entretien

<b>Objet</b>			
Mise en œuvre du nouvel étiquetage des produits aquatiques			
Date / lieu	Organisme/opérateur	Dépt	Interlocuteurs
Compte-rendu envoyé pour validation le ...			
Taille de l'organisme/opérateur			
Volume annuel du rayon		NA plate forme achats poissonniers	
Nb salariés		NA	
<input type="checkbox"/> Littoral <input type="checkbox"/> Continental			
Rappel critères « nouvel » étiquetage et mode de présentation possibles			
<b>Zone de pêche</b>	<i>Ex : Manche et Mers celtiques (et autres zones)</i> Abréviation possible sur étiquette et pic prix + affiche visible		
<b>Mode et technique de pêche</b>	<i>Ex : pêche à la senne</i>		
<b>Dénomination commerciale</b>	Nom de l'espèce courant et en latin		
<b>Traitement</b>	<i>Ex : décongelé</i>		
Auto-appréciation niveau de connaissance du répondant :			
<input type="checkbox"/> TB <input type="checkbox"/> Bon <input type="checkbox"/> Mauvais			

Figure 2 Grille d'entretien-type utilisée pour les entretiens

## B. RESULTATS

---

### 1. DU PECHEUR A LA HALLE A MAREE

#### a) LE CONSTAT DES PECHEURS ET DE LEURS ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES (CNPMEM, CRPM ET OP)

L'enquête s'est tout d'abord concentrée sur la transmission de l'information au sujet des captures entre le pêcheur et la halle à marée.

Les réponses obtenues de la part des pêcheurs et de leurs représentants lors de ces entretiens, sont quasi unanimes quant aux obligations de transmission à la criée des informations concernant la pêche. Les pêcheurs n'ont pas l'obligation de réaliser un pré-étiquetage de leurs captures. Cependant, la plupart considèrent que les informations sont ou devraient être retransmises pour faciliter la traçabilité à tous les échelons de la filière.

On constate que les *logbook* ne sont pas transmis à la criée en France, contrairement à l'Espagne où certains pêcheurs ont pour habitude de livrer ce document à la criée lors du débarquement. Il semblerait aussi exister un manque de cohérence entre les logiciels employés par les armements et ceux employés par les criées, illustrés par des incompatibilités des codes-barres, des différences de formats des supports ainsi que de divergences des informations requises. Il existe néanmoins une communication orale non tangible au sujet des captures au moment du débarquement entre le pêcheur et la halle à marée. Les organisations de producteurs interrogées ont affirmé avoir transmis aux halles à marée un fichier détaillant les activités de leurs adhérents (espèces ciblées, engin(s) de pêche, zones de pêche). Ces données ont pu être préenregistrées par les halles à marée.

La plus grande difficulté réside dans la communication entre les pêcheurs côtiers et la halle à marée, notamment dans les criées de la moitié Nord du fait d'une pêche possible sur les limites de 2 sous-zones. Par ailleurs, tous les pêcheurs côtiers ne sont pas équipés de *logbook*. La majorité d'entre eux utilise encore des feuilles de pêche qui sont transmises aux OP, si adhérents, et aux affaires maritimes locales. Mais il n'y a aucune obligation de transmission de cette feuille à la criée. Une telle obligation impliquerait en effet que le débarquement des pêcheurs se fasse au moins plusieurs heures avant la vente pour que les agents de criée aient le temps de saisir les informations requises. Il y a un problème de coordination des temps d'activité entre les pêcheurs et les criées, et ce temps est très contraint.

Dans l'ensemble, les pêcheurs côtiers semblent favorables aux réglementations de contrôle et de traçabilité affirmant que ces mesures ont la capacité de valoriser et de faire connaître leurs activités par rapport aux produits d'import ou à la pêche hauturière. Aussi,

beaucoup considèrent que la réglementation OCM semble avoir pour seul impact économique celui de devoir intensifier les activités de sensibilisation et d'information auprès des consommateurs. Cependant, si les nouvelles obligations en matière d'étiquetage obligent bien à préciser sur l'étiquette la catégorie d'engin de pêche utilisée, à savoir le chalut, la senne, le filet maillant, etc., ces informations ne précisent cependant nullement la taille de l'unité de pêche ou la durée de la marée. Ainsi, un cabillaud pêché par un chalutier hauturier sera étiqueté de la même manière que celui pêché par un chalutier de pêche côtière.

Enfin, les pêcheurs qui pratiquent la vente directe disent avoir dû s'adapter aux nouvelles normes d'étiquetage et autres exigences sanitaires (emballage, papier alimentaire, etc.), en plus de devoir intensifier les efforts de communication et de sensibilisation envers les clients, et ce moyennant des supports pédagogiques et autres documents illustratifs (panneau illustrant les techniques de pêche et/ou zones de pêche).

## **b) LE CONSTAT DES AGENTS DE CRIEES**

Les réponses obtenues de la part des agents de criées lors de l'enquête montrent que s'ils sont les premiers acteurs à devoir assurer la traçabilité du produit, ils semblent en revanche devoir se fier aux indications orales ou « se débrouiller » par leurs propres moyens pour bien renseigner les informations exigées par la réglementation OCM. Cela impliquerait un effort et surtout une perte de temps, car n'ayant aucun document qui regroupe toutes les informations, ils doivent parfois les prélever sur des supports divers et interpréter les données OP et les spécificités des navires, ce qui induit le risque de renseigner des informations douteuses ou de faible qualité. Le constat principal est donc une surcharge de travail des agents de criée qui doivent centraliser et renseigner les informations qui sont parfois « estimées » et non vérifiables. Les halles à marée souhaiteraient à minima un document de communication entre les pêcheurs et la criée afin de valider la véracité des informations saisies.

Par ailleurs, les halles à marée interrogées, dont la transition et l'adaptation aux nouvelles exigences sont en cours, ont manifesté leur crainte des impacts financiers pour l'adaptation matérielle de leurs équipements (balances, bornes de saisies, logiciels, etc.).

Concernant les spécificités territoriales, deux points sont à souligner. Pour les halles à marée méditerranéennes et celles de la région Nouvelle Aquitaine, l'obtention des informations est simple, car il n'y a qu'une zone de pêche FAO et une sous-zone UE du fait d'une pêche côtière dominante ou exclusive. Les halles à marée de la moitié nord peinent davantage à obtenir des informations sur les débarquements. La coexistence de pêches côtière et hauturière, le nombre de navires, l'apport de navires étrangers et l'importance des

volumes débarqués génèrent une fréquence d'obtention de lots mélangés (plusieurs sous-zones de pêche, types de pêche pour les polyvalents) plus élevée. Les pratique au Nord présente des zones de pêche qui peuvent être chevauchantes sur 2 sous-zones sans garantie absolue de séparation des lots par les marins, quel que soit le conditionnement à bord (caisses ou cale vrac). Ci-dessous un exemple de non-conformité sur l'indication de techniques de pêche. La halle à marée n'a pas le droit d'indiquer deux techniques même si les agents supputent un mélange.

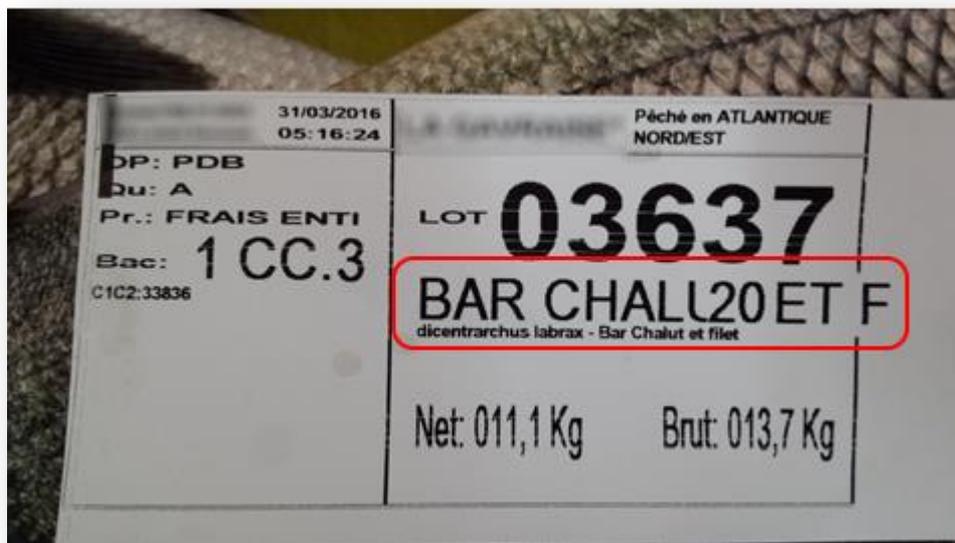


Figure 3 étiquette créée pour du bar de pêche côtière avec l'association peu probable de deux techniques de pêche

## 2. DE LA HALLE A MAREE AU 1<sup>ER</sup> ACHETEUR

### a) LE CONSTAT DES AGENTS DE CRIEES

Par la suite, l'expertise s'est intéressée à la transmission de l'information au sujet des captures de la halle à marée au premier acheteur.

Le premier constat de l'enquête réalisée auprès des agents de criées est que le rassemblement des lots, l'étiquetage et les ventes, se réalisent dans un laps de temps très réduit et selon des modalités différentes : vente sous criée ou à distance par internet. Cela suppose donc une charge de travail importante, qui ajoutée à l'incompatibilité des logiciels, ont un impact négatif sur la retransmission des informations. Face aux barrages techniques et aux limites temporelles, les opérateurs sont tentés, voire obligés, de fournir des informations incorrectes (« de bidouiller »). Par exemple, pour renseigner un lot où plusieurs questions sont obligatoires et dont une information n'est pas disponible, les opérateurs vont devoir donner des informations potentiellement fausses afin de pouvoir finaliser la

manipulation. Malgré cela, les criées renseignent toutes les informations exigées par la réglementation, bien que celles-ci soient parfois d'origine douteuse due à la difficulté d'obtenir et de centraliser les informations.

Par ailleurs, l'enquête a démontré que les halles à marée ont dû consentir à de nombreux investissements afin de s'adapter aux exigences réglementaires et de transmettre l'information. Ces investissements requis ont consisté en l'acquisition de nouveaux logiciels, mais aussi de nouveaux équipements tels des bornes de saisie adaptées, ainsi que dans la formation de leurs équipes.

On constate qu'en Méditerranée et Nouvelle Aquitaine la transmission des informations est moins contraignante que pour les halles à marée de la moitié Nord de la France du fait des typologies de flottilles, des volumes et des sous-zones adjacentes.

#### **b) LE CONSTAT DES MAREYEURS ET TRANSFORMATEURS**

L'enquête réalisée auprès de mareyeurs et transformateurs ainsi qu'auprès de l'Union du Mareyage français (UMF) au sujet de la qualité de transmission des informations réglementaires lors de la transaction en halles à marée, démontre que les informations renseignées par la criée sont généralement complètes, bien que parfois incorrectes. Dans certains cas, les mareyeurs reçoivent en décalé les lots et les informations les concernant, ce qui limite la retransmission des informations à leurs clients dans le laps de temps très réduit qui leur est imparti pour leurs expéditions. En effet, dans certaines criées, même si les acheteurs disposent des informations sur l'étiquette, il peut y avoir un décalage dans le temps entre la réception des lots et la transmission des bons de livraison (BL) et/ou factures. C'est très majoritairement à partir du bon de livraison ou de la facture que le personnel de bureau saisit les données d'achat afin de générer des numéros de lot. Sans ces informations, le mareyeur n'aurait pas le droit de travailler les lots en question. Les achats des mareyeurs sont majoritairement liés à des pré-commandes de leurs clients. Un lot peut donc être vendu sans avoir encore été acheté. Quand le mareyeur reçoit ses achats issus de plusieurs criées, il a quasiment autant de situations que de criées : étiquettes différentes, localisation des informations différente, délais de réception des BL et factures différentes, et enfin des informations qui peuvent être sur le BL ou sur la facture.

Ainsi nombre de mareyeurs n'apposent pas de N° de lot sur leurs étiquettes d'expédition ne pouvant générer cette donnée avant la préparation des produits. Les données sont la plupart du temps préenregistrées avec toutes les incertitudes induites.

D'autre part, les mareyeurs sont limités par l'incompatibilité de leurs logiciels informatiques avec ceux des criées, souvent différents d'une criée à l'autre. En effet, les mareyeurs et les transformateurs achètent sur plusieurs criées utilisant des logiciels, des formats ainsi que des contenus d'étiquetage hétérogènes. Malgré ces incompatibilités logistiques chronophages, les mareyeurs et les transformateurs retransmettent les

informations reçues ou complétées, mais considèrent la réglementation OCM comme une surcharge de travail sans valorisation. Ainsi ressort un vrai besoin d'homogénéiser et de standardiser les logiciels pour atteindre une transmission de l'information, plus rapide et plus fiable, afin d'améliorer la traçabilité en simplifiant le travail des 1<sup>ers</sup> acheteurs et, par conséquent, de réduire l'impact de la réglementation sur leurs activités.

L'Association bretonne des Acheteurs des Produits de la Pêche a travaillé à la création d'un logiciel « *traçabapp* » susceptible de récupérer le flux des achats des criées, quel que soit leur logiciel. Ce système n'est actuellement pas encore mis en œuvre. L'équipement nécessaire à la traçabilité et au traitement informatique des données, est le plus souvent perçu comme trop important pour les entreprises, du fait notamment de la charge de travail supplémentaire requise.

L'industrie des produits élaborés au travers de l'Association des Entreprises de Produits Alimentaires Elaborés (ADEPALE) se dit peu impactée par le manque de transmission des informations. Les transformateurs travaillent généralement un nombre réduit d'espèces donc achètent des lots plus homogènes. Cependant, ils constatent que les problèmes de retransmission sont souvent dus à des mélanges de lots (sous-zones et/ou techniques de pêche) et à des problèmes d'articulation entre différentes réglementations exigées et d'application simultanée sur un même produit (Ex. (UE) N° 1379/2013 et 179/2002, Réglementation INCO). Les exigences réglementaires, en matière de protocoles de traçabilité, sont considérées comme trop complexes, lourdes et longues, et leur application peut engendrer des informations de véracité douteuse. Ainsi l'ADEPALE plaide pour la traçabilité telle que définie dans le règlement 178/2002 basée sur le principe de contrôle de l'étape avant/après. Il s'agit d'une traçabilité plus simple, déjà opérationnelle et plus contrôlable.

### 3. DU MAREYEUR AU GROSSISTE, POISSONNIER ET GMS

#### a) LE CONSTAT DES MAREYEURS

Dans la continuité de la chaîne d'approvisionnement, cette étude s'est par la suite penchée sur la transmission de l'information aux maillons de la distribution à savoir entre le mareyeur ou le grossiste et le distributeur final.

L'expertise a tout d'abord obtenu le point de vue des mareyeurs et de l'Union du Mareyage français (UMF) sur leurs opérations de distribution. Au vu de leurs difficultés d'obtenir les informations à temps et de l'obligation qui leur incombe de renseigner rapidement leurs clients, ceux-ci se voient parfois contraints de fournir des informations douteuses ou trop générales telles que des indications sur plusieurs sous-zones ou techniques de pêche à leurs clients (ex : merlan pêché « au chalut et au filet », en zone VIII

« et autres zones »). Les informations OCM exigées sont donc transmises, mais d'une fiabilité et d'un intérêt discutables.

Les exigences réglementaires permettent aux mareyeurs d'indiquer différentes techniques de pêche et/ou de sous-zones dès lors qu'ils ont composé un lot travaillé à partir de plusieurs assortiments achetés d'origines diverses. Dès lors qu'un lot initial n'est pas mélangé avec d'autres lots de même espèce, l'information doit être unique en matière de technique et de sous-zone.

Les mareyeurs préenregistrent des informations de leurs achats quand ils sont des acheteurs réguliers sur telle ou telle criée. Ainsi le cumul de techniques de pêche et/ou de sous-zones est généralement prédéfini. Le travail de lots individuels demande de nouvelles lignes dans leur base de données, dès lors qu'il modifie les informations. Une multiplication des codes produits génère de fait un risque d'erreur de saisie plus important.

Au regard de la réglementation, les mareyeurs enregistrent la sous zone UE par son numéro (ex : zone VII) ce qui impose aux personnels de rayon de faire la bonne retranscription en texte ou d'être en mesure de préciser la sous-zone « textuelle » suite à une question consommateur.

Mais toutes ces informations, en plus des autres tout aussi réglementaires, prennent de la place et ne permettent parfois pas aux mareyeurs de les inclure en toutes lettres sur une étiquette.



Figure 4 sous zones de pêches validées au niveau national

Par ailleurs, les mareyeurs sont soumis à une surcharge de travail due à la réception et à l'obligation de la transmission des informations à partir de plusieurs documents. En effet, lors de l'achat des lots, ils reçoivent plusieurs documents dans lesquels sont dispersées les informations, tels que les étiquettes, le bon de livraison et la facture. Ces trois documents contiennent des informations parfois récurrentes, mais complémentaires, que l'acquéreur doit rassembler et retranscrire afin de renseigner ses clients conformément à la réglementation

#### b) LE CONSTAT DES GROSSISTES, DES POISSONNIERS ET DES GMS

L'enquête auprès des poissonniers, au sujet de la réception de l'information lors de leurs transactions, a montré que les grossistes, les poissonniers et les GMS ont de moins en moins de difficultés à recevoir les informations réglementaires OCM. Les résultats montrent par ailleurs un bon état global de la communication entre les mareyeurs et leurs clients. Cependant, les poissonneries et GMS constatent un manque de régularité dans les indications sur les sous-zones de pêche, notamment parce que les mareyeurs mélangent les lots de même espèce en provenance de différentes criées et donc parfois de différentes sous-zones. La plupart des pics prix ne permettent pas d'indiquer plusieurs sous zones.

L'incompatibilité logistique avec leurs distributeurs est unanimement ressortie lors de ces entretiens. De même, les mareyeurs, les poissonniers et les grossistes souffrent du fait de devoir compiler les informations issues de 3 documents différents (étiquette, BL et facture) afin de pouvoir les retranscrire, manuellement pour la plupart d'entre eux. En effet, cela suppose une charge de travail supplémentaire moyenne de 20-30 minutes par jour. L'idéal serait de pouvoir recevoir le BL par mail ou fax avant la réception des commandes ce qui leur permettrait de saisir les informations et/ou de préparer leurs étiquettes ou pics prix.

Enfin, les poissonniers achetant directement sous criée peuvent manquer d'informations selon le niveau de conformité des halles à marée.

#### 4. DU POISSONNIER ET GMS AU CONSOMMATEUR

##### a) LE CONSTAT DES POISSONNIERS ET GMS

La dernière étape de la chaîne d'approvisionnement est bien sûr le maillon entre le distributeur et le consommateur. C'est la dernière phase de l'étiquetage du produit, celui qui a pour rôle de transmettre aux consommateurs les informations obligatoires de l'OCM. Pour cela, l'expertise a mené des enquêtes auprès des poissonniers et GMS, en région littorale ou à l'intérieur, afin d'évaluer l'effet de la mise en œuvre de la réglementation OCM à cette étape finale de la distribution et son impact sur les consommateurs.

Le premier constat est celui de l'impact économique de la réglementation OCM sur les poissonneries à savoir le coût de l'adaptation des étiquettes aux nouveaux contenus, ainsi que les efforts supplémentaires en communication investis dans l'information des clients. Encore peu de poissonneries indépendantes disposent de saisie informatique de leurs achats. Certains établissements disposent de pics prix prédéfinis avec les différentes techniques de production et sous-zones de pêche. D'autres font avec les « moyens du bord » et inscrivent manuellement les informations supplémentaires demandées. Il en découle une identification très disparate entre les poissonneries (qu'elles soient sédentaires ou ambulantes). Les GMS, de par leur taille et le soutien d'un service qualité au sein des groupes, sont de fait mieux organisées. Elles ont aussi plus de moyens de pression sur leurs fournisseurs.

Il ressort des entretiens que la traçabilité est ressentie par les poissonniers comme un enjeu important, avec pour objectif que les clients se tournent davantage vers les produits locaux. Cependant, les avis des professionnels, quant à l'intérêt des consommateurs pour la traçabilité restent mitigés. Certains estiment qu'ils s'y intéressent de plus en plus, d'autres que trop d'efforts sont investis pour un faible intérêt des consommateurs. Certains professionnels interrogés considèrent que cet étiquetage est inadapté aux attentes des consommateurs qui portent sur d'autres critères, tels que le nom du port de débarquement. La mention de la technique « chalut de fond » comporte un risque de défiance du

consommateur alors même que la majorité des produits issus de la pêche française sont pêchés au chalut. Les poissonniers se sentent démunis en termes de connaissance et de moyen de communication sur les différents métiers de la pêche.

Si la plupart des étals visités lors de l'enquête respectaient les exigences OCM, ce n'était pas toujours le cas et plusieurs étals n'ont pas changé leurs pics prix, voire utilisent encore des inscriptions manuelles qui affichent les informations d'avant 2013. Certains poissonniers utilisent des « pics prix » prédéfinis (à roulettes) non adaptés qui ne peuvent indiquer qu'une sous-zone, qui parfois ne correspond pas aux exigences UE. Le niveau de connaissance chez les poissonniers des mentions légales de l'étiquetage est très variable, l'expertise a même enregistré des cas de non-connaissance de l'existence de la réglementation. On constate une dilution de l'information par l'utilisation de mentions globales : « sous-zone x et autres zones » et « pêché au chalut et au filet ».



Figure 5 Exemples de pics prix en poissonnerie de détail réglementaire ou non pour des produits bien particuliers

#### b) LE CONSTAT DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS ET DES ORGANISMES DE CONTROLE

L'enquête menée par l'expertise a aussi cherché le point de vue des organismes en charge du contrôle de l'application de la réglementation OCM ou dédiés à la protection des intérêts des consommateurs.

Le premier constat est celui de la Direction Interrégionale de la Mer Nord-Atlantique Manche Ouest (DIRM NAMO) qui a pour mission de contrôler l'application de la réglementation OCM en vertu de l'article 54 du règlement UE 1224/2009. Cet organisme constate que globalement les informations ne sont pas correctement retransmises tout au long de la chaîne d'approvisionnement, mais que cela dépend des acteurs et de l'état de modernisation de leur activité. La DIRM NAMO remarque que la transmission de l'identité du fournisseur ainsi que de la catégorie de pêche utilisée n'est pas fréquente. Le délai d'adaptation des professionnels aux exigences réglementaires et les enjeux commerciaux entre acteurs contraignent la transmission de ces informations.

Aujourd'hui, les contrôles restent pédagogiques et encore peu verbalisateurs (mais de plus en plus stricts), ce qui ne « presse » pas les acteurs qui parfois ne trouvent aucun

intérêt à s'adapter à la réglementation. Le maillon « mareyage » présente un décalage observable entre les informations d'entrée et de sortie à cause du fractionnement de lots (ex. achat de mêmes espèces dans plusieurs criées) et d'un manque de dispositif adapté. La traçabilité n'étant pas abordée de la même façon par tous, il y a une rupture de continuité de la transmission des informations tout au long de la chaîne, qui peut compromettre leur véracité.

La DIRM NAMO considère que la mise en œuvre de la réglementation n'est pas encore faite et que, par conséquent, elle ne peut pas estimer précisément toute la réalité des contraintes et de leur impact économique sur les opérateurs de la filière.

Pour ce qui est des associations de défense des consommateurs, la CLCV (Association nationale de défense des consommateurs et des usagers en France) a été interrogée et a déjà réalisé une étude portant sur la mise en œuvre de la réglementation OCM en 2014. Le constat de cette étude fut que la nouvelle réglementation n'était pas encore mise en œuvre et que dans certains cas, même des exigences réglementaires datant de 2001 n'étaient pas respectées (ex. nom latin de l'espèce). Aucune mise à jour de l'étude n'a été réalisée.

La Direction Départementale de la Protection des Populations (DDPP Charentes) ne partage pas complètement ce constat ; elle considère que si la traçabilité des produits de la mer présente encore quelques failles, la mise en œuvre de l'étiquetage dans les grandes et moyennes surfaces ne présente presque plus de problème. En effet, les GMS semblent avoir incorporé les exigences OCM. La DDPP Charentes souligne aussi les différences significatives des technologies et des supports d'information d'un distributeur à l'autre, ce qui complique par conséquent la traçabilité et l'étiquetage.

### c) LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS

Le point de vue du consommateur sur l'étiquetage des produits aquatiques que nous détaillerons dans cette partie, provient tout d'abord du « baromètre d'image des produits aquatiques » réalisé pour FranceAgriMer par Le Sphinx Institute lors d'une étude terrain opérée du 19 au 29 mai 2017. Cette enquête a été effectuée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatives de la population française en termes, d'âge (18 ans et plus), de sexe, de PCS et de région.

Le premier renseignement que donne cette enquête concerne les informations « figurant sur l'étiquette » des produits aquatiques d'après les répondants. Ainsi, pour les consommateurs les 3 informations figurant le plus fréquemment sur l'étiquette sont :

- La zone de pêche, la sous-zone de pêche ou le pays d'élevage
- La mention « pêché » ou « élevé »
- La mention « décongelée » si c'est le cas

Par ailleurs, d'après cette enquête les informations qui influenceraient le plus les consommateurs dans leurs achats sont la mention décongelé si c'est le cas, la date de pêche et le mode de production, pêche ou élevage.

Le graphique suivant place sur 2 axes le point de vue des consommateurs sur l'étiquetage des produits aquatiques selon que les informations figurent sur l'étiquette et si celles-ci influencent leur achat.

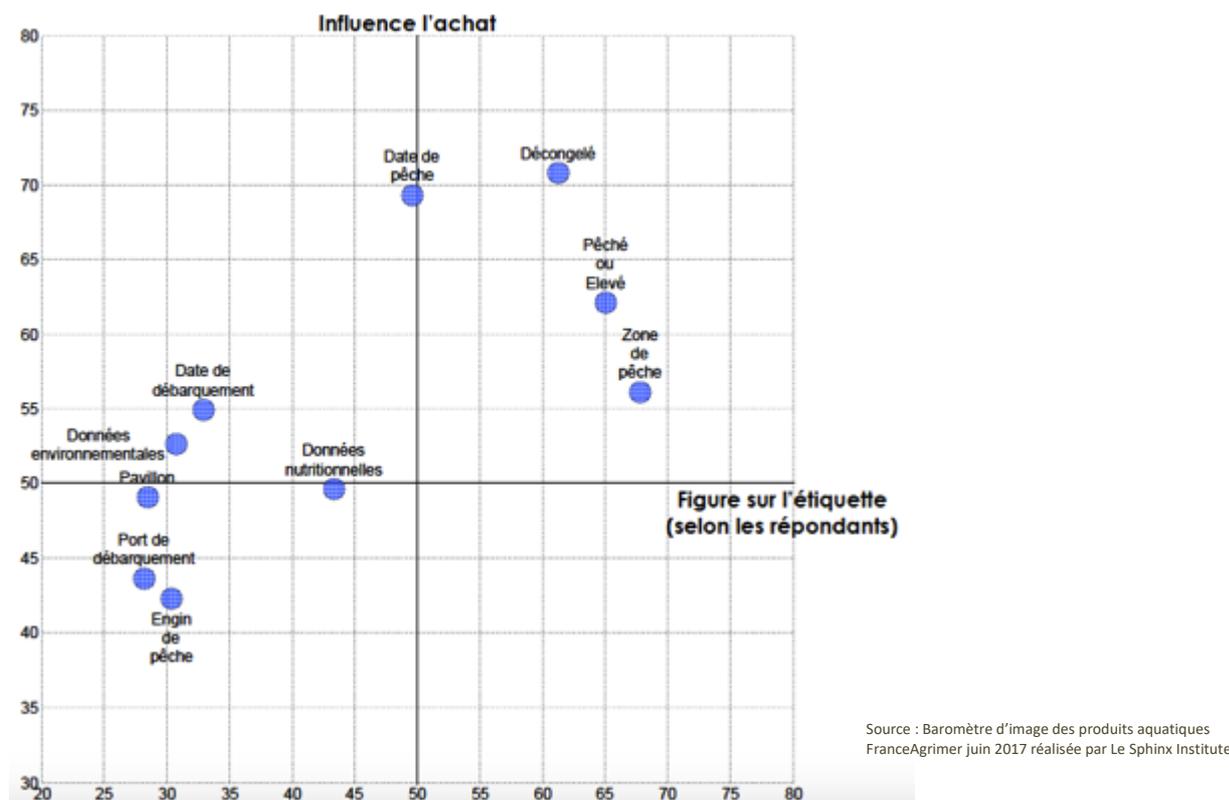


Figure 6 Point de vue des consommateurs sur l'étiquetage des produits de la mer

L'influence de l'étiquetage sur l'achat a été mesurée selon que les personnes interrogées aient répondu « Figure sur l'étiquette et influence mon achat » ou « Ne figure pas sur l'étiquette, mais son ajout serait utile ». L'information a été considéré être présente sur l'étiquette selon que les personnes ont répondu « Figure sur l'étiquette et influence mon achat » ou « Figure sur l'étiquette et n'influence pas mon achat ». Ainsi l'information sur l'engin de pêche utilisée apparaît tout en bas à gauche du graphique montrant ainsi que peu de consommateurs la considèrent comme importante.

Il est à noter que la date de pêche n'est pas présente sur l'étiquette des produits aquatiques de manière obligatoire. Mais les consommateurs interrogés dans cette enquête ont tout de même répondu que cette information les influencerait beaucoup.

Par ailleurs, ce graphique montre que plus de 70 % des répondants pensent que la mention de l'engin de pêche utilisée ne figure pas sur l'étiquetage des produits aquatiques.

D'après le baromètre d'image, les 3 sources d'information privilégiées utilisées par les consommateurs lors de leurs achats de produits aquatiques sont l'étiquette-prix, les conseils du poissonnier et les affiches derrière le rayon (voir Figure 7).

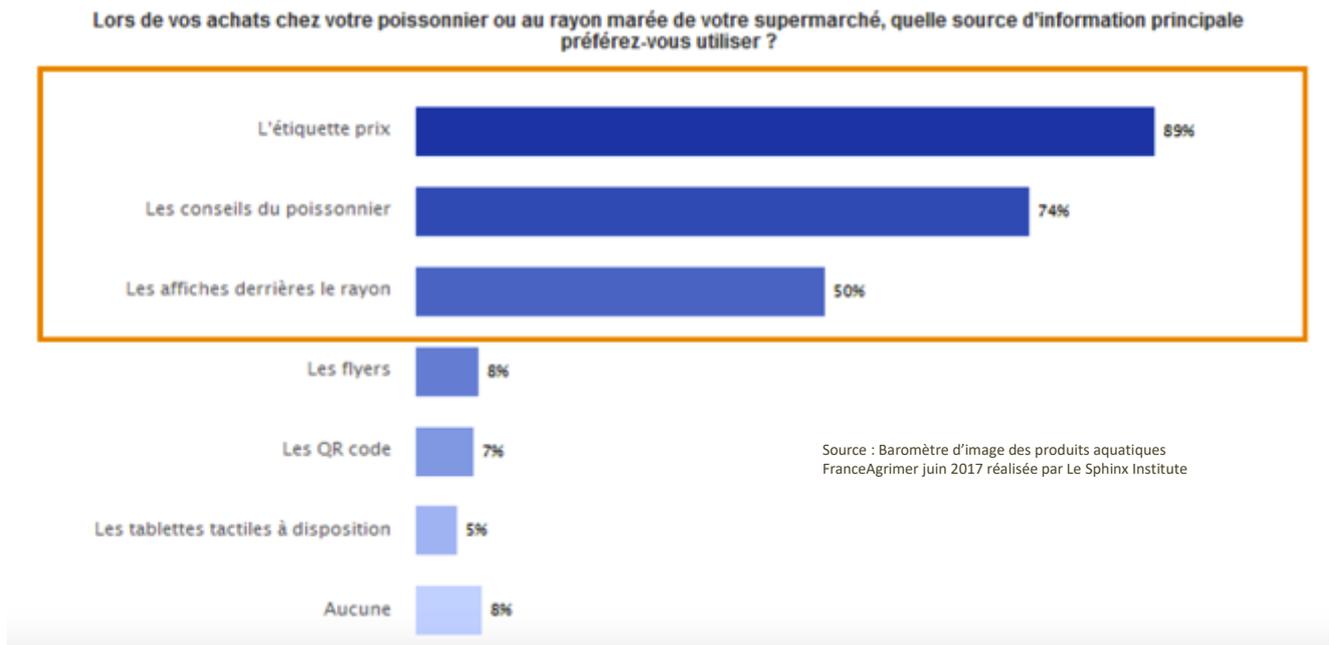


Figure 7 Sources d'information privilégiée des consommateurs à l'achat des produits de la mer

Cette enquête apporte une réponse quant à la satisfaction des consommateurs sur l'étiquetage des produits aquatiques. Ainsi, il semblerait que les consommateurs trouvent que les informations contenues sur l'étiquetage des produits aquatiques sont satisfaisantes chez le poissonnier et au rayon marée du supermarché. Par contre, les répondants sont moins satisfaits lors de leurs achats de produits aquatiques en drive ou sur internet (figure 8).

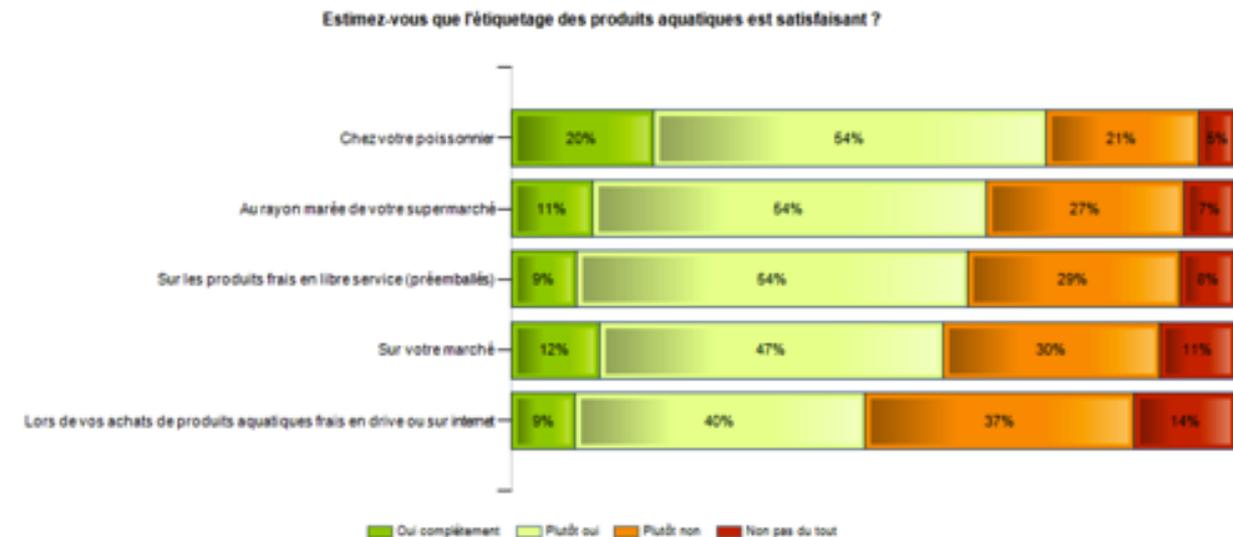


Figure 8 Attitude des consommateurs vis-à-vis des informations transmises par l'étiquette des produits de la mer

La deuxième source détaillant le point de vue sur l'étiquetage des consommateurs de produits de la mer que nous avons choisis de considérer ici afin de consolider ce regard, provient de l'enquête « Eurobaromètre » réalisée en 2016 par l'Observatoire européen des marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture (EUMOFA), sur 1 009 ressortissants de consommateurs français de différentes catégories sociales et démographiques dont les résultats ont été publiés dans le

document «Eurobaromètre spécial 450 - Produits de la pêche et de l'aquaculture» en juin 2016.

Cette étude met tout d'abord en relief l'attitude des consommateurs français au sujet de l'étiquetage des produits de la mer vis-à-vis des consommateurs européens dans leur ensemble. La tendance qui se dégage de cette étude est une plus grande méfiance des consommateurs français par rapport aux consommateurs européens au sujet de l'étiquette des produits de la mer. Par rapport à la clarté de l'information saisie sur l'étiquetage des produits aquatiques, 67% des consommateurs français jugent cette information claire,

alors que la moyenne européenne est de 69 % (figure 9).

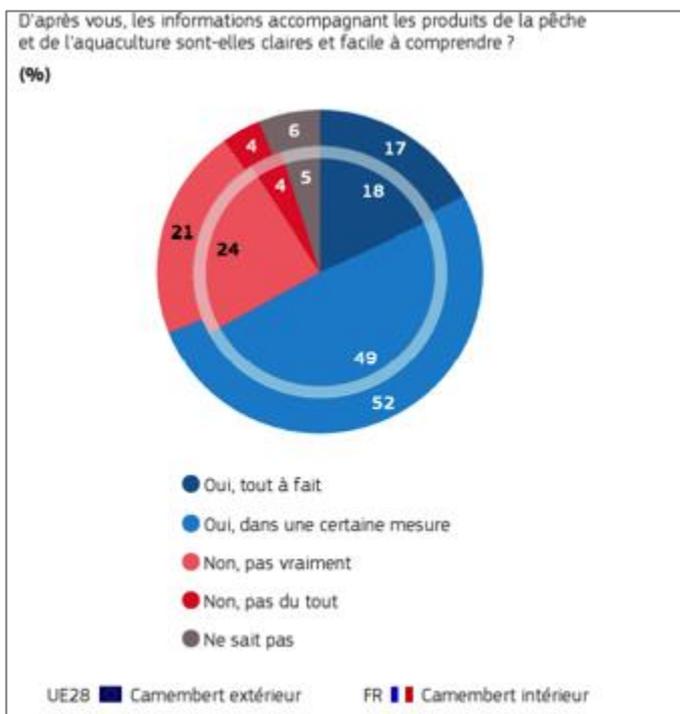


Figure 9 Satisfaction des consommateurs vis-à-vis de l'étiquetage des produits de la mer

### Attitude des consommateurs vis à vis des informations transmises par l'étiquette des produits de la mer

Source : EUMOFA Eurobaromètre spécial, 450 Juin 2016

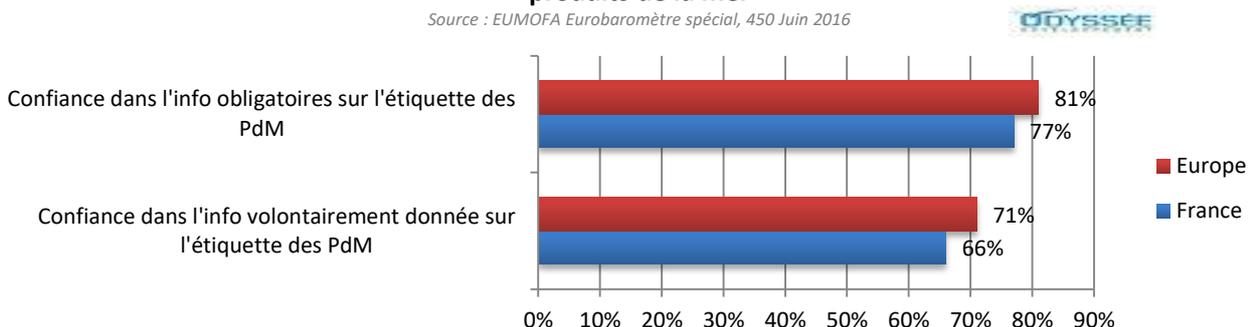
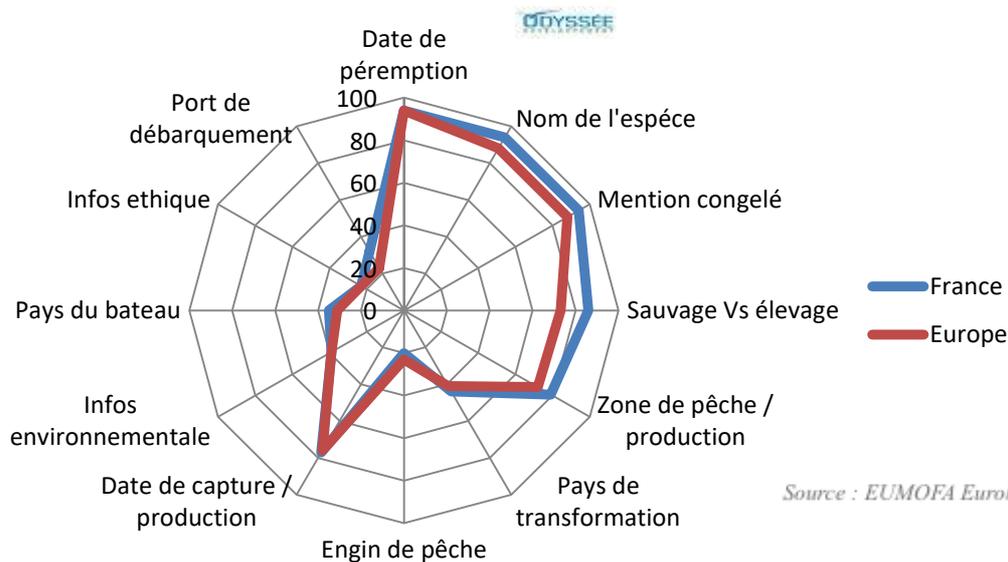


Figure 10 Clarté de l'information de l'étiquetage des produits de la mer pour les consommateurs européen et français

Par ailleurs, la confiance des consommateurs français quant aux informations obligatoirement transmises par l'étiquette des produits aquatiques est inférieure à la tendance européenne

(figure 10). En effet, seuls 77 % des consommateurs français disent avoir confiance dans les informations transmises par l'étiquetage obligatoire contre 81 % des Européens. Cette méfiance des consommateurs français quant à la véracité de l'information transmise par rapport à la moyenne communautaire, se reflète aussi à l'égard des informations fournies volontairement par le vendeur du produit. Ainsi comme indiqué dans le diagramme de la figure 10, d'après l'Eurobaromètre seul 66 % des consommateurs français disent faire confiance aux informations données volontairement dans l'étiquetage contre 71 % des consommateurs européens.

Par ailleurs, l'Eurobaromètre réalisé en 2016 met en exergue l'intérêt des consommateurs français pour l'information contenue dans l'étiquetage des produits aquatiques vis-à-vis de la moyenne européenne. Il ressort de cette enquête qu'à l'exception des informations sur l'engin de capture utilisée, les consommateurs français manifestent un intérêt supérieur ou égal à la moyenne européenne pour les informations obligatoires et volontaires transmises sur l'étiquetage des produits aquatiques. La date de péremption, le nom du produit et de l'espèce, la mention congelée et la méthode de production (sauvage ou élevage) ainsi que la zone de production étant les informations qui intéressent le plus les consommateurs français. La date de capture bien qu'étant une information non obligatoire sur l'étiquette des produits aquatiques intéresse 77 % des consommateurs français et 76 % des consommateurs européens.



Source : EUMOFA Eurobaromètre spécial, 450 Juin 2016

Figure 11 Pourcentage de consommateurs français intéressé par chaque information contenue sur l'étiquette des produits de la mer

#### d) FOCUS SUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AQUATIQUES EN LIGNE

La nouvelle réglementation OCM s'applique également à la vente de produit aquatique en ligne. Le client doit pouvoir consulter toutes les informations concernant un produit avant d'en faire l'acquisition.

Les informations délivrées lors de l'achat par les poissonneries en ligne que cette enquête a consulté ont que très rarement été conformes à la réglementation OCM. Bien souvent la sous-zone (ex. Golf de Gascogne) n'était pas précisée. Par ailleurs l'engin de pêche n'était pas donné ou alors mentionné de façon non conforme de type « chalut ou filet ou ligne ».

Par ailleurs, les produits aquatiques vendus en ligne étant préemballé la réglementation n°1169/2011 - INCO, prescrit que l'information nutritionnelle soit précisée (pour 100g par exemple de poisson) ce qui n'est pas toujours respecté.

##### Valeur nutritionnelle (100g)

- Calories : 70 kcal - 293kJ
- Protéines : 16,7g
- Graisses : 0,2 g
- Cholestérol : 44,1 mg

**Zone de pêche :** Pêchés en Atlantique Nord-Est. FAO 27-7

**Méthode de pêche :** Chalut ou Filets maillant ou Ligne

##### Merlu/Colin | *Merluccius merluccius*

**Poisson sauvage pêché en Zone Atlantique Nord/Est.**

**Provenance :** Port des Sables d'Olonne

**Pour une personne :** 300g

**Saisonnalité :** Disponible toute l'année avec une période d'abondance de Mars à Septembre

**Conservation :** 3 jours au réfrigérateur ou 3 mois au congélateur après la date d'emballage

**Sous vide :** Oui

Figure 12 Exemple d'informations données lors de l'achat en ligne de produits aquatique sur des sites internet français

## 5. CONCLUSION

Selon les personnes interrogées, la réglementation OCM présente l'avantage de valoriser la pêche des caseyeurs, fileyeurs et ligneurs au détriment de la pêche chalutière, assimilée à une pêche « industrielle » par des consommateurs. Pour autant, cette réglementation a le mérite de faire connaître les métiers de la pêche tout en contribuant à la mise en confiance du consommateur comme stratégie commerciale. Encore faut-il que la connaissance des métiers soit partagée par tous les maillons de la filière et notamment les distributeurs.

Cependant, le constat est que la transmission des informations est globalement de qualité moyenne, bien que les poissonniers parviennent depuis peu à récolter toutes les informations exigées sans trop de difficultés. La qualité de la communication n'est d'ailleurs pas identique à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement, particulièrement entre les pêcheurs et les halles à marée de l'Atlantique, ainsi qu'entre les halles à marée et les mareyeurs, avec souvent un délai dans la transmission des informations relative aux lots. Le schéma suivant synthétise les constats précédents.

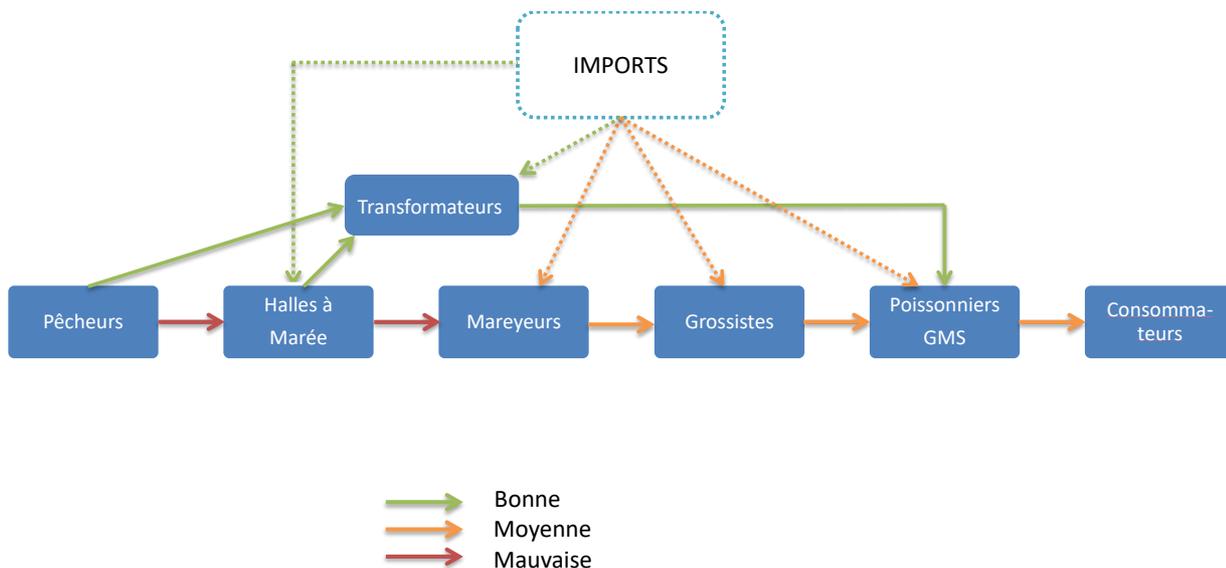


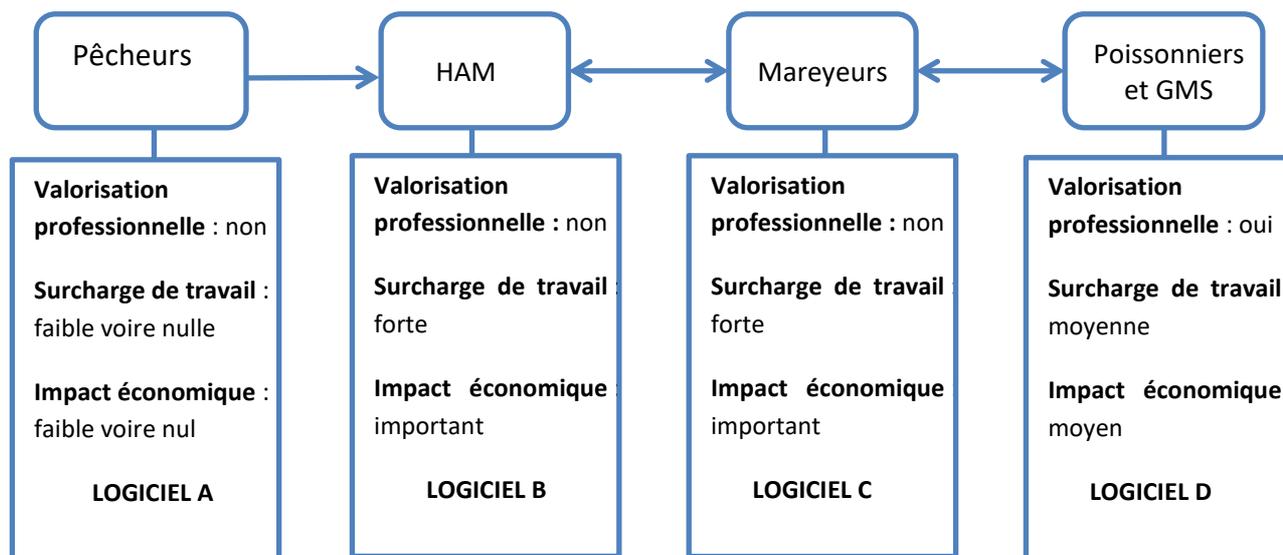
Figure 13 Qualité de la communication de l'information dans la chaîne d'approvisionnement

Un autre constat est le manque de motivation des opérateurs, principalement au niveau de l'amont de la filière (pêcheurs et mareyeurs), du fait de l'absence de plus-value liée à la communication de ces informations. Pour autant, tous sont convaincus de l'intérêt de l'obligation de traçabilité au moins en termes de communication vers l'aval et les

consommateurs. Des mareyeurs considèrent aussi que ce n'est pas à eux de trouver la solution, jugeant leurs marges trop faibles pour pouvoir investir dans le contrôle des pêches sous-jacent à l'OCM

D'autre part, le manque d'opérationnalité et d'efficacité des mesures prises jusqu'à présent peut être dû à l'absence d'harmonisation des logiciels de traçabilité qui se trouvent être souvent incompatibles. Ce problème de compatibilité est dû entre autres à l'hétérogénéité du rythme d'adaptation des entreprises et organismes.

Enfin, les propositions soumises par les professionnels tout au long de la chaîne de distribution afin d'améliorer l'impact et la mise en œuvre de la réglementation OCM sur le secteur des produits de la mer sont multiples. La première est d'inclure les pêcheurs dans le processus de traçabilité en officialisant la transmission des infos sur les captures à la criée. Par ailleurs, le besoin de mise en place d'un logiciel ou d'interfaces de traçabilité simples est une demande récurrente chez les parties prenantes. Et bien entendu, les maillons de l'amont, que sont les criées et mareyeurs, attendent un soutien financier pour sa mise en œuvre au regard des montants qui seraient engagés.



## II. Étude de solutions existantes

## A. SOLUTIONS MIS EN ŒUVRE EN FRANCE POUR ATTEINDRE LA CONFORMITE REGLEMENTAIRE

---

### 1. SELECTION D'UN SYSTEME DE TRACABILITE (EXTERNE ET INTERNE)

Le tableau suivant présente différentes initiatives de mise en place de systèmes de traçabilité tout au long de la chaîne de distribution. Certaines de ces initiatives consistent en des systèmes de traçabilité interne qui proviennent d'acteurs privés œuvrant dans le secteur de la pêche ou de la distribution des produits aquatiques, d'autres représentent des systèmes de traçabilité externe, parfois portés ou soutenus par des acteurs publics. Ce tableau ne prétend pas faire une description exhaustive des projets ayant pour objectifs la traçabilité, mais plutôt de constituer un tour d'horizon de bonnes pratiques rencontrées en France, à chaque étape de la chaîne de distribution des produits aquatiques.

Par traçabilité interne nous entendons au terme du document « Lignes directrices » (CE MARE/A/4/VL D [2012] de la Commission Européenne, un « système mis en place au sein d'une structure conformément aux obligations existantes de la réglementation » et par traçabilité externe, une chaîne entre les sociétés actrices de la distribution, mais aussi l'État, « du chalut à l'assiette ». La mise en place d'un système de traçabilité interne par chacun des acteurs de la chaîne de distribution et par conséquent aussi, leurs conformités réglementaires, n'enlève-en rien le besoin de la mise en place d'un système de traçabilité externe chargé lui de parfaire la transmission de l'information entre chacun de ces maillons

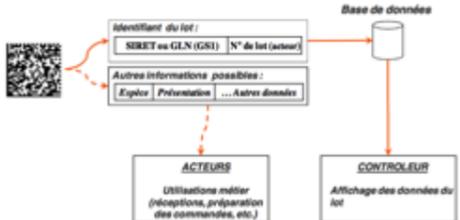
Les ateliers de marée en France sont constitués de TPE ou PME. Les marges du secteur du mareyage sont connues pour être faibles. Leur capacité d'investissement est limitée. Entre les réglementations, sanitaires et de sécurité, et la difficulté de recrutement due au défaut d'attractivité du secteur, les choix d'investissement ne se tournent pas spécialement vers la mise aux normes de la traçabilité OCM.

Par exemple, un mareyeur est en cours d'investissement d'un système mécanique pour supprimer tout port de bacs dans son atelier. Bien que cet investissement bénéficie d'une part de subventions, il ne peut engager en plus la mise aux normes de ses installations d'enregistrement des données de production.

Des solutions proposent un équipement en balances « intelligentes » accompagnées d'un logiciel lié aux postes informatiques du bureau d'enregistrement des achats et des ventes. Un prestataire propose une balance « intelligente » pour un coût unitaire d'environ 5 000 €, et cette somme doit

être doublée pour l'installation du logiciel sur 2 ou 3 postes informatiques. Sachant que pour une entreprise moyenne entre 20 et 30 salariés, il faut 2 à 4 balances selon le nombre de postes dans l'atelier (variable selon les activités, l'organisation de l'atelier et la diversité des espèces travaillées), on atteint des coûts difficilement supportables pour la plupart des entreprises, et sans retour sur investissement prévisible.

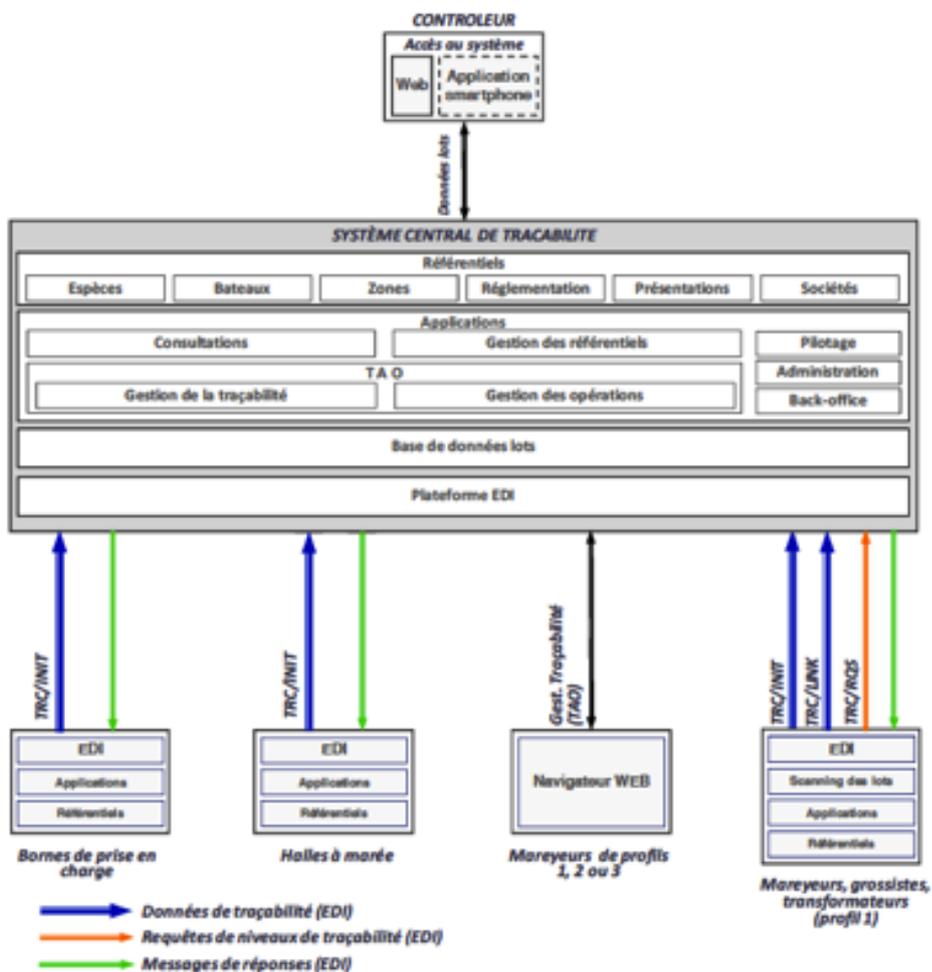
On constate donc que les entreprises assurent la transmission des informations réglementaires majoritairement avec les « moyens du bord », mais pour autant nombre de bonnes pratiques sont relevées.

Nom Acteur Projet, Produit	Description	Place dans la chaîne de distribution	Technologie utilisée	Problème résolu Synergie	Coût et limite
<p>Projet : <i>Traçabilité des bacs de criées</i></p> <p>Fournisseur : <i>Maritime-Survey</i></p> <p>Produit : <i>Tag Marée</i></p> <p>Partenaires du projet : <i>SEM LORIENT KEROMAN ET SCAPÊCHE</i></p>	<p>Système de traçabilité externe. Traçage des bacs de criées. Intégration dans chaque bac d'un Tag-marée. Enregistrement et codage à bord des informations pour chaque bac (nom espèce, taille, poids, présentation, qualité, lieux de pêche, entête du navire). Lecture automatique au débarquement à l'arrivée dans la halle à marée (HAM). Codage de l'information contenue dans le tag : restriction aux seules personnes détenant la grille de lecture.</p> 	<p>-Du pêcheur au mareyeur-</p> <p>La chaîne s'arrête actuellement aux bacs blanc polystyrène à usage unique des mareyeurs</p>	<p>Les tags marée sont équipés de la technologie RFID. Un « écrivain » relié à une balance enregistre l'info. Des portiques de lectures installées dans les lieux de passages obligés de la HAM captent les infos. Lecture possible par pistolet et Smartphone.</p> 	<p>Transmission rapide et sans erreur de l'information du pêcheur au HAM sans perte possible de l'information.</p> <p>Gain de temps à la transcription de l'information en HAM</p> 	<p>Le tag marée coûte 1 €/bac pour une durée de vie de 3 à 5 ans (le prix d'un bac de criée est 15 €)</p> <p>L'installation équipements de lectures pour la HAM est de 100 k€ malgré les besoins spécifiques dus au milieu aqueux et salin</p>
<p>Projet : <i>SALTO (Système Automatisé en Ligne de Traçabilité pour les Opérateurs)</i></p> <p>Acteur en charge : <i>DPMA Ministère de la transition écologique et solidaire</i></p>	<p>Outil national non obligatoire, destiné à faciliter la mise en place de la réglementation européenne, et notamment la transmission des données entre les maillons de la filière. Cet outil propose la création d'une architecture technique d'échanges de données (EDI) entre les acteurs.</p> <p>Ce système d'information des différents acteurs des filières comprendra un système central de traçabilité externe incluant notamment une base de données des lots de produits aquatiques</p> 	<p>De la HAM au détaillant</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de données de traçabilité EDI</li> <li>- Architecture type Service Oriented Architecture (SOA)</li> <li>- Code QR et EAN</li> </ul>	<p>Architecture d'Échanges de Données Informatisées (EDI) permettant d'uniformiser la transmission de l'information concernant les lots de produits aquatiques échangés tout au long de la chaîne de distribution selon un format, des structures et des modes de communications communs et généralisés.</p>	<p>N.D.</p> <p>Les conditions de mise en œuvre de SALTO (délai de finalisation, coût pour l'utilisateur...) détermineront son acceptabilité par les acteurs de la filière.</p>

Nom Acteur Projet, Produit	Description	Place dans la chaîne de distribution	Technologie utilisée	Problème résolu Synergie	Coût et limite
Acteur : un grossiste  Projet : mise en place d'un système de codage de l'information type « code-barres » propre à la société	Mise en place d'un outil de traçabilité interne dématérialisé avec une étiquette propre à l'entreprise qui vient compléter l'étiquette du fournisseur avec leur code-barre interne, le numéro du lot, numéro de téléphone et nom de l'entreprise, date d'arrivée du lot et température de conservation.  	Traçabilité interne (grossiste)	Dématérialisation de la transmission de l'information grâce à un système de codage propre	Facilite la retranscription de l'information grâce au « code-barre » et pas de code EAN donc système moins contraignant et coûteux (pas d'affiliation payante)	Logiciel + machine environ 40 k€ + formation du personnel  Pas de transmission de l'information dématérialisée problème d'uniformisation
Acteur : un grossiste  QR code	Objectif de la traçabilité : rassurer et mieux informer les clients de plus en plus demandeurs (origine, durabilité). Pour une communication renforcée sur la fraîcheur : ajout de la date de débarquement et de livraison.	Traçabilité interne et externe	Dématérialisation de la transmission de l'information grâce à un système de codage accessible à tous : QR code	Transmission en toute transparence de l'information : réassurance des clients	Pas de communication
Acteur : Association bretonne des Acheteurs des Produits de la Pêche  Nom du projet : Traçabapp	Création d'un logiciel susceptible de récupérer le flux des achats des criées, quel que soit leur logiciel.  Ce système n'est actuellement pas encore mis en œuvre.	Traçabilité externe entre HAM et mareyeurs	Application base de données	Uniformisation de l'échange d'information sous la forme électronique	N.D.
Acteurs : différents mareyeurs français  Projet : exemple de mise en place de systèmes de traçabilité « avec les moyens du bord »	Mise en place d'un système de gestion des données interne pour adaptation des balances « intelligente » à la nouvelle réglementation.  Étiquette mareyeur présentant une double identification du produit permettant au client de détacher une partie qu'il peut coller sur son registre de traçabilité ou sur son pic prix selon sa procédure de traçabilité.  			Conformité réglementaire et facilitation de la transmission d'informations dans la chaîne de distribution	Temps de travail
Acteur : SCAPP poissonniers corail  Pics prix	Développement d'une petite imprimante associée à un logiciel pour l'impression quotidienne des étiquettes après saisie des données d'achat. L'étiquette est insérée dans un pic prix transparent.	Traçabilité interne et à destination des consommateurs	Logiciel et imprimante portable	Retranscription dématérialisée des informations sur le pic prix	Très raisonnable pour tout type de poissonnerie.

Le projet SALTO est un exemple de bonne pratique de traçabilité, intéressant en termes de synergie et d'effet structurant. Ce projet de grande envergure pourrait avoir la capacité à terme de permettre une uniformisation de l'échange électronique d'information entre les acteurs de la chaîne de distribution des produits aquatiques. Ce système central de traçabilité est composé de quatre principales parties. On retrouve une base de données informatisée, regroupant toutes les informations sur les lots traités par les acteurs, ainsi qu'un ensemble d'applications avec des modules de services tel que la consultation, le support, etc. Un système de Traçabilité Assistée par Ordinateur (TAO) permet de faciliter le traitement de la traçabilité pour les acteurs ne disposant pas de ressources de gestion suffisantes pour assurer la traçabilité. Par ailleurs, un ensemble de référentiels communs avec le système d'information de la DPMA et d'autres organismes nationaux ou internationaux permettra d'assoir tous les traitements de traçabilité sur des données standards au niveau des filières. Enfin, une Plateforme EDI est en charge des réceptions et des émissions de données.

Le graphique suivant extrait du cahier des charges du projet SALTO illustre l'architecture de ce projet de système de traçabilité externe.



Source : DPMA 2017 – Cahier des charges du volet Traçabilité du Règlement Contrôle

Figure 14 Architecture du projet SALTO

La notion de lot et de perte de l'information lors des fusions et divisions de ces lots est la clé de voute de la traçabilité dans le secteur des produits de la mer. Aussi le projet SALTO apporte une très grande contribution à la traçabilité en étant une réponse possible au suivi de l'information à chacun des évènements de regroupements de lot de commande en sortie d'activité des acteurs de la chaîne de distribution. La figure suivante illustre ce mécanisme de création de lot.

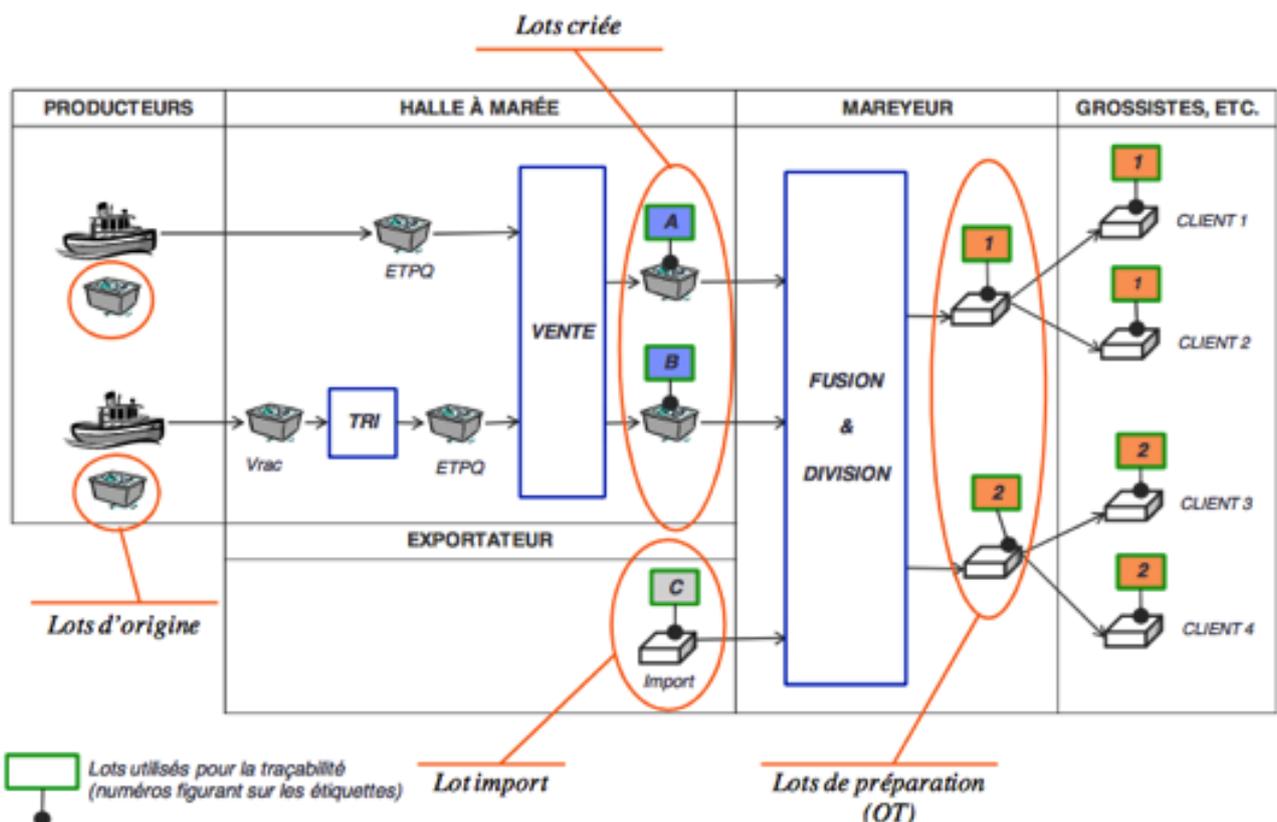


Figure 15 Système de regroupement en lot de commande à la sortie de chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement

## 2. CHOIX DU SUPPORT DE L'INFORMATION

Les acteurs de la chaîne de distribution des produits aquatiques interrogés lors de l'enquête réalisée par l'expertise ont fait ressortir les avantages et inconvénient des différents outils et supports de l'information. Le tableau suivant recense l'avis des professionnels sur les différents supports d'information qu'ils utilisent.

Types de supports de l'information 	Avantages	Inconvénients
<p><b>Étiquetage matérialisé (Étiquette papier)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Simple, facile d'utilisation</li> <li>✓ Lisibilité et compréhension universelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Saisie et retranscription obligatoirement manuelle et complexe (temps de travail, source d'erreur)</li> <li>✗ Ressaisie obligatoire pour création de lot</li> <li>✗ Trop d'info = perte de lisibilité</li> <li>✗ Étiquette peut se perdre ou rester collée au film de la palette</li> <li>✗ Pas d'uniformité sur la place des informations sur l'étiquette</li> </ul>
<p><b>Étiquetage dématérialisé (Code barre EAN- GS1)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Évite retranscription manuelle</li> <li>✓ Facilement lisible par l'ensemble de la chaîne</li> <li>✓ Rapide (évite de tout ressaisir)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Problème de lisibilité lorsque mouillé ou imprimé en mauvaise qualité (à bord)</li> <li>✗ Contraignant et coûteux (affiliation payante obligatoire)</li> <li>✗ Besoin d'harmonisation pour dématérialisation</li> <li>✗ Pas lisible à l'œil (également un avantage pour des informations confidentielles)</li> <li>✗ Quantité d'informations transmises très limitées</li> <li>✗ Problème de collage des étiquettes</li> </ul>
<p><b>Étiquetage dématérialisé (Code QR)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Évite retranscription manuelle</li> <li>✓ Grande quantité d'information sur petit espace sur l'étiquette</li> <li>✓ Présent sur les étiquettes de nombreuses HAM</li> <li>✓ Lecture très rapide et sans erreur</li> <li>✓ Toutes les informations sont disponibles via le code</li> <li>✓ Possibilité de lecture avec les téléphones portables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Problème de collage des étiquettes</li> <li>✗ Obligation à tous les acteurs de disposer de l'équipement nécessaire</li> <li>✗ Besoin d'harmonisation pour dématérialisation</li> <li>✗ Pas lisible à l'œil (également un avantage pour des informations confidentielles)</li> <li>✗ Quantité d'informations transmises limitées</li> </ul>

Types de support de l'information	Avantages	Inconvénients
<p><b>Étiquetage dématérialisé (Puce RFID)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Simplifie et évite retranscription manuelle</li> <li>✓ Une information complémentaire peut être greffée en route</li> <li>✓ Possibilité de transmettre beaucoup d'informations transmises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Obligation de disposer de l'équipement nécessaire (logiciel et lecteur)</li> <li>✗ Hétérogénéité des formats de données empêche dématérialisation</li> <li>✗ Problème de collage des étiquettes</li> <li>✗ Pas (encore) homogène ni lisible par l'ensemble des acteurs</li> <li>✗ Pas lisible à l'œil (également un avantage pour des informations confidentielles)</li> <li>✗ Besoin d'avoir un double étiquetage (étiquette et dématérialisée)</li> </ul>
<p><b>Étiquetage dématérialisé (Base centralisée)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Possibilité d'anticiper l'enregistrement des infos avant réception physique de l'achat</li> <li>✓ Assure la communication rapide et correcte de l'information entre les acteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Besoin d'avoir également un étiquetage matérialisé sur le lot malgré base centralisée</li> </ul>

## B. ÉTIQUETAGE MIS EN ŒUVRE DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES EN ESPAGNE ET EN ÉCOSSE

---

### 1. LA METHODOLOGIE UTILISEE ET REVUE DE LITTERATURE

L'expertise s'est intéressée à l'étiquetage mis en œuvre dans la filière des produits de la mer en Espagne, en Écosse, au Canada et aux États-Unis. Ceci dans le but de synthétiser les problématiques auxquelles sont confrontées les parties prenantes de la filière des produits aquatiques dans ces régions, ainsi que les bonnes pratiques et les solutions techniques et organisationnelles mises en œuvre pour y répondre.

L'Eurobaromètre réalisé par EUMOFA en juin 2016, sur l'ensemble des pays de l'Union européenne dont nous avons détaillé *supra* les résultats du point de vue des consommateurs sur l'étiquetage des produits aquatiques est aussi une source d'intérêt pour cette partie. Nous détaillerons ici les particularités du point de vue des consommateurs espagnols et britanniques au sujet de l'étiquetage des produits aquatiques.

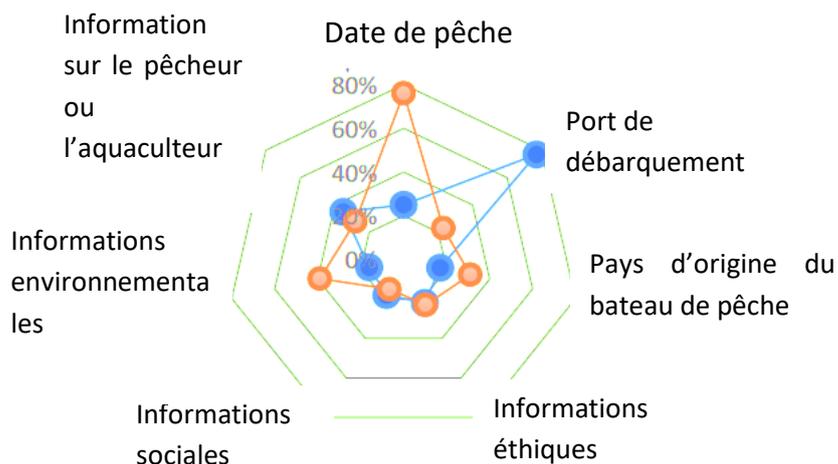
### 2. RESULTATS DES BONNES PRATIQUES ET FREINS MIS A JOUR EN ESPAGNE

La première différence notable entre la moyenne européenne et les résultats spécifiques obtenus en Espagne concernent l'information – non obligatoire – sur l'étiquetage du port de débarquement du produit pêché. Selon l'Eurobaromètre, alors qu'en moyenne moins de 25 % des consommateurs européens trouvent cette information au sujet du port de débarquement nécessaire, en revanche près de 80 % des consommateurs espagnols de produits aquatiques trouvent cette information importante. (EUMOFA Eurobaromètre spécial, 450 juin 2016)

Par ailleurs, en Espagne 100 % des consommateurs de produits de la mer transformés trouvent « importante » l'information sur le nom de l'espèce contenue dans le produit alors que la moyenne européenne est de 60 % seulement. Aussi, près de 40 % des consommateurs de produits aquatiques pêchés trouvent nécessaire d'obtenir l'information au sujet de l'engin de capture utilisé, la moyenne européenne à cette question étant d'environ 20 % (EUMOFA Eurobaromètre spécial, 450 juin 2016).

Si les consommateurs espagnols de produits de la mer sont plus exigeants que la moyenne européenne sur les points précédents, en revanche au sujet de la date de capture, seuls 25 % des consommateurs espagnols trouvent important de connaître la date de

capture du produit de la mer consommé alors qu'environ 80 % des consommateurs européens jugent cette information nécessaire. Enfin, les consommateurs espagnols de produits transformés ne sont que 20 % à rechercher l'information du lieu de leurs transformations contrairement à la moyenne européenne qui montre qu'environ 40 % des consommateurs à cette échelle souhaitent connaître le pays de la transformation. (EUMOFA Eurobaromètre spécial, n°450, juin 2016)



Source : EUMOFA Eurobaromètre spécial, 450  
Juin 2016

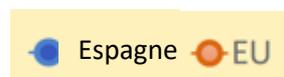


Figure 16 Pourcentage de consommateurs espagnols intéressé par les informations d'étiquetage des produits aquatiques

Les obligations en matière d'étiquetage deviennent parfois un prétexte à l'intensification du travail de sensibilisation et de valorisation des produits de la mer et des métiers de la pêche, de la part des détaillants de produits de la mer qui voit un avantage à communiquer pédagogiquement les informations rendues obligatoires de la réglementation OCM.

Pour des importations de produits, l'exportateur doit s'adapter aux exigences communautaires. Les produits sont soumis à des contrôles aléatoires sanitaires, génétiques et légaux : s'ils ne respectent pas les exigences communautaires, ils sont renvoyés au fournisseur.

Tout comme en France la filière des produits aquatiques espagnole rencontre des freins dans la mise en place de la réglementation OCM. Ainsi, les informations ne sont pas toujours correctement transmises avec une problématique de décalage entre l'arrivée du lot et des documents d'information. Aussi, des problèmes de pertes de traçabilité sont

rencontrés entre les HAM et mareyeurs lors du dégroupement / regroupement de lots différents.

Les freins perçus dans la mise en place de la réglementation OCM en Espagne passent aussi par une problématique d'hétérogénéité des logiciels d'étiquetage entre acteurs de la filière, ainsi que par l'inefficacité des logiciels utilisés. Par ailleurs, les *logbooks* utilisés par les pêcheurs espagnols ne favorisent pas la transmission de l'information aux HAM. En effet, certains calculs tels que celui du pourcentage du lot pêché en zone X et en zone Y doivent être faits manuellement par les pêcheurs, ce qui occasionne une perte de temps de travail.

Des problèmes de communications entre les acteurs de la filière espagnole des produits de la mer ont aussi été relatés lors de notre enquête. Par exemple, il est courant que les professionnels ne veuillent pas communiquer leurs zones de pêche en invoquant le secret professionnel.

### 3. RESULTATS DES BONNES PRATIQUES ET FREINS MIS A JOUR EN ÉCOSSE

D'après les personnes interrogées, le gouvernement écossais et la filière sont peu sensibles à la réglementation OCM. Elle n'est donc pas appliquée ni contrôlée. Ils préfèrent payer une amende à l'UE plutôt que d'engager la réforme.

Les criées n'ont pas d'équipement permettant la saisie des nouvelles données et aucun investissement n'est prévu. La raison principale est qu'aucune valorisation n'est apportée par cette réglementation donc aucun retour sur investissement possible.

Par ailleurs, les criées n'ont pas accès au *logbook* des navires débarquant dans leurs ports.

La consommation générale de produits de la mer en Grande-Bretagne est relativement faible par rapport à la France. La plupart des produits pêchés sont exportés vers l'Europe. Par conséquent, les consommateurs eux-mêmes ne sont pas demandeurs d'informations détaillées. Leur sensibilité est plus portée vers l'achat de produits durables d'où la présence de produits « MSC », qu'ils soient produits en Grande-Bretagne ou importés (ex : conserves de sardines pêchées à la bolinche MSC).

Cette situation est relayée par les importateurs français de produits écossais. Ils ont dû imposer à leurs fournisseurs de transmettre les informations requises, ce qui est aujourd'hui majoritairement le cas. Mais ils n'ont aucun moyen de vérifier la véracité des informations.

L'Eurobaromètre n°450 réalisé par l'EUMOFA en 2016 concernant les habitudes des consommateurs européens vis-à-vis des produits marins s'est intéressé au point de vue spécifique des consommateurs du Royaume-Uni quant à l'étiquetage des produits marins.

Ainsi, d'après l'Eurobaromètre les consommateurs de produits aquatiques au Royaume-Uni ont en moyenne le même intérêt pour les informations obligatoirement transmises sur l'étiquetage que la moyenne des consommateurs européens. Cependant comme illustré dans la figure suivante, on remarque une légère supériorité du nombre de consommateurs au Royaume-Uni qui recherchent sur l'étiquetage des produits aquatiques des précisions sur l'engin de pêche utilisée par rapport à la moyenne européenne.

La différence entre le point de vue du consommateur du Royaume-Uni et la moyenne européenne au sujet de l'étiquetage des produits marins, viennent principalement des mentions facultatives (date de capture, information sociale, etc.). En effet, au Royaume-Uni, plus de 65% des consommateurs recherchent sur l'étiquette le nom du port de débarquement des captures alors que moins de 25% des consommateurs européens de produits aquatiques considèrent cette mention importante. Par ailleurs, alors que près de 80 % des consommateurs européens s'intéressent à la date de capture ou de production (s'il s'agit d'un produit de l'aquaculture), seuls 35 % des consommateurs au Royaume-Uni, ont exprimés avoir un intérêt pour cette mention. Enfin, à l'exception des informations environnementales qui sont moins recherchées par les consommateurs au Royaume-Uni que par la moyenne européenne, les informations relatives à l'éthique et au sociale, ainsi que concernant le pêcheur ou l'aquaculteur sont néanmoins plus attendu par les consommateurs au Royaume-Uni que sur la moyenne européenne.

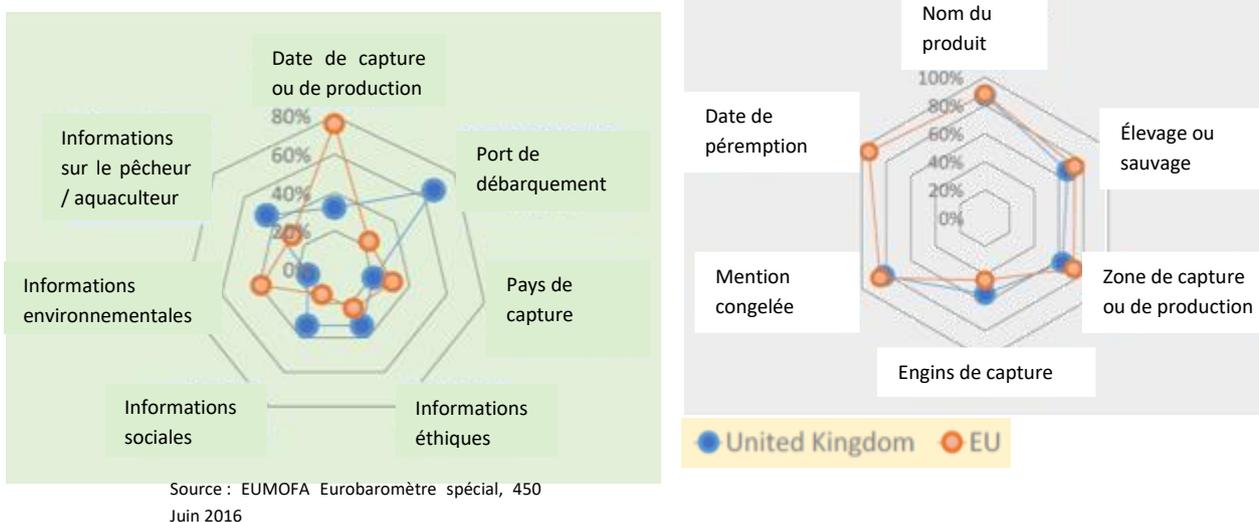


Figure 17 Pourcentage de consommateurs du Royaume-Unis intéressés par les informations d'étiquetage des produits aquatiques

## C. ÉTIQUETAGE MIS EN ŒUVRE DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES AUX ÉTATS-UNIS ET CANADA

### 1. LEGISLATION ET OBLIGATIONS GÉNÉRIQUES D'ÉTIQUETAGE AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

#### a) DESCRIPTION ET ANALYSE DE LA RÉGLEMENTATION SUR L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS AQUATIQUES AUX ÉTATS-UNIS

- Naissance de la réglementation sur l'étiquetage aux États-Unis

La législation sur l'étiquetage des produits aquatiques aux États-Unis a commencé au début du vingtième siècle alors que de gros scandales alimentaires indignaient le public. Le « *Pure Food and Drug Act* » de 1906 qui interdit la vente de nourritures portant un étiquetage mensonger fut la réponse apportée par le gouvernement à ces scandales, ainsi que le point de départ de la réglementation sur l'étiquetage des produits alimentaires aux USA. Le gouvernement fédéral s'est par ailleurs doté de la capacité du contrôle de l'application du « *Pure Food and Drug Act* » en créant un organisme voué à cette mission, la « *Food and Drug Administration* » (FDA). Malgré l'existence de cette réglementation, de nombreux produits aquatiques arboraient encore des étiquetages mensongers ou trompeurs, mais souvent tolérés. Par exemple, en 1907 le secrétaire d'État à l'agriculture sous la pression des transformateurs de poisson du Maine (USA) a permis que tous les petits poissons pélagiques puissent être étiquetés comme « sardines ». Aussi, ces pratiques de mauvais étiquetage étaient encore présentes aux États-Unis en 1930, puisque le maquereau en conserve était étiqueté et vendu comme « saumon ». Ces pratiques n'ont réellement pris fin qu'en 1991, avec l'expansion du commerce des produits de la mer à l'échelle mondiale et la création au sein de la FDA de l'« *Office of Seafood* » avec une augmentation de 60 % du financement de l'inspection des produits de la mer (Jacquet, J. L., & Pauly, D. 2008).

Tableau 1 : Synthèse de la réglementation au Canada et États-Unis et comparaison avec la réglementation OCM

Éléments clés obligatoires dans l'étiquetage	Europe <i>Conseil de l'Union européenne et États membres ; Organisation commune des marchés 2013</i>	Canada <i>ACIA et Santé Canada ; Loi sur les aliments et drogues, Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, Loi sur l'inspection du poisson</i>	Etats-Unis <i>U.S. Farm Security and Rural Investment Act of 2002 Règulation Country of Origin Labeling (COOL) 2005 Food, Conservation and Energy Act 2008, Food Safety Modernization Act (FSMD)</i>
Nom commun	✓	✓	✓
Nom scientifique	✓	✗	✗

Éléments clés obligatoires dans l'étiquetage	Europe <i>Conseil de l'Union européenne et États membres ; Organisation commune des marchés 2013</i>	Canada <i>ACIA et Santé Canada ; Loi sur les aliments et drogues, Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, Loi sur l'inspection du poisson</i>	Etats-Unis <i>U.S. Farm Security and Rural Investment Act of 2002 Règlementation Country of Origin Labeling (COOL) 2005, Food, Conservation and Energy Act 2008, Food Safety Modernization Act (FSMD)</i>
Méthode de production (capturé ou élevé)	✓	✗	✓
Technique de récolte	✓	✗	✗
Origine géographique	✓	✗	✗
Pays de transformation ou de traitement	✓	✓	✓

- Obligations et contraintes réglementaires en matière d'étiquetage aux USA.

Actuellement, aux Etats-Unis, les facteurs à prendre en compte obligatoirement lors de l'étiquetage des produits de la mer sont : la dénomination de l'espèce, le pays d'origine ainsi que la méthode de production, à savoir s'ils sont sauvages ou d'élevage. Ces obligations en matière d'étiquetage des produits de la mer proviennent en partie de la loi de 2002 sur le bioterrorisme, qui fut confirmé par la loi de modernisation de la salubrité des aliments (FSMA) de 2010 (Holliday D. 2012). Mais ces obligations relèvent aussi de l'introduction en 2005 dans la loi des États-Unis d'une réglementation sur l'étiquetage du pays d'origine (*Country of Origin Label*) qui exige que les détaillants américains fournissent aux consommateurs des informations telles que le «pays d'origine» et la méthode de production pour tous les poissons et les crustacés (Roebuck, K et al 2017). Cependant, si les grands distributeurs sont tenus par ce règlement de mettre à la disposition des consommateurs ces informations, en revanche ces prescriptions ne s'appliquent qu'aux points de vente au détail dont le chiffre d'affaires pour les produits agricoles dépasse les 230 000 \$US par an. Les petits commerces, les hôtels, les restaurants et les institutions servant des repas en sont exemptés, tout comme les produits aquatiques subissant une transformation (USDA 2017). Le marché exonéré par la réglementation « *Country of Origin Label* » (COOL), qui comprend celui des établissements de restauration, des détaillants non soumis à la règle et des produits transformés, représente plus de 60% des poissons et près de 75 % des mollusques commercialisés. Par ailleurs, la plupart des produits de la mer importés consommés aux États-Unis n'indiquent pas l'origine du produit. (Joseph, S 2014).

## b) CADRE LEGISLATIF DE L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS AQUATIQUES AU CANADA.

Au Canada le fondement législatif de l'étiquetage des produits aquatiques repose sur quelques lois et règlements principaux, que l'Agence Canadienne d'Inspection des Aliments (ACIA) a pour rôle de faire appliquer. Ainsi, la Loi sur les aliments et drogues (LAD) stipule qu'il est interdit d'étiqueter un aliment de manière fausse, trompeuse ou mensongère. La Loi sur l'inspection du poisson (LIP) et son Règlement (RIP) reprennent aussi cette interdiction spécifiquement pour les produits aquatiques. Le Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (REEPC) ainsi que le Règlement sur les aliments et drogues (RAD) spécifient plus pratiquement les modalités servant à prévenir toute fraude quant à l'étiquetage des produits alimentaires (ACIA 2017).

- Obligations et contraintes réglementaires en matière d'étiquetage au Canada

Les seuls éléments à prendre en compte obligatoirement dans l'étiquetage des produits aquatiques au Canada sont la dénomination du produit (l'ACIA fournit une liste de noms communs appropriés), ainsi que le nom du pays d'origine, en cas de produits de la mer importés (Roebuck, K et al 2017). Le «pays d'origine» est le pays où a eu lieu la dernière transformation, ou une transformation majeure du produit et non pas le pays où est pêché ou élevé le produit marin. L'emplacement géographique de la capture des poissons et crustacés peut être ajouté, toutefois cette mention est optionnelle (ACIA 2017). Enfin, les produits aquatiques sont exemptés d'afficher un tableau de la valeur nutritive.

## 2. MISE EN ŒUVRE DE LA RÉGLEMENTATION SUR L'ÉTIQUETAGE AVEC SES DIVERGENCES, SES PROBLÉMATIQUES, SES FREINS ET SES COÛTS AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

### a) AUX ÉTATS-UNIS

- Point de vue du législateur et des organismes en charge du contrôle et de l'application des obligations d'étiquetage des produits aquatiques aux États-Unis

La FDA considère que la législation sur l'étiquetage des produits aquatiques a pour rôle d'assurer aux consommateurs qu'ils obtiennent ce qu'ils paient (Programme Fish SCALE 2016). Bien souvent, l'étiquetage des produits de la mer aux États-Unis devient une priorité politique lorsque la protection des producteurs de produits de la mer locaux est en jeu. Par ailleurs, aux États-Unis le législateur considère que les étiquetages trompeurs ou mensongers représentent une perte pour la société, non seulement par les coûts engendrés sur les consommateurs lésés, mais aussi quant à l'inefficacité des labels écologiques et des problèmes de santé qu'un mauvais étiquetage peut causer (Jacquet, J. L., & Pauly, D. 2008).

- Point de vue de l'industrie par rapport aux obligations d'étiquetage des produits aquatiques aux Etats-Unis

En 2005, lors de l'entrée en vigueur pour les produits de la mer de la législation *Country of Origin Label* (COOL), l'agro-industrie américaine a participé au processus politique avec une campagne de lobbying de près de 30 millions de dollars afin de rendre cette législation non contraignante. Les arguments soutenus par l'industrie de la pêche américaine à l'encontre de la législation proposée étaient que cette réglementation était trop coûteuse à mettre en place (Jacquet, J. L., & Pauly, D. 2008). Cependant à l'heure actuelle aux États-Unis, bon nombre d'entreprises de la filière des produits aquatiques, adoptent des normes de traçabilité volontaires en matière d'étiquetage qui vont au-delà des exigences réglementaires. Ces exemples se trouvent principalement dans les entreprises qui commercialisent une seule espèce de produits de la mer (Zisser, B., 2012). Le but recherché par ces entreprises est de mieux vendre leurs produits aquatiques, des enquêtes ayant montré qu'une grande majorité de consommateurs, aux États-Unis, était disposée à payer un prix élevé pour les produits ayant un étiquetage précisant le pays d'origine et l'origine géographique du produit (Thompson, M 2005).

- Étiquetage du pays d'origine aux Etats-Unis, controverse dans la mise en place de la réglementation

Bien que depuis 2005 la réglementation sur l'étiquetage du pays d'origine (COOL) oblige la mise à la disposition des acheteurs de certaines informations, pour beaucoup d'acteurs la réglementation attiserait une certaine confusion en permettant au pays du dernier lieu de traitement de devenir le « pays d'origine » au lieu de sa véritable origine géographique (endroit où les produits de la mer ont été pêchés ou cultivés) (Roebuck, K et al 2017). Cette confusion entre origine géographique et « pays d'origine » existe également dans la réglementation canadienne.

- Étiquetage du pays d'origine : coût estimé d'application de la réglementation

Il a été estimé que les coûts pour la 1<sup>re</sup> année de mise en œuvre de la législation *Country of Origin Label* (COOL) furent de 3,9 milliards de dollars, notamment afin de créer et de mettre en place le système d'informations requis par la réglementation (Thompson, M. 2005). En plus de cela, il aurait coûté près de 2 milliards de dollars US au secteur alimentaire américain dont pas loin de 630 millions de dollars aux détaillants pour se conformer aux exigences de cette simple réglementation COOL notamment en matière de tenue de dossiers et d'étiquetage avec indication du pays d'origine (Parlement du Canada 2003). Le Canada (auquel l'OMC a donné raison en 2015) estime par ailleurs que les coûts engendrés sur ses producteurs par la réglementation américaine COOL, se chiffrent à un peu plus de 3 milliards de dollars par année. Les dommages résultant des coûts additionnels considérables que doivent assumer les acteurs de la chaîne d'approvisionnement de l'industrie alimentaire

pour séparer les animaux canadiens des animaux américains ainsi que leurs produits et sous-produits, à toutes les étapes de la production (Agriculture et Agroalimentaire Canada 2017).

- Problématiques liées à l'étiquetage de la dénomination des produits de la mer aux Etats-Unis

Aux États-Unis, les obligations réglementaires en matière d'étiquetage précisent que l'étiquette doit inclure un nom commun approprié, se rapportant à la liste des produits aquatiques de la FDA. Cependant, la FDA considère à travers cette liste que plusieurs espèces peuvent être vendues sous un même nom commun, avec pour exemple le nom commun « rockfish » (sébaste) qui englobe 13 espèces de poissons pouvant être commercialisées sous ce même nom. En plus de ces tolérances une étude a dévoilé que 70 à 80 % des « Red Snapper » (Vivaneau rouge) vendus aux États-Unis sont en réalité des espèces qui n'étaient pas incluses dans la liste de la FDA et dont certaines seraient même listées comme surpêchée (Bréchon, A. L 2016).

Il est aussi avéré que les pratiques d'étiquetage mensonger par la substitution du nom du produit marin sont beaucoup plus fréquentes en Amérique du Nord qu'en Europe (Jacquet, J. L., & Pauly, D. 2008). En effet, aux États-Unis plus d'un tiers de tous les poissons en vente seraient mal étiquetés (Lowell, B, 2015). Il est suggéré que les erreurs d'étiquetages sont principalement le fait des distributeurs et des détaillants finaux des produits aquatiques, qui chercheraient à accroître leurs bénéfices en renommant les produits de la mer avec des titres plus appétissants, ou en les faisant passer pour une espèce à prix plus élevé (Warner, K et al 2016). Une réglementation qui entretient une certaine confusion en autorisant un nom commun pour plusieurs espèces de poisson peut-être un facteur qui encourage ces mauvaises pratiques d'étiquetage (Bréchon, A. L 2016). Quoi qu'il en soit, le fait que près de 90% des produits de la mer consommés aux États-Unis soient importés et que la FDA inspecte seulement 2 % de ces expéditions ne favorise certainement pas non plus la baisse de ces pratiques de mauvais étiquetage (Zisser, B et al 2012).

#### b) AU CANADA

- Point de vue du législateur au sujet des obligations d'étiquetage des produits aquatiques au Canada

Le Parlement du Canada estime qu'un gouvernement peut avoir trois raisons d'envisager la mise en place d'un système d'étiquetage obligatoire. Tout d'abord, protéger les consommateurs contre la fraude et les producteurs contre la concurrence déloyale ; mais aussi, faciliter et surveiller la traçabilité pour accroître la salubrité des aliments ; enfin, le gouvernement peut vouloir combler des lacunes dans l'information accessible aux consommateurs sur la salubrité et sur la qualité des aliments. Aussi, au sujet du différend qui a opposé le Canada et les USA sur la réglementation « *Country-of-Origin-Labeling* » (COOL) mise en place par les États-Unis, le Parlement du Canada a jugé qu'aucune des raisons

précédemment énoncées ne s'applique à cette réglementation. En effet, la réglementation COOL n'aurait pas pour objectif la salubrité des aliments ni la correction d'une fraude ou d'une concurrence déloyale. Par ailleurs, les nombreuses exemptions dont bénéficie la réglementation COOL font douter le Parlement du Canada au sujet de la réelle volonté du gouvernement des États-Unis de combler des lacunes dans l'information des consommateurs. Il n'est bien sûr pas question pour le Parlement du Canada d'arguer qu'inonder les consommateurs d'information peut devenir contre-productif, mais au contraire de souligner le fait que les restaurants et les petits détaillants comme les poissonneries sont dispensés des mesures d'étiquetage, montrant ainsi que la volonté du législateur n'est pas l'information du consommateur. Comment justifier en effet que le consommateur de la grande distribution devrait être mieux informé que le client d'une poissonnerie ? (Parlement du Canada 2003).

- Problématiques liées au nom commun des produits aquatiques au Canada

Tout comme les États-Unis, le gouvernement du Canada exige que les poissons soient étiquetés avec un nom commun, recommandé selon une liste fournie par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Les mêmes problématiques qu'aux États-Unis se posent avec un « nom commun » regroupant plusieurs espèces de poissons, ce qui rend difficile l'évaluation de la durabilité des produits de la mer (SeaChoice 2016). Par ailleurs, la liste de l'ACIA comprend près de 800 espèces de produits de la mer, celle des États-Unis créée par la FDA et mentionnée plus haut, en comprend quant à elle environ 1 800. Cependant, les similitudes entre la liste de la FDA et celle de l'ACIA ne se retrouvent que sur 500 espèces, ce qui montre un fort désalignement dans la terminologie entourant les espèces, causant fréquemment des enjeux de conformité à l'importation et limitant la traçabilité des produits aquatiques (Bhatt, T et al 2016). Au sujet de l'importation des produits aquatiques, il est par ailleurs intéressant de noter que l'ACIA exige que lui soient communiquées des informations très précises lors de l'importation d'un produit de la mer. En effet, le formulaire de notification d'importation requiert des informations telles que la méthode de production ou le pays de récolte ainsi que le nom scientifique du poisson et son numéro taxonomique. Cependant, aucune de ces informations clés n'est transmise aux étapes suivantes de la chaîne d'approvisionnement, ni communiquée au consommateur final (Roebuck, K et al 2017). Par ailleurs, le constat d'une tendance à l'étiquetage mensonger ou trompeur au Canada est très similaire à celui observé aux États-Unis. Une étude réalisée sur des échantillons de produits de la mer provenant de nombreux établissements de vente au détail situés dans cinq régions métropolitaines canadiennes entre 2008 et 2010 a en effet constaté que plus de 40% des échantillons étaient mal étiquetés par rapport à la liste des noms communs émise par l'ACIA (Hanner, R., 2011).

### 3. BONNES PRATIQUES ET INITIATIVES PERTINENTES DE LA FILIERE DES PRODUITS AQUATIQUES EN MATIERE D'ETIQUETAGE AU CANADA ET AUX ETATS-UNIS

#### a) AUX ETATS-UNIS

- Bonnes pratiques organisationnelles en matière d'étiquetage aux Etats-Unis

Les exemples de bonnes pratiques organisationnelles en matière d'étiquetage aux États-Unis proviennent tout d'abord d'organisations à but non lucratif qui travaillent à la recherche, à l'avancement et à la mise en place de ces méthodes. Un acteur pivot en matière d'étiquetage est l'organisme à but non lucratif de normalisation de l'information, GS1 global. Celui-ci développe et gère le système de normes GS1, qui est le langage commun des affaires le plus répandu au monde. Il fournit en effet le cadre nécessaire à la traçabilité au sein des chaînes d'approvisionnement de très nombreux secteurs. Aux États-Unis, GS1 US, l'une des associations locales membres de GS1 global s'est engagée avec des organisations industrielles, des organisations à but non lucratif et des fournisseurs de technologies, pour comprendre et améliorer la traçabilité dans le secteur des produits aquatiques. Ainsi, en partenariat avec le National Fisheries Institute (NFI) GS1 US a contribué à créer en 2011 un guide d'aide à l'industrie des produits de la mer des États-Unis afin d'améliorer les pratiques de traçabilité et d'étiquetage tout au long de la chaîne d'approvisionnement. La recommandation principale adressée par ce document à tous les acteurs de la filière des produits de la mer est qu'il faille construire un processus allant de la capture au consommateur final et qui permettrait la collecte, la saisie et le stockage de données électroniques de traçabilité. Les outils proposés par le GS1 US pour parvenir à construire un tel processus sont l'utilisation des systèmes globaux de numérotation et d'identification GS1, ainsi que des codes-barres, mais aussi celle de la synchronisation des données et enfin de l'échange électronique d'informations (National Fisheries Institute (NFI). 2011).

- Chaîne d'approvisionnement : éléments clés et évènements critiques

En 2014 le GS1 US, toujours épaulé par le National Fisheries Institute (NFI) a créé un concept de liste normalisée de données à collecter et à partager dans les chaînes d'approvisionnement, nommée « *Key data elements* » ou KDE, ceci en vue d'un consensus dans l'industrie. Les KDE tel que défini par le GS1 US dans cette preuve de concept doivent être collectés et transmis à chaque « *Critical Tracking Event* » (CTE) soit un événement critique pour la transmission des données de traçabilité. Pour les produits aquatiques pêchés, ces « CTE » comprennent la récolte, le débarquement, le regroupement, le traitement primaire, l'emballage, l'expédition, la réception et la vente. À chaque événement critique doivent être collectés 12 KDE à savoir le nom du CTE et son ID, la date et l'heure, le nom du propriétaire lors de l'événement, la localisation de l'événement, le nom des partenaires commerciaux, le numéro du lot, la quantité et son unité de mesure ainsi que l'ID de l'activité et de la marchandise. Par ailleurs à chaque CTE il doit y avoir une transmission

des éléments précédemment enregistrés ainsi que des données de départs soit 12 KDE de base pour les produits aquatiques pêchés et 9 KDE pour ceux élevés. Les 12 KDE initiaux des produits aquatiques pêchés sont : le numéro d'identification unique du pêcheur, le numéro d'identification du lot, la zone géographique de capture, le pays de débarquement, le nom de l'organisation / association responsable de la gestion des activités de capture, le lieu de traitement, le pays d'enregistrement du bateau de pêche, le nom de la technique utilisée pour attraper les poissons, le classement du produit de la mer selon *Blue Ocean Institute* ainsi que celui réalisé par Monterey Bay Aquarium afin d'éduquer les consommateurs sur les espèces durables, la certification du *Marine Stewardship Council* ainsi que la certification *Responsible Fisheries Management* de l'Alaska Marketing Institute. Enfin, les 9 KDE initiaux pour les poissons d'élevage sont : le numéro d'identification unique de l'éleveur, le numéro d'identification du lot, la zone où le produit a été élevé, le pays d'origine, le nom de la ferme où le poisson a été cultivé, les exigences de certification de sécurité alimentaire BRC, IFS, FSSC22000 et SQF, et les certifications environnementales (National Fisheries Institute (NFI) and GS1 US 2014 ).

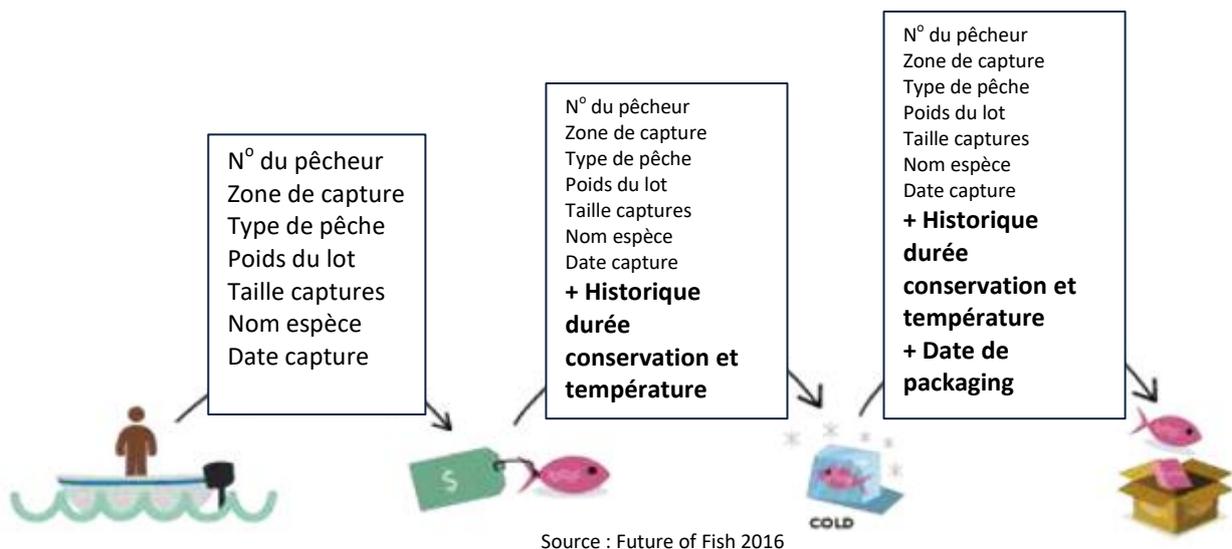


Figure 18 Capture et transfert des différents Key Data Elements à chaque Critical Tracking Event

- La force de la chaîne d'approvisionnement est celle du maillon le plus faible

Un autre exemple d'organisme à but non lucratif américain qui contribue efficacement à l'avancement de bonnes pratiques organisationnelles en matière d'étiquetage est Future of Fish. En effet cette organisation peut se prévaloir de sa contribution à la création d'une trousse à outil pédagogique nommée « *Traceability 101 Toolkit* », qui vise à éduquer la filière des produits aquatiques aux États-Unis quant à la traçabilité et aux bonnes pratiques d'étiquetage. La substantifique moelle des préconisations faites dans ce guide indique que la traçabilité est une décision de la chaîne d'approvisionnement, de bout en bout. Accroître l'information délivrée aux consommateurs finaux pour atteindre un meilleur marché ne peut se faire que si chaque entreprise de la

chaîne d'approvisionnement capture, conserve et transmet des informations précises et suffisantes. Il suffit qu'un seul acteur de la chaîne ne considère pas la valeur de l'information transmise par manque de capacité ou d'intérêt et alors tous les efforts et progrès de traçabilité faits au fil du temps par les acteurs antérieurs dans la chaîne seraient perdus (Future of Fish 2016a 2016b).

- Initiatives de la filière pour de bonnes pratiques d'étiquetage des produits de la mer aux Etats-Unis

L'organisme à but non lucratif Oceana a créé un portrait des bonnes pratiques en matière de traçabilité de certains acteurs avant-gardistes (Oceana 2016).

On y trouve l'histoire de plusieurs grossistes de produits aquatiques, qui ont adopté un système de traçabilité électronique interne. Ainsi, au débarquement de la pêche, les données sont collectées par voie électronique, on y retrouve le nom du bateau, le type d'engin, le port de débarquement, le nom du pêcheur ou du propriétaire du bateau. Enfin, un système d'étiquetage transmettra au consommateur final, l'histoire qui fut documentée immédiatement sur les quais.

Mais aussi on trouve dans ce document l'exemple d'un transformateur de crevette du golfe du Mexique qui utilise le logiciel de traçabilité électronique « Trace Register » dans sa chaîne d'approvisionnement, ce qui lui permet d'accéder au marché de grands détaillants comme *Whole Foods* et *Wegmans*. Ces distributeurs ont en effet pour politique d'avoir l'assurance que leurs fournisseurs de crevettes utilisent des dispositifs de réduction des prises accessoires de poissons et de tortues marines. Le logiciel de traçabilité Trace Register, permet aussi aux distributeurs de vérifier exactement où, quand et comment les crevettes sont récoltées.

Un autre portrait retranscrit par Oceana est celui de ce grossiste du marché des produits de la mer pour la restauration installé à Washington, qui a mis en place un outil de traçage interne de ses produits, appelé « Fish Print ». Celui-ci fournit au client des informations pour prendre des décisions durables en fonction de l'endroit et de la façon dont le poisson a été capturé. Des QR codes bidimensionnels sont par ailleurs émis par le logiciel qui informe sur le moment et le lieu où le poisson a été capturé ainsi que sur le type d'engin utilisé. Les clients peuvent analyser les QR codes dans les menus des restaurants pour en savoir plus sur leur dîner.

Les bonnes pratiques d'étiquetage se trouvent bien souvent dans les entreprises qui commercialisent une seule espèce de produits de la mer. Telles les entreprises américaines de thon *Chicken of the Sea* et *Bumblebee* qui ont créé des étiquetages permettant aux consommateurs de retrouver leur thon en conserve à l'aide de codes individuels imprimés sur chaque boîte. Cela permet ainsi aux consommateurs d'avoir accès à des informations

telles que l'espèce, l'emplacement et la méthode de capture, le nom du navire et l'emplacement du traitement de leur produit (FishWise 2017).

Un dernier exemple de bonnes pratiques nous vient d'une pêcherie de la côte nord-est des États-Unis, qui a mis en place un système de gestion de l'information sur les captures avec un étiquetage par QR code pour assurer la transmission des données et garder l'histoire attachée aux poissons (World Fishing 2014).

- Bonne pratique dans l'utilisation des technologies d'étiquetage

La technologie RFID consiste à identifier électroniquement des radiofréquences placées dans une étiquette pour les transformer en informations sur le produit. Sa mise en place dans la chaîne d'approvisionnement des produits aquatiques aux USA a montré qu'il est possible pour cette technologie d'améliorer la traçabilité. En effet, depuis 2007, les chaînes d'approvisionnement de Wal-Mart en sont équipées. D'autres grands détaillants comme Albertson et Target ont par ailleurs très vite suivi le géant de la grande distribution américaine. Aujourd'hui, beaucoup de petits détaillants ont aussi pris le tournant et utilisent la technologie RFID, qui est devenue assez répandue dans la chaîne d'approvisionnement des produits alimentaires aux USA (Petersen, A. and Green, D. n.d.).

- Technologies de codage et d'échange de l'information

Afin de transmettre l'information tout au long de la chaîne d'approvisionnement, de la mémoire du pêcheur jusqu'à l'étiquette du poissonnier, des solutions techniques existent et sont parfois déjà utilisées dans la filière des produits de la mer aux Etats-Unis. Ces solutions doivent permettre un échange d'informations rapide et précis pour protéger les clients et économiser du temps et de l'argent. Ainsi, le Global Data Synchronization Network (GDS) mis en place par le GS1 fournit une description sans ambiguïté des produits, ce qui facilite la transmission de l'information à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement. Par ailleurs l'échange électronique d'informations (EDI) est déjà utilisé dans la plupart des organisations comme moyen de communication des données transactionnelles. D'autres moyens d'échange normalisé couplé avec des technologies d'identification électronique comme les balises RFID permettent de suivre, de compléter et de transmettre les KDE à chaque événement de suivi critique (CTE) (NFI and GS1 US 2011 et 2014).

- Utilisation de logiciels de traçabilité dans la filière des produits de la mer aux Etats-Unis

Notons tout d'abord un récent projet de l'Institute of Food Technologists visant à créer une architecture de type Service Oriented Architecture (SOA) prenant en compte la transmission des KDE des produits aquatiques (nom latin de l'espèce ; nom commun ; lieu de capture ; date de débarquement ; date de de récolte ; information du navire ; méthode de pêche ; poids total des captures ; zone de pêche ... ) via l'étiquetage, au travers des différents « Critical Tracking Event » (CTE) compris comme les points où la capture de

données est nécessaire pour maintenir la traçabilité (le débarquement, le transport, le traitement, la distribution, etc.) (Bhatt, T et al 2016).

L'organisme à but non lucratif Future of Fish a publié en 2014 un rapport comparant les fournisseurs de technologies de traçabilité et d'étiquetage des produits de la mer (Future of Fish 2014). Son département spécialisé dans les technologies de traçabilité travaille maintenant avec l'industrie des produits de la mer ainsi qu'avec les fournisseurs de technologies de ce secteur, afin de comprendre les possibilités d'amélioration en matière d'étiquetage. Leur but est ainsi la conservation des données dans les chaînes d'approvisionnement en vue de garder l'histoire attachée aux poissons.

Les technologies de traçabilité et d'étiquetage comparées et décrites dans cette plaquette prennent par exemple l'aspect de plate-forme électronique de traçabilité et de gestion des données. Celle-ci collecte les données au sujet des captures pour les stocker ensuite dans une banque sécurisée tout en aidant les gestionnaires du secteur des pêches comme ceux de l'industrie à collecter, analyser et partager ces informations. Certaines de ces plates-formes personnalisées pour l'industrie de la pêche, peuvent s'ajouter à un journal de bord électronique avancé (eLog) pour la collecte, l'analyse, le traçage, la cartographie, ainsi que la gestion et la transmission de toutes les données relatives aux navires de pêches. Des systèmes informatisés de gestion des quotas peuvent aussi être couplés à ces plates-formes.

On trouve également des logiciels de gestion intégrée du type « ERP » (Enterprise Resource Planning) spécifique au secteur des produits aquatiques. Ces logiciels entièrement intégrés de planification des ressources facilitent la traçabilité des produits à différents points de la chaîne d'approvisionnement, avec un suivi complet des lots. Ces ERP intègrent également souvent des plateformes de traçabilité électroniques comme « Trace Register » que nous décrivons plus bas.

Certaines plates-formes de traçabilité comparée dans l'étude utilisent un code-barres pour chaque lot de poisson. Cette méthode permet aux gestionnaires des pêches de suivre exactement l'origine du poisson. Ces technologies peuvent par ailleurs s'ajouter à une application mobile destinée aux consommateurs, qui relie ainsi pêcheurs, transformateurs, détaillants et consommateurs par des liens marketing très forts.

Revenons quelque peu sur « Trace Register », l'exemple de logiciel de traçabilité électronique précédemment évoqué (Future of Fish, FishWise, Global Food Traceability Center 2016). Ce registre indépendant permet aux entreprises de toute la chaîne d'approvisionnement de partager des informations telles que le pays d'origine, la date de récolte, le nom commun et le nom scientifique des prises, mais aussi la zone de capture, etc. Ceci afin de gérer les risques, d'augmenter la valeur marchande, de raconter l'histoire du poisson, mais aussi d'améliorer la logistique. Le partage de l'information se fait par voie

électronique grâce à un système Web. Par ailleurs, un outil d'analyse intégré examine les tendances des données, trouve les incohérences et peut même générer des améliorations afin de permettre à la chaîne d'approvisionnement de faire confiance aux données (Trace Register 2017).

Pour finir, le distributeur de produits de la mer NorPac Fisheries Export a mis en place une solution informatisée de traçabilité (Insight Solutions) pour retracer le produit du point de récolte jusqu'au détaillant, permettant ainsi un étiquetage efficace et pertinent. Aussi, en 2014, NorPac Fisheries Export, et Nature Conservancy, ont lancé un programme pilote de traçabilité électronique qui a démontré les gains d'efficacité que les entreprises peuvent tirer des outils de traçabilité électroniques (FishWise 2017).

## b) AU CANADA

- Bonnes pratiques et technologies en matière d'étiquetage au Canada

Bien que le Canada accuse un certain retard dans la mise en place de bonnes pratiques d'étiquetage et de traçabilité, quelques exemples de bonnes pratiques ressortent. C'est le cas du système de traçabilité connecté « ThisFish » développé en Colombie-Britannique. Cette plate-forme est conçue pour connecter directement le consommateur au pêcheur. ThisFish est en fait composé de plusieurs outils intégrés visant la gestion des données en ligne, ainsi que l'émission de codes uniques pour chaque produit. Par ailleurs, un portail d'informations sur les différents distributeurs et pêcheurs permet de créer un lien entre producteur et consommateur (source web, <http://thisfish.info>).

- Étiquetage traçable cofinancé pour le homard en Gaspésie

Une idée intéressante nous vient du Regroupement des pêcheurs professionnels du sud de la Gaspésie au Québec, qui a cofinancé la mise en place d'un système étiquetage des homards, par un partenariat avec le Regroupement québécois des producteurs de lait. Celui-ci profite en retour du verso de l'étiquette attachée à l'une des pinces du fameux crustacé, pour faire la promotion du beurre. Quant au recto de l'étiquette, un code permet au consommateur de retrouver le bateau qui a capturé son homard (Radio-Canada 2016).

Les bonnes pratiques d'étiquetage dans la filière des produits aquatiques au Canada se trouvent bien souvent dans les entreprises qui commercialisent une seule espèce de produits de la mer. Ainsi, l'industrie de la transformation de la crevette nordique en Gaspésie informe ses consommateurs du nom du bateau qui a pêché les crevettes contenues dans le paquet.

Le gouvernement a réalisé une consultation publique pour la modernisation de l'étiquetage. Cette consultation est terminée, mais le rapport final n'est pas encore disponible.

L'Initiative de modernisation de l'étiquetage des aliments (MEA) a été lancée en juin 2013 par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Les consultations ont été menées en étapes multiples. L'ACIA a analysé les commentaires des consultations et a développé des propositions clés pour des changements qui ont été soumises à la troisième étape de consultation.

Approche de la consultation	
Étapes	Calendrier
1. Consulter les intervenants sur les enjeux – étape I	Terminée
2. Recueillir et analyser les résultats des consultations de l'étape I	Terminée
3. Rédiger les options pour discussion	Terminé
4. Consulter les intervenants quant aux options pour discussion – étape II	Terminée
5. Analyser les résultats de la consultation étape II et afficher un rapport	Terminé
6. Consulter les intervenants sur les changements clés proposés	Terminé
7. Rédiger un rapport et l'afficher sur le site Web	À être déterminé (2017)

#### 4. BARRIÈRES ET FREINS MIS A JOUR DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

- Problème dans l'acceptation même par la filière d'un système de transmission de l'information efficace

L'organisme Future of Fish a décrit en 2014 plusieurs barrières qui font que l'industrie des produits de la mer aux États-Unis traîne les pieds lorsque l'on évoque la traçabilité. La première de ces barrières est la crainte d'une violation des données collectées qui pourrait entraîner la publication d'informations exclusives, la divulgation de secrets d'affaires et la perte d'un avantage concurrentiel. Le deuxième facteur entraînant une résistance de la part de la filière à adopter une politique de traçabilité est l'insuffisance de preuves convaincantes d'un potentiel retour sur investissement. En effet, la mise en œuvre d'un système de traçabilité peut être dispendieuse et les bénéfices tangibles varient selon la position d'une entreprise dans la chaîne d'approvisionnement. La culture du secret et le manque général de confiance entre les partenaires commerciaux au sein de la filière des produits aquatiques sont des barrières non négligeables à l'adoption de bonnes pratiques de traçabilité. En effet, l'industrie des produits de la mer est très concurrentielle et les partenariats sont souvent basés sur la confiance créée à travers plusieurs générations. Par ailleurs, les pratiques de capture et de gestion des données sont souvent archaïques et le papier / crayon est bien souvent encore la méthode la plus commune d'enregistrement des prises au débarquement. Enfin, un gros barrage à l'établissement de la traçabilité vient de la halle à marée, où l'idée communément ancrée est que l'efficacité augmente en combinant les captures plutôt qu'en les séparant en fonction des provenances (Future of Fish 2014).

- Barrières à la traçabilité causées par l'effet de chaîne

Dans un récent projet de construction d'une architecture informatisée visant la transmission des différents « KDE » lors des « CTE » évoqués auparavant, « l'Institute of Food Technologists » a diagnostiqué des freins à la construction d'un système de traçabilité au sein de la chaîne d'approvisionnement des produits aquatiques aux USA (Bhatt, T., et al. 2016) Aussi l'association Future of Fish en 2014, a tenté de décrire les problèmes de traçabilité causés par l'effet de chaîne dans la filière des produits de la mer aux États-Unis (Future of Fish 2014). Ce paragraphe s'appuie sur ces deux constats pour exposer les barrières à la traçabilité causée par l'effet de chaîne.

Le premier constat est bien évidemment celui d'un manque de partage de l'information collectée par les pêcheurs, les transformateurs, les distributeurs et les vendeurs à mesure que les produits de la mer traversent la chaîne d'approvisionnement. Ces informations sont bien souvent compartimentées et étroitement surveillées par leurs propriétaires respectifs, qui ne les communiquent généralement ni à leurs clients ni même à leurs partenaires. Le défi à relever n'est pas dans la capture des données, mais plutôt dans le décloisonnement de l'information prisonnière des systèmes internes de chaque entreprise de la chaîne d'approvisionnement. Une des causes à ces blocages internes est le manque de normes universelles et d'interopérabilité. On entend par là qu'il y a une sévère carence d'uniformisation dans la méthode de saisie de l'information à chaque niveau de la chaîne ; mais aussi, un problème de standardisation des données capturées et transmises par les participants de la chaîne. Par ailleurs, les systèmes de gestion intégrée (ERP) des différentes entreprises qui composent la chaîne de distribution sont conçus par différents fournisseurs de solutions technologiques, ce qui limite beaucoup le partage de données et l'interopérabilité. La difficulté et le coût du développement de « middleware » conçus pour relier des systèmes disparates point par point, ainsi que la fragmentation de l'industrie des produits de la mer due aussi à sa nature mondiale, mais aussi la variété des acteurs de la chaîne d'approvisionnement et la prolifération de systèmes d'ERP personnalisés sont autant de barrières à la communication de l'information au sein de la chaîne.

Si la standardisation des KDE peut être une réponse à ces problématiques, il reste que le manque de normalisation et de terminologie commune crée des divergences dans la façon dont les informations seront collectées et échangées entre les partenaires commerciaux. Par exemple, la date de capture pour certaines espèces peut être une fourchette de dates correspondant à la durée de la marée, au lieu d'une date spécifique afin de simplifier la saisie, mais encore faut-il normaliser cette donnée. Une chose est sûre cependant : les ports de débarquement sont de précieuses « boîtes noires » dans la chaîne d'approvisionnement, où l'information est malheureusement souvent perdue, ou mal enregistrée.

## D. ÉTIQUETAGE DANS LES FILIERES DES PRODUITS CARNES ET DES FRUITS ET LEGUMES

---

### 1. LA METHODOLOGIE UTILISEE

L'expertise s'est intéressée à l'étiquetage mis en œuvre dans les filières des produits carnés et des fruits et légumes, dans le but de synthétiser les problématiques auxquelles sont confrontées les parties prenantes de ces filières, ainsi que les bonnes pratiques et les solutions techniques et organisationnelles mises en œuvre pour y répondre.

Pour les fruits et légumes, nous avons ciblé la filière des tomates, sur le conseil des membres du comité de pilotage. Depuis 2009 dix normes sont parues pour divers fruits et légumes, dont les tomates, ainsi qu'une norme générale (annexe I du règlement UE 1221/2008).

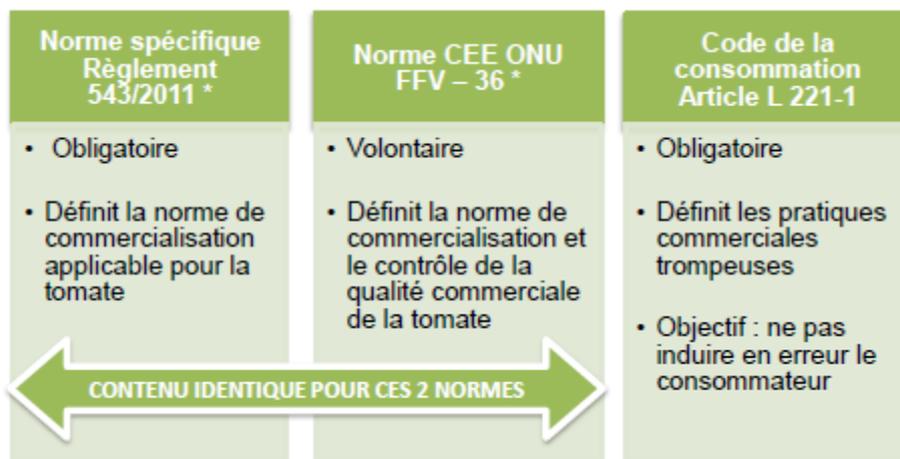
Pour la filière carnée, nous avons ciblé la filière de la viande bovine au regard de la diversité des races.

### 2. LA FILIERE DES TOMATES

Face au développement des types et variétés de tomates (tomates cerise, tomates grappe, variétés anciennes, et autres) et de leurs origines, la profession a souhaité normaliser les informations transmises au consommateur.



Comme tout produit alimentaire le secteur de la tomate est régi par un cadre réglementaire strict.



La filière a défini un référentiel indiquant ce qui est du domaine de la réglementation, donc obligatoire, et du domaine de la norme volontaire, donc facultatif.

Ce référentiel sur la tomate est un outil d'information visant à clarifier cette segmentation et préciser les mentions obligatoires et facultatives. Cet outil permet aux professionnels de mettre aux normes leur étiquetage à tous les maillons de la chaîne de distribution.



## REFERENTIEL SUR LA SEGMENTATION DE LA TOMATE

Norme CEE ONU : Nature du produit (mention obligatoire) <i>(type commercial obligatoire si produit non visible de l'extérieur)</i>	Noms des segments de produits (mention facultative)	Description de la forme avec exemples (la variété est une mention facultative)	Quelques photos d'exemples
Tomate <i>ronde</i> en grappe	<b>Les Grappes</b>	Fruit rond, parfois légèrement aplati. Fruits de 2 à 4 loges <i>Exemples : Plaisance, Climberlay, Clodano</i>	
Tomate <i>ronde</i>	<b>Les Rondes</b>	Fruit rond, parfois légèrement aplati. Fruits de 3 à 4 loges <i>Exemples : Admira, Kakao</i>	
Tomate <i>cerise</i> Tomate <i>cerise</i> en grappe	<b>Les Cerises rondes</b> <b>Les Cerises rondes grappes</b>	Fruit rond. Fruits de 2 à 3 loges. <i>Exemples : Tastyno, Piccolo, Majorita, Pepe F1</i>	
Tomate <i>cerise</i> Tomate <i>cerise</i> en grappe	<b>Les Cerises allongées</b> <b>Les Cerises allongées grappes</b>	Fruit oblong. Fruits de 2 à 3 loges. <i>Exemples : Ballastar, Ministar, Angellen Dasher, Trilly F1</i>	
Tomate <i>cocktail</i> en grappe	<b>Les Cocktails grappes</b>	Fruit rond. Fruits de 2 à 4 loges. <i>Exemples : Brioso, Campari,</i>	
Tomate <i>allongée</i> Tomate <i>allongée</i> en grappe	<b>Les Allongées</b> <b>Les Grappes allongées</b>	Fruit allongé ou oblong. Fruit de 2 à 3 loges. <i>Exemples : Myriade, Romanella, Sir eliane</i>	
Tomate <i>côtelée</i>	<b>Les Aumônières</b>	Côtelée, aplatie, piriforme. Fruit multiloculaire 6-12 loge <i>Exemples : Tomawak, Arawak, Rugisso, Aurea, Liguria</i>	

Figure 19 extrait du référentiel de segmentation de la tomate

<b>Origine</b>	<b>FRANCE</b>	<b>Produit Normalisé I</b>
<b>Produit</b>	<b>TOMATES CÔTELEES</b> <i>(obligatoire)</i> <b>Segment : Les Aumônières</b> <i>(facultatif)</i> <b>Variété Tomawak</b> <i>(facultatif)</i>	
<b>Calibre</b>	<b>82/102</b>	<b>Poids NET 6 KG</b>



Figure 20 exemple des informations sur un colis

Pour le consommateur les informations qui doivent obligatoirement apparaître sont :

- La nature du produit, exemple : tomate ou tomate grappe,
- Le type commercial : on en distingue 4 types (rondes, à côtes, allongées, cerises),
- Le pays d'origine,
- La catégorie (Extra, I ou II) pour les produits soumis à une norme spécifique comme la tomate.

Autant l'application de cette norme pose peu de problèmes à la GMS, autant son application auprès de détaillants et notamment sur les étals de marchés est disparate. Pour des raisons de théâtralisation de leur étal, des commerçants utilisent des supports comme des ardoises d'apparence traditionnelle. Dans ce cas des informations peuvent être manquantes.

Les petits détaillants préfèrent communiquer sur une origine plus précise et souvent locale, ainsi que sur les variétés et segments qui apportent une gamme diversifiée de goûts et de modes d'utilisation.

On retrouve dans cette filière en partie la dichotomie rencontrée dans la filière des produits de la mer, à la différence qu'ils possèdent une norme d'indications volontaires plus valorisantes qui leur ouvre un possible retour sur investissement.

Ainsi les écarts d'étiquetage ne sont pas vraiment dus à des motifs de coût (la normalisation n'imposant qu'éventuellement le remplacement d'un jeu de pics prix), mais bien de motivation des professionnels et de leur appréciation des attentes de leurs consommateurs.



Figure 21 exemple d'étiquetage en GMS d'une tomate ronde de catégorie I d'origine France

### 3. LA FILIERE DE LA VIANDE BOVINE

Face aux crises qu'a connues la filière bovine française, elle est précurseur dans le secteur des viandes d'une traçabilité accrue des lots et d'une meilleure information des consommateurs.

Suite à la crise de la « vache folle », la filière, avec l'appui des services publics, a mis en place le logo Viande Bovine Française afin de protéger la filière française puisque le cœur de la crise était l'Angleterre. Pour ce faire, la France a contourné la législation de concurrence loyale entre pays membres de l'Europe. L'Europe a par la suite fait évoluer la réglementation communautaire.

Le règlement n°1760/2000 du Parlement et du Conseil fixe les conditions de l'étiquetage de la viande bovine. Ce règlement remplace le règlement n°820/97 dont il reprend les règles déjà en vigueur de l'étiquetage facultatif. Il crée par ailleurs un système communautaire d'étiquetage obligatoire de la viande bovine.

L'étiquetage des viandes bovines, hormis les viandes hachées, doit obligatoirement comporter, depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2000 :

- un numéro assurant le lien entre le produit et l'animal ou le groupe d'animaux dont il est issu,

- le pays d'abattage et le numéro d'agrément de l'abattoir,
- le pays de découpage et le numéro d'agrément de l'atelier de découpe.

#### L'origine française, le type racial et la catégorie :

En France, l'accord interprofessionnel du 17/02/98 a été étendu, donc rendu obligatoire, jusqu'au 31 août 2000. Dans l'attente d'une nouvelle extension, les opérateurs peuvent continuer à étiqueter la viande bovine avec les mentions de l'origine française, de la catégorie et du type racial, ils l'effectuent alors à titre volontaire.

#### Évolution UE au 1<sup>er</sup> janvier 2002

A partir du 1<sup>er</sup> janvier 2002, ces informations doivent être complétées par l'indication du pays de naissance et du pays d'élevage. Dans le cas où l'animal dont provient la viande est né, élevé et abattu dans le même pays, la mention « origine » peut également être employée.

Pour le veau et le jeune bovin, il s'agit exactement du même type d'information, avec en complément et de façon obligatoire, les mentions suivantes :

- La catégorie de l'animal (« veau ou viande de veau »/« jeune bovin ou viande de jeune bovin »),
- Pour la viande de veau, la mention : « Age à l'abattage : moins de 8 mois »,
- Pour la viande de jeune bovin, la mention : « Age à l'abattage : de 8 mois à moins de 12 mois ».

Depuis de nombreuses années, la viande bovine (veau et bœuf) non transformée est soumise à une réglementation stricte en matière d'étiquetage dans les points de vente et en établissement de restauration. C'est en France que le niveau d'information du consommateur sur le produit est le plus poussé. Les indications figurant sur l'étiquette des viandes bovines commercialisées en grandes et moyennes surfaces, ou affichées en boucheries artisanales, sont en effet de deux ordres : mentions obligatoires et mentions volontaires.

Outre ces éléments, le consommateur peut ainsi voir figurer sur l'étiquetage de la viande bovine, en complément des mentions réglementaires obligatoires, les indications facultatives suivantes :

- Catégorie de l'animal, en distinguant 5 catégories différentes : jeune bovin, bœuf, génisse, vache ou taureau.
- Type de l'animal. Il existe 3 types de bovins : les races à viande, les races laitières et les races mixtes (laitières et à viandes),
- Race de l'animal (ex : limousine)
- Mode d'élevage des animaux,
- Origine locale des animaux (provenance régionale, départementale etc...).



Figure 22 étal de viande de bœuf où l'origine n'est pas indiquée

En figure 22 le type est globalement une « race à viande » élément rouge du pic prix et mixte pour les brochettes.

De plus, des mentions facultatives dont l'utilisation est régie par des cahiers des charges spécifiques peuvent également être apposées sur les viandes bovines. Elles apportent une garantie supplémentaire sur les modes de production, la qualité du produit ou encore son origine. C'est le cas des :

- Signes d'identification de la qualité et de l'origine (AOC/AOP, IGP, Label Rouge, Agriculture Biologique)
- Des Certifications Conformité Produit
- Des démarches interprofessionnelles (VBF, VVF, Race à Viande, etc.)

**Les mentions :**

- ① **L'origine :**  
Lorsqu'une seule origine est mentionnée, l'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays.  
L'étiquette indique toujours le pays, le numéro d'agrément de l'abattoir et de l'établissement de découpe.
- ② **Catégorie :** jeune bovin, génisse, boeuf ou vache
- ③ **Type :** Race à viande ou race laitière
- ④ le nom du produit
- ⑤ **Dates d'emballage et de péremption**
- ⑥ **Les critères prix**
- ⑦ **Ce numéro permet d'assurer la traçabilité**  
(savoir d'où vient la viande).
- ⑧ **Estampille sanitaire,**  
pour les produits livrés déjà conditionnés  
(ex. : le steak haché en barquette).



Figure 23 Mentions d'étiquetage de la viande bovine

Selon une enquête de la DGCCRF en 2016, « *Étiquetage et traçabilité des viandes - 03/03/2016* », l'information du consommateur est parfaite.

La DGCCRF a procédé à des contrôles dans toute la France et les a renforcés depuis l'été 2015. Même s'il y a peu de tromperies, elle constate que l'information du consommateur sur l'ensemble des viandes à la distribution reste parfaite dans de nombreux cas et appelle les professionnels à renforcer leur vigilance.

L'étiquetage de l'origine des viandes et l'amélioration de leur traçabilité répondent à des enjeux majeurs, aussi bien pour les producteurs, qui souhaitent valoriser leur production et mettre en avant son origine, que pour les consommateurs, qui veulent une information fiable et une traçabilité permettant de garantir la sécurité des produits. Cette obligation d'étiquetage de l'origine, précédemment limitée à la viande bovine, a été étendue en avril 2015 aux viandes de porc, de mouton, de chèvre et de volaille vendues crues.

Les actions de contrôle ont principalement ciblé les grandes et moyennes surfaces (GMS), les ventes directes, les ateliers de découpe et les grossistes. L'enquête annuelle s'est étendue au contrôle de l'origine des autres viandes que le bœuf : porc, mouton, chèvre, volaille. Les contrôles ont été renforcés à partir de juillet-août 2015 pour s'assurer du

respect de cette nouvelle obligation, dans un contexte difficile pour l'élevage français. 2 474 établissements ont ainsi fait l'objet de contrôles au total, avec des écarts constatés dans deux cas sur cinq.

Les contrôles n'ont mis en évidence que peu de cas de tromperie. Les pratiques les plus graves, qui trompent le consommateur et faussent la concurrence, font l'objet de suites pénales (infractions relevées par des procès-verbaux). Elles ne sont identifiées que dans 3 % des contrôles environ.

En revanche, l'application de la réglementation relative à l'information du consommateur sur l'origine de la viande demeure insuffisante et les taux de non-conformité sont élevés.

En amont de la filière, lors des actions de contrôle concernant l'étiquetage et la traçabilité de la viande bovine, 24 % des grossistes contrôlés ont reçu un avertissement.

Le taux d'anomalie en matière d'affichage des mentions d'étiquetage obligatoire de l'origine demeure élevé : 19 % des GMS. Il progresse même de sept points en un an<sup>1</sup> dans les boucheries traditionnelles : de 28 % à 35 %.

Parmi les manquements les plus importants, on peut citer les exemples suivants :

- Certains bouchers affichent l'origine de la viande de bœuf, mais pas celle de la viande de veau.
- En boucherie traditionnelle, des viandes de rachat étrangères (hampes, onglets) sont mises en vente sans distinction avec des viandes d'origine française, ou bien l'affichage du certificat du fournisseur est substitué à celui de l'origine, ou encore ce certificat n'est pas à jour.
- Dans les GMS, les transferts de pièces de viande entre le rayon libre-service et le rayon traditionnel sont souvent mal tracés. Si les systèmes de traçabilité s'améliorent techniquement, **les employés sont insuffisamment formés à leur maniement.**
- Des infractions récurrentes sont constatées sur les allégations relatives à la race, l'origine locale, la catégorie, le signe de qualité (Label rouge), etc.
- Une application relâchée de la réglementation relative à la traçabilité en boucherie peut se manifester à travers l'absence de documents de traçabilité ou dans l'incohérence des enregistrements.

La DGCCRF a veillé à ce que les professionnels se mettent en conformité dans les meilleurs délais. Compte tenu de la fréquence des écarts, la démarche de progrès doit être poursuivie avec l'ensemble des professionnels de ces filières.

---

<sup>1</sup> [https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/etiquetage-et-tracabilite-des-viandes#\\_ftn1](https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/etiquetage-et-tracabilite-des-viandes#_ftn1)

La DGCCRF appelle l'ensemble des professionnels à s'approprier davantage les réglementations, à améliorer leurs dispositifs de traçabilité et à renforcer leur démarche d'information des consommateurs. Elle maintiendra une stricte vigilance lors des contrôles qui seront menés avec fermeté tout au long de l'année 2016, dans un contexte de fragilité des filières d'élevage.

Cible	Résultats
<b>2 474 établissements visités</b> <b>2 804 contrôles effectués</b>	1 134 avertissements 102 mesures administratives 210 procès-verbaux

Les taux d'anomalie relatifs à la traçabilité s'établissent<sup>2</sup> respectivement à 14 % et 21 %.

Comme pour la filière des tomates, on constate que les défauts sont plus d'ordre de la motivation que de réels problèmes de transmission et de transcription de l'information. Le secteur artisanal tend à se fonder sur sa réputation auprès de ses clients et peut relâcher sa vigilance. Le secteur de la GMS présente plus de problème de formation de ses personnels de rayon que de capacité technique à répondre aux obligations.

<sup>2</sup> [https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/etiquetage-et-tracabilite-des-viandes#\\_ftnref1](https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/etiquetage-et-tracabilite-des-viandes#_ftnref1)

# III. Conclusion

Cette phase de l'expertise a mis à jour des points critiques dans les pratiques actuelles de mise en œuvre de la réglementation OCM tout au long de la chaîne d'approvisionnement des produits de la mer en France. Par ailleurs, un ensemble de bonnes pratiques en matière d'étiquetage des produits marins ont été mises à jour, tant pour le secteur des produits de la mer français, qu'en Espagne, au Canada ainsi qu'aux Etats-Unis.

Les besoins identifiés à ce stade de l'étude sont la normalisation des moyens d'échange de l'information transmise par les halles à marée et la mise en œuvre des interfaces pour les opérateurs intermédiaires. Par ailleurs, il pourrait être utile d'étendre le travail du Groupe de travail SALTO, mais aussi de développer la communication vers les consommateurs, dans une optique pédagogique. Ceci afin qu'ils puissent mieux comprendre les mentions précisées sur l'étiquetage du produit marin qu'ils acquièrent.

Les principaux points critiques ressortant de l'analyse sont le coût de mise aux normes des installations pour les halles à marée et les mareyeurs, sans retour sur investissement, ainsi que la rupture de la chaîne d'information entre les producteurs et les halles à marée.

Tableau 2 : Résumé des points critiques mis à jour et leurs appréciations en fonction des acteurs de la chaîne d'approvisionnement

Points critiques	Pêcheurs	HAM	1 <sup>ers</sup> acheteurs	Grossistes	Poissonniers GMS	Import
Défaut de transmission de l'information	☹	☺	☺	☺	☺	☹
Mauvaise information	☹	☹	☹	☹	☹	☹
Incompatibilité logiciels	☹	☹	☹	☹	☹	
Impact financier (matériel +++ et humain +)	☺	☹	☹	☹	☹	
Surcharge de travail pouvant entraîner un emploi supplémentaire	☺	☹	☹	☹	☹	
Défaut de temps	☺	☹	☹	☹	☹	

Points critiques	Pêcheurs	HAM	1 <sup>ers</sup> acheteurs	Grossistes	Poissonniers GMS	Import
Décalage réception lot et documents BL et facture	NA	NA	☹️	NA	NA	NA
Informations pas sur tous les supports (BL / facture)	NA	NA	😊	😊	😊	😊
Saisie manuelle risque d'erreurs	NA	☹️	☹️	☹️	☹️	
Traçabilité interne	NA	😊	😊 et 😊	😊 et ☹️	😊 et ☹️	☹️
Défaut de connaissance de la réglementation	NA	😊	😊	😊	😊	😊
Pertinence contestée	😊	😊	☹️	☹️	😊	☹️

# IV. Recommandations

La variété des acteurs de la chaîne d'approvisionnement des produits de la mer en France fragmente cette filière. Ainsi, il apparaît que le principal défi à relever pour la filière des produits aquatiques en France n'est pas dans la capture des données, mais plutôt dans le décloisonnement de l'information prisonnière des systèmes internes de chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement. Le manque de normalisation et de terminologie commune crée en effet des divergences dans la façon dont les informations sont collectées et échangées entre les partenaires. Pour cela, il est nécessaire de s'appuyer sur une normalisation de l'échange de l'information entre tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement particulièrement à trois niveaux :

- La standardisation de la méthode de saisie de l'information (quelle information recueillir ? où ? quand et comment ?)

La pratique courante de saisie et de gestion des données au papier / crayon notamment pour l'enregistrement des prises, montre qu'un effort doit être fait dans la modernisation des méthodes de saisie de l'information.

- L'uniformisation de l'échange de l'information sous la forme électronique et l'utilisation de systèmes de numérotation et d'identification électronique.

Le but étant de faciliter le suivi, et la transmission de l'information à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement, grâce à l'utilisation de moyens d'échange normalisés (uniformité de la place des informations sur l'étiquette etc.) que l'on peut coupler avec des technologies d'identification électronique tel que balises RFID (qui permet aux informations complémentaires d'être greffées en cours de route).

- La normalisation des outils d'échanges électroniques de l'information.

Les logiciels de gestion intégrée (ERP) des différentes entreprises qui composent la chaîne de distribution sont disparates et freinent le partage de données et l'interopérabilité. Une solution peut passer par la mise en place de logiciels « middleware » conçus pour relier ces systèmes hétérogènes point par point, mais leur coût et leur complexité limitent leurs utilisations. Il y a donc un besoin d'uniformisation des outils d'analyse et de partage de l'information qui peut aussi se traduire par la mise en place de plates-formes électronique de traçabilité. Ces registres indépendants permettent aux entreprises de toute la chaîne d'approvisionnement de partager leurs informations en l'incorporant directement à leurs logiciels intégrés de planification des ressources (ERP), tout en communiquant aussi avec le log-book électronique des navires de pêche.

Enfin, le coût de la traçabilité pour amener l'information du pêcheur à l'étiquette du détaillant n'est pas réparti équitablement sur tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement de même que les avantages, les bénéfices tangibles variant selon la position d'une entreprise dans la chaîne d'approvisionnement. Par ailleurs, l'insuffisance de preuves convaincantes d'un potentiel retour sur investissement, d'une politique de traçabilité souvent coûteuse, entraîne de facto une inévitable résistance de la part des acteurs de la filière.

Pour chaque solution proposée, une grille d'analyse complète une description des moyens, processus ou matériels envisagés.

Tableau 3 Analyse des solutions d'étiquetage proposées

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	
<b>Produits concernés</b>	
<b>Solution technique</b>	physique ou flux d'information dématérialisés
<b>Facilité de mise en œuvre, durée de mise en œuvre</b>	avec phasage éventuel
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	matériels, ressources humaines (incluant la formation)...
<b>Impact pour les consommateurs</b>	
<b>Risques éventuels</b>	techniques, juridiques, organisationnels...
<b>Synergies avec d'autres filières agroalimentaires ou logistiques recherchées</b>	
<b>Sécurisation des solutions</b>	choix de technologies / organisation éprouvées
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	si une plateforme commune est adaptée
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances de consommation et de distribution des produits de la mer prévisibles</b>	

## A. SOLUTIONS IMMATERIELLES

La première famille de solutions concernant l'étiquetage des produits aquatiques porte sur des moyens immatériels.

### 1. FORMATION

Description : formation des pêcheurs, des personnels de halles à marée, des mareyeurs et des distributeurs.

Tableau 4 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (formation)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Base commune de connaissance de la réglementation et des moyens de son application Meilleure appréhension de l'intérêt de cette réglementation
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Elaboration de référentiels de formation, mise en œuvre des formations Rédaction d'un guide pratique de l'étiquetage (cf. viande bovine)
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile mais action de longue durée
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Faible prise en charge par les OPCA
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fort : une bonne connaissance des maillons de la filière veut dire une bonne information des consommateurs.
<b>Risques éventuels</b>	Aucun
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	Référentiel de formation
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Actions de formation mutualisées
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Des formations continues peuvent être envisagées pour entretenir le professionnalisme des poissonniers (dirigeants et ouvrier poissonniers) et leur capacité à répondre aux attentes des consommateurs en termes de praticité, de développement durable, etc. Les formations concerneront également les personnels des sites de vente en ligne ou des circuits courts.

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
✓	✓	✓	✓		

## 2. SENSIBILISATION

Description : sensibilisation des consommateurs, développement de la connaissance filière, produits et modes de production (élevage versus sauvage et techniques de pêche).

Tableau 5 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (sensibilisation)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Capacité des consommateurs à comprendre les critères d'étiquetage
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Campagne de communication Livret consommateur : « comment interpréter l'étiquetage des produits de la mer »
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile campagne en plusieurs vagues Diffusion du livret via les distributeurs
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Elevé
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fort
<b>Risques éventuels</b>	Défaut de communication particulièrement pour la technique du chalut et de la drague (pas de méthode de pêche douce)
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	Travail pédagogique et de vulgarisation, important notamment pour l'explication des techniques de pêche
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Publics et part d'autofinancement professionnel
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Oui action proactive Nécessité d'investir internet et les réseaux sociaux dans les actions de sensibilisation

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
				✓	

## 3. DEVELOPPEMENT DE BASES DE DONNEES MUTUALISEES

Description : mise en place d'une base de données commune aux HAM. Base accessible aux acheteurs en temps réel pour télécharger les caractéristiques des lots achetés.

Tableau 6 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (base de données)

Critère	Particularité de la solution envisagée
---------	--

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Obtention des données d'achat en temps réel pour tous les premiers acheteurs.
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Harmonisation des systèmes d'enregistrement des HAM
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile : plus du domaine du volontariat que de la technique Solution pouvant être mise en œuvre relativement rapidement au regard de la mise aux normes des installations des HAM
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Coûts d'installation variables suivant l'état d'informatisation des entreprises 1 <sup>ers</sup> acheteurs
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue des informations
<b>Risques éventuels</b>	Défauts de sécurisation des accès individuels Si défaut de transmission à partir de la base de données centralisée risque pour les acheteurs de ne pouvoir enregistrer les données de lots en temps réels donc perte d'information
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	Les données présentes dans la base centralisée sont toujours enregistrées dans chacune des HAM Une transmission en temps réel suite au défaut de la base centrale doit être possible à partir de chaque halle
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Possible entre HAM et acheteurs Réseau SALTO
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	NA

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
	✓	✓			✓

#### 4. STANDARDISATION ET UNIFORMISATION

Description : informations, abréviations, localisation sur l'étiquette... Les opérateurs informatiques sous les criées ne sont pas identiques et on ne peut imposer un fournisseur unique. Cela ne bloque en rien la normalisation des formats de transmission de l'information aux acheteurs.

Le format de l'étiquette avec la position des informations et l'utilisation d'un même code d'enregistrement (code à barre ou autre) pourraient être uniformisés.

Tableau 7 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (standardisation et uniformisation)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Perte de temps pour les 1 <sup>ers</sup> acheteurs Des lors que le code d'enregistrement est standardisé, les acheteurs peuvent envisager un investissement de système de lecture du code.
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Un cahier des charges unique pour l'édition des étiquettes HAM
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile et pourrait être immédiate
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Relativement faible coût (calibrage papier et zones d'impression)
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue des informations
<b>Risques éventuels</b>	L'incapacité de nombre de 1 <sup>ers</sup> acheteurs à investir dans la solution technique de lecture du code
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	NA
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	La réflexion sur le cahier des charges peut être mutualisée. Les investissements subséquents sont individuels par les HAM et acheteurs
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	NA

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
	✓	✓			✓

## 5. REGLEMENTATION

Description : ajout(s) d'article(s) au règlement intérieur des HAM

Il apparaît important que le règlement intérieur des halles à marées intègre au moins un article sur le fonctionnement de transmission des informations. Tous les documents étiquettes, BL et factures doivent comporter les informations réglementaires. Les délais et modes de transmission de ces documents doivent être définis avec les 1<sup>ers</sup> acheteurs afin de leur apporter les informations à temps pour gérer leurs expéditions. C'est-à-dire a minima à réception des lots pour les étiquettes et BL. Si une transmission dématérialisée est rendue possible, la sécurisation des données individuelles devra être garantie.

Tableau 8 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (réglementation)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Clarification des modalités de transmission des données et harmonisation nationale possible
<b>Produits concernés</b>	Tous

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Solution technique</b>	Aucune
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile et rapide à mettre en œuvre
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Faible
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Indirect
<b>Risques éventuels</b>	Aucun
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	Groupe d'expert sur les règlements intérieurs de HAM
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Action collective possible
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	NA

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
	✓	✓			

## 6. ETUDE COMPLEMENTAIRE

Description : analyse du retour sur investissement, pour développer l'argumentaire sur l'intérêt de cette réglementation en matière de réassurance entre les maillons de la filière et de transparence vis-à-vis des consommateurs. (Cf. item formation).

Nous n'avons quasiment aucune mesure des coûts de la non-qualité dans la filière des produits de la mer. Le défaut de d'application de la réglementation génère des tensions entre opérateurs et administrations mais aussi entre opérateurs eux même. On laisse ainsi un certain fossé se créer entre les petites entreprises et les plus importantes qui peuvent développer des solutions du type industrielles (amortissement sur un volume de production et CA).

Un des atouts de la filière française est sa diversité, en termes d'espèces, de métiers, de pêche (côtière et hauturière), de tailles d'entreprises (travail à façon versus volumes) qui lui permet de répondre à un besoin de nombre de références pour rendre un étal attractif et dans des volumes significatifs. Mais cette diversité des entreprises de pêche et de mareyage est aussi un point de faiblesse dans une concurrence mondiale. La part de la GMS dans la distribution de produits de la mer est dominante et satisfaire sa demande réclame une professionnalisation croissante. Mais cette professionnalisation n'a pas la même définition en amont qu'en aval.

De par sa position la GMS a besoin d'être rassurée dans ses approvisionnements et les informations qui leurs sont fournies. L'absence d'harmonisation et le défaut de fiabilité

réglementaire inquiètent et peuvent amener certains à se tourner davantage vers l'importation de produits de masse via des filières industrialisées.

Certains mareyeurs perçoivent aujourd'hui la réglementation comme une contrainte supplémentaire, voire considèrent que l'administration leur demande de faire une part de leur travail pour le contrôle des pêches. Ils pourraient être sensibles à une étude qui leur apporte un regard, il nous semble, jamais porté sur la filière.

Tableau 9 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (étude complémentaire)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Confiance accrue entre les maillons de la filière
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Etude
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Etude importante mais dont la mise en œuvre peut être rapide (état des lieux).
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Coût relativement conséquent au regard de l'ampleur de l'étude
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue des informations
<b>Risques éventuels</b>	Aucun
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	NA
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Action mutualisée
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Les sites de vente en ligne, les circuits courts, les ventes directes peuvent être inclus dans le périmètre de l'étude.

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
✓	✓	✓	✓		✓

## 7. FINANCEMENTS

Description : aides à l'investissement et au développement de procédés (R&D).

Les ateliers de marée en France sont constitués de TPE ou PME. Les marges du secteur du mareyage sont connues pour être faibles. Leur capacité d'investissement est limitée. Entre les réglementations, sanitaires et de sécurité, et la difficulté de recrutement due au défaut d'attractivité du secteur, les choix d'investissement ne se tournent pas spécialement vers la mise aux normes de la traçabilité OCM.

Les HAM sont soutenues par les collectivités au regard notamment de l'importance des investissements en termes de rénovation, d'extension et de constructions nouvelles.

Ainsi la CCI de Quimper Cornouaille s'est proposée pour expérimenter la mise en place du réseau SALTO car elle possédait une expertise interne importante. Cette expérimentation s'est accompagnée d'une aide au financement de leur mise aux normes. Mais toutes les HAM ne sont pas égales face aux capacités d'investissement. De petites halles gérées par des communes ne peuvent se comparer à d'importantes chambres de commerce ou des SEM.

Tableau 10 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (financement)

Critère	Particularité de la solution envisagée
Difficulté surmontée	Soutien aux entreprises à faible capacité d'investissement pour une mise aux normes de leurs installations d'enregistrement et informatiques
Produits concernés	Tous
Solution technique	Cadres financiers
Facilité et durée de mise en œuvre	Indéterminées
Coûts d'installation et d'utilisation	Indéterminés
Impact pour les consommateurs	Fiabilité accrue de l'information
Risques éventuels	Coût
Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques	Benchmark possible
Sécurisation des solutions	Compatibilité FEAMP
Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement	Part d'autofinancement, actions communes à prioriser
Adaptabilité aux nouvelles tendances	Les ventes en ligne, circuits courts, et autres nouvelles tendances sont éligibles.

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur Poissonniers détaillants taille à définir	Consommateur	Etat
✓	✓	✓	✓		✓

## B. SOLUTIONS MATERIELLES

Certaines solutions concernant l'étiquetage des produits aquatiques comportent la mise en œuvre des moyens physiques dédiés.

### 1. PIC PRIX ADAPTES

Description : développement de pic-prix adaptés à la réglementation et aux pratiques (mélange de lots).

Tableau 11 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (pic-prix)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Intégration possible de toutes les informations
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Une solution existante cf. poissonniers corail Développement de pics avec roulettes conformes aux pratiques
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile et mise en œuvre rapide possible
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Coûts raisonnables. La solution des pics à roulettes est plus couteuse du fait du nombre de pics nécessaires et de leur fragilité
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue de l'information
<b>Risques éventuels</b>	Aucun
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	CDC
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Coûts aujourd'hui assumés par les entreprises. Mais aide au financement envisageable pour les toutes petites entreprises (TPE)
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Solution peu adaptée pour les développements en ligne

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
			✓		✓

## 2. OUTILS INFORMATIQUES

Description : outils portables, bornes de saisie, balances intelligentes, systèmes de lecture de codes.

Des entreprises françaises ou étrangères ont développé des outils aujourd'hui internes mais à partir desquels il serait possible de réaliser un développement de plus grande ampleur (prototypes).

Par exemple une poissonnerie aux USA a développé une commercialisation de la production de pêcheurs locaux. Les pêcheurs leur cèdent leurs pêches, les poissonniers les commercialisent et rémunèrent les pêcheurs. Cette association tient en partie par le fait que les deux associés de cette poissonnerie nouvelle ont développé une communication consommateur qui va au-delà de la simple réglementation. Ils valorisent les espèces méconnues, communiquent sur la saisonnalité, permettant une meilleure rémunération des pêcheurs. Mais surtout ils ont développé un logiciel leur permettant d'enregistrer et de mettre en ligne les données officielles et toute autre mention valorisante. Les informations

sont saisies via une tablette « waterproof » par les chauffeurs qui vont charger les pêches au débarquement des navires, ce qui réduit les frais induits autour de la vente. L'édition d'un QR code qui permet aux clients restaurateurs et aux consommateurs d'accéder à l'histoire des navires, des produits et autres conseils comme des fiches recettes. Autre avantage compétitif, la vente peut commencer avant la préparation et le conditionnement en toute sécurité par rapport aux approvisionnements.

La déficience des systèmes de prévision des apports ou le non-étalement des débarquements sur la semaine, sont des thématiques que organisations basées sur des solutions informatiques pourraient investir.

Tableau 12 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (matériel informatique)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Gain de temps Absence de ressaisie Gain dans l'organisation donc dans la productivité des entreprises
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Systèmes de saisie anticipée ou en temps réel (outil de lecture de code)
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Facile à mettre en œuvre et possible rapidement pour certains produits. D'autres demandent du développement
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Coûts d'installation variables. Besoin de formation des personnels en charge des enregistrements.
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue de l'information
<b>Risques éventuels</b>	Coût
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	Benchmark possible Dès lors que l'information est dématérialisée toute édition de document comme les bons de transports est fiabilisée (traçabilité accrue avec N° lot puisque anticipation ou en temps réel)
<b>Sécurisation des solutions</b>	Prototypes, CDC pour les fournisseurs
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Aides à l'investissement
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Au cœur de la solution

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
✓	✓	✓	✓	✓	✓

### 3. GENERALISATION DE LA TRANSMISSION DES DONNEES DE LOGBOOKS

Description : généralisation des logbooks (petite pêche) et/ou process automatisé d'enregistrement ou de transmission.

Les pêches encadrées par l'obligation du *logbook* représentent environ 80 % du volume débarqué par la pêche française. La transmission de ces données devrait se faire en continu le temps de la marée. Cet acquis aiderait les prévisions d'apports aux premiers acheteurs leur permettant de mieux organiser leurs approvisionnements.

Pour une grande partie de la pêche côtière non soumise au logbook, une solution fiable pourrait être mise en œuvre entre le producteur et la HAM. En effet peu de criées trient les lots de la pêche côtière. Des halles possèdent des bornes de saisie accessibles aux pêcheurs. Mais elles ne prennent en compte que les données ECPF et le poids du lot. Ce sont encore les HAM qui doivent renseigner les informations « contrôle » et consommateur.

Les bornes de saisie des HAM imposent que tous les champs obligatoires soient renseignés (passage au critère suivant bloqué si pas de réponse). Pourquoi ne pas imposer cette pré-saisie par les pêcheurs eux même ? Les agents des halles à marée assureraient une vérification avant la vente afin de valider ou corriger une erreur de pré-saisie.

Tableau 13 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (logbooks)

Critère	Particularité de la solution envisagée
<b>Difficulté surmontée</b>	Rupture de la chaîne d'information Fin des informations douteuses
<b>Produits concernés</b>	Tous
<b>Solution technique</b>	Réseau, bornes
<b>Facilité et durée de mise en œuvre</b>	Solutions techniques simples mais durée de mise en œuvre peut être longue du fait de réticence à la transmission d'informations et de temps de travail au débarquement
<b>Coûts d'installation et d'utilisation</b>	Coûts variables de faibles à forts. Formation des marins pour les bornes.
<b>Impact pour les consommateurs</b>	Fiabilité accrue des informations
<b>Risques éventuels</b>	Aucun
<b>Synergies avec filières agroalimentaires ou logistiques</b>	NA
<b>Sécurisation des solutions</b>	NA
<b>Partage des coûts d'installation ou de fonctionnement</b>	Part d'autofinancement. Formation OPCA
<b>Adaptabilité aux nouvelles tendances</b>	Oui, les données logbook sont en amont des circuits de commercialisation

Public concerné par la solution

Pêcheur	Halle à marée	Mareyeur / transformateur / grossiste	Distributeur	Consommateur	Etat
✓	✓				✓

# Annexes

## A. LEXIQUE

Abr.	Signification	Abr.	Signification
ABAPP	Association Bretonne Acheteurs Produits Pêche	ACIA	Agence canadienne d'inspection des aliments
ADEPALE	Association des entreprises de produits alimentaires élaborés	CA	Chiffre d'affaires
CCLCV	Associations nationales de consommateurs et d'usagers en France.	CNPMEM	Comité national des pêches maritimes et des élevages marins
COOL	Country of Origin Label	CRC	Comité Régional de Conchyliculture
CRPM	Conférence des Régions Périphériques Maritimes	CRPMEM	Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins
DDPP	Direction Départementale de la Protection des Populations	DGCCRF	Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
DIRM NANO	Direction interrégionale de la mer Nord Atlantique	EUMOFA	Observatoire du marché, appliqué au secteur de la pêche et de l'aquaculture de l'Union européenne.
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture	FDA	Food and Drug Administration
GMS	Grande et Moyennes surfaces (supermarchés et hypermarchés)	k	millier
LIP	Loi sur l'inspection du poisson	LAD	Loi sur les aliments et drogues
M	million	MSC	Marine Stewardship Council
OP	organisations de producteurs	OCM	organisation commune des marchés
PCS	Professions et Catégories Socioprofessionnelles	REEPC	Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation
RIP	Règlement sur l'inspection du poisson	RU	Royaume-Unis
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone	UMF	Union du Mareyage français
USDA	Département de l'Agriculture des États-Unis	UE	Union Européenne

## B. BIBLIOGRAPHIE ET SOURCES

---

- ACIA (2017-03-21)** Exigences en matière d'étiquetage pour le poisson et les produits de poisson Retrieved from : <http://www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/poisson-et-les-produits-de-poisson/fra/1393709636463/1393709677546?chap=2#s1c2> (avril 2017)
- AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA (2017)** Étiquetage indiquant le pays d'origine (EPO) imposé par les États-Unis - Fiche de renseignements Retrieved from : <http://www.agr.gc.ca/fra/industrie-marches-et-commerce/statistiques-et-information-sur-les-marches/information-sur-les-marches-agricoles-et-alimentaires-par-region/etats-unis-et-mexique/echanges-bilateraux-canada-etats-unis/etiquetage-indiquant-le-pays-d-origine-epo-impose-par-les-etats-unis-fiche-de-renseignements/?id=1416856287926> (avril 2017).
- BHATT, T., CUSACK, C., DENT, B., GOOCH, M., JONES, D., NEWSOME, R., ... & ZHANG, J(2016)**. Project to Develop an Interoperable Seafood Traceability Technology Architecture: Issues Brief. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 15(2), 392-429.
- BRECHON, A. L., HANNER, R., & MARIANI, S(2016)**. A systematic analysis across North Atlantic countries unveils subtleties in cod product labelling. *Marine Policy*, 69, 124-133.
- CHARLEBOIS, S., STERLING, B., HARATIFAR, S., & NAING, S. K(2014)**. Comparison of global food traceability regulations and requirements. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 13(5), 1104-1123
- CHAPITRE IV DU REGLEMENT 1379/2013 DU PARLEMENT EUROPEEN ET DU CONSEIL**, (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013R1379&from=ES>)
- DILLON, M., & DERRICK, S(2004)**. A guide to traceability within the fish industry. Sippo/Eurofish. FishWise (2017) Advancing Traceability in the Seafood Industry: Assessing Challenges and Opportunities. <https://www.fishwise.org/traceability/traceability-white-paper/>
- FUTURE OF FISH (2014)** Getting There from Here: A Guide for Seafood Traceability Available at: [http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/fof-traceability\\_report-final\\_0.pdf](http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/fof-traceability_report-final_0.pdf)
- FUTURE OF FISH (2016A)** T101 Videos: End-to-End Traceability is a Supply Chain Decision. Available at: <http://futureoffish.org/content/t101-videos-end-end-traceability-supply-chain-decision>
- FUTURE OF FISH (2016B)** The Untapped Potential of Story to Sell Seafood. Available at: [http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/Storied%20Fish%20Report\\_Aug2016.pdf](http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/Storied%20Fish%20Report_Aug2016.pdf)
- FUTURE OF FISH, FISHWISE, GLOBAL FOOD TRACEABILITY CENTER (2016C)** Seafood Traceability Glossary: A guide to terms, technologies, and topics. Available at: [http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/T101-Seafood%20Traceability%20Glossary%20WEB\\_0.pdf](http://futureoffish.org/sites/default/files/docs/resources/T101-Seafood%20Traceability%20Glossary%20WEB_0.pdf)
- GS1(2015)**. GS1 Foundation for fish, seafood and aquaculture traceability implementation guideline. Available from: <http://www.gs1.org/traceability/guideline/gs1-foundation-fish-seafood-and-aquaculturetraceability-implementation>. Accessed april, 2017
- HOLLIDAY D(2012)** Seafood Traceability Retrieved from <http://www.labelingnews.com/2012/12/seafood-traceability> (Accessed april 2017)
- INSTITUTE OF FOOD TECHNOLOGISTS (2015)** IFT Global Food Traceability Center Awarded \$1.3 Million Grant to Design Seafood Traceability Architecture Available from: <http://www.ift.org/newsroom/news-releases/2015/may/14/ift-global-food-traceability-center-awarded.aspx> (avril 2017)

- JACQUET, J. L., & PAULY, D(2008).** *Trade secrets: renaming and mislabeling of seafood.* *Marine Policy*, 32(3), 309-318.
- JOSEPH, S., LAVOIE, N., & CASWELL, J. A(2014).** *Implementing COOL: Comparative welfare effects of different labeling schemes.* *Food Policy*, 44, 14-25.
- LOWELL, B., MUSTAIN, P., ORTENZI, K., WARNER ( 2015, JULY ).** *One Name, One Fish: Why Seafood Names Matter.* Retrieved from <http://usa.oceana.org/sites/default/files/onenameonefishreport.pdf>
- MAI, N., GREYAR BOGASON, S., ARASON, S., VIKINGUR ÁRNASON, S., & GEIR MATTHIASSON, T(2010).** *Benefits of traceability in fish supply chains—case studies.* *British Food Journal*, 112(9), 976-1002.
- NAAUM, A. M., WARNER, K., MARIANI, S., HANNER, R. H., & CAROLIN, C. D(2016).** *Seafood Mislabeling Incidence and Impacts. Seafood Authenticity and Traceability: A DNA-based Perspective*, 1.
- NATIONAL FISHERIES INSTITUTE (NFI) and GS1 US Seafood Traceability Proof of Concept Project Overview,** [https://www.gs1us.org/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?command=core\\_download&entryid=588&language=en-US&PortalId=0&TabId=134](https://www.gs1us.org/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?command=core_download&entryid=588&language=en-US&PortalId=0&TabId=134)
- NATIONAL FISHERIES INSTITUTE (NFI). 2011.** *Traceability for Seafood, U.S. Implementation Guide.* Accessed april, 2017: [http://www.aboutseafood.com/sites/all/files/FINAL%20Seafood%20Trace%20Guide\\_v1.1.pdf](http://www.aboutseafood.com/sites/all/files/FINAL%20Seafood%20Trace%20Guide_v1.1.pdf).
- NOAA (2015)** *Presidential Task Force on Combating Illegal Unreported and Unregulated (IUU) Fishing and Seafood Fraud Action Plan* Accessed from <https://www.federalregister.gov/documents/2015/10/30/2015-27780/presidential-task-force-on-combating-illegal-unreported-and-unregulated-iuu-fishing-and-seafood>
- NOAA FISHERIES (2014).** *Presidential Task Force on Combating IUU Fishing and Seafood Fraud: Action Plan for Implementing the Task Force Recommendations.* Accessed from [http://www.nmfs.noaa.gov/ia/iuu/noaa\\_taskforce\\_report\\_final.pdf](http://www.nmfs.noaa.gov/ia/iuu/noaa_taskforce_report_final.pdf)
- OCEANA (2016)** *Fish Stories: Success and Value in Seafood Traceability* [https://usa.oceana.org/sites/default/files/fish\\_stories\\_report\\_hi-res.pdf](https://usa.oceana.org/sites/default/files/fish_stories_report_hi-res.pdf) Accessed april, 2017
- PARLEMENT DU CANADA, SRIVASTAVA L (2003)** *L'étiquetage indiquant le pays d'origine* (Retrieved from <http://www.lop.parl.gc.ca/Content/LOP/ResearchPublications/prb0302-f.htm#annexec> (Accessed april 2017)
- PETERSEN, A. AND GREEN, D(n.d.)** *Seafood Traceability: A Practical Guide for the U.S. Industry.* North Carolina: National Fisheries Institute, Inc. and North Carolina Sea Grant. Available at: <http://seafood.oregonstate.edu/.pdf%20Links/Seafood%20Traceability%20-%20A%20Practical%20Guide.pdf>
- PROGRAMME FISH SCALE (Seafood Compliance and Labeling Enforcement) (Conformité aux produits de la mer et mise en vigueur de l'étiquetage) de la FDA USA** [https://accessdata-preprod.fda.gov/scripts/FDATrack/view/track\\_project.cfm?program=cfsan&id=CFSAN-ORS-Fish-Scale](https://accessdata-preprod.fda.gov/scripts/FDATrack/view/track_project.cfm?program=cfsan&id=CFSAN-ORS-Fish-Scale)
- REGLEMENT UE 1169/2011,** (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:es:PDF>) Roebuck, K., Turlo, C., Fuller, S. D., & Wallace, S(2017). *Canadian's Eating in the Dark: A Report Card of International Seafood Labelling Requirements.*
- SEACHOICE (2016).** *Taking Stock: Sustainable Seafood in Canadian Markets.* Retrieved from [www.seachoice.org/taking-stock/](http://www.seachoice.org/taking-stock/)
- SEAPACT (2017)** *United for a Sustainable Future* Available at : <http://www.seapact.org/projects.html>  
Thompson, M., Sylvia, G., & Morrissey, M. T(2005). *Seafood traceability in the United States: Current trends, system design, and potential applications.* *Comprehensive reviews in food science and food safety*, 4(1), 1-7.
- TRACE REGISTER (2017)** *Solutions.* Available at: <http://www.traceregister.com/solutions/>
- USDA (2017).** *Country of Origin Labeling (COOL).* Retrieved from <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/cool> (avril 2017)

- WARNER, K., LOWELL, B., DISLA, C., ORTENZI, K., SAVITZ, J., & HIRSHFIELD, M(2015).** *Oceana Reveals Mislabeling of Iconic Chesapeake Blue Crab.* *Oceana.* Retrieved from <http://usa.oceana.org/publications/reports/oceana-reveals-mislabeling-iconic-chesapeake-bluecrab>
- WONG, E. H. K., & HANNER, R. H(2008).** *DNA barcoding detects market substitution in North American seafood.* *Food Research International*, 41(8), 828-837.
- WORLD FISHING (2014)** *Traceability technology getting higher prices for local US fishermen - See more at:* <http://www.worldfishing.net/news101/industry-news/traceability-technology-getting-higher-prices-for-local-us-fishermen#sthash.yxZaCAGT.dpuf> (avril 2017)
- ZISSER, B., GLASER, D., & SEGGERMAN, I(2012).** *Do You Know Where Your Seafood Comes From?. Seafood traceability in comparison to beef*  
Available: [http://oceana.org/sites/default/files/reports/Seafood\\_Traceability\\_Report\\_FINAL.pdf](http://oceana.org/sites/default/files/reports/Seafood_Traceability_Report_FINAL.pdf), (avril 2017)

## FIGURES ET TABLEAUX

### Liste des figures

Figure 1 La chaîne d'approvisionnement des produits de la mer en France.....	10
Figure 2 Grille d'entretien-type utilisée pour les entretiens .....	12
Figure 3 étiquette créée pour du bar de pêche côtière avec l'association peu probable de deux techniques de pêche .....	15
Figure 4 sous zones de pêches validées au niveau national.....	19
Figure 5 Exemples de pics prix en poissonnerie de détail réglementaire ou non pour des produits bien particuliers .....	21
Figure 6 Point de vue des consommateurs sur l'étiquetage des produits de la mer .....	23
Figure 7 Sources d'information privilégiée des consommateurs à l'achat des produits de la mer ..	24
Figure 8 Attitude des consommateurs vis-à-vis des informations transmises par l'étiquette des produits de la mer.....	24
Figure 9 Satisfaction des consommateurs vis-à-vis de l'étiquetage des produits de la mer .....	25
Figure 10 Clarté de l'information de l'étiquetage des produits de la mer pour les consommateurs européen et français.....	25
Figure 11 Pourcentage de consommateurs français intéressé par chaque information contenue sur l'étiquette des produits de la mer .....	26
Figure 12 Exemple d'informations données lors de l'achat en ligne de produits aquatique sur des sites internet français.....	27
Figure 13 Qualité de la communication de l'information dans la chaîne d'approvisionnement.....	28
Figure 14 Architecture du projet SALTO .....	35
Figure 15 Système de regroupement en lot de commande à la sortie de chaque maillon de la chaîne d'approvisionnement .....	36
Figure 16 Pourcentage de consommateurs espagnols intéressé par les informations d'étiquetage des produits aquatiques .....	40
Figure 17 Pourcentage de consommateurs du Royaume-Unis intéressé par les informations d'étiquetage des produits aquatiques .....	42
Figure 18 Capture et transfert des différents Key Data Elements à chaque Critical Tracking Event	50
Figure 19 extrait du référentiel de segmentation de la tomate .....	58
Figure 20 exemple des informations sur un colis .....	59
Figure 21 exemple d'étiquetage en GMS d'une tomate ronde de catégorie I d'origine France.....	60
Figure 22 étal de viande de bœuf où l'origine n'est pas indiquée .....	62
Figure 23 Mentions d'étiquetage de la viande bovine .....	63

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Synthèse de la réglementation au Canada et Etats-Unis et comparaison avec la réglementation OCM .....	43
Tableau 2 : Résumé des points critiques mis à jour et leurs appréciations en fonction des acteurs de la chaîne d'approvisionnement .....	67
Tableau 3 Analyse des solutions d'étiquetage proposées.....	71
Tableau 4 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (formation) .....	72
Tableau 5 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (sensibilisation) .....	73
Tableau 6 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (base de données) .....	73
Tableau 7 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (standardisation et uniformisation) .....	75
Tableau 8 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (réglementation) .....	75
Tableau 9 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (étude complémentaire) .....	77
Tableau 10 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (financement).....	78
Tableau 12 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (pic-prix) .....	79
Tableau 13 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (matériel informatique) .....	80
Tableau 14 Analyse de la solution d'étiquetage proposée (logbooks).....	81



Odysée Développement  
144 bd Emile Delmas  
17000 La Rochelle  
[contact@odysseedev.com](mailto:contact@odysseedev.com)



**MER CONSEILS**  
1 rue Fulvy  
56100 Lorient