



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

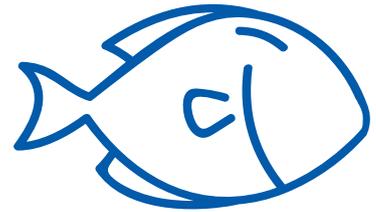


FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Pêche et Aquaculture

LES
ÉTUDES



Études de marché en
France et dans l'Union
européenne concernant
l'anguille

Synthèse

Réalisation d'études de marché en France et dans l'Union européenne concernant l'anguille



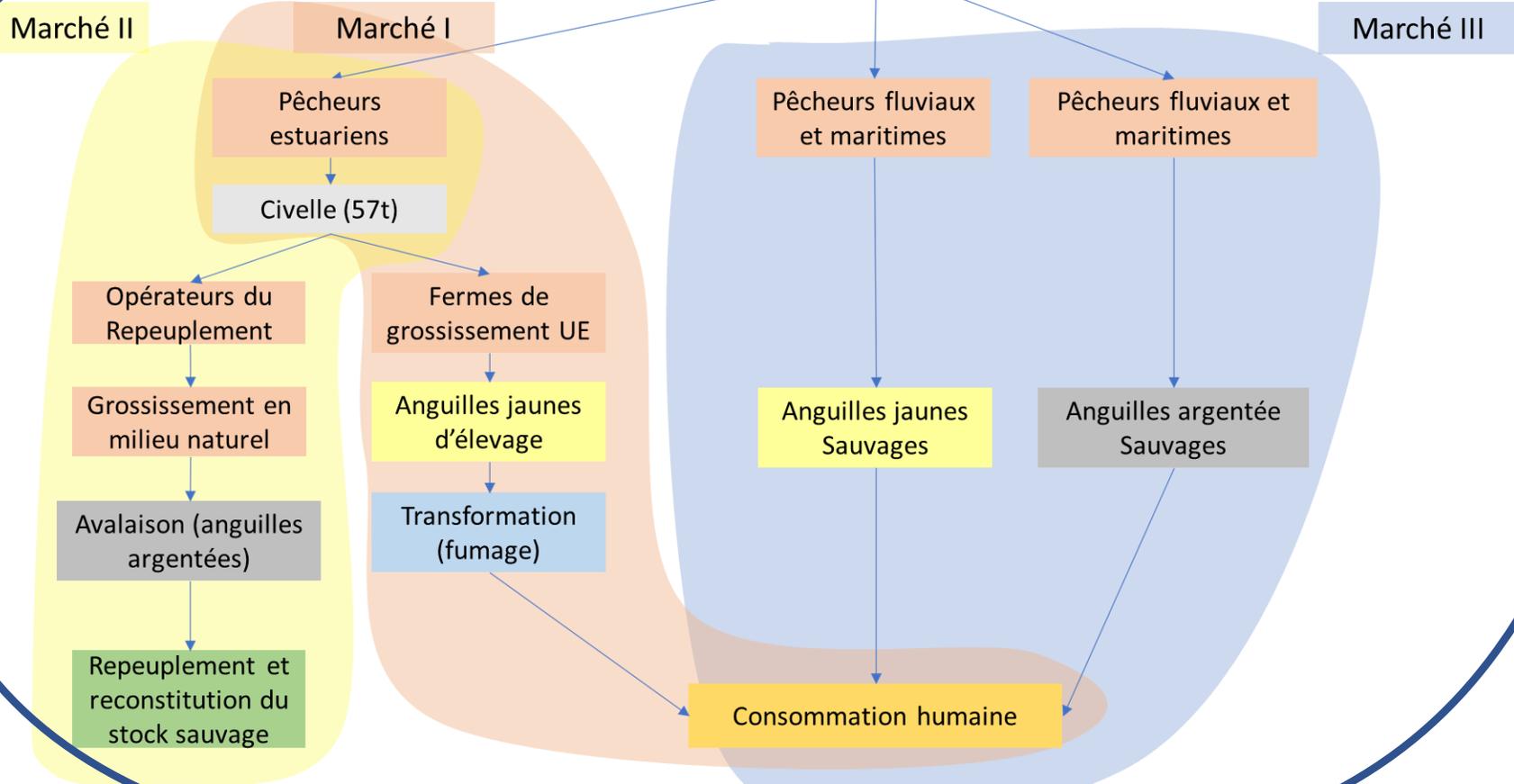
**VIA AQUA pour FranceAgriMer - Etudes de marché anguilles UE -
Restitution finale**

Points clés

- Cadre et objet de l'étude
 - Un contexte contraint, complexe et vulnérable
 - Une filière européenne désunie
 - La filière française en position de faiblesse
 - Le projet de marque collective
 - Pistes proposées pour cette marque
-
- Annexes:
 - Méthodologie et calendrier
 - Etat des lieux européen et données de cadrage
 - Focus Allemagne
 - Focus Danemark
 - Focus Pays-Bas
 - Focus Pologne
 - Etude consommateurs NL, DK, DE, FR
 - Focus comparaison consommateurs NL, DK, DE
 - Focus marché France
 - Labels, certifications et marques

Cadre et objet de l'étude

Pêche civellière et anguillière française



Trois filières /
trois marchés /
trois études
pour un projet



Quelles possibilités
de valorisation au
travers d'une marque
collective?

Un contexte contraint, complexe et vulnérable

- Ressource ayant très considérablement décliné dans les années 1950-2000
- Fort encadrement réglementaire engagé dans les années 2000

- Un bloc de six pays européens faisant le cœur du secteur: France, Pays-Bas, Allemagne, Danemark, Pologne, Espagne, font le gros des productions, des flux, du repeuplement et des consommations d'anguille sous toutes ses formes
=> c'est la cadre à retenir pour réfléchir à une marque collective France

- Un marché multiforme, à la dynamique très singulière
 - couples produits/marchés très distincts à cause de la logique consommation/repeuplement dans le débouché des civiles
 - produits finis à l'image relativement homogène et globalement peu porteuse dans toute l'UE: vieillissante, suscitant à la fois l'intérêt (originalité, goût, bénéfice santé, noblesse, tradition,...) et l'inquiétude (aspect, état de la ressource, préparation, ...)
 - présence faiblissante sur le marché, mais leviers de rebonds assez bien identifiés (communication, durabilité, présentation sous forme de produit fumé ou frais prêt à l'emploi)

- Un horizon fragile et inquiétant :
 - dépendance de la filière à près de 20% de la dépense publique, à cause du poids obligatoire du repeuplement
 - fortes oppositions, incertitudes et luttes d'influence sur la poursuite de l'activité de capture et donc sur l'avenir même de leur filière
 - effectivité peu visible des efforts de reconstitution entrepris depuis 2010, insuffisance persistante des efforts autres que ceux liés à la pression de pêche

Une filière européenne désunie

- Les pays-clés du « système anguille UE » sont liés les uns aux autres
 - dans la chaîne de valeur halio-alimentaire (débouchant sur l'anguille de consommation)
 - par le cadre réglementaire des PGA nationaux qui leur créent des obligations pour lesquelles ils ont besoin les uns des autres (civelles et anguillettes mises en œuvre dans le repeuplement)
- Pourtant, alors qu'ils affrontent les mêmes obstacles et difficultés, ils ne discutent que peu ensemble, et seuls deux d'entre eux (NL et DE) ont structuré des interprofessions et une structure commune (ESA)
- La certification SEG, qui devait renforcer la filière, contribue paradoxalement à la diviser (entre pays, entre maillons, entre opérateurs):
 - ses buts et fondements ne sont pas en cause, c'est le management de la certification qui semble être problématique
 - or cette certification est parfois abusivement présentée comme incontournable, ce qui n'est pas le cas. Mais cela écarte les opérateurs non-certifiés qui y croient faute de recul et cela renforce la position de ceux qui cherchent à l'imposer
 - la réaction logique serait de monter à bord du management du SEG, ce qui renforcerait à la fois la filière européenne et la valeur de la certification SEG
 - la réaction effective est le projet d'une autre démarche, celle d'une marque collective
 - tout ceci fragilise le secteur, qui ne peut pourtant se payer le luxe de luttes intestines en face de son horizon menaçant

=> Le projet de marque collective France devrait alors être pensé comme une contribution à la cohésion de la filière européenne et non pas comme un facteur de division supplémentaire.

La filière française en position de faiblesse

- Malgré un quasi monopole de l'offre en amont, la filière française ne fait pas la loi.
- Elle subit une pression très organisée de l'aval et n'est pas assez regroupée pour la contrebalancer
- Elle a besoin de se structurer pour peser
- Elle souffre de l'absence d'un marché domestique significatif

⇒ La marque collective peut contribuer à résorber ces faiblesses

- Le projet est né de cette situation de dépendance aux marchés en aval
- Il vise à:
 - faire exister une offre française structurée sur le marché européen (civelles et anguilletes)
 - affranchir cette offre du poids atteint par la certification SEG, perçu comme excessif
 - faire émerger une offre sur le marché national (anguille de consommation)

Le projet de marque collective

Etat d'avancement décembre 2022

- Lassitude d'un certain nombre d'opérateurs français (pêche et mareyage) devant les lenteurs de ce projet ancien, prise d'initiative pour accélérer avant la fin de la présente étude
- Création en cours d'une *Association pour la Promotion de la Marque Anguille Responsable*
- Regroupe:
 - des pêcheurs de civelles, d'anguille jaune et d'anguille argentée à titre individuel (sur toutes les façades)
 - des mareyeurs
 - des structures (UMF, ARA France)
- Elabore et veut mettre en avant une charte de bonnes pratiques appuyée sur la réglementation française
- Soutien du CONAPEDD, et de plusieurs CRPMEM

- Liens évoqués avec des opérateurs danois et allemands, ainsi qu'avec une association espagnole comparable

- Objectif: être opérationnelle pour le début de la saison de pêche 2022-2023

Le projet de marque collective

Questions a priori:

- Visée pour le marché français ou bien contre feu au SEG ?
- N'est-ce pas trop tard ?

Constats et suggestions:

- Même si aujourd'hui les civelles européennes sont de facto d'origine française à ~90% (il n'y a plus de civelle UK sur le marché UE), pas d'attente forte identifiée hors de France pour une marque « France »
 - Une marque commerciale ne peut concurrencer un label durable
- => Ne peut pas venir en concurrence du SEG, très bien établi et reconnu au niveau de l'UE

- En revanche, une marque collective peut accompagner le développement et la promotion d'une filière française de pêche et/ou de production aquacole auprès des consommateurs français méconnaissant ce produit



- De la sorte, elle peut aussi être porteuse de la voix française dans la filière européenne, et notamment peser pour assainir le « problème SEG »

Piste pour la marque collective France ?



Allemagne:
IFEA (2009)

**Anguille
Responsable
France (2022)?**

Pays-Bas:
DUPAN (2009)



⇒ Pas « contre » le SEG ou l'ESA, mais « avec »
⇒ Effet d'entraînement sur autres pays absents?

Financements d'actions diverses, dans chaque pays, principalement de repeuplement

EEL STEWARDSHIP ASSOCIATION

EEL STEWARDSHIP FUND

www.esf.international

SUSTAINABLE EEL GROUP (SEG, Bruxelles)

Partenariat

Piste pour la filière marque collective France ?

Si une entité française venait à intégrer l'ESA:

Quel équilibre des forces au sein de l'ESA dans le cadre d'un financement partagé entre NL, DE et FR?

- Les Pays Bas disposent de financements importants en provenance de DUPAN: Transformateur (NeVePaling) + Producteurs (NEVEVI) + NetVIS (pêcheurs)
NB: 90% des fumeurs néerlandais utilisent l'ESF via l'adhésion à l'ESA
 - L'Allemagne via l'IFEA dispose également de financements consistants (même mécanisme)
NB: 90% des fumeurs allemands utilisent l'ESF via l'adhésion à l'ESA
 - La France ne disposerait que de financements de pêcheurs et de qq fumeurs d'anguille de pêche, au sein d'une filière peu structurée malgré l'émergence de l'OP Estuaires
- **Quelle possibilité de développer et structurer une filière anguille** nationale qui puisse peser au sein de l'ESA?
- De **quels leviers** disposent les opérateurs français **pour peser sur la gouvernance** et la stratégie de ESA (et par conséquent du SEG)?

Piste pour la filière marque collective France ?

Quelles actions mettre en œuvre pour acquérir cette capacité de négociation?

- Poursuivre à marche forcée la **structuration de la filière française**
 - A défaut d'une seule OP nationale, fédérer la profession des pêcheurs civelliers en initiant des OP par façades ou régions là où elles sont absentes, Créer une fédération nationale de pêcheurs de civelles dont l'OP Estuaires sera un des membres. L'union fait la force de négociation.
 - Créer une association de pêcheurs d'anguille professionnels en rivière (Pays de la Loire) et lagunes (Méditerranée)
 - Créer une association de transformateurs /fumeurs
 - Créer une association regroupant tous les mareyeurs

⇒ Fédérer ces trois « collèges » au sein d'une interprofession de l'anguille
- Définir un **plan d'action durable pour l'anguille** financé par les revenus de l'interprofession, en collaboration avec DUPAN et IFEA, en complément des actions de repeuplement
- **Intégrer l'ESA:** positionner l'interprofession au même niveau que DUPAN et IFEA

Piste pour la filière marque collective France ?

- **Garder la main sur la ressource et prendre la main sur son devenir** => urgence de diversifier les entreprises de pêche exclusives civelle pour limiter, d'une part le risque encouru par les pêcheurs en cas de moratoire, et d'autre part équilibrer le rapport de force avec les mareyeurs lors des transactions.
« Si la pêche à la civelle ferme, on n'a pas le droit de se reporter sur d'autres espèces si on ne possède pas déjà la licence. La seule possibilité c'est d'aller sur la crevette, mais si tous les bateaux y vont cela reportera le problème sur une autre espèce » (source: M. VALLEE / OP Estuaires, 2022)
- Développer sur le long terme une filière française de production aquacole indépendante du groupe NIJVIS si confirmation d'un marché potentiel de consommation sur la France.
- Poursuivre l'engagement de toute la filière française dans la certification SEG
- Utiliser une marque collective pour
 - Fédérer cette filière
 - Exploiter l'intérêt accordé par le consommateur français à l'origine France, bien identifié dans l'étude consommateurs ad-hoc
 - Développer le marché français de la consommation et collecter des fonds
 - Porter la voix de la filière française au sein de la filière européenne

Piste pour la marque collective France ?

Quels dangers?

- Donner l'impression de cafouillage entre pays (« guerre du SEG ») et entre maillons (« pas d'interprofession »), ce qui ne peut qu'affaiblir l'ensemble européen du secteur en face de ses contradicteurs/opposants (les tenants d'un moratoire sur la pêche)
- Ne pas réussir à développer le marché français de la consommation
- Ne pas réussir à fédérer les pêcheurs de civelles autour d'un projet collectif (« interprofession »)
- Ne pas réunir la force de frappe financière suffisante pour peser dans les discussions intra SEG
- Être marginalisé

Quelles opportunités (si tout se passe bien)?

- Faire porter la voix française au travers de l'ensemble de la filière anguille et non pas uniquement par l'intermédiaire (et au bénéfice) d'un seul mareyeur

LES ÉTUDES



**Études de marché en France et dans l'Union européenne concernant l'anguille -
Synthèse
édition janvier 2023**

Directrice de la publication : Christine Avelin
Rédaction : direction Marchés, études et prospective
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service
Arborial
12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR