Pourquoi et comment labelliser les produits de pêche et d'élevage ?
Guide pratique.

A qui s'adresse ce guide ?

Dirigeant d'une organisation de producteurs, d'un élevage aquacole, responsable marketing, R&D, commercial, mareyeur, importateur, exportateur, transformateur, chercheur, étudiant ou encore en charge de l'accompagnement des acteurs économiques de votre région.

Des réponses à vos questions

La multiplication des labels sur les produits aquatiques provoque aujourd'hui hésitation chez les producteurs, doutes chez les intermédiaires et suspicion chez les consommateurs alors même qu'ils sont mis en place pour rassurer.

Enquêtes consommateurs, études de marché, discours officiels abondent sous l'effet de mode que connaît la labellisation, envoyant des messages tour à tour convergents ou divergents. Pour une entreprise, s'engager dans une démarche de labellisation reste une stratégie marketing qui répond à un besoin de différenciation et de communication auprès du consommateur. Mais pour dire quoi ? Vers quelle cible ? Quel label pour vanter quelle valeur ? Jouer solo ou en groupe ? Quels bénéfices économiques espérer et quel impact financier craindre ?

Sur le marché français, les produits de la mer offrent de nombreuses possibilités de différenciation en raison à la fois de la grande variété de leurs attributs et de la diversité des attentes des consommateurs. La filière est activement entrée dans l'ère du marketing et de la différenciation.

Voir clair dans le maquis des labels

Ce rapport accompagne de façon pragmatique ceux d'entre vous qui ont besoin de mieux comprendre, au-delà des préjugés et idées reçues, ce que la labellisation peut leur apporter et de quelle manière. Dans l'absolu, il n'y a pas de démarche de labellisation qui soit supérieure aux autres ; il en est juste une qui convient mieux à votre cas particulier. L'ambition de ce guide est de vous accompagner dans le maquis des labels, en vous aidant à vous poser les bonnes questions et en vous faisant gagner un temps précieux dans vos réflexions et vos décisions.

La première partie du rapport évalue et resitue les enjeux de la labellisation pour les produits de la pêche et de l'élevage dans le contexte commercial, règlementaire et sociétal actuel et dégage les tendances.

Dans la seconde partie, le rapport décrit en détail la quinzaine d'approches possibles de type B2C pour les produits aquatiques sur le marché français, distinguant :

labels à proprement parlé (publics),
certifications privées,
marques collectives privées,
marques privées.