



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50<sup>th</sup> anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



**TOGETHER**  
*for a sustainable future*

## DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

## FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

## CONTACT

Please contact [publications@unido.org](mailto:publications@unido.org) for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at [www.unido.org](http://www.unido.org)

21027

AGORA' 2000 s.r.l.

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE  
DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL  
(ONUDI)

TUNISIE

Restructuration industrielle dans le secteur agro-alimentaire

PROJET NUMERO US/TUN/88/224

ANALYSE DU MARCHÉ DE LA CEE

RAPPORT FINAL

Janvier 1994

## TABLE DES MATIERES GENERALE

INTRODUCTION . . . . .	1
SECTEUR DES CONSERVES DE TOMATE AVEC REFERENCE PARTICULIERE AU DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE . . . . .	3
SECTEUR DES CONSERVES D'OLIVES DE TABLE . . . . .	45
SECTEUR DES CONSERVES DE THON ET DE SARDINES . . . . .	77
SECTEUR DES MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES . . . . .	113
 ANNEXES	

## INTRODUCTION

Le marché des produits agro-alimentaires est fortement lié aux traditions et habitudes culinaires des populations. Les différences socio-culturelles dans le cadre de la CEE se reflètent donc dans les différentes caractéristiques de la demande des produits en question. Toutefois, il existe des facteurs communs dont l'identification permet d'évidencier une représentation du marché CEE assez homogène et définie même dans les caractéristiques régionales les plus importantes.

L'analyse de marché suivante se propose de relever les caractéristiques communes de quatre sous-secteurs, à savoir conserves de tomates, conserves d'olives de table, conserves de thon et de sardines, mollusques et crustacés, au niveau de la CEE et de fournir un cadre d'ensemble utile aux exportateurs potentiels des Pays tiers, pour la définition de stratégies d'entrée et/ou de pénétration appropriées. Les principales différences entre les Pays en ce qui concerne soit la typologie de la demande que celle de l'offre ont été relevées là où cela était nécessaire.

Pour chacun des sous-secteurs, l'analyse de marché proposée se développe à travers l'approfondissement de trois composantes fondamentales:

- analyse de la demande;
- analyse de la concurrence
- perspectives et tendances.

La première identifie les groupes de clients, leur typologie et les implications pour une politique de communication adéquate. La seconde identifie les principales dimensions de concurrence, les groupements stratégiques et les facteurs critiques de succès. La troisième composante, à la lumière également des réglementations et des politiques communautaires, met en évidence les opportunités et/ou menaces pour les exportateurs des Pays tiers et de la Tunisie en particulier.

SECTEUR DES CONSERVES DE TOMATE AVEC REFERENCE  
PARTICULIERE AU DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE

## TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION</u> . . . . .	5
1 <u>IDENTIFICATION DU SECTEUR</u> . . . . .	7
2 <u>CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE</u> . . . . .	9
3 <u>CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE</u> . . . . .	21
4 <u>ANALYSE STRATEGIQUE</u> . . . . .	27
5 <u>FACTEURS CRITIQUES DE SUCCES</u> . . . . .	35
6 <u>REGLEMENTATIONS</u> . . . . .	39
7 <u>PERSPECTIVES ET TENDANCES</u> . . . . .	41

## INTRODUCTION

La présente étude est répartie en six chapitres:

- Au premier chapitre, on identifie le secteur du point de vue du produit.
- Au deuxième chapitre, on analyse la demande à travers la segmentation du marché. Une attention particulière est adressée à l'identification et à la caractérisation des groupes de clients; on compare également le cycle de vie du concentré de tomates avec celui des autres produits, substitués potentiels, du secteur; deux principaux secteurs d'affaires sont alors identifiés: le détail et le catering.
- Le troisième chapitre analyse l'offre et son évolution, caractérise les producteurs et le degré d'intégration et de diversification industrielles.
- Le quatrième chapitre concerne l'analyse stratégique. Après avoir défini les dimensions de concurrence possibles, on analyse les groupements stratégiques et les implications pour les politiques de marketing mix des entreprises.
- En comparant les principales caractéristiques de l'offre et de la demande on est parvenu à extrapoler, au cinquième chapitre, les facteurs critiques de succès.
- Enfin au sixième chapitre, une lecture des normes communautaires relatives au secteur a permis de tirer des conclusions sur les perspectives et opportunités d'entrée et/ou pénétration sur le marché communautaire qui figurent au septième chapitre.

## CHAPITRE 1

IDENTIFICATION DU SECTEUR

Afin de rendre plus compréhensible les particularités liées à la transformation des tomates, il est utile dans ce premier chapitre de définir de façon précise le produit et ses caractéristiques.

Les fruits de la tomate sont des baies de forme et de dimension très variées, constituées par une pellicule externe et par une partie pulpeuse. Arrivée à maturation complète, la tomate se présente de couleur rouge vif à la superficie comme à l'intérieur où l'on trouve néanmoins des fibres de couleur moins intense. La tomate est riche en substances nutritives fondamentales telles que sucres, acides, acides aminés et éléments minéraux.

Les composantes et les caractères organo-leptiques de la tomate doivent être considérés en fonction de la destination industrielle du fruit. Les substances sèches qui se trouvent dans la tomate, par exemple, représentent un paramètre fondamental pour la production de concentrés qui s'obtiennent de la tomate fraîche par évaporation d'une partie de l'eau; en effet, plus le résidu du fruit frais est élevé, moindre est la quantité de matière première nécessaire pour obtenir la même quantité de tomate concentrée.

D'autres caractéristiques très importantes sont la couleur, la consistance des fruits, la résistance de la peau aux fentes, la présence de moisissures et de pourriture apicale qui consiste dans l'endurcissement des tissus du côté de la baie et opposés au pédoncule, suite aux processus de nécrose des tissus organiques du fruit.

De la transformation de la tomate, on obtient les principaux produits suivants: concentré de tomate, tomates pelées (coupées ou moulues), purée de tomate, jus de tomates, jus de tomates enrichis et une série de produits innovateurs dérivés de la tomate. Le secteur des marchandises auquel se réfèrent ces produits est celui des "conserves de tomate".

En Europe, les pays reconnus comme producteurs qualifiés sont l'Italie (environ 300 entreprises), l'Espagne (157-160), la Grèce (50-60), la France (35-40), le Portugal (25-30). Les plus gros importateurs sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France en Europe, les Etats-Unis et le Canada.

## CHAPITRE 2

CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE

En Europe, la demande de conserves de tomate a évolué dans l'après-guerre étant donné l'augmentation du niveau du revenu, l'extension du travail féminin extra-domestique et l'évolution du système de distribution.

2.1 IDENTIFICATION ET SEGMENTATION DU MARCHÉ

Le marché peut être défini en fonction de la combinaison de trois variables:

- les fonctions d'utilisation du produit pour satisfaire les besoins des clients;
- les groupes de clients;
- les technologies adoptées pour la réalisation du produit.

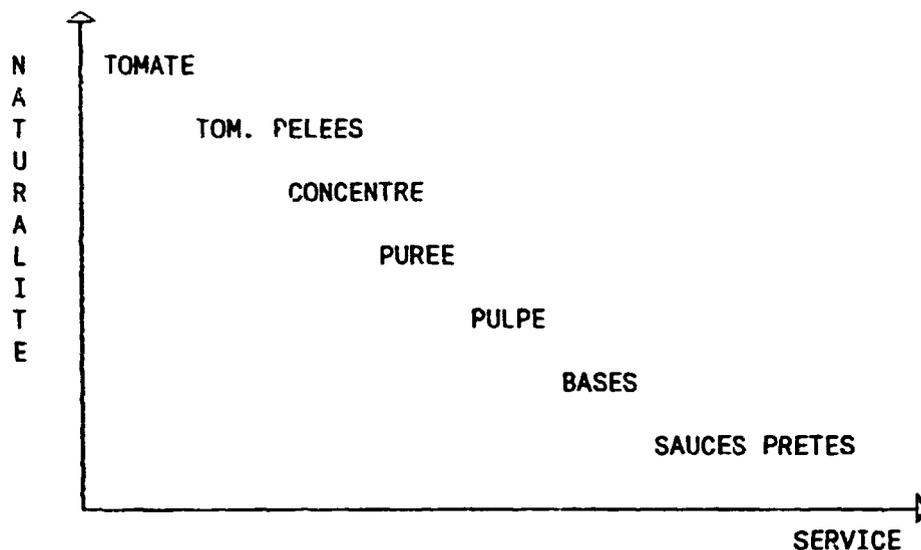
2.1.1 Fonctions d'utilisation

Le fait que la population européenne ait progressivement changé de type d'alimentation et ait adopté de nouveaux modèles de vie (la femme est toujours plus engagée dans des activités non-domestiques) et qu'il existe donc un besoin croissant de produits pratiques et d'utilisation rapide, amène à subdiviser les fonctions d'utilisation plus que sur le simple besoin de satisfaction de la faim, sur la base des modalités et du temps d'assouvissement de ce besoin.

Face à ceci, on dénote une faible innovation du produit (en termes de naturalité, fragrance et pureté) et une plus grande attention au service qu'il peut offrir. La Figure 2.1.1. indique la place des différentes typologies du produit par rapport à la "naturalité" et au "service".

On note que le concentré présente un indice de naturalité assez élevé, mais un faible service incorporé. L'importance toujours croissante de cette dernière caractéristique explique la baisse de la demande en ce qui concerne le concentré.

Figure 2.1.1: Place des différentes typologies de produit par rapport à la "naturalité" et au "service"



La Figure 2.1.2 indique le rapport entre produit, service et évolution de la demande.

Figure 2.1.2: Tendence de la demande pour les principaux produits

TENDANCE	PRODUIT	SERVICE
\ /	Produits traditionnels	Faible
/ \	Derivés modernes	Moyen
/ \	Bases	Elevé
==	Sauces prêtes	Maximum
Produits traditionnels = Tomate pelée et DCT Derivés modernes = Pulpe et purée de tomate		

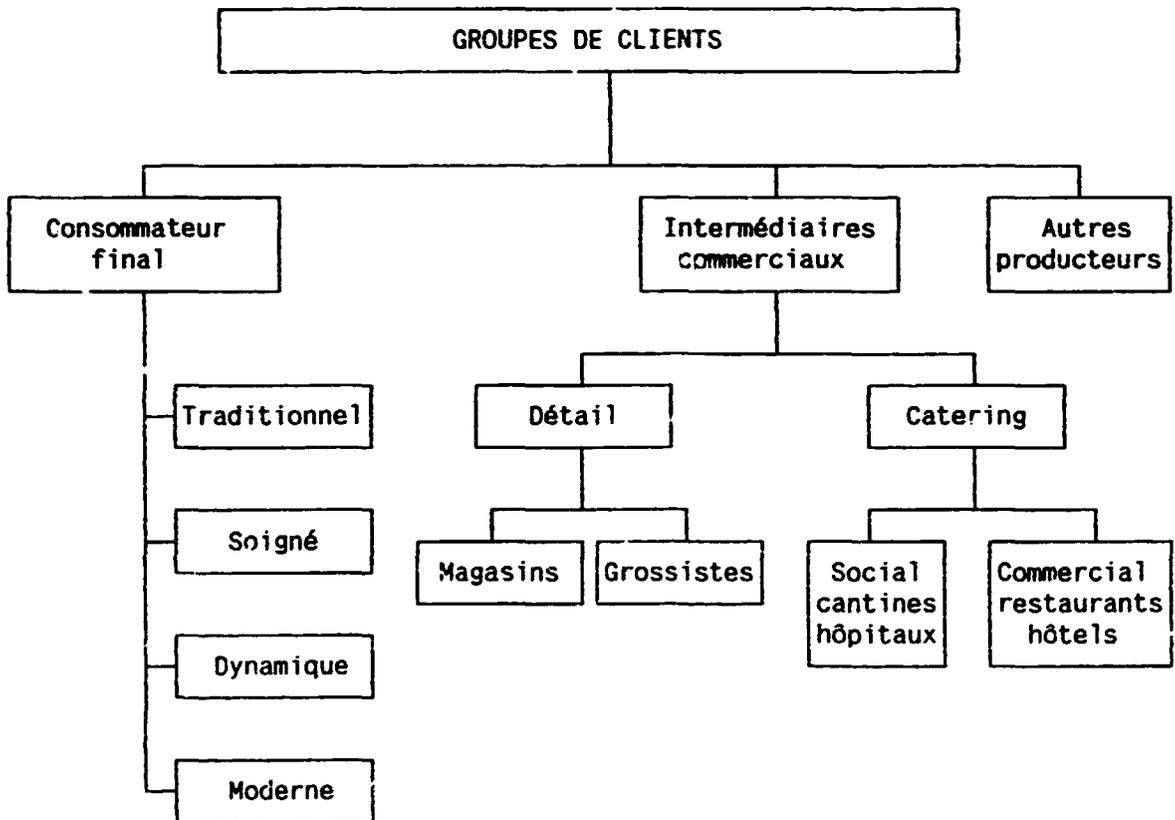
### 2.1.2 Groupes de clients

Pour l'analyse on peut identifier trois principales catégories de clients:

- les consommateurs finaux;
- les intermédiaires commerciaux ou clients intermédiaires;
- les autres producteurs (compte de tiers).

On peut ensuite effectuer de nettes distinctions à l'intérieur des différentes catégories comme le montre la Figure 2.1.3.

Figure 2.1.3: Catégories de clients



a. Consommateur final

Les différents caractères socio-démographiques et les styles alimentaires permettent d'identifier quatre typologies de consommateurs.

1. Consommateur Traditionnel

Caractères socio-démographiques: consommateurs d'âge compris entre 40-50 ans, de niveau d'instruction moyen-bas et à revenu peu élevé.

Style alimentaire: soigné; consacrent beaucoup de temps à la préparation des repas. Type d'alimentation simple et substantielle, privilégient les goûts traditionnels et intenses.

Les produits utilisés sont surtout les tomates pelées et en moindre mesure le concentré, pour leurs caractéristiques naturelles qui s'avoisinent beaucoup, surtout dans le cas des tomates pelées, au produit frais.

## 2. Consommateur Soigné

Caractères socio-démographiques: consommateurs de quarante ans, niveau d'instruction élevé et revenu moyen-élevé.

Style alimentaire: soigné et recherché; alimentation équilibrée avec plats légers et naturels. Consacrent beaucoup de temps à la préparation des repas et leur cuisine est "investie affectivement".

Le produit le plus utilisé est la purée de tomate qui représente un bon compromis entre l'exigence d'un produit ayant le goût et la fragrance de la tomate fraîche et le besoin que le produit offre un service prêt à l'utilisation.

## 3. Consommateur Dynamique

Caractères socio-démographiques: hommes et femmes d'âge compris entre 25 et 40 ans, partageant leur journée entre le travail et la famille; une grande partie vit seule. Statut et revenus moyens-élevés.

Style alimentaire: rationnel et équilibré. Ils consacrent peu de temps aux repas et privilégient les plats essentiels et rapides, même s'ils ont une conception "conviviale" de l'alimentation; le repas à la maison est une occasion de rencontre. Ils prêtent beaucoup d'attention au régime alimentaire et concentrent leur consommation sur des produits légers, naturels et contenant peu de gras.

Le produit utilisé est la tomate en morceaux.

## 4. Consommateur Moderne

Caractères socio-démographiques: jeunes consommateurs avec peu de temps libre.

Style alimentaire: les consommations alimentaires se rapportent à une vie frénétique, où la nourriture est abondante, mais peu soignée et consommée en vitesse. Ils privilégient des plats essentiels et pratiques mais mangent de façon désordonnée, loin des repas traditionnels. Ils sont attirés par les nouveautés et l'expérience de goûts intenses et nouveaux en matière de rapprochements.

Les produits les plus utilisés sont les jus et les bases de concentré.

Cette classification du consommateur final qui est particulièrement valable en Italie, en France et dans les autres Pays de la Méditerranée est encore plus particularisée dans certaines zones de l'Europe du Nord comme l'Angleterre et l'Allemagne. Dans le premier cas, le "consommateur traditionnel" utilise la tomate pelée comme légume surtout au petit déjeuner. Le consommateur anglais est le plus traditionaliste en Europe et reste fidèle aux produits dont il connaît désormais les normes de qualité. Au cours des dix dernières années, il a développé plus de curiosité vers les produits innovateurs mais reste toujours assez prudent à leur égard.

En Allemagne, par contre, l'identification d'une étiquette est plus difficile étant donné qu'en général le consommateur allemand n'a pas d'alimentation soignée. La principale variable dans le choix des typologies de produit est le prix. Ceci explique la forte consommation de concentré.

Au cours de l'année, l'évolution de la consommation ne fait pas apparaître de caractère saisonnier trop accentué, si ce n'est pendant les mois d'été quand la disponibilité des produits frais, surtout dans les pays méditerranéens, est élevée et que l'habitude de consommer des plats moins élaborés pénalise légèrement les produits dérivés.

#### b. Les intermédiaires commerciaux

Parmi les intermédiaires à la consommation et sur la base des modalités d'achat des produits et des typologies de consommateur final, on peut identifier deux catégories d'intermédiation:

- détail, à savoir une structure de distribution visant principalement à servir les familles;
- restauration, à savoir une structure de distribution visant principalement à servir la restauration sociale (cantines, hôpitaux, écoles, etc.) ou commerciale (cafés, restaurants, hôtels, fast food, "pizzerias", etc.).

#### Détail

Le secteur de la vente au détail absorbe environ 77% de la consommation en volume. Pour le concentré en particulier, le taux descend à 53%. L'organisation de la distribution des produits alimentaires évolue rapidement et le poids de ce développement entraîne des changements dans la structure de tout le système de l'industrie alimentaire. Dans la plupart des pays industrialisés, l'évolution du marché est caractérisée par un important processus de concentration qui se déploie dans la recherche de conditions de coûts avantageuses, nécessaires pour mettre en oeuvre des politiques de prix agressives. En Allemagne, par exemple, les 10 premières organisations commerciales concentrent 81% du chiffre d'affaires total du marché de l'épicerie.

En Italie, et peut-être davantage en Espagne, Grèce et Portugal, la distribution commerciale de denrées alimentaires présente encore des caractères traditionnels (le détail détient un taux d'environ 50%), même si en évolution rapide.

Il est important de faire une distinction entre la distribution moderne (hypermarchés, supermarchés, etc.) et le détail traditionnel (magasins). Ce dernier a un rôle neutre dans le rapport entre consommateur et producteur, étant donné qu'il n'influence pas la politique de marketing de l'industrie de production. En effet, le magasin traditionnel qui achète en grande partie par l'intermédiaire d'un grossiste, n'a pas le pouvoir contractuel nécessaire pour influencer ou pour s'imposer dans les rapports avec les fournisseurs et ne bouge qu'en fonction des demandes spécifiques du marché. Ce sont surtout les moyennes entreprises à faible part de marché et produisant des tomates pelées et du concentré qui ont accès au commerce en gros. Celui-ci permet une

distribution minutieuse au niveau territorial et la vente d'une vaste gamme de produits, tout en évitant de devoir travailler exclusivement pour la grande distribution.

La distribution moderne est, par contre, un interlocuteur autonome et qualifié pour l'industrie voulant arriver au consommateur, étant donné qu'elle a désormais acquis un grand pouvoir contractuel qui lui permet d'influencer les fournisseurs ainsi que le marché final.

Dans le choix des assortiments, le distributeur se trouve confronté à une série d'interlocuteurs:

- entreprises qui ont automatiquement accès à la distribution car market leader;
- entreprises aux produits spécifiques et de qualité, ayant une bonne position de marché et vendant des produits typiques;
- entreprises à faible part de marché et à caractère régional qui vendent avec une marque de distribution.

Ceci explique la tendance du commerce moderne à influencer le consommateur en agissant sur sa disponibilité à remplacer des produits de marque par d'autres. La stratégie de la distribution moderne peut facilement être interprétée: les marques connues et très bien vendues par l'industrie sont insérées dans les assortiments car elles constituent un rappel pour le client, mais la tendance est à pousser le consommateur vers des produits à plus haute marge unitaire. Lorsqu'elle apparaît, la marque du distributeur a toujours une position privilégiée. Dans le secteur des conserves de tomate, les produits ayant les caractéristiques de denrée les plus accentuées et jouissant donc d'une moindre fidélité à la marque, tels que la purée de tomates, présentent un plus grand nombre de marques appartenant à la distribution.

### Restauration

La restauration "sociale", qui constitue le plus grand secteur d'affaires, s'est développée rapidement au cours des années '70 et '80 avec une distribution presque homogène entre les grandes entreprises du secteur et les petites et moyennes sociétés.

Au cours des cinq dernières années, sont apparus des signaux laissant entrevoir des changements. Les parts relatives de marché des grandes entreprises se sont accrues au détriment des petites entreprises; cette donnée semble correspondre à un changement précis des besoins de la clientèle qui considère comme prioritaires les paramètres de qualité, de spécialisation et d'innovation.

Dans le secteur des conserves de tomates, les produits les plus utilisés par la restauration sociale sont les produits traditionnels (tomates pelées et concentré), étant donné qu'ils ont un prix inférieur par rapport à la pulpe. Vu que dans ce domaine il n'est pas possible de faire valoir l'image de marque du produit, le seul facteur clé du succès est le rapport qualité/prix.

Ceci parce que les principaux utilisateurs du marché (écoles, hôpitaux, usines) opèrent avec des budgets-cantine très contenus et liés aux flux financiers distribués par les organismes d'Etat.

Par conséquent, dans ce secteur, les petites entreprises comme les entreprises tunisiennes qui basent leur stratégie de concurrence sur le leadership de coût, sont considérablement avantagées par rapport aux gros producteurs.

En ce qui concerne la restauration "commerciale", le discours est différent étant donné que dans ce secteur il est plus facile pour l'opérateur d'utiliser des produits innovateurs dans la préparation des plats (plus grand contenu de service).

En conclusion, on peut affirmer que le marché de la restauration est stationnaire ce qui est un signe évident de maturité dans le cycle de vie de ce service. Il existe cependant des espaces de revitalisation liés à la diffusion de nouvelles habitudes alimentaires, telles que la consommation croissante de repas hors des parois domestiques.

### c. Les autres producteurs (pour compte de tiers)

Le recours à la production pour le compte de tiers est typique des petites entreprises de transformation, pénalisées par une gamme réduite de produits fournis et par des ressources financières inadaptées aux investissements en marketing (c'est dans ce contexte que peuvent s'identifier les entreprises tunisiennes). Leur pouvoir contractuel à l'égard des grandes entreprises clientes est généralement faible étant donné le grand nombre de petits transformateurs, la stagnation de la demande et l'excès de capacité de production du secteur.

Un autre désavantage est constitué par la possibilité réelle qu'ont les entreprises clientes de décharger les effets négatifs de la baisse de demande sur les fournisseurs, en diminuant leurs commandes et en faisant pression sur la capacité de production interne.

Les entreprises tunisiennes qui considèrent la production pour compte de tiers comme un moyen de pénétration et/ou d'entrée possible sur le marché européen, devraient prendre en considération ce risque dans l'évaluation des investissements éventuels d'expansion de la production. Les principaux paramètres à prendre en considération sont le degré d'irréversibilité de l'investissement, la flexibilité de la force de travail, les potentialités de reconversion et de diversification de la production.

### 2.1.3 Technologies

Les technologies adoptées pour la réalisation des conserves de tomates concernent la sélection, le processus de transformation, le conditionnement et la fermeture. C'est surtout sur ces deux dernières technologies que s'est concentrée l'attention des producteurs au cours des dernières années afin de poursuivre les différenciations de la concurrence pour un même type de produit. Le concentré, par ses caractéristiques intrinsèques, ne laisse néanmoins que peu de place à ces différenciations.

Les différentes options technologiques pour chaque catégorie apparaissent à la Figure 2.1.4.

Figure 2.1.4: Technologies disponibles

TECHNOLOGIES	
<u>SELECTION</u>	<u>CONDITIONNEMENT</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* OVAL</li> <li>* ROND</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* METAL               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bande étamée</li> <li>- Aluminium en tube</li> </ul> </li> <li>* VERRE</li> <li>* BRIK</li> </ul>
<u>TRANSFORMATION</u>	<u>FERMETURE</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* PELURE               <ul style="list-style-type: none"> <li>- pelée</li> <li>- en morceaux</li> <li>- en flocons</li> </ul> </li> <li>* TRITURATION               <ul style="list-style-type: none"> <li>- purée</li> <li>- concentré</li> <li>- bases</li> <li>- sauces prêtes</li> </ul> </li> <li>* STERILISATION</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* METAL               <ul style="list-style-type: none"> <li>- sertissage</li> <li>- par déchirure</li> </ul> </li> <li>* PLASTIQUE               <ul style="list-style-type: none"> <li>- à vis</li> </ul> </li> </ul>

## 2.2 ANALYSE DE LA DEMANDE ET CYCLE DE VIE DES PRODUITS

Bien qu'un nombre toujours croissant de consommateurs se déplace de l'autoconsommation de la tomate à l'utilisation de produits industriels, la consommation apparente montre une baisse continue de 10% des dérivés depuis 1985. Les tomates pelées et le concentré ont subi une baisse encore plus accentuée. Le poids du concentré sur la consommation totale est de 5%.

En ce qui concerne la répartition du marché par groupes de clients, le concentré et les tomates pelées sont les produits les plus demandés par la restauration; la demande de services de restauration a néanmoins connu une baisse due à la réduction de la consommation de concentré, un produit qui n'entre plus désormais dans les nouvelles exigences alimentaires.

La répartition de la demande de concentré relative soit au détail qu'au catering par type de confection et de format figure au tableau 2.2.1.

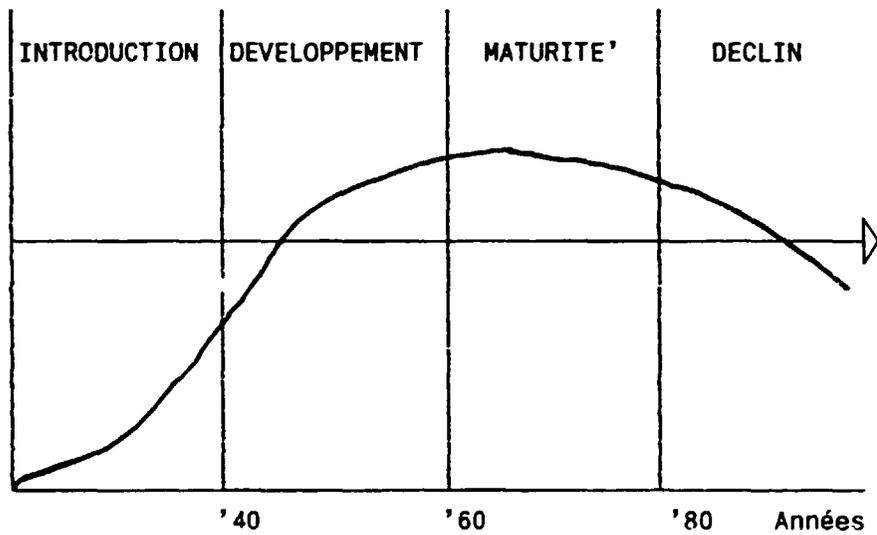
On note comme l'utilisation de la bande étamée, plus indiquée pour les grandes confections, soit plus répandue que celle de l'aluminium. Cette donnée est confirmée par la vente prépondérante des grands formats.

Tableau 2.2.1: Répartition de la demande de concentré par type de confection et de format

Type de conditionnement	% en volume	Capacité	% en volume
Bande étamée	70,0	Jusqu'à 175 gr.	35,0
Aluminium (tube)	30,0	De 175 gr. à 350 gr.	20,0
		Plus de 350 gr.	45,0
Total	100,0	Total	100,0

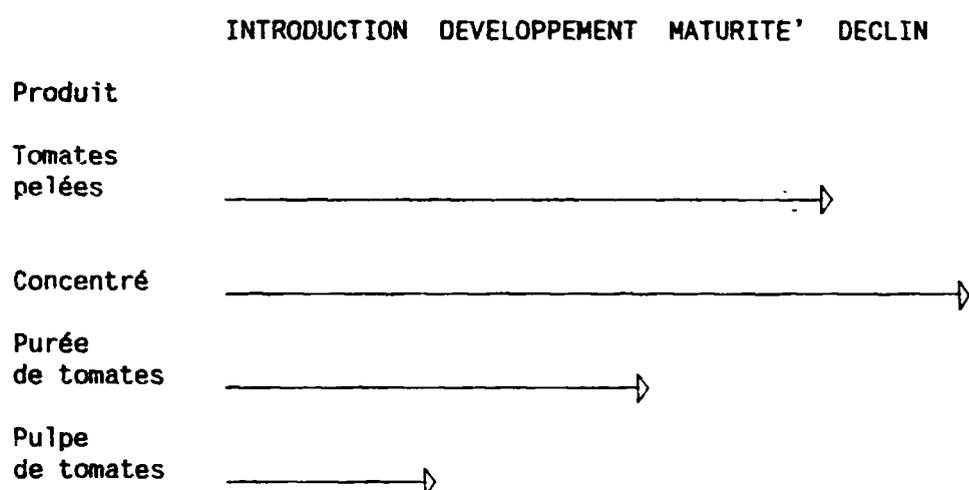
Le concentré de tomates connaît une phase de déclin de son cycle de vie comme le montre le Tableau 2.2.2.

Tableau 2.2.2: Cycle de vie du DCT



La phase actuelle du cycle de vie du concentré est comparée à d'autres conserves de tomates dans le Tableau 2.2.3.

Tableau 2.2.3: Cycle de vie des conserves de tomate



### 2.3 STRUCTURE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Comme le montre la segmentation du marché, le consommateur des années '90 présente certaines caractéristiques fondamentales: il est plus mûr, plus exigeant et sélectif. Il est attentif au prix ou plus exactement à un rapport équitable entre la qualité et le prix. Le développement d'une offre segmentée et innovatrice le désoriente toujours davantage. La grande consommation voit ainsi son rôle s'accroître et sélectionne l'offre des produits par une politique de marque spécifique. Si ce phénomène est encore récent dans les pays de l'Europe Méditerranéenne, il est très développé dans le Nord de l'Europe et rend plus convaincants les facteurs critiques qui influencent l'exportation.

Au Royaume-Uni, la grande chaîne commerciale constitue un passage obligé pour avoir accès au marché de l'épicerie. Au cours des années '80, le commerce britannique a connu une forte concentration, avec la sortie du marché des petits points de vente qui n'ont réagi que dans les dernières années en s'orientant vers une plus grande spécialisation. Le commerce britannique se présente comme très efficace et toujours plus orienté vers le consommateur. Il est concentré verticalement ce qui lui permet de fournir plus de bénéfices et de services au consommateur.

Les entreprises de distribution britanniques, contraintes à offrir une gamme de produits toujours plus vaste et à haute valeur ajoutée, ont tendance à gérer de façon intensive les superficies de vente. Ceci explique que les acheteurs soient intéressés à la négociation avec les fournisseurs et à un mélange des produits.

Exporter vers la Grande-Bretagne signifie donc savoir que:

- Les grandes chaînes achètent des produits dans le monde entier, ce qui implique une concurrence avec tous les partenaires internationaux.
- La distribution est en train d'accumuler un grand savoir-faire en termes de produits innovateurs, ce qui implique que le producteur propose de nouveaux produits avec des effets bénéfiques pour le consommateur. Par exemple, pour

fournir la chaîne britannique Marks & Spencer il est nécessaire d'avoir des contacts avec trois opérateurs: un "buyer/merchandiser" qui s'occupe des aspects relatifs aux opportunités de marché et aux prix; un "selector" responsable de la qualité, des goûts et de la position; un "technologist" soignant les aspects techniques et juridiques du produit. Ceci implique de la part du fournisseur, en plus des caractéristiques qualitatives demandées, une disponibilité des interlocuteurs qui doivent être prêts à intégrer et à négocier avec ces figures professionnelles.

- Plus de 30% des produits achetés en Angleterre porte la marque du distributeur et il est très difficile de conquérir des espaces dans les assortiments avec une marque privée.
- Les chaînes de distribution effectuent de nombreux contrôles non seulement sur les éléments de négociation (prix, conditionnement, délais de livraison, etc.), mais surtout sur la production et sur les conditions hygiéniques et sanitaires des entreprises. Tout ceci répond à une logique bien précise: être en mesure d'évaluer tout le système de qualité du fournisseur afin d'être prêt au moment où le marché répond favorablement à l'introduction du produit. Les fournisseurs reçoivent même un cahier indiquant toutes les conditions, y compris les conditions hygiéniques et sanitaires, qu'ils doivent respecter pour pouvoir exporter.

La distribution effectue ses propres achats à l'étranger par l'intermédiaire d'agents (brokers). Les importateurs sont désormais peu nombreux étant donné que c'est sur eux que pèsent toutes les charges de la gestion des marchandises qui arrivent, en termes de magasins et de stockage avec de fortes répercussions au niveau financier; ils sont donc peu compétitifs en termes de prix.

Les considérations émises pour le Royaume-Uni peuvent être généralisées à une grande partie des marchés de l'Europe du Nord. Il faut ajouter qu'en Allemagne les distributeurs n'ont pas une rentabilité importante mais disposent de capitaux considérables et sont très forts financièrement. Ils constituent un interlocuteur important pour les entreprises de production et sont très agressifs en termes de prix. En France, les changements des dernières années dans le style de vie des français stimulent de nouvelles formes commerciales, telles que le franchising organisé, des superficies spécialisées ou le supermarché qualitatif offrant des assortiments et des services toujours plus élevés. Dans ce contexte, les produits tels que les conserves de tomates, qui n'ont été jusqu'à présent que peu utilisés par les français, trouvent plus d'espace. Les chaînes de distribution françaises préfèrent contacter les fournisseurs présents sur le marché français en termes d'associés étant donné que cela permet d'écourter les temps de livraison et d'expédition des affaires bureaucratiques.

## CHAPITRE 3

CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE3.1 EVOLUTION DE LA PRODUCTION DE DERIVES DE LA TOMATE DANS LA CEE

L'évolution de la production est caractérisée par une oscillation avec des années de grosse production suivies par deux-trois années où la production diminue pour équilibrer la demande des produits. Ceci est dû principalement:

- à la difficulté de programmer exactement les productions agricoles à l'avance;
- à la présence de nombreuses entreprises de transformation aux caractéristiques économiques extrêmement différentes (industrielles et artisanales) qui, d'année en année, augmentent ou réduisent sensiblement les niveaux de production par rapport à l'année précédente.

L'Italie est de loin le plus grand producteur européen. Le Portugal figure parmi les principaux producteurs européens de concentré; l'Espagne parmi ceux de tomates pelées, pulpe et purée.

En 1991, on remarque dans les 4 principaux pays producteurs (après l'Italie, la France, la Grèce, l'Espagne et le Portugal) une baisse de production de 11,8% en volume. En Italie la baisse enregistrée est de 1,1%.

Dans la CEE, la production a baissé de 6,9% par rapport à 1990 et pour l'année 1992 la Communauté a prévu un "seuil de garantie". Ceci signifie que pour bénéficier de la contribution au niveau européen les Pays membres ne devront pas transformer plus de 6,6 millions de tonnes de tomates. Si cette limite est dépassée, la subvention se réduit en proportion au surplus de production par rapport à la production fixée. En fin de campagne, les entreprises des différents pays pourront demander, individuellement, la contribution sur la base des données de transformation.

En 1993, la Communauté Européenne a annoncé le retour aux allocations industrielles préventives (publiées sur les Gazettes Officielles des Pays) en tenant compte toutefois des nouvelles exigences de marché.

3.2 TRANSFORMATION DE LA TOMATE AU NIVEAU MONDIAL

Pendant la campagne de transformation de la tomate en 1991, presque tous les pays producteurs ont réduit les quantités de produit travaillé.

Ce phénomène a intéressé davantage les Pays du bassin méditerranéen qui transforment près d'un tiers de la tomate travaillée au niveau mondial.

Les Etats-Unis, principal producteur mondial, a réduit légèrement sa production par rapport à 1991 (- 0,5% en volume).

La contraction de production globale n'a pas entraîné de bénéfices sensibles en termes de rééquilibre de l'offre et de la demande.

De plus, les difficultés pour rendre compatibles l'offre et la demande ont découlé:

- de la nécessité (pour l'industrie de chaque pays) d'écouler les stocks de l'année précédente lorsqu'il y avait eu surproduction;;
- de la contraction du marché mondial due à l'embargo alimentaire contre l'Irak et à la fermeture des importations de l'ex-URSS et des pays de l'Europe de l'Est;
- de l'augmentation des quantités produites aux Etats-Unis (en 1990 et 1991 par rapport aux deux années précédentes) qui a déterminé une baisse de l'importation dans ce pays.

Au cours des deux dernières années les Etats-Unis sont passés d'importateur à exportateur à des prix très compétitifs.

Il reste un excès d'offre au niveau mondial et il est donc nécessaire de prévoir une diminution de la production.

Les Etats-Unis et le Canada ont programmé une baisse de la production de 25% en 1992.

Au tableau 3.2.1 figure un cadre de la production mondiale au cours de la période 1989-1991.

Tableau 3.2.1: Evolution de la production des principaux dérivés de la tomate dans certains pays de la CEE de 1989 à 1991 ('000 tonnes)

	<u>France</u>	<u>Grèce</u>	<u>Espagne</u>	<u>Portugal</u>	<u>Italie</u>
<u>Concentré</u>					
1989	42,8	213,7	90,4	112,3	326,1
1990	47,6	182,3	130,2	160,4	323,8
1991	44,3	194,0	109,1	121,8	283,7
<u>Tomates pelées</u>					
1989	42,6	12,2	171,8	4,9	728,0
1990	36,4	6,8	140,1	3,6	649,7
1991	37,0	7,9	92,0	22,1	651,0
<u>Pulpe, purée et jus</u>					
1989	11,6	13,9	n.d.	-	280,3
1990	14,2	23,5	113,1	0,6	303,2
1991	15,9	22,0	90,1	--	319,2
<u>Total</u>					
1989	97,0	239,8	262,2	117,2	1334,4
1990	98,2	212,6	383,4	164,6	1276,7
1991	97,2	223,9	291,2	143,9	1253,9

On remarque que dans la période prise en considération, la production de concentré a connu une baisse de 13% en Italie et de 9,2% en Grèce, les deux principaux pays producteurs (environ 70% des pays considérés). L'Espagne et le Portugal ont enregistré une augmentation respectivement de 20,7% et 8,5%, certainement liée à l'entrée de ces pays dans la Communauté.

### 3.3 ENTREPRISES DE PRODUCTION

Le secteur des conserves de tomates est, en effet, considérablement fragmenté: à côté de quelques grosses entreprises avec une structure d'organisation bien articulée, on trouve une myriade de petites et moyennes entreprises à caractère familial.

La présence d'un nombre si élevé de petites et moyennes entreprises s'explique par la faible entité d'investissements nécessaires à l'entrée dans le secteur et surtout par l'ample possibilité de dimensionnement des installations (faible valeur de l'échelle minimum d'efficacité de production). La persistance d'une sur-affluence dans le secteur s'explique aussi par les interventions de politique agro-industrielle, au niveau de la CEE et au niveau régional des pays producteurs, qui ont altéré les règles traditionnelles du libre marché.

Les entreprises du secteur peuvent se classer en trois grands groupes:

- Entreprises multinationales ou grandes entreprises s'occupant surtout des aspects innovateurs, financiers et commerciaux.
- Moyennes entreprises agissant dans des "niches" de marché avec des produits de haute qualité.
- Petites entreprises visant exclusivement la production.

En 1991, certaines petites et moyennes entreprises sont sorties du secteur principalement à cause de la nouvelle politique de restriction mise en oeuvre par la CEE. En effet, la Communauté a imposé des limites de production et ne permet plus aux entreprises de bénéficier d'une façon illimitée de la contribution communautaire (précédemment, il suffisait de déclarer les quantités transformées et celles-ci étaient entièrement subventionnées): les entreprises, mal équipées pour faire face au jeu de la concurrence, sont ainsi contraintes d'abandonner leur activité.

Le nombre de transformateurs varie donc d'année en année et ces variations dépendent principalement du cours de la production, du marché et des politiques communautaires relatives aux aides à la production.

Naturellement, l'industrie de transformation de la tomate se situe à proximité des lieux de culture et de récolte de la matière première, afin de neutraliser l'incidence des coûts de transport. Dans les pays producteurs, les entreprises étrangères sont très peu nombreuses. Par contre, le recours à l'étranger pour les produits semi-finis et surtout pour le concentré en fûts, importé principalement de Turquie, de Grèce et des pays de l'Est est fréquent (en Italie, la société qui se fournit le plus sur les marchés internationaux pour

l'achat de concentré en fûts est la société Petti; celle-ci, après avoir effectué tous les contrôles nécessaires sur le produit, procède à l'emballage et exporte tout le produit fini obtenu).

### 3.4 INTEGRATION ET DIVERSIFICATION

Dans une industrie aussi fragmentée, le processus d'intégration verticale, en amont comme en aval, ne s'est que faiblement développé. Peu de grandes entreprises produisent en propre leur matériel d'emballage; il est plus fréquent, par contre, que les transformateurs achètent sous différentes formes les terrains de production de la matière première (ce type d'intégration n'offre cependant pas d'avantages compétitifs particuliers). De même, seules quelques entreprises disposent d'une structure commerciale ou d'une fonction de marketing.

Le système d'intégration horizontale par contre est plus développé, soit à travers le mécanisme des achats mais surtout à travers la création de consortiums et de partenariats. La quasi totalité des grandes entreprises diversifient leur propre activité en joignant à la "ligne rouge" la production d'autres conserves végétales.

Le choix de diversification de l'activité peut être ramené principalement à la similarité du processus, au savoir-faire productif acquis et à la possibilité d'utiliser le même emballage. En outre, il faut rappeler qu'étant donné le caractère saisonnier de la récolte, la tomate ne peut être transformée que pendant une période de temps limité allant de juillet à septembre. Pour la production de concentré, certaines entreprises parviennent à allonger la période d'activité de transformation de la tomate en utilisant des semi-finis conservés dans des fûts aseptiques et en exploitant ainsi une partie des installations même dans d'autres périodes de l'année. De toute façon, on obtient en général une meilleure utilisation de la capacité de production à travers la production d'autres conserves végétales.

Certaines entreprises étendent leur rayon de diversification à d'autres branches du secteur alimentaire et en retirent des avantages compétitifs tels qu'une position privilégiée dans la découverte des matières premières, une image de marque déjà bien affirmée dans l'industrie alimentaire, une saturation du réseau de vente et des économies en matière de logistique, de distribution et de marketing.

Le tableau 3.4.1 montre la transformation de tomate hors CEE pour la période 1989-91.

Tableau 3.4.1: Dimension de la transformation de tomate dans certains Pays extra-communautaires, de 1989 à 1991 (MT).

<u>Pays</u>	<u>1989</u>	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>% variation 1991/1990</u>	<u>% variation 1990/1989</u>
Turquie	1.500	1.285	1.110	-13,62	-14,33
Tunisie	340	390	470	20,51	14,71
Israël	310	360	168	-53,33	16,13
Etats-Unis	8.603	9.914	9.861	-,53	15,24
Canada	520	630	500	-20,63	21,15
Algérie	200	200	248	24,00	-
Bulgarie	n.d.	538	552	2,60	-
Hongrie	n.d.	376	231	-38,56	-
Maroc	n.d.	110	75	-31,82	-
Japon	n.d.	76	68	-10,53	-
Inde	50	90	120	33,33	80,00
Argentine	300	346	225	-34,97	15,33
Chili	370	600	629	4,83	62,16
Venezuela	n.d.	75	90	20,00	-
Pérou	n.d.	50	60	20,00	-
Mexique	317	400	250	-37,50	26,18
Taiwan	220	120	150	25,00	-45,45
Brésil	450	833	550	-33,97	85,11
Australie	237	262	205	-21,76	10,55
Nouvelle Zélande	85	12	12	-	-85,88
Afrique du Sud	90	90	90	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>13.592</b>	<b>16.757</b>	<b>15.664</b>	<b>-6,52</b>	<b>23,29</b>

## CHAPITRE 4

### ANALYSE STRATEGIQUE

Le secteur des dérivés de la tomate est caractérisé par une concentration de production moyenne-élevée, étant donné qu'il existe de nombreuses petites entreprises parmi lesquelles la production est fractionnée. La plupart de ces petites entreprises ne possèdent pas la structure et la force nécessaires pour opérer avec leur propre marque sur le marché interne: elles travaillent donc pour des marques commerciales plus affirmées ou orientent leur production vers l'étranger. Il n'existe donc pas de correspondance entre les parts de production et les parts de marché. Les quelques entreprises ayant réussi à affirmer une marque propre sont de grandes entreprises, de véritables puissances commerciales qui dominent le marché.

L'importance de la marque varie de toute façon selon le type de produit, selon le type de client et selon le réseau de distribution. L'affirmation du produit de marque est faible en ce qui concerne les tomates pelées et le concentré et est supérieure en ce qui concerne les nouveaux produits, tels que la pulpe, la purée et les jus préparés. Il subsiste encore des différences considérables au niveau du réseau de distribution: la marque est certainement plus importante dans la vente au détail que dans les services de restauration.

#### 4.1 GROUPES STRATEGIQUES

L'analyse de la structure de concurrence est différente dans les deux secteurs de marché précédemment cités: le détail et le catering.

##### Détail

Les groupements stratégiques des différentes entreprises concurrentes varient évidemment selon les pays. Ci-dessous figure un schéma, le plus général et complet possible, valable pour chacun des pays. Dans les pays où la structure de concurrence est moins complexe, ne figurent pas un ou plusieurs groupes stratégiques cités plus haut.

Dans cette catégorie, on peut identifier 6 groupes d'entreprises, homogènes sous le profil stratégique, sur la base des variables de positionnement suivantes:

- degré de diversification/image atteint, (surtout à travers les politiques publicitaires);
- rayon d'action de présence dans le secteur (segments de présence à l'intérieur du secteur).

Font partie du Groupe A les entreprises leader ayant un degré de diversification et un rayon d'action élevé.

Par leur position historique sur ce marché et le recours à des campagnes publicitaires agressives, ces entreprises ont atteint un double objectif:

- affirmation d'une excellente image de marque;

- installation de barrières élevées autour du territoire compétitif sur lequel elles opèrent.

Ces barrières constituent un obstacle à l'accès soit de nouveaux entrants soit d'entreprises opérant déjà dans le secteur mais appartenant à d'autres groupes stratégiques.

D'autres facteurs d'homogénéité se retrouvent également dans leur vocation d'entreprise multibusiness (elles sont également présentes dans d'autres marchés de l'alimentaire) et dans la minutie de la distribution.

Elles visent au leadership dans les secteurs de présence et dirigent de façon efficace tous les leviers du marketing-mix et en particulier le levier publicitaire.

Font partie du Groupe B les entreprises ayant un degré de diversification et un rayon d'action moyen-élevé. Le degré de diversification atteint par ces entreprises ne les rend toutefois pas comparables aux entreprises leader ou aux entreprises du Groupe C.

Pratiquement toutes les entreprises de ce groupe, tout en ayant une bonne image de marque, n'activent le levier publicitaire que de manière discontinue et font, en outre, très souvent recours aux ventes pour compte de tiers et à l'exportation pour écouler leurs quotas de production.

A court terme, il est difficile que ces entreprises accèdent aux groupes A et C même s'il existe une menace constante à leur égard.

Font partie du Groupe C, les entreprises ayant un degré de diversification sectoriel inférieur à celui des entreprises leader et du groupe B, mais qui ont un degré de diversification élevé dans les business de présence qui les place en concurrence directe soit avec les entreprises leader qu'avec les entreprises du groupe B.

Appartiennent au Groupe D, les entreprises qui se caractérisent par un degré de différenciation moyen-élevé et une diversification limitée.

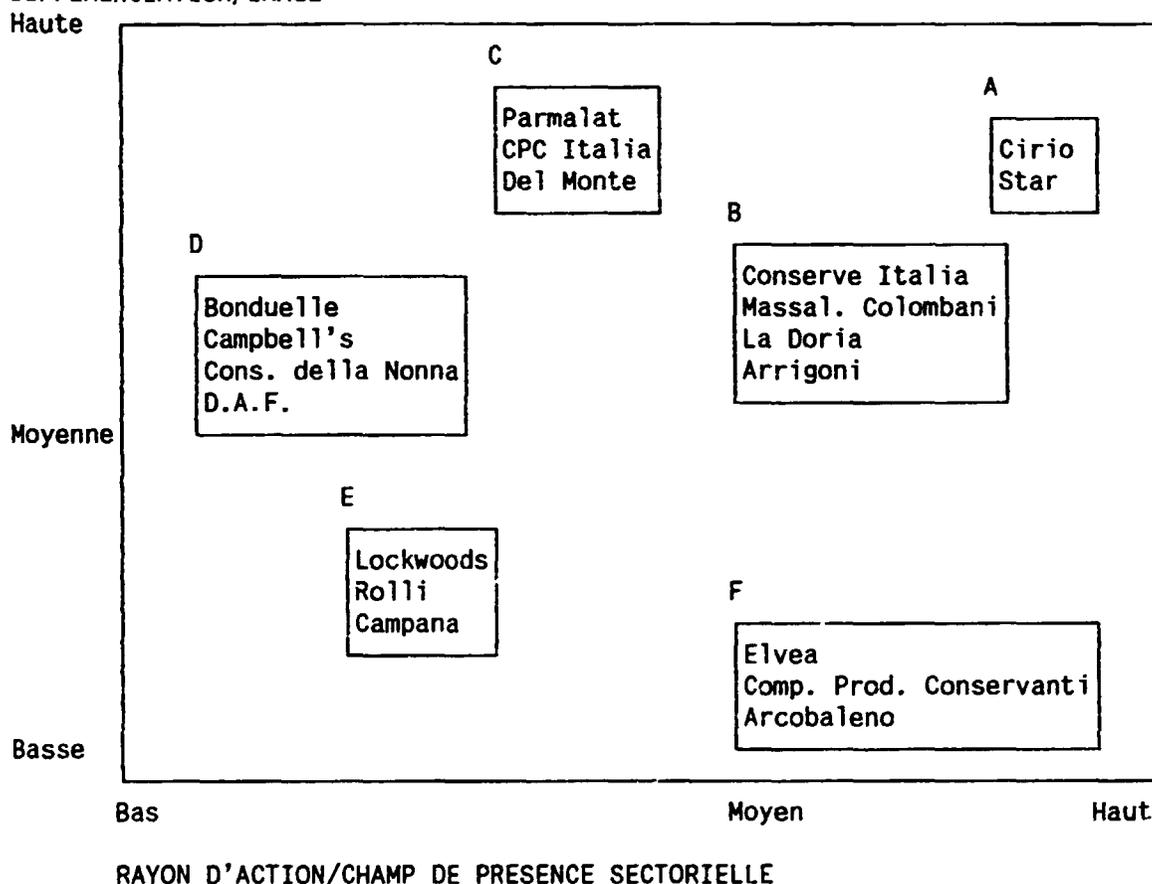
Font partie du Groupe E, les entreprises avec un degré de différenciation et un rayon de présence moyen-bas. Elles sont généralement regroupées dans 1-2 segments et ne font pas recours à des politiques de différenciation.

Font partie enfin du Groupe F, les entreprises opérant dans tous les segments de la "ligne rouge" avec un bas degré de différenciation. Ces entreprises visent généralement le marché national et réalisent leur chiffre d'affaires en grande partie à l'étranger; au niveau de la distribution, en outre, elles ne couvrent que les aires de localisation et les zones limitrophes où leurs marques respectives ont pu trouver une place appréciable.

La Figure 4.1.1 applique le schéma cité ci-dessus à l'industrie italienne.

Figure 4.1.1: Conserve de tomates, zone de détail: carte des groupes stratégiques sur le marché italien.

## DIFFERENCIATION/IMAGE



## Catering

La structure de compétition met en évidence une nette différence entre le catering et le détail.

Au niveau de la restauration, il est difficile d'effectuer une distinction par groupe d'entreprises étant donné que l'image de marque perd de son importance et que la bataille de concurrence a lieu indistinctement au niveau du prix.

En effet, aussi bien les entreprises regroupées dans la zone que les autres plus engagées dans le détail, poursuivent une politique de limitation des coûts afin d'optimiser le rapport qualité/prix et peuvent donc être regroupées dans un seul groupe stratégique.

En général, cette optimisation est recherchée à travers:

- l'élasticité de la production;
- la limitation des coûts de distribution;
- la minimisation des dépenses publicitaires et promotionnelles.

Dans ce secteur, et en particulier pour les tomates pelées et le concentré, les petites et moyennes entreprises sans marque qui exportent ou produisent pour des tiers et dont les performances de marché sont difficiles à identifier, ont un poids prépondérant.

## 4.2 MARKETING MIX

### 4.2.1 Politiques de distribution et de communication

Il existe deux types de réseaux dans ce secteur. Dans le "réseau court" figurent les ventes directes aux détaillants locaux et régionaux, les ventes aux distributeurs modernes et les ventes aux sociétés de catering. Les ventes aux grossistes se classent au niveau du "réseau long". L'activité des intermédiaires, indispensable surtout pour l'exportation, fait partie des deux réseaux. Les ventes sur les marchés étrangers s'effectuent surtout à travers des agents ou des entreprises commerciales vendant au détail ou à la grande distribution. En général, les exportations des petits transformateurs s'effectuent à travers des agents ne nécessitant pas d'engagements excessifs en termes de volume de production. Les gros producteurs font par contre recours aux importateurs qui vendent à la grande distribution étrangère, soutiennent leur propre marque et effectuent des contrôles de qualité réguliers sur la production demandée par la grande distribution étrangère.

Les politiques d'entreprise relatives à l'organisation des ventes et aux réseaux de distribution ont une importance stratégique dans le secteur.

La tendance est celle d'adapter les structures de vente à l'évolution du système commercial moyennant l'utilisation de spécialistes des techniques marchandes, de promoteurs et d'assistants aux points de vente, c'est-à-dire à travers le renforcement de l'activité de commerce-marketing.

Actuellement, afin de faire face de façon efficace à la concurrence la simple précision-extension du réseau de vente ne suffit plus: il faut également établir des rapports durables et de collaboration avec les entreprises commerciales modernes (par exemple: assistance au niveau de la présentation, contribution à l'activité de marketing, codification des "items" et "pallets", etc.).

En outre, les entreprises de production suivent avec plus d'attention leurs produits s'ils figurent dans le libre service afin d'obtenir une présentation correcte et avantageuse et afin d'éviter des ruptures de stock.

Ce dernier aspect est particulièrement important pour les produits pour lesquels on enregistre une importante rotation de marques et pour lesquels une "politique à casier" est plus complexe que pour d'autres produits ayant un moindre indice d'affluence.

La plupart des grandes entreprises opèrent avec des agents mono et pluri-mandataires.

Ces entreprises pluribusiness ont tendance à utiliser le même réseau pour tous les produits traités; certaines disposent également de dépôts et de concessionnaires répartis généralement dans les bassins de consommation les plus importants.

En général, les petites et moyennes entreprises qui se concentrent sur la production, ont tendance à attribuer peu d'importance à l'organisation des ventes et développent surtout des contacts directs.

En ce qui concerne la publicité et les activités de promotion, ce sont surtout les grandes marques qui effectuent des investissements spécifiques: ceci est important à la fois pour acquérir de la notoriété que pour stimuler la consommation au-delà de la saison. Nombreuses sont les entreprises qui n'utilisent pas cet instrument ou qui n'y recourent que de temps en temps. De plus, la communication est fondamentale pour le lancement de nouveaux produits dont il faut souligner les caractéristiques plus particulières et le degré de service élevé que le produit peut offrir.

Au niveau sectoriel, c'est justement sur les produits en phase de développement (surtout la pulpe, la purée et les bases) que se concentrent les investissements publicitaires des entreprises les plus importantes.

C'est précisément dans ces secteurs de marché que le succès plus ou moins grand de ces campagnes publicitaires peut déterminer une augmentation ou une réduction des parts de marché.

Pour les produits en développement, l'amélioration du service offert en termes de rapidité et d'utilisation est importante. La qualité est également importante et en particulier le processus de transformation qui tend à maintenir les caractéristiques de pureté de la matière première employée.

Mis à part l'investissement publicitaire, presque toutes les grandes entreprises opèrent également au niveau de la promotion aussi bien sur le commerce que sur le consommateur.

En ce qui concerne les moyens mis en oeuvre, la plupart (75%) des investissements du secteur sont absorbés par les TV commerciales.

Par contre, en ce qui concerne le caractère saisonnier des investissements, la tendance n'est pas uniforme; en effet, alors que certaines entreprises visent les mois de l'année où le produit ne risque pas d'être remplacé par le produit frais, d'autres investissent tout au long de l'année et pendant les mois d'été afin justement d'alimenter la baisse de demande due à la saison.

Les investissements, outre à être réalisés en fonction directe du consommateur, visent également à jouer le rôle d'appel sur le consommateur et sont donc plus liés à jouer sur la marque que sur l'expansion immédiate des ventes.

Toutefois, les choix varient d'une entreprise à l'autre et il n'existe pas de stratégies publicitaires très uniformes.

Il faut en outre souligner que les investissements publicitaires nécessaires pour s'insérer sur le marché constituent un autre obstacle à l'entrée pour les petites et moyennes entreprises.

#### 4.2.2 Prix

Les stratégies de prix varient d'un groupe stratégique à l'autre et même au sein d'un même groupe. Les entreprises fixent le prix de vente sur la base de la notoriété des produits/marques offerts, notoriété construite à travers les campagnes publicitaires passées et présentes.

Les entreprises leader affichent les prix les plus élevés, bénéficiant du fait que le consommateur reconnaît dans leurs marques:

- tradition/spécialisation historique dans le secteur;
- qualité élevée;

et qu'elles ont développé à leur égard un bon degré de fidélisation.

D'autres entreprises plus récentes sont parvenues à différencier leur produit à travers le levier publicitaire ou avec des politiques plus spécifiques. Pour ces produits, le consommateur est disposé à payer davantage par rapport aux marques rivales, car il leur attribue des valeurs qualitatives élevées.

Les entreprises avec un moindre degré de différenciation s'alignent ou sont inférieures à la moyenne sectorielle. D'autres entreprises mettent en oeuvre des politiques de volume au détriment de stratégies visant à la réalisation de marges unitaires élevées et réalisent des chiffres d'affaires élevés grâce aux ventes pour compte de tiers ou à l'étranger.

Les petites entreprises servant des marchés restreints et qui n'ont aucune image de marque, jouent sur un prix peu élevé étant donné qu'elles peuvent compter sur des coûts commerciaux et de production réduits ainsi que sur la contribution communautaire.

#### 4.2.3 Produit

Les stratégies de produit, mises en oeuvre par les principales entreprises, impliquent surtout les aspects "esthétiques" et moins les matières premières de base.

La technologie la plus répandue (appertisation/stérilisation) est difficile à introduire à court et moyen terme et même du point de vue de la matière première il est difficile d'envisager des possibilités de changement concrètes.

Pratiquement toutes les principales entreprises ont inséré des produits innovateurs (pulpes enrichies, sauces semi-préparées, etc.) semblables aux sauces préparées (assaisonnements préparés).

Au niveau de l'emballage, la purée, grâce à sa fluidité, se prête à plusieurs types d'emballage (verre, brik, boîte).

Les autres produits sont généralement conservés dans des boîtes de fer. Ce conditionnement, dans ses différentes tailles, est peu attrayant; les boîtes ainsi que les étiquettes se ressemblent toutes.

Il est, en effet, difficile de distinguer dans les rayonnages du libre-service une marque par rapport à une autre; ces produits ont une présentation uniforme, sans beaucoup de fantaisie et donc peu indiquée pour attirer l'attention du consommateur.

C'est pour cette raison que certaines entreprises se sont concentrées sur l'innovation de l'emballage des produits. De nouveaux types de récipients, en verre, en brik complexe sont venus remplacer la boîte de conserves classique en métal, dans la tentative de requalifier le produit en termes de pureté, hygiène et praticité. On a tenté d'introduire quelques innovations même pour les boîtes traditionnelles de bande étamée qui restent encore le principal conteneur pour la tomate pelée afin de faciliter le consommateur avec une ouverture par déchirure et le remplacement des soudures en plomb par des petites bandes chromées.

## CHAPITRE 5

FACTEURS CRITIQUES DE SUCCES

Les différentes caractéristiques intrinsèques des secteurs du détail et du catering amènent à relever différents facteurs critiques de succès.

Détail

Les principaux facteurs de succès sont à relever dans le secteur fonctionnel du marketing.

Le jeu de la concurrence diffère considérablement selon le territoire occupé par les différentes typologies d'entreprise (entreprises leader, petites entreprises sans marques).

Le premier facteur de succès est l'efficacité/efficience du réseau de vente.

Les entreprises multibusiness en mesure d'exploiter des synergies de distribution pour tous les produits du portefeuille d'entreprise, obtiennent des avantages considérables et parviennent à répartir les coûts de distribution sur de plus gros volumes traités.

En matière d'efficacité, il est important d'avoir une bonne pénétration dans les réseaux de distribution moderne étant donné que celle-ci, actuellement et à long terme, peut garantir de plus gros volumes de vente.

Au cours des dernières années, les politiques de distribution des entreprises absorbent des parts de valeur croissantes et en particulier les principales entreprises sont en train de valoriser l'activité de marketing commercial et de logistique.

Le recours aux politiques publicitaires constitue un autre facteur de succès qui caractérise la part de marché englobant les principales entreprises. Au départ, le premier objectif de ces politiques était de contribuer à l'expansion des parts de marché et de construire une image de marque. Par la suite par contre, et à cause des limitations de production imposées par la CEE, la différenciation a permis de mettre en place un prix fort pour une demande fondamentalement stable ou tendant à la baisse.

Les petites entreprises, incapables de se mesurer aux entreprises leader, fondent leurs propres stratégies en s'adressant:

- aux marchés locaux (généralement circonscrits dans les zones d'implantation des établissements) et étrangers;
- au catering.

Pour ces entreprises, le principal facteur de succès est le prix: elles visent à des politiques de restriction des coûts et à l'efficacité des installations. La principale limite de ces entreprises sont les coûts de distribution; étant donné que ceux-ci doivent être contenus, il est impossible d'étendre de façon significative le réseau des ventes et il faut donc opérer au niveau local ou régional.

La qualité des produits constitue également un facteur clé de succès pour toutes les entreprises du secteur. En outre, la qualité et l'image de marque sont des éléments indispensables pour pouvoir offrir des produits à prix fort.

Le conditionnement est enfin un facteur important mais non critique pour tout le secteur. Les dérivés de la tomate surtout, et en particulier la pulpe et la purée, offrent en effet grâce à leur présentation physique, diverses possibilités d'emballage (verre, carton, bande étamée). Au début des années '80, le brick a contribué considérablement au succès de la purée de tomates, étant donné son caractère fonctionnel pour l'ouverture et le transport (plus léger par rapport au verre). On note toutefois que le polycomplexe qui offre des avantages considérables en termes de réduction des coûts et de praticité d'utilisation est encore pénalisé par la méfiance de certaines tranches de consommateurs qui préfèrent encore le verre.

Il est donc encore important pour les entreprises de garder dans leur gamme des emballages plus traditionnels.

L'ampleur et la profondeur de la gamme offerte (calibrages, confections, etc.) sont d'autres facteurs critiques pour tout le secteur des affaires étant donné qu'elles permettent de satisfaire toutes les composantes de la demande finale et du commerce (exploitation des espaces d'exposition et meilleure rotation des ventes).

Dans la zone de production on ne relève pas de facteurs importants dans le jeu de la concurrence, étant donné qu'il s'agit de technologies répandues et simples à réaliser.

### Catering

Dans ce secteur, les politiques de différenciation sont peu importantes alors qu'un bon rapport qualité/prix des produits offerts est le premier facteur-clé de succès qui s'obtient par une politique d'approvisionnement efficace et une limitation des coûts attentive.

L'efficacité/efficience du réseau de vente constitue le second facteur de succès.

Un autre facteur critique sont les conditions de paiement favorables (délais de paiement, délais de livraison, etc.) qui sont octroyées aux clients (hôtels et communautés) pour de gros achats.

La Figure 5.1 donne le poids relatif des différents facteurs critiques de succès.

On note dans les deux secteurs, l'importance croissante d'un réseau de vente efficace pour acquérir et/ou maintenir un avantage concurrentiel sur la concurrence.

Figure 5.1: Conserve de tomates: facteurs clés de succès

DETAIL	%	CATERING	%																		
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"><b>MARKETING</b></td> <td style="text-align: right;"><b>100</b></td> </tr> <tr> <td>  Efficacité/Efficiency   du réseau de vente</td> <td style="text-align: right;">40</td> </tr> <tr> <td>  Publicité</td> <td style="text-align: right;">25</td> </tr> <tr> <td>  Prix/qualité</td> <td style="text-align: right;">20</td> </tr> <tr> <td>  Ampleur et profondeur   de la gamme</td> <td style="text-align: right;">15</td> </tr> </table>		<b>MARKETING</b>	<b>100</b>	Efficacité/Efficiency du réseau de vente	40	Publicité	25	Prix/qualité	20	Ampleur et profondeur de la gamme	15	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;"><b>MARKETING</b></td> <td style="text-align: right;"><b>100</b></td> </tr> <tr> <td>  Prix/qualité</td> <td style="text-align: right;">50</td> </tr> <tr> <td>  Efficacité/Efficiency   du réseau de vente</td> <td style="text-align: right;">35</td> </tr> <tr> <td>  Conditions de paiement   favorables aux   clients</td> <td style="text-align: right;">15</td> </tr> </table>		<b>MARKETING</b>	<b>100</b>	Prix/qualité	50	Efficacité/Efficiency du réseau de vente	35	Conditions de paiement favorables aux clients	15
<b>MARKETING</b>	<b>100</b>																				
Efficacité/Efficiency du réseau de vente	40																				
Publicité	25																				
Prix/qualité	20																				
Ampleur et profondeur de la gamme	15																				
<b>MARKETING</b>	<b>100</b>																				
Prix/qualité	50																				
Efficacité/Efficiency du réseau de vente	35																				
Conditions de paiement favorables aux clients	15																				

CHAPITRE 6  
REGLEMENTATIONS

La réglementation CEE N.2023/92, figurant en Annexe, établit pour la campagne de commercialisation 1992/1993 le montant de l'aide à la production pour les produits transformés à base de tomates, dans les limites du seuil de garantie de production équivalant à un volume de tomates fraîches de 6.596.787 tonnes.

Une proposition de décision du Conseil du 26/3/1992, en Annexe, concerne la limite maximum de 1.800 tonnes par an, d'exportation de concentrés de tomates originaires de Tunisie dans la CEE, nécessaire pour l'application de la réduction tarifaire.

## CHAPITRE 7

### PERSPECTIVES ET TENDANCES

Les facteurs qui auront le plus d'influence sur les dynamiques de la structure industrielle du secteur sont:

- politique CEE;
- tendance alimentaire favorable aux principaux produits de substitution (pulpes et purées semi-préparées, etc.);
- affirmation sur les marchés CEE des productions des pays tiers du bassin méditerranéen.

En ce qui concerne la politique communautaire, la tendance à moyen terme est de réduire la contribution aux transformateurs qui, de cette façon, auraient une réduction de rentabilité.

De nombreuses petites et moyennes entreprises vivent, en effet, surtout en fonction de la subvention CEE et la réduction de celle-ci impliquerait leur évacuation du marché. En outre, les coûts de marketing croissants ne permettent pas à ce type d'entreprises de rivaliser sur le marché interne avec les entreprises leader et leur position deviendrait alors très critique. Toutefois, certaines de ces entreprises pourraient survivre en mettant sur place dès maintenant une politique des ventes visant les marchés étrangers ou en stipulant des accords de sous-fourniture avec les grandes entreprises.

L'éventuelle sortie du marché des entreprises moins efficaces ouvre des perspectives de pénétration aux producteurs de pays tiers qui devront être prêts à les cueillir.

A court terme le secteur est également menacé par l'évolution des modes de vie qui jouent en faveur des produits ayant un atout d'utilisation plus rapide (pulpes et purées semi-préparées et enrichies et sauces préparées).

Une autre raison de souci pour les producteurs CEE est constitué par l'entrée dans la CEE de l'Espagne et du Portugal et par les exportations croissantes des Pays du bassin méditerranéen. Le faible coût du travail est le principal facteur permettant à ces pays de se maintenir sur une position avantageuse. Ceci entraînera inévitablement des réactions stratégiques de la part des entreprises européennes qui voient ainsi leurs parts de marché menacées.

Pour le moment, ces pays exportent surtout des produits traditionnels (tomates pelées et concentré) mais il n'est pas exclus que dans le futur, avec le savoir-faire nécessaire, ils puissent attenter aux exportateurs plus affirmés, tels que les exportateurs italiens, également dans les secteurs de la pulpe et de la purée.

Au tableau suivant figure une synthèse des considérations émises ci-dessus.

Tableau 7.1: Tendances et impact à court et moyen terme.

IMPACT	PROBABILITE'	TEMPS DE REALISATION	
		COURT TERME	MOYEN TERME
Fort	Haute		
	Faible	Substitution de la consommation avec des produits préparés et semi-préparés (sauces et semi-assaisonnés)	
Moyen	Haute	Désordre de la concurrence sur les marchés étrangers suite à l'entrée dans la CEE de l'Espagne et du Portugal et la pénétration croissante de producteurs de pays tiers du bassin méditerranéen	Baisse de la rentabilité à cause de la réduction de la subvention communautaire
	Faible		
Faible	Haute		
	Faible		

Les perspectives à court et moyen terme pour le secteur ne sont pas bonnes étant donné que:

- certains produits sont entrés dans une phase de déclin (surtout le concentré) et ont peu de chance d'être revitalisés;
- les technologies plus avancées vont vers le déclin;
- la pulpe et la purée connaîtront un ralentissement de leur rythme de croissance;

- les principaux produits de remplacement (sauces préparées, pulpes enrichies) éroderont des parts de consommation aux produits examinés.

En outre, la CEE aura tendance à réduire d'abord puis à éliminer la subvention aux transformateurs afin de créer un marché européen en libre concurrence effective (les secteurs bénéficiant d'une assistance disparaîtront progressivement).

Les entreprises devront donc compter uniquement sur leur propre capacité de concurrence au niveau national et international afin de réaliser des marges de rentabilité.

Dans un scénario de ce type, seules les plus grandes entreprises orientées vers le marché et avec des ressources financières élevées pourront s'adapter au nouveau système de concurrence.

On prévoit donc une diminution de l'offre avec de nombreuses petites et moyennes entreprises qui devront abandonner le secteur.

SECTEUR DES CONSERVES D'OLIVES DE TABLE

## TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION</u> . . . . .	47
1 <u>IDENTIFICATION DU SECTEUR</u> . . . . .	49
2 <u>CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE</u> . . . . .	51
3 <u>CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE</u> . . . . .	55
4 <u>ANALYSE STRATEGIQUE</u> . . . . .	59
5 <u>FACTEURS CLES DE SUCCES</u> . . . . .	69
6 <u>POLITIQUE DE SOUTIEN DE LA CFE</u> . . . . .	71
7 <u>PERSPECTIVES AMBIANTES ET TENDANCES</u> . . . . .	73

## INTRODUCTION

Dans le cas des olives, on a considéré opportun d'étendre l'analyse de marché aux secteurs voisins, tels que celui des conserves de légumes à l'huile, au vinaigre et les spécialités. Les raisons ayant poussé à cette extension doivent être recherchées dans le fait que:

- les producteurs sont communs;
- le taux de possibilité de remplacement est élevé;
- il existe de fortes économies d'objectif;
- le marketing mix constitue un facteur clé de succès.

L'implication directe pour les producteurs tunisiens est l'évaluation d'une opportunité de diversification dans ces secteurs complémentaires.

Au premier chapitre, on identifie le secteur du point de vue du produit.

Au deuxième chapitre, on analyse la demande à travers la segmentation du marché. Deux principaux secteurs d'affaires ont été identifiés: le détail et le catering; on compare également le cycle de vie des produits saumurés avec celui des produits à l'huile et au vinaigre, des substituts typiques.

Le troisième chapitre analyse les caractéristiques de l'offre et l'incidence des coûts sur le chiffre d'affaires.

Le quatrième chapitre concerne l'analyse stratégique. Après avoir défini les dimensions de concurrence possibles, on définit les groupements stratégiques et on analyse les implications pour les politiques de marketing mix des entreprises.

En comparant les principales caractéristiques de l'offre et de la demande, il a été possible d'extrapoler, au cinquième chapitre, les facteurs critiques de succès pour les deux principaux secteurs d'affaires du détail et du catering.

Le sixième chapitre traite des politiques CEE de soutien à l'industrie communautaire.

Le septième chapitre, enfin, identifie les menaces et les opportunités de marché et expose les tendances à court, moyen et long terme afin d'orienter les stratégies d'entrée et/ou de pénétration sur le marché communautaire.

## CHAPITRE 1

IDENTIFICATION DU SECTEUR

Le secteur est identifié par:

- A. Une technologie de base: processus de conservation des olives dans l'eau ou le sel par simple cuisson de la matière première sans ajout d'autres liquides;
- B. Trois fonctions d'utilisation principales:
- conservation à moyen-long terme;
  - vitesse d'utilisation découlant du haut degré de service incorporé (dénoyautage);
  - disponibilité du fruit conservé durant les saisons de l'année pendant lesquelles la matière première de base est absente (disparition du caractère saisonnier);
- C. Trois occasions de consommation fondamentales:
- hors-d'oeuvre;
  - garniture;
  - amuse-gueule/hors-repas.
- D. Deux marchés principaux: les familles (détail) et la restauration collective (catering). Au sein de la restauration collective, on retrouve deux sous-secteurs:
- la restauration sociale (cantines d'entreprises, cantines d'école, hôpitaux, casernes et prisons);
  - la restauration commerciale (hôtels, restaurants, petite restauration, bars, pizzeria, fast food, etc.).

Les différentes combinaisons de fonctions d'utilisation/marchés de débouchés concernent deux secteurs d'affaires bien distincts caractérisés par des systèmes de concurrence et des facteurs clé de succès différents:

- secteur d'affaires retail;
- secteur d'affaires catering.

Les olives vertes et noires (fendues, entières, dénoyautées et non, farcies) font partie du secteur des conserves saumurées, ainsi que les champignons, les artichauts, les câpres, etc. Les olives représentent plus de 80% de la consommation de ce secteur. Les entreprises productrices sont généralement présentes dans un ou plusieurs autres secteurs voisins, tels que les conserves de légumes au vinaigre, à l'huile et les spécialités.

## CHAPITRE 2

### CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE

#### 2.1 TYPOLOGIE ET SEGMENTATION DE LA DEMANDE DESSERVIE

Parmi les groupes de clients du secteur, on distingue les intermédiaires commerciaux et les clients finaux.

##### Intermédiaires commerciaux/clients intermédiaires

A l'intérieur de cette catégorie d'opérateurs il existe deux typologies d'intermédiation:

- structure de distribution au détail servant principalement les familles (retail);
- structure de distribution-d'administration de repas (catering) qui remplit simultanément deux fonctions:
  - réseau qui reçoit une part de produit;
  - points de restauration où le produit est consommé.

##### Détail

La part de consommation absorbée par cette catégorie d'opérateurs est d'environ 70% en volume, contre 30% pour le catering.

Au sein de ce secteur, ce sont les produits au vinaigre qui détiennent la plus grosse part suivis par les produits à l'huile, les spécialités et les produits saumurés.

Les conserves à l'huile et au vinaigre se trouvent dans tous les points de vente alimentaires mais surtout au niveau de la vente au détail moderne (grande distribution et distribution organisée) au détriment de la vente au détail traditionnelle.

Les entreprises travaillant dans le commerce alimentaire au détail (clients intermédiaires) peuvent être regroupées au sein des typologies d'entreprises suivantes:

- Grande distribution;
- Distribution organisée (groupes d'achat, associations volontaires, coopératives de consommateurs, détail traditionnel, marchands ambulants).

##### Restauration collective (catering)

Sur la base des modalités d'administration des repas et de la typologie des opérateurs celle-ci peut-être divisée en:

- Restauration sociale (écoles, hôpitaux, prisons, entreprises, casernes et autres communautés); dans ce secteur, les conserves d'olives sont moins représentées par rapport au secteur des produits à l'huile étant donné les différences de prix.
- Restauration commerciale (bar, restaurants, fast food, petite restauration, pizzeria, etc.); ce secteur enregistre une expansion progressive étant donné les habitudes alimentaires actuelles, à savoir une alimentation toujours plus orientée vers la consommation de repas hors des murs domestiques.

Dans ce secteur, les produits les plus utilisés sont les spécialités (pizzeria, petits restaurants, etc.) étant donné leur rapidité et facilité d'emploi et la vaste gamme de solutions offertes à l'opérateur/restaurateur (assaisonnements, hors-d'oeuvre, farce de petits pains, etc.).

Les opérateurs du secteur montrent également un intérêt appréciable vers les olives vertes de table (eau et sel) qui sont utilisées comme aliments complémentaires à l'apéritif surtout dans les bars.

### Consommateurs finaux

La consommation des conserves saumurées est inférieure à celle des autres conserves précédemment citées. En outre, sa croissance a été très lente au cours des années.

Le consommateur type des produits examinés appartient à une classe socio-économique moyenne-élevée et a un âge compris entre 24 et 44 ans.

Selon les opérateurs du secteur, les consommateurs ne font pas confiance à une marque uniquement et seul le 32-33% des consommateurs adopte un comportement d'achat mono-marque.

Contrairement aux produits à l'huile et au vinaigre, les produits saumurés n'ont pas de saison particulière pour leur consommation. Le degré élevé de service incorporé et les plus grandes modalités de jouissance font que ces produits sont utilisés de façon homogène tout au long de l'année.

## 2.2 EVOLUTION DE LA DEMANDE

Les principaux pays producteurs en Europe sont la Grèce, l'Espagne et l'Italie. Les exportations de ces pays se concentrent surtout en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et en Suisse. Parmi les pays du bassin méditerranéen, le Maroc est un exportateur particulièrement actif dans les pays de la CEE.

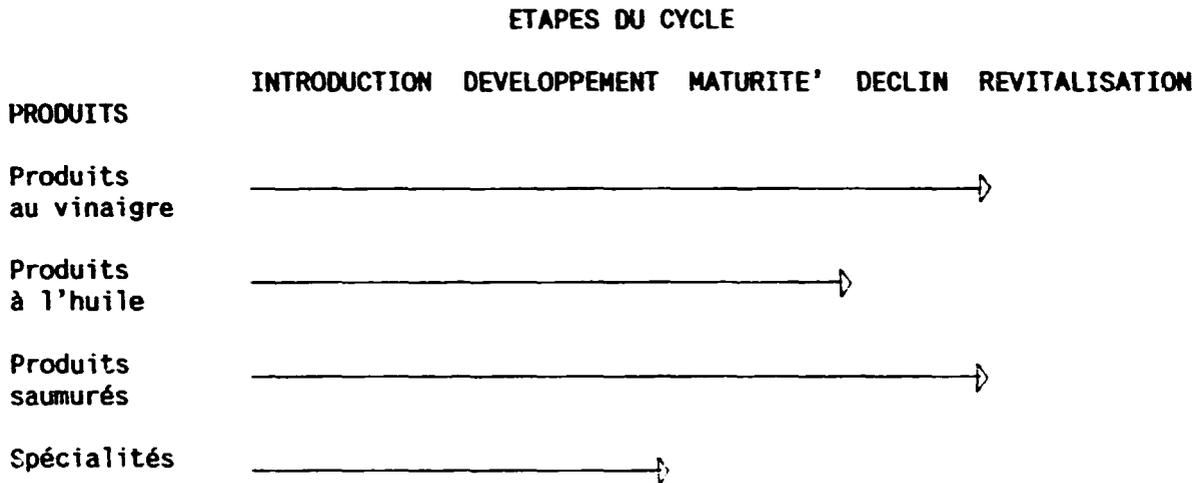
## 2.3 CYCLE DE VIE DU PRODUIT

Au cours des cinq dernières années, la demande s'est orientée de façon sensible en faveur des spécialités et des produits à l'huile qui sont des produits plus riches et innovateurs. Toujours au cours de la même période, la tendance de la demande d'olives saumurées a enregistré une croissance brève mais constante.

En ce qui concerne le secteur des affaires, face à un accroissement du détail on enregistre également une légère diminution du catering due à une baisse au niveau de la restauration sociale.

Le Tableau 2.3.1 compare le cycle de vie du secteur des produits saumurés avec celui des autres produits semblables.

Tableau 2.3.1: Cycle de vie du produit



Les produits saumurés et au vinaigre sont en général en phase de déclin. Les produits à l'huile et surtout les spécialités n'ont pas encore atteint cette phase. Les spécialités représentent une tentative de revitalisation à travers des stratégies de différenciation du produit de la part des entreprises existantes et des stratégies de niches de la part de nouveaux entrants.

## CHAPITRE 3

### CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE

#### 3.1 ENTREPRISES DE PRODUCTION ET EMPLOI

Les entreprises de production et commerciales des principaux pays producteurs peuvent être réparties en deux catégories:

- entreprises de moyenne-grande dimension qui absorbent plus de 65% des employés spécifiques;
- entreprises de dimension réduite qui étendent leur activité de production seulement à certains secteurs et qui, au niveau de la distribution, servent surtout les marchés régionaux ou pluri-régionaux.

#### 3.2 LOCALISATION

Les décisions concernant la localisation des établissements sont liées surtout aux traditions en matière de conserves et gastronomiques locales ainsi qu'à la possibilité de trouver sur place la matière première.

L'immense majorité des entreprises revendique en effet une présence historique dans les zones de localisation bien que par la suite elle ait étendu considérablement le cadre géographique de présence.

En effet, pratiquement toutes les entreprises sont nées avec des caractéristiques artisanales et ont adapté leur activité de production aux habitudes/traditions de conservation qui existaient au niveau national, aux goûts locaux (préférences pour les produits à l'huile, au vinaigre, etc.) et à la spécialisation des cultures agricoles (pour obtenir le produit frais nécessaire et adapté au besoin).

Aujourd'hui, ces facteurs continuent à être décisifs en matière de localisation, bien que l'évolution du système économique et des stratégies d'entreprise (nouveaux modèles de consommation, meilleur accès aux marchés, vaste gamme de produits semi-finis, création de réseaux de vente minutieux, etc.) les ait rendus plus souples et ait favorisé l'expansion de certaines entreprises sur des zones plus vastes qui précédemment étaient l'apanage exclusif d'entreprises locales.

Presque toutes les entreprises du secteur disposent d'un seul établissement destiné à la production des produits examinés et la localisation des entreprises coïncide donc avec celle des établissements.

#### 3.3 IMPORTATEURS

La tendance à l'importation de produits finis et pré-traités est faible étant donné que les entreprises du secteur parviennent à s'approvisionner, à des prix avantageux, sur leurs propres marchés internes.

Seules quelques grandes entreprises font exception, comme par exemple l'italienne F.lli Saclà qui achète en Espagne toutes les olives en sachets (olipak), déjà emballées et munies d'étiquettes, de la société espagnole CMD avec laquelle elle entretient des rapports commerciaux depuis de nombreuses années.

Les autres entreprises s'adressent parfois aux marchés internationaux en important toutefois des quantités de production assez faibles.

Ce sont justement les olives saumurées qui sont davantage importées surtout par la Grèce et l'Espagne étant donné le faible coût et la vaste disponibilité existante dans ces pays.

### 3.4 INCIDENCE DES COÛTS SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES

La structure du chiffre d'affaires par secteur (Tableau 3.4.1) montre une forte incidence des consommations d'exercice (environ 50% du chiffre d'affaires total).

Tableau 3.4.1: Conserves alimentaires à l'huile, au vinaigre et saumurées: structure moyenne du prix à la consommation (% sur le chiffre d'affaires total)

Consommation d'exercice:		50 - 54	
Autres coûts externes:		28 - 30	
Valeur ajoutée:		17 - 21	
- coût du travail		8 - 12	
- amortissements		1 - 3	
- recettes d'exploitation		5 - 9	
Total chiffre d'affaires à prix ex-usine (a):		100	
	<u>Réseau long</u>		<u>Réseau court</u>
- rechargement grossiste	20 - 26		-
- rechargement détaillant	20 - 30		-
Chiffre d'affaires prix à la consommation (a) (b)		140	

(a) - Hors TVA

(b) - indice du prix moyen à la consommation par secteur, pondéré par les parts de vente en volume véhiculées par les réseaux (restauration sociale et commerciale comprise)

GD = Grande Distribution

La seconde catégorie de coûts est constituée par les coûts externes dont l'incidence augmente progressivement étant donné le recours plus fréquent aux politiques de promotion et de distribution.

En 1991, les investissements publicitaires n'ont eu qu'un faible poids dans cet ensemble étant donné que les principales entreprises européennes ont continué à investir avec plus de détermination sur des produits aux potentialités de croissance et de rendement plus élevées.

Suite à l'augmentation des autres coûts externes on note une baisse de la valeur ajoutée et donc de toutes ses composantes.

Les recettes d'exploitation, bien que légèrement en baisse depuis 1990, sont encore satisfaisantes.

La structure du chiffre d'affaires et la situation de la rentabilité des entreprises peut toutefois varier considérablement par rapport à la moyenne sectorielle et ceci dépend du secteur d'affaires visé (détail ou catering), de l'image de marque acquise, de l'efficacité/rationalité de production obtenue et du mix de l'offre.

## CHAPITRE 4

### ANALYSE STRATEGIQUE

#### 4.1 GROUPES STRATEGIQUES

Les différents facteurs critiques de succès dans les deux zones, le détail et le catering, indiquent des stratégies de concurrence différentes et il est donc nécessaire d'effectuer deux analyses distinctes.

##### Détail

Dans ce secteur d'affaires, le regroupement stratégique typique est représenté par 5 groupes d'entreprises homogènes sur la base des facteurs de localisation suivants:

- cadre de présence territoriale (rayon d'action territorial);
- typologie des produits offerts (standard, spécialités nationales et locales).

Font partie du groupe A, les entreprises ayant un rayon d'action national et principalement engagées dans la production et la commercialisation de produits classiques (produits à l'huile, au vinaigre et saumurés).

Font partie du groupe B, les entreprises agissant avec le même type d'offre que celles du groupe A (concentration sur des produits traditionnels/standard) mais qui, au niveau de la distribution, n'ont pas encore atteint un rayon d'action national (elles ne sont présentes qu'au niveau pluri-régional).

Les entreprises du groupe C, ont un rayon d'action concentré dans la zone de localisation de l'unité de production; elles sont de dimension moyenne et petite, voire même artisanales, et offrent des produits standards ainsi que des spécialités nationales et locales.

Le quatrième groupe, le groupe D, est constitué d'entreprises mineures et travaillant pour compte de tiers qui commercialisent leurs propres marques dans une zone géographique limitée.

Un cinquième groupe, le groupe E, est formé d'entreprises travaillant sur tout le territoire national et qui se distinguent des autres par leur excellente position au niveau du secteur des spécialités.

Le tableau 4.1.1 schématise les groupes pré-cités.

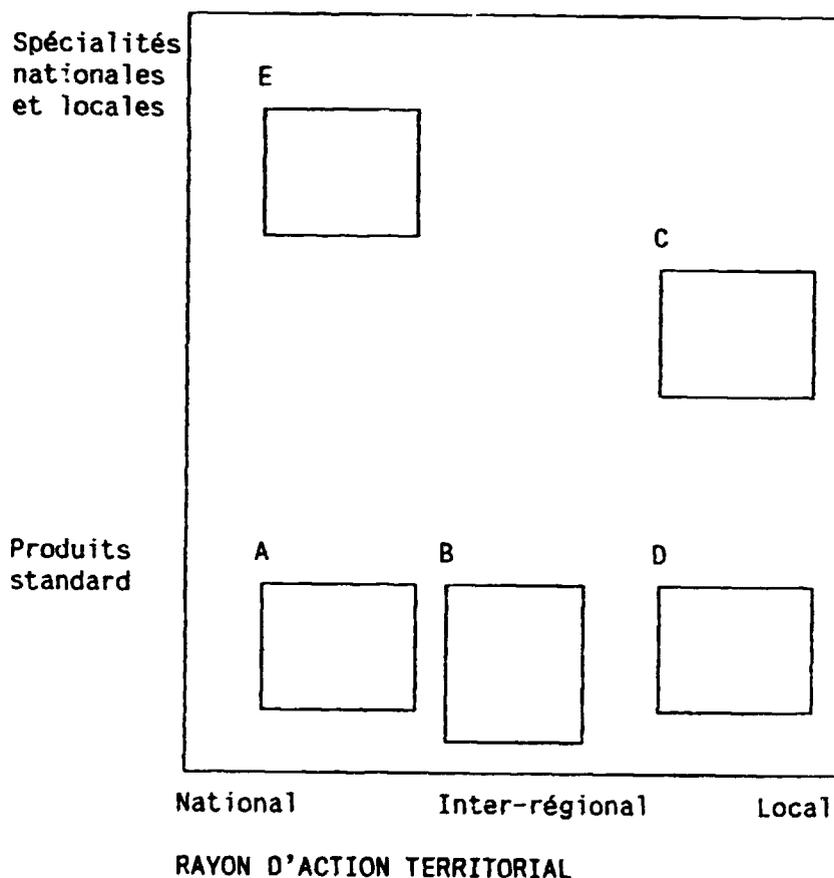
En matière de concurrence, l'affrontement a lieu tout d'abord entre les entreprises appartenant à différents groupes mais aussi au niveau inter-groupes.

Ce sont en particulier les entreprises du groupe B qui sont les plus agressives étant donné qu'elles visent à entrer dans le groupe A et à éroder des parts de marché aux entreprises du groupe D ainsi qu'à celles du groupe C.

Il existe également une concurrence impliquant les entreprises du groupe A et celles du groupe E notamment en ce qui concerne l'insertion dans la gamme de spécialités (de la part d'entreprises du groupe A) plus que sur l'extension de la distribution étant donné qu'il s'agit (à la fois pour le groupe A que pour le groupe E) d'entreprises jouissant déjà d'un vaste rayon d'action territorial.

Tableau 4.1.1: Détail - Conserves alimentaires à l'huile, au vinaigre et saumurées: zone carte des groupes stratégiques

TYPLOGIES DE  
PRODUITS



Catering

Sont engagées dans ce secteur:

- les entreprises leader et mineures présentes au niveau du détail qui confient au catering un rôle complémentaire par rapport à leur affaire stratégique;

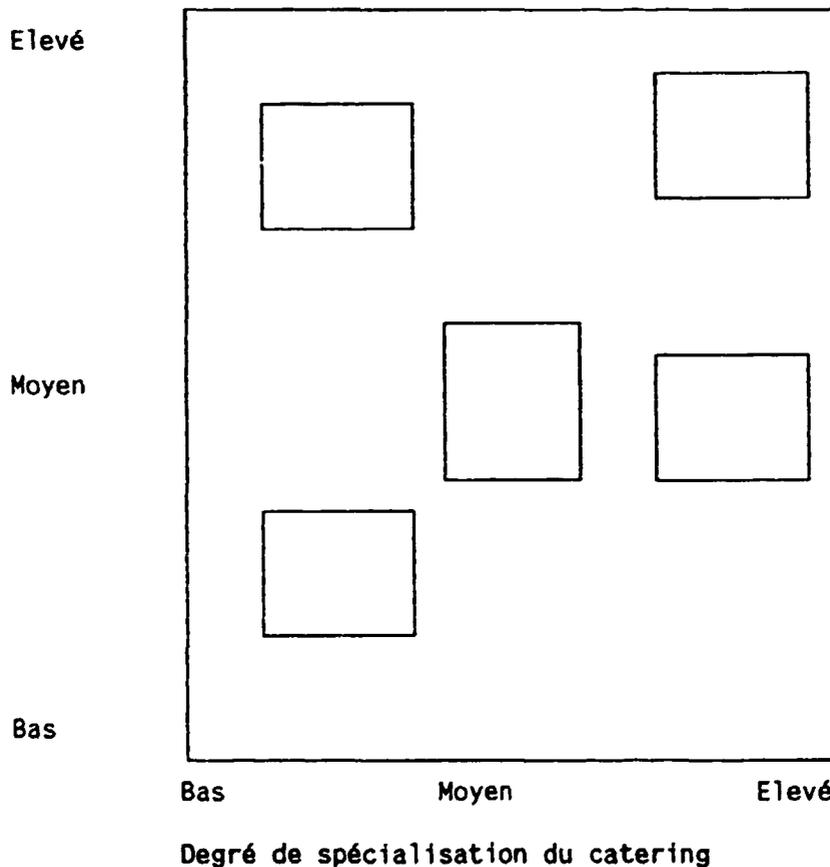
- les entreprises réalisant d'importants chiffres d'affaires sur le détail comme sur le catering;
- les entreprises concentrées sur le catering qui opèrent au détail seulement sur leur aire de localisation; elles poursuivent une stratégie de leadership du coût en agissant sur l'optimisation du rapport qualité/prix.

La dynamique de concurrence dans ce secteur implique indistinctement toutes les entreprises et on peut identifier ici aussi 5 groupes stratégiques, selon le degré de spécialisation et le cadre de présence territorial.

Le tableau 4.1.2 représente les groupements stratégiques cités.

Tableau 4.1.2: Catering - Conserves alimentaires à l'huile, au vinaigre et saumurées: zone carte des groupes stratégiques

Cadre de présence territorial



## 4.2 STRATEGIES ET MANOEUVRES DE CONCURRENCE

### 4.2.1 Rayon d'action: diversification et cadre

Sont engagées dans ce secteur d'étude les entreprises de production et de commercialisation qui sont spécialisées dans l'activité considérée ou diversifiées dans le secteur des conserves ou dans le secteur alimentaire en général.

Toutes les entreprises productrices, excepté la Nestlé, produisaient au départ des produits à l'huile et au vinaigre.

La plupart des entreprises est plus ou moins présente soit dans le secteur du détail que du catering mais en général les entreprises couvrant tous les secteurs du marché sont peu nombreuses.

Les entreprises diversifiées au niveau extra-sectoriel (qui opèrent en grande partie dans le secteur des conserves de légumes) tirent des avantages concurrentiels de cette politique puisque:

- elles exploitent des synergies dans l'achat de la matière première et/ou du semi-fini;
- elles saturent les réseaux de vente (en particulier les entreprises concentrées sur le détail) afin de répartir les coûts de distribution sur davantage de volumes traités.

Toutefois, ce dernier aspect se retrouve également au niveau des entreprises concentrées dans le secteur qui, même si elles ne couvrent pas tous les secteurs du marché, ont tendance à présenter une gamme complète de formats, confections et variétés de légumes conservés.

Le principal groupe d'entreprises diversifiées est le groupe des moyennes et grandes entreprises qui réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires dans les conserves à l'huile, au vinaigre et saumurées et le reste dans d'autres secteurs voisins du secteur examiné (assaisonnements verts, sauces, dérivés de la tomate, etc.).

### 4.2.2 Marketing mix

#### Différenciation

Les politiques de différenciation/image diffèrent selon les zones et les secteurs.

Au niveau du détail, la différenciation des marques est cruciale afin de rivaliser de façon efficace et elle est fonction:

- des investissements publicitaires effectués;
- de la tradition et spécialisation en matière de conserves du secteur (que le consommateur associe au niveau qualitatif des produits);

- de la capacité d'innovation (qui requiert une image d'entreprise moderne et prête à cueillir et satisfaire les nouveaux besoins).

Au niveau de la restauration collective par contre, la différenciation/image de marque est moins importante alors que le rapport qualité/prix est déterminant (ainsi que la rentabilité du produit) et est lié à l'intérêt économique du restaurateur.

Les principales entreprises du secteur visent à offrir une image de la société et se différencient au niveau des caractéristiques des entreprises de tradition.

Leurs marques respectives sont en général les plus connues sur le marché et jouissent également de la confiance des consommateurs.

Ces entreprises investissent largement et de façon continue dans la publicité du secteur et contribuent aussi, à travers les politiques de communication, à la croissance des consommations de tout le secteur. Les grandes entreprises visant la Recherche et Développement (R.& D.) et l'innovation sont peu nombreuses.

Le cycle de vie du produit pourrait être revitalisé surtout grâce à ces grandes entreprises, comme l'italienne F.lli Saclà qui, à la fin des années '60, a lancé les olives saumurées confectonnées dans des olipaks, créant ainsi un nouveau business.

#### Organisation de vente et réseaux de distribution

Les entreprises du secteur opèrent surtout avec un personnel indirect (agents) supporté par des structures internes et s'occupant de la coordination et de la vente aux grands clients (GD et DO).

Seules les multinationales comme Nestlé utilisent un réseau minutieux basé sur des vendeurs directs qui commercialisent tous les produits de la division.

La majorité des entreprises vise à contacter et servir directement le dernier stade des réseaux de distribution en recevant leurs ordres des agents et du personnel interne dépendant.

En général, les "internes" s'occupent des ventes et des rapports avec les grands clients (centres d'achat de la grande distribution et de la distribution organisée, grossistes et concessionnaires, opérateurs du catering) alors que les autres agents se chargent surtout du détail traditionnel (indépendants de petite et moyenne dimension) et opèrent dans les zones géographiques où les commandes sont les plus fragmentées.

Les entreprises couvrent en général soit le réseau court que le réseau long même si elles sont davantage intéressées par le détail moderne. Les volumes traités par ce réseau sont élevés. Les meilleurs espaces d'exposition favorisent en effet l'achat par impulsion, typique des produits examinés.

La tendance des principales entreprises de production est de rechercher une collaboration avec le détail moderne (utilisation de merchandisers, activités de promotion, livraisons, logistique intégrée et autres services) au détriment des politiques de démarchage traditionnelles.

### Publicité

Etant donné que les olives saumurées ne sont pas des biens de première nécessité, elles requièrent un rappel constant du consommateur afin de:

- construire ou renforcer l'image de marque;
- exalter la qualité et les fonctions d'utilisation/occasions de consommation des produits;
- étendre la demande en visant une plus grande fréquence d'achat et la conquête de nouvelles catégories de consommateurs.

Les investissements publicitaires se concentrent surtout sur les télévisions commerciales.

### Prix

Le prix diffère sensiblement selon les secteurs (produits à l'huile, au vinaigre, saumurés, spécialités) mais est fixé, pour chacun d'entre eux, sur la base des paramètres suivants:

- niveau qualitatif et innovateur de la référence (champignons cultivés et de forêt, utilisation de légumes frais ou semi-finis, nouvelles recettes);
- liquide d'immersion des légumes (huiles végétales, huile d'olive, etc.);
- disposition des légumes à l'intérieur des vases en verre (artichauts entiers bien pressés, en tranches ou coeurs d'artichauts bien alignés, mélange de légumes de différentes couleurs, etc.);
- politiques de prix adoptées (prix fort, moyen ou bas).

Le prix des légumes à l'huile d'olive et des spécialités est nettement supérieur par rapport à celui des produits au vinaigre (plus que le double pour les premiers et presque le double pour les seconds); le prix des produits saumurés, par contre, est supérieur à celui des produits au vinaigre de 40-45%.

En outre, parmi les produits conservés dans le même liquide, il existe des différences marquées qui découlent de la typologie du légume conservé et de sa localisation plus ou moins facile (les champignons par exemple coûtent, en moyenne, le double des artichauts et des mélanges de légumes).

Dans les différents secteurs (zone de détail) il existe également un rapport étroit entre la différenciation/image de marque et le niveau du prix.

En effet, les entreprises leader pratiquent des prix supérieurs à la moyenne dans tous les secteurs de présence. La majorité des petites entreprises pratique des prix assez alignés et inférieurs aux prix moyens des secteurs en présence.

Au niveau du catering, le prix est déterminé par rapport à la qualité du produit et à sa rentabilité.

### Produit

Les innovations de produit concernent surtout le choix des légumes, le liquide de traitement et la recette employée.

La plupart des entreprises leader a mis en oeuvre une activité de R. & D. afin d'explorer toutes les possibilités offertes par la conservation de légumes.

L'objectif est de:

- satisfaire une demande en évolution (recherche de produits sains et naturels, de service incorporé, de facilité d'emploi, etc.);
- couvrir toutes les niches de marché existant dans le cadre des traditions locales en matière de conserve (composition de la gamme en fonction des aires géographiques de présence).

Ceci a amené à une extension de la gamme (en ampleur et profondeur) des principales entreprises à travers l'augmentation généralisée du nombre des références (insertion de nouvelles variétés de légumes, variantes du liquide de traitement, nouvelles recettes, etc.).

### Emballage

L'emballage constitue une composante non négligeable qui contribue à la différenciation des produits.

Nestlé, par exemple, commercialise ses produits dans de petits vases cylindriques traditionnels avec une étiquette très classique aux couleurs intenses et élégantes et une écriture très sobre; l'ensemble offre une sensation de produit très soigné qui semble s'adresser à un consommateur traditionnel.

La F.lli Saclà a introduit sur le marché des nouveaux formats de clusters 2\*370 gr. et 4\*370 gr. (poids égoutté) pour les produits au vinaigre (cornichons, petits oignons, salades, poivrons en tranches et jardinières).

Cette dernière décision a été prise à la suite d'une étude réalisée directement par les F.lli Saclà (bureau R. & D.) afin de conformer l'offre aux occasions et aux modalités de consommation des références.

En effet, l'étude a montré que très souvent le consommateur de produits à l'huile et au vinaigre doit choisir entre des formats qui ne sont pas toujours adaptés à ses besoins.

Il achète parfois de grands formats qui, en cas de non consommation après l'ouverture exigent un stockage; ceci peut porter atteinte à la fraîcheur et, dans certains cas, à la qualité du produit. Au contraire, si la quantité consommée à chaque reprise est élevée il doit acheter des confections uniques et donc programmer plus attentivement sa dépense.

L'introduction de clusters devrait, selon la société, répondre aux différents besoins de consommation et en même temps favoriser l'expansion de la demande (les quantités achetées en clusters sont plus grandes).

La plupart des entreprises confient entièrement à un graphisme plus ou moins recherché la tâche de les différencier sur les points de vente, avec des résultats qui sont toutefois inférieurs par rapport aux grandes entreprises leader, en termes de reconnaissance immédiate par les consommateurs.

Pour le catering, les plus utilisées sont les confections en bande étamée de 5 kg.

L'intérieur du conteneur constitue un facteur de différenciation dans le secteur. En effet, certaines entreprises utilisent des pots émaillés de porcelaine blanche afin d'exalter les caractéristiques hygiéniques et qualitatives des produits.

En ce qui concerne les formats, il faut ajouter que les formats inférieurs aux 5 kg sont en expansion grâce à leur fonctionnalité dans la restauration collective.

Pour les opérateurs, en effet, il peut être plus convenient d'ouvrir une boîte à chaque requête du client et de la terminer tout de suite plutôt que d'ouvrir un format de 5 kg. avec le risque de ne pas le terminer et de continuer à le conserver avec les coûts de réfrigération qui en découlent et les possibilités de détérioration du contenu.

### Marques

Les entreprises ont tendance à opérer avec une seule marque pour toutes les lignes de produits et à lier cette marque à d'autres dénominations ou bien au nom de la matière première conservée (champignons, artichauts, olives, jardinière, etc.).

Les différentes dénominations ont comme objectif d'évoquer des fantaisies de goût et gastronomiques et donc de stimuler l'acte d'achat. En outre, au cours des dernières années, avec l'affirmation des tendances écologiques et de santé, elles ont été étudiées de façon à répandre une idée de naturel et de pureté de la composante légume ainsi que du liquide d'immersion (huile extra-vierge d'olive, etc.).

#### 4.2.3 Make or buy

La décision d'intégration de la production que ce soit au stade intermédiaire (produit semi-fini) ou en amont (produit frais), est particulièrement importante dans ce secteur puisqu'elle influe:

- sur la flexibilité des entreprises (pouvant disposer du semi-fini, elles parviennent à se dégager du caractère saisonnier en ce qui concerne la facilité de trouver le produit frais); en général, c'est dans la production de "mélanges" que l'on fait davantage recours au pré-traité étant donné qu'il est impossible de trouver tous les légumes faisant partie du mélange au cours de la même saison;
- sur la qualité du produit, étant donné qu'il est choisi à l'état frais et jusqu'à la conservation.

Les politiques de communication des entreprises qui privilégient ce dernier degré d'intégration soulignent, en effet, le contrôle exercé sur le produit (matière première soigneusement choisie) afin de le différencier par rapport aux concurrents.

La plupart des entreprises de production privilégie l'intégration "mixte"; elles parviennent de cette façon à rendre l'utilisation des unités de production moins fragmentée au cours de l'année et obtiennent, pour certains produits, le standard de qualité désiré moyennant une sélection et un contrôle complet de la matière première sélectionnée.

## CHAPITRE 5

FACTEURS CLES DE SUCCES

Les facteurs de succès sont à relever principalement dans le secteur du marketing mix.

La Recherche et Développement (R. & D.) est également importante au niveau du détail étant donné que les principales entreprises tendent à augmenter la demande, en étudiant des recettes et des technologies avec un double objectif:

- au niveau national, satisfaire tous les goûts liés à des traditions géographiques et culturelles;
- récupérer les recettes ou caractéristiques de conserves locales, qui sont historiquement consolidées au niveau domestique, afin de les diffuser au niveau national et international;
- étudier les produits plus fréquemment consommés pour d'autres emplois que le traditionnel hors-d'oeuvre/amuse-gueule.

Après avoir exploité toutes les potentialités des produits à l'huile classiques (champignons, artichauts et légumes mixtes), des produits au vinaigre et saumurés, l'industrie de la transformation est en train de créer de nouvelles niches de marché.

Moyennant cette stratégie, les entreprises productrices s'orientent non seulement vers la revitalisation du secteur mais cherchent également à adapter l'offre à une consommation toujours plus attentive à la pureté des produits (récupération de la tradition et donc méthodes de conservation moins élaborées) au niveau industriel.

Au Tableau 5.1.1 figurent les facteurs critiques de succès et leur poids relatif.

On voit donc que le marketing constitue pour les deux secteurs d'affaires, le détail et le catering, une fonction critique. Toutefois, alors que pour le secteur du détail c'est l'organisation des ventes qui, dans le cadre du marketing, assume un poids prépondérant, dans le secteur du catering, c'est le rapport qualité/prix qui est le facteur le plus critique.

L'avantage comparé de la Tunisie sur les coûts de production devrait amener les producteurs tunisiens à se concentrer sur l'amélioration de la qualité afin d'exploiter le levier de la concurrence d'un meilleur rapport qualité/prix dans le secteur du catering. Par contre, il est beaucoup plus difficile de concurrencer directement dans le secteur du détail où les producteurs CEE sont évidemment avantagés dans l'organisation des ventes.

Tableau 5.1.1: Conserve alimentaires à l'huile, au vinaigre et saumurées: facteurs critiques de succès par secteurs d'affaires

SECTEUR DETAIL	%	SECTEUR CATERING	%
<b>MARKETING</b>		<b>MARKETING</b>	
Efficacité/Efficienc du réseau de vente	30	Rapport prix/ qualité/rendement	45
Tradition de la conserve	10	Efficacité/Efficienc du réseau de vente	35
Publicité	15	Ampleur et profondeur de la gamme	20
Ampleur et profondeur de la gamme	20		
<b>R &amp; D</b>			
Innovation du produit	15		

## CHAPITRE 6

POLITIQUE DE SOUTIEN DE LA CEE

Dans certaines régions méditerranéennes, la production d'olives de table constitue une activité économique très importante. Au cours des dernières années, on a assisté à l'affirmation d'une situation de déséquilibre entre l'offre et la demande qui a conduit à la formation d'excédents non négligeables. En outre, l'on sait qu'il existe des possibilités d'augmenter la consommation, notamment par une meilleure information des utilisateurs existants ou potentiels et par une adéquation plus étroite de la production aux exigences des consommateurs.

La Communauté Européenne a donc décidé d'intervenir avec des mesures visant à l'encouragement d'actions spécifiques de la part d'associations de producteurs afin d'accroître la consommation d'olives de table et afin d'échauffer la mise sur le marché du produit. Ce dernier objectif en particulier, comporte des coûts de stockage pour les producteurs et il convient donc de favoriser la constitution d'un fonds de roulement.

Le Règlement (CEE) N. 1332/92 du Conseil du 18/5/1992 figurant en annexe, arrête l'entité et les conditions d'octroi du soutien financier. En bref, la CEE participe à concurrence de 60% au financement d'actions visant à développer la consommation d'olives de table. Parmi ces actions, figurent les études de marché, les conseils de marketing et les investissements en communication.

Les producteurs de pays tiers qui ne bénéficient pas de subventions à la production ou à l'exportation analogues de la part des gouvernements locaux, se retrouvent dans une position de désavantage concurrentiel relatif, surtout dans les secteurs d'affaires comme le détail, où les investissements promotionnels constituent un facteur critique de succès.

## CHAPITRE 7

PERSPECTIVES AMBIANTES ET TENDANCES7.1 ANALYSES DES MENACES ET DES OPPORTUNITESMenaces

Au sein du secteur à l'étude, il existe un phénomène de substitution parmi les familles de produits, qui pénalise les produits au vinaigre en faveur des produits plus riches et innovateurs (produits à l'huile et spécialités).

En ce qui concerne les olives saumurées, les producteurs espagnols et grecs sont perçus comme une menace significative à impact moyen-élevé à court terme par les producteurs des autres pays de la CEE puisque leurs prix sont extrêmement compétitifs.

Pour les spécialités et les produits à l'huile, les principales menaces proviennent des produits surgelés conservés par appertisation et des salades préparées.

Bien que ces produits présentent un moindre degré de service (en général, la matière première est monotype et n'est pas aromatisée) elles tirent leurs avantages du prix considérablement inférieurs par rapport aux spécialités.

Les tendances diététiques et salutistes pourraient favoriser un déplacement des consommations vers des produits moins gras, plus naturels et digestibles (légumes conservés au naturel).

Opportunités

Les principales opportunités pour le secteur sont:

- la possibilité d'une plus grande absorption des marchés de l'Europe Continentale en matière d'aliments et de technologies typiques des zones méditerranéennes et faiblement présents dans d'autres pays européens;
- la réduction de l'auto-production familiale suite au changement des styles de vie des nouvelles générations;
- la plus grande confiance que les consommateurs devraient accorder aux produits industriels, suite au niveau de qualité élevé atteint par certains produits industriels (exemple: spécialités prescrites);
- l'augmentation du nombre de repas consommés hors de la maison.

La grande opportunité des spécialités et, en particulier, des assaisonnements déjà préparés découle d'une augmentation de leur insertion dans les repas quotidiens.

En effet, les principales entreprises, et particulièrement les entreprises leader, tentent de rendre moins urgente la consommation des produits examinés en proposant des technologies innovatrices et plus fréquemment consommées (accompagnements).

Le tableau 7.1.1 résume les différentes opportunités pré-citées.

Tableau 7.1.1: Conserves alimentaires à l'huile, au vinaigre et saumurées: opportunités et impact à court et moyen terme

IMPACT	PROBABILITE'	TEMPS DE REALISATION		
		COURT TERME	MOYEN TERME	LONG TERME
Fort	Haute		Diminution de l'auto-product. familiale.	
	Faible			Moindre méfiance à l'égard des produits industriels.
Moyen	Haute	Plus grande utilisation d'accompagnements préparés pour la consommation quotidienne.	Exportation en augmentation, vers l'Europe continentale.	
	Faible	Augmentation des repas extra-domestiques.		
Faible	Haute			
	Faible			

## 7.2 TENDANCES A COURT ET MOYEN TERME

### 7.2.1 Tendances à court terme

On ne prévoit pas de mutations particulières à court et moyen terme dans l'activité du secteur.

La consommation sectorielle enregistrera un taux de croissance de 1-2% en volume alors qu'au niveau des aires d'affaires le détail augmentera plus que le catering.

Puisqu'au niveau du détail, l'organisation des ventes et les investissements publicitaires revêtent un rôle fondamental, les producteurs tunisiens pourraient envisager d'exploiter la tendance favorable de la demande en visant la production pour compte de tiers.

Au sein de la restauration collective, en outre, la composante commerciale (fast food, petite restauration, pizzeria, bars, etc.) suivra une dynamique d'expansion (repas extra-domestiques toujours plus fréquents) alors que la composante sociale confirmera sa tendance à la baisse.

En ce qui concerne les différents secteurs, il est à prévoir que, face à l'augmentation des produits à l'huile et surtout des spécialités, les produits au vinaigre diminueront et les produits saumurés se stabiliseront.

En particulier parmi les spécialités, les garnitures préparées trouveront des espaces toujours plus intéressants étant donné qu'elles seront lancées de façon agressive par les principales entreprises et surtout par les entreprises leader.

L'objectif est de segmenter la demande en exaltant les occasions de consommation qui impliquent une plus grande fréquence d'utilisation des produits.

Selon les opérateurs, le secteur devrait trouver à court terme de nouvelles solutions technologiques et de nouveaux objectifs de consommation et dépasser ses limites actuelles.

Les caractéristiques des produits hédonistiques-d'urgence, achetés par impulsion, ont ralenti la croissance de la demande au cours des dernières années.

Pour le moment, les produits au vinaigre sont les produits les plus pénalisés mais à moyen terme et si on ne trouve pas de solutions innovatrices, les produits à l'huile et saumurés pourraient accuser des signes de fléchissement. Les menaces de substitution par des produits surgelés et appertisés pourraient se renforcer, surtout du point de vue des avantages de prix.

Le cadre de la concurrence n'est pas susceptible de connaître d'importantes mutations. Les principales entreprises opéreront surtout dans les secteurs de la R. & D. et du marketing et concentreront davantage leur offre.

Les entreprises mineures qui ne disposent pas de grosses ressources financières continueront à défendre le catering ou à opérer comme copackers pour les grandes entreprises.

A ce propos, il faut signaler la croissance des parts de marché commerciales de la distribution moderne.

La rentabilité moyenne du secteur se maintiendra à des niveaux satisfaisants et sera de toute façon plus élevée pour le détail que pour le catering.

### 7.2.2 Tendances à moyen terme

Le secteur du moyen terme devrait arriver à une phase avancée de maturité à moins que les spécialités ne parviennent pas à alimenter de nouvelles et importantes parts de marché.

On prévoit pour les différents produits:

- le déclin des produits à l'huile;
- la baisse des produits au vinaigre et des produits saumurés qui ne pourront compter que sur la demande en provenance des grands consommateurs (amateurs);
- une expansion des consommations de spécialités et surtout des produits plus adaptés à être intégrés dans les repas quotidiens (garnitures).

On prévoit en outre que les entreprises leaders s'orienteront vers une segmentation toujours plus accentuée de l'offre (lancement de spécialités typiquement locales) afin de l'adapter à la structure de consommation nationale qui est très fragmentée (goûts et traditions alimentaires différenciés selon les régions).

L'aire fonctionnelle de la R. & D. aura une importance décisive.

On ne prévoit aucune menace importante au niveau de la dynamique de concurrence pour les entreprises leader (ni de la part des pourchasseurs actuels ni des entrants potentiels); leurs points forts pourront difficilement être renversés même à moyen terme.

Les entreprises mineures devront par contre opérer dans un scénario concurrentiel plus incertain et plus onéreux (plus d'investissements en R.& D. et en communication).

Elles pourront toutefois survivre en visant les:

- politiques des prix;
- productions pour tiers (pour des marques privées et commerciales);
- politiques de niches (récupération de traditions de conserves locales et défense des marchés locaux non couverts par les leaders de façon homogène).

SECTEUR DES CONSERVES DE THON ET DE SARDINES

## TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION</u> . . . . .	79
1 <u>IDENTIFICATION DU SECTEUR</u> . . . . .	81
2 <u>CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE</u> . . . . .	83
3 <u>CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE</u> . . . . .	89
4 <u>ANALYSE STRATEGIQUE</u> . . . . .	93
5 <u>FACTEURS CLES DE SUCCES</u> . . . . .	101
6 <u>PERSPECTIVES AMBIANTES ET TENDANCES</u> . . . . .	105

## INTRODUCTION

L'analyse de marché suivante est répartie en six chapitres.

Au premier chapitre, on identifie le secteur du point de vue du produit.

Au deuxième chapitre, on analyse la demande à travers la segmentation du marché. Deux principaux secteurs d'affaires ont été identifiés: le détail et le catering; on compare également le cycle de vie des conserves de sardines et des variantes les plus communes des conserves de thon.

Le troisième chapitre analyse les caractéristiques de l'offre et l'incidence des coûts sur le chiffre d'affaires.

Le quatrième chapitre concerne l'analyse stratégique. Après avoir défini les dimensions de concurrence possibles, on définit les groupements stratégiques et on analyse les implications pour les politiques de marketing mix des entreprises.

En comparant les principales caractéristiques de l'offre et de la demande, il a été possible d'extrapoler, au cinquième chapitre, les facteurs critiques de succès pour les deux principaux secteurs d'affaires du détail et du catering.

Enfin, le sixième chapitre, après une lecture des normes communautaires relatives au secteur, identifie les menaces et les opportunités de marché et expose les tendances à court, moyen et long terme afin d'orienter les stratégies d'entrée et/ou de pénétration sur le marché communautaire.

CHAPITRE 1

IDENTIFICATION DU SECTEUR

Les conserves de thon et de sardines appartiennent au secteur commercial des conserves de produits de la pêche.

Le secteur est identifié par:

- une fonction d'utilisation primaire: conservation à moyen et long terme des aliments;
- une technologie de base: procédé de production/conservation moyennant cuisson de la matière première et immersion successive dans le liquide de traitement (huile, eau et sel, etc.);
- deux groupes de clients principaux: les familles (détail) et la restauration collective (catering).

Le détail et le catering constituent deux secteurs d'affaires bien distincts puisqu'ils présentent des systèmes de concurrence et des facteurs clés de succès différents.

Au niveau du détail, les principales entreprises opèrent principalement des politiques de différenciation/image alors qu'au niveau du catering elles visent surtout le prix et l'ampleur de la gamme offerte.

Sur la base des affinités commerciales des produits dans les deux secteurs d'affaires, on repère les produits suivants:

- conserves de thon:
  - thon à l'huile d'olive;
  - thon à l'huile végétale;
  - thon au naturel;
  - thon avec légumes (mélange);
- conserves de sardines:
  - sardines à l'huile d'olive;
  - sardines à l'huile végétale;
  - sardines à la sauce tomate (piquantes et non piquantes);
  - sardines au vin et à l'huile;

Le secteur des conserves de produits de la pêche comprend aussi:

- conserves d'anchois (principalement, filets à l'huile);
- conserves de maquereau (à l'huile d'olive, végétale et mariné);
- conserves de coques (au naturel et différentes préparations);
- autres préparations de poissons (saumon, caviar, hors-d'oeuvre mixtes de mer, mollusques, etc.).

## CHAPITRE 2

CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE2.1 TYPOLOGIE ET SEGMENTATION DE LA DEMANDE DESSERVIE

Parmi les groupes de clients du secteur, on distingue:

- les intermédiaires commerciaux;
- les clients finaux.

Au sein de la catégorie des intermédiaires commerciaux et sur la base des modalités d'achat des produits, on distingue deux types d'intermédiation:

- structure de distribution au détail, servant principalement les familles (détail);
- structure de distribution-d'administration des repas (catering) selon le réseau sur lequel est distribué le produit et le point de restauration où est consommé le produit et qui se distingue en:
  - catering "social" (cantines, hôpitaux, etc.);
  - catering "commercial" (restaurants, fast food, etc.).

La répartition du marché en volume est la suivante:

- détail: 80%
- catering: 20%

Les produits examinés s'affirment toujours plus dans les points de vente modernes (la grande distribution et la distribution organisée supportent plus de 50% des ventes en volume) au détriment du détail traditionnel qui continue toutefois à détenir une capacité d'absorption appréciable ainsi que la vente en gros, surtout dans les pays de la Méditerranée.

Les conserves de poisson représentent un secteur commercial qui répond très bien aux exigences de la distribution moderne. Le rouïement, qui est important, mais surtout les marges et le rapport prix/espace occupé offrent une rentabilité élevée.

Toute une série d'importantes considérations sont à l'appui de cette thèse. Tout d'abord, le caractère homogène des assortiments entre les différents points de vente et les différents réseaux dénote une attention particulière à la maximisation des profits. Il s'agit d'un marché bien connu et interprété.

La seconde considération concerne l'affluence du secteur du marché le plus important: celui du thon en boîte. Dans les marchés de même dimension, le commerce fait preuve de plus de parcimonie dans la structuration des assortiments. Seule la rentabilité de l'espace peut expliquer la politique dans le secteur des conserves de poisson.

Il est intéressant également d'évaluer le poids de ce commerce sur le rapport de concurrence entre producteurs. Il semble que la distribution moderne ne représente pas un facteur de concentration, justement pour les raisons citées.

L'entrée dans le réseau ne présente pas de barrières insurmontables, même pour les petites et moyennes entreprises. Cet aspect ne favorise pas l'augmentation de fidélité de la part du consommateur qui continuera à rester assez faible. Les données de pénétration élevée de la part de nombreuses entreprises et la faible amplitude de l'échelle des prix sont en faveur de cette hypothèse. Les entreprises leader ne parviennent pas à vanter des positions particulièrement élevées par rapport à d'autres concurrents.

La dernière considération concerne l'utilisation importante de la part des entreprises du secteur de formes de promotion liées à l'objectif d'augmenter la fidélité de marque: les concours. Il s'agit d'un instrument toujours plus utilisé qui toutefois ne semble pas encore avoir amené les résultats attendus.

Le produit le plus utilisé dans le détail est le thon qui a atteint un degré de pénétration chez les familles proche de 95%.

Il s'agit d'un degré de diffusion considérable et l'expansion ultérieure des consommations de thon est donc essentiellement confiée à la répartition des achats.

La consommation moyenne pro-capite de conserves de poisson présente des variations significatives au niveau de chaque produit, des aires géographiques, des tranches d'âge et des périodes de l'année. Au Tableau 2.1.1. figure la consommation totale dans certains pays de la CEE. Les principaux consommateurs européens de poisson en boîte sont les Espagnols avec 5,2 kg de consommation annuelle pro capite. Viennent ensuite la France avec 4 kg, l'Allemagne avec 3,6 kg et l'Italie avec 2,6 kg.

Tableau 2.1.1: Consommation apparente de poisson en boîte dans certains pays européens (1985-88 - en Tonnes)

	1985	1988	1985-1988 (var.% moyenne)	1988 (kg. pro cap.)
Allemagne	227.000	222.000	- 0,7	3,6
France	171.800	219.800	3,6	4,0
Espagne	138.000	200.000	13,2	5,2
Italie	118.100	152.250	8,8	2,6
Royaume Uni	66.000	91.000	11,3	1,6
Belgique	12.700	15.200	6,2	1,5
Pays-Bas	8.060	10.480	9,1	,7

Dans les pays de la Méditerranée plus que dans les pays du Nord de l'Europe, on dénote une préférence particulière pour le thon à l'huile d'olive, alors que les consommations de thon mélangé (avec légumes) deviennent toujours plus

modestes. La demande de thon à l'huile végétale a acquis dans ces pays une importance négligeable (produit considéré comme plus pauvre et moins savoureux par rapport au thon à l'huile d'olive).

Au cours des deux dernières années, grâce à l'affirmation des tendances salutistes et diététiques et à la relance du produit effectuée par les principales entreprises du secteur, le thon au naturel a connu une diffusion remarquable.

En matière de format, les confections de moins de 300 gr. couvrent 95% de la consommation totale (détail en volume) alors que les formats compris entre 300 gr. et 1.000 gr. n'ont qu'une faible importance (5%).

Parmi les formats inférieurs aux 300 gr. les mono-doses (80-85 gr.) et les bi-doses (160-170 gr.) sont importantes étant donné qu'elles permettent d'éviter les problèmes de conservation et les risques de détérioration du produit.

Pendant longtemps, le thon en boîte avait assumé les caractéristiques d'un produit d'urgence. Cette caractéristique lui a valu un considérable succès étant donné la déstructuration progressive des repas qui a favorisé justement les produits à consommation rapide et multiple. La fréquence de consommation reste toutefois assez basse avec un pourcentage de grands consommateurs (plus d'une fois par semaine) tournant autour de 20% par rapport à une pénétration globale du produit dans les familles supérieure à 90%.

La structure de consommation des autres produits est assez différente par rapport à celle du thon que ce soit au niveau des dimensions que géographique.

La consommation pro-capite de sardines en boîte en 1991 est en baisse.

La demande de sardines est encore limitée; le produit est considéré par le consommateur comme un produit "pauvre" et d'"urgence" et il est donc éliminé du "panier des achats" ou remplacé par des produits plus riches et savoureux (surtout par des anchois).

## 2.2 CYCLE DE VIE DU PRODUIT

L'évolution des consommations de conserves de poisson a été influencée par de nombreux facteurs:

- propriétés de nutrition et particularités de goût propres au poisson conservé;
- réduction du temps consacré à la préparation des aliments;
- évolution de la structure des consommations vers des produits avec plus de service incorporé (soit par rapport à la pureté du produit que par rapport à sa conformité aux styles de vie modernes);
- mauvaise capacité du consommateur à préparer des poissons frais.

Les conserves de poisson font désormais partie des habitudes alimentaires de nombreux pays européens. Toutefois, étant donné la croissance du thon, des anchois et d'autres préparations de poissons, le secteur peut être considéré dans une phase de développement de son cycle de vie.

#### Thon à l'huile d'olive

Le produit a confirmé, même en 1991, une tendance positive de marché.

L'augmentation de la fréquence de consommation est sans aucun doute à la base de ce phénomène étant donné la limite de pénétration que le produit a atteint auprès du public.

Dans l'ensemble, par rapport aux résultats de marché obtenus, ce produit peut être considéré comme étant dans une phase avancée de développement de son cycle de vie.

#### Thon à l'huile végétale

Ce produit enregistre des baisses continues sur le marché (il alimente actuellement un niveau de consommation sans importance) et ceci a amené de nombreuses entreprises à l'éliminer du portefeuille des produits.

C'est surtout le thon à l'huile d'olive qui a bénéficié de ces baisses au cours des dernières années et depuis deux ans également le thon au naturel.

Actuellement, ce produit est dans une phase de déclin de son cycle de vie.

#### Thon composé

Bien qu'il ne soit entré sur le marché que récemment, le thon conservé avec des légumes (en général, des petits pois) ne bénéficie pas encore de la faveur des consommateurs.

Les quantités vendues sont limitées et en baisse progressive et le produit est souvent remplacé par des produits plus riches en quantité de légumes/légumes potagers et donc plus complets dans leur utilisation.

C'est également pour cela que ce produit connaît une phase de déclin.

#### Thon au naturel

Ce produit a fait son apparition sur le marché il y a environ 15 ans et après une phase de développement qui a culminé en 1983, il a connu au cours des années suivantes et jusqu'en 1988 une phase de maturité avancée avec des niveaux de consommation stables.

Par contre, au cours des trois dernières années et grâce aux tendances salutistes et à l'affirmation d'un modèle d'alimentation naturelle (on n'ajoute ni eau ni sel; après avoir été cuit à l'eau ou à la vapeur il est

conditionné et on peut éventuellement ajouter de l'huile au moment de la consommation), ce produit a trouvé un espace de marché appréciable avec un taux de développement de plus de 20% par an.

Suite aux excellents résultats de marché, les entreprises les plus importantes s'orientent vers ce produit pour lequel on prévoit des taux de croissance élevés même au cours des prochaines années.

Les opérateurs du secteur estiment en effet que les consommateurs ont dépassé les méfiances qu'ils nourrissaient depuis de nombreuses années à l'égard du produit.

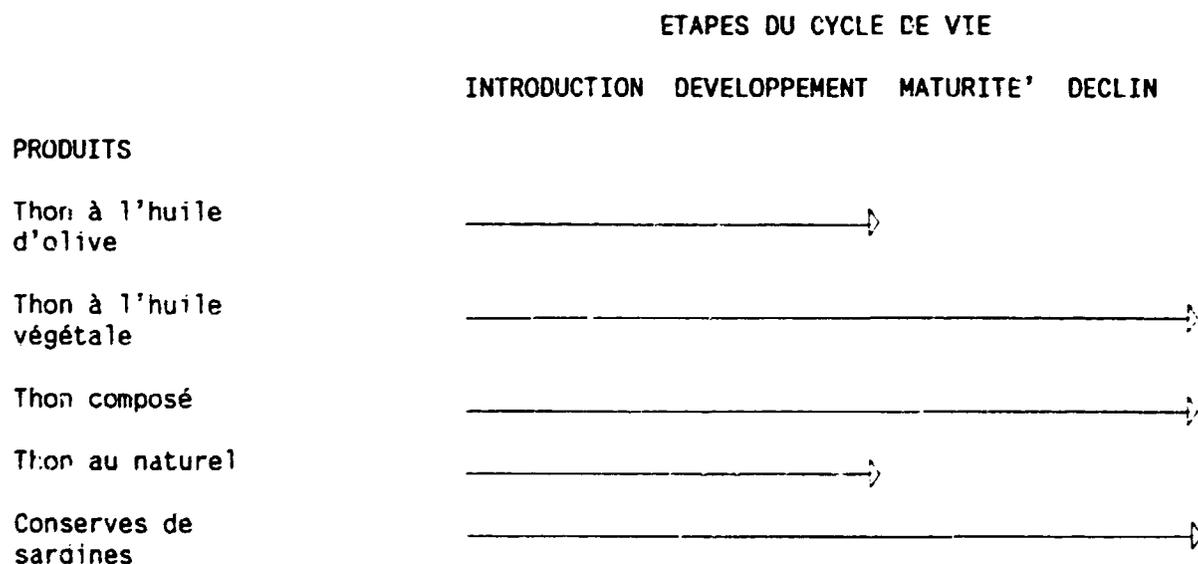
L'acceptation du produit est donc toujours plus vaste et on prévoit un élargissement du marché qui pour le moment est encore assez limité.

### Conserves de sardines

La principale caractéristique de ce produit est sa présence historique sur les marchés des pays de la Méditerranée, étant donné que c'est une variété de poisson très répandue dans ces mers. Toutefois, bien qu'il connaisse les sardines et toutes les espèces de poisson bleu depuis une décennie le consommateur n'a jamais trouvé de degré d'acceptation élevé à son égard.

Les conserves de sardines connaissent donc une phase de déclin du cycle de vie même en termes de diffusion sur le marché.

Tableau 2.2.1: Cycle de vie des produits



## CHAPITRE 3

CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE3.1 ENTREPRISES DE PRODUCTION ET EMPLOI

Malgré la bonne évolution de la demande, l'emploi a connu au cours des deux dernières années une contre-tendance.

La chute en matière d'emploi a été causée principalement:

- par l'utilisation du semi-fini de type Loins (thon éviscéré, en tranches et semi-cuit) qui implique l'élimination de certaines phases du processus en amont (éviscération, découpage, lavage, etc.);
- par la rationalisation de l'activité de production avec l'objectif d'optimiser le rapport employés/installations;
- par la centralisation de certaines activités/fonctions (exemple: approvisionnement, administration, marketing, ventes, etc.) avec l'intention d'obtenir des synergies avantageuses dans le cadre d'un même groupe d'appartenance.

L'industrie des sardines au niveau intégré continue encore aujourd'hui à soulever certaines préoccupations dans la CEE (y compris pour les pêcheurs) qui pourraient empirer, en termes d'emploi, si les politiques de soutien visant à garantir à la pêche nationale des pays méditerranéens un débouché sur le marché, ne sont pas renouvelées.

Parmi les entreprises à caractère industriel on note la prédominance des entreprises thonières que ce soit en nombre ainsi qu'en termes de chiffre d'affaires et d'employés.

3.2 IMPORTATEURS

Une grande partie des entreprises ne se limitent pas à la production et achètent à l'étranger une partie du produit conditionné et commercialisé.

D'habitude, les entreprises "thonières" achètent à l'étranger des produits conditionnés autres que le thon avec lesquels elles complètent leur gamme d'offre.

Les produits sont généralement commercialisés avec la marque de l'importateur même si dans certains cas seule la marque du producteur étranger apparaît.

3.3 INCIDENCE DES COUTS SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Sont présentes dans le secteur soit des entreprises ayant comme activité principale le thon, soit des entreprises qui se concentrent sur un ou plusieurs produits des conserves de poissons autres que le thon.

L'activité de production du thon en conserve se caractérise par une incidence élevée des coûts de la matière première sur le chiffre d'affaires (60-66%). Le Tableau 3.3.1 montre une synthèse de la structure du chiffre d'affaires.

Tableau 3.3.1: Conserve de poisson: structure du chiffre d'affaires par secteur d'affaires

	<u>Conserve de thon</u>	<u>Autres conserve de poisson</u>
- Consommation de matières premières:	60 - 66	64 - 72
- Autres coûts externes:	16 - 20	11 - 17
- Valeur ajoutée:	17 - 21	16 - 20
- coût du travail	9 - 13	12 - 14
- amortissements	1 - 5	1 - 3
- recettes d'exploitation	3 - 7	1 - 5
- Total du chiffre d'affaires prix ex-usine (a):	100	100
	<u>Réseau long</u>	<u>Réseau long</u>
- Rechargement grossiste:	15 - 25	0 - 25
- Rechargement détaillant:	20 - 30	25 - 30
- Rechargement GD et DO:	-	-
- Prix à la consommation (a):	137(b)	-
	<u>Réseau court</u>	<u>Réseau court</u>
- Rechargement grossiste:	-	-
- Rechargement détaillant:	-	-
- Rechargement GD et DO:	25 - 35	30 - 34
- Prix à la consommation (a):	140(b)	-

(a) - Hors TVA

(b) - Moyenne pondérée avec les parts de vente, en volume du réseau court et du réseau long.

GD = Grande Distribution

DO = Distribution Organisée

Les coûts externes représentent l'autre importante catégorie de coûts (16-20%) à l'intérieur desquels les dépenses de communication et commerciales ont une influence importante, notamment pour les entreprises leader.

L'incidence des amortissements est faible et est restée relativement stable au cours des cinq dernières années.

Pour les autres conserve de poisson, l'incidence du coût de la matière première sur le chiffre d'affaires est supérieur par rapport au thon (64-72%) étant donné la plus grosse valeur (surtout pour les anchois, les coques, les mollusques et les crustacés).

Par contre, les autres coûts externes (en particulier les dépenses publicitaires et commerciales) sont inférieurs étant donné que les politiques de différenciation sont peu importantes pour ces produits.

La rentabilité de ce secteur d'affaires est globalement inférieure à celle des conserves de thon, exception faite des anchois et des autres préparations de poisson (hors-d'oeuvre de mer, saumon en boîte, crevettes au naturel, etc.) qui sont des produits à haut degré nutritionnel et en expansion sur le marché.

Les politiques d'approvisionnement en matières premières ont une influence considérable sur les marges de rentabilité car les entreprises dépendent fortement de l'offre étrangère de matière première.

Les importations sont étroitement liées aux prix établis sur les places internationales et à l'évolution du taux de change entre la monnaie nationale et le dollar.

En 1991, mais également entre 1987-1991, la rentabilité sectorielle s'est avérée satisfaisante.

Face aux augmentations sensibles des principaux prix/profits, on enregistre des baisses ayant intéressé certains des principaux prix/coûts.

En particulier, la baisse du prix du thon congelé (catégorie de coût influant pour plus de 60% sur le chiffre d'affaires) a contribué de façon décisive à rendre l'activité profitable.

On signale en outre qu'en 1991 les principales entreprises ont concentré leurs achats de thon congelé et d'autres variétés de poisson d'importation au cours des premiers mois de 1991, quand le dollar, à cause de l'incertitude économique déterminée par la guerre du Golfe, se dépréciait considérablement par rapport aux principales devises internationales.

## CHAPITRE 4

ANALYSE STRATEGIQUE4.1 GROUPES STRATEGIQUES

L'analyse des stratégies de concurrence est menée séparément pour les deux secteurs d'affaires: le détail et le catering.

Détail

Un regroupement stratégique typique est représenté par 4 groupes stratégiques sur la base du:

- degré de diversification productif et commercial dans les différentes familles de produits-secteurs (cadre de présence sectorielle);
- degré de différenciation/image (de marque ou nom de société).

Le premier groupe est constitué par des entreprises présentes dans tous les secteurs considérés et qui jouissent d'une notoriété/différenciation moyenne-élevée. Elles produisent toutes directement du thon conservé alors qu'elles importent ou achètent pour le compte de tierces personnes nationales la quasi-totalité des autres produits de pêche compris dans la gamme.

Le second groupe est constitué par des entreprises ayant un degré de diversification sectorielle moyen-élevé (chacune d'entre elles est absente d'un ou deux secteurs de marché) et qui ont atteint une différenciation moyenne.

Font partie du troisième groupe les entreprises jouissant d'une bonne image de marque mais se concentrant sur un seul produit (ex: le thon).

Le quatrième groupe est composé d'entreprises présentes sur un ou deux segments de marché et ayant un degré de différenciation moyen-élevé. Ces entreprises ne font qu'un faible recours aux politiques de communication alors qu'elles s'orientent davantage vers la contraction des coûts.

Les caractéristiques de fond de la dynamique de concurrence entre les groupes montrent que:

- les entreprises du troisième groupe rivalisent entre elles et surtout avec celles du premier étant donné qu'il existe à l'intérieur du groupe une entreprise leader forte;
- les entreprises du second groupe rivalisent entre elles et avec les entreprises appartenant au quatrième groupe stratégique.

## Catering

Dans ce secteur, les entreprises leader comme les entreprises mineures mettent en oeuvre des politiques de présence homogènes basées surtout sur un rapport qualité/prix.

Il est rare de trouver des entreprises qui ne soient spécialisées que dans le catering.

En général, les entreprises sont plus engagées dans le détail et considèrent que le catering est une activité complémentaire par rapport à l'affaire principale.

En ce qui concerne la restauration collective (sociale ainsi que commerciale), et contrairement au détail, l'image de marque n'est pas une variable stratégique; la concurrence entre les entreprises du secteur se joue surtout sur le rapport qualité/prix et sur l'ampleur de la gamme.

### 4.2 RAYON D'ACTION: DIVERSIFICATION ET CADRE

On enregistre la présence dans le secteur d'entreprises spécialisées dans l'activité considérée ou diversifiées au niveau extra-sectoriel (surtout au niveau des conserves ou d'autres domaines du secteur alimentaire).

La plupart des entreprises sont plus ou moins présentes soit dans le secteur du détail que du catering mais en général les entreprises couvrant tous les secteurs du marché sont peu nombreuses.

Les entreprises diversifiées au niveau extra-sectoriel tirent certains avantages de cette politique:

- image déjà affirmée au niveau de l'industrie alimentaire et qui représente pour le consommateur une garantie de qualité et de fiabilité;
- saturation des réseaux de vente avec tous les produits du portefeuille;
- exploitation des synergies de production et commerciales (ex: dans les phases d'approvisionnement en matières premières et d'ampleur de gamme à proposer à l'affaire).

### 4.3 DIFFERENCIATION ET MARKETING MIX

Les stratégies de différenciation assument une importance capitale pour faire face à la concurrence du secteur et elles diffèrent selon les zones d'affaires (détail ou catering) et des catégories de prix où sont rangées les marques.

Au niveau du détail (surtout dans les catégories de prix élevées et moyennes-élevées pour le thon) il est nécessaire de créer/renforcer l'image de marque afin d'orienter le choix du consommateur (vers une marque) et donc le recours plus ou moins intense à des politiques de communication, de conditionnement, de gamme et de distribution influence la position concurrentielle des entreprises.

Au niveau du catering, c'est surtout un rapport équilibré de prix/qualité qui détermine la différenciation des entreprises.

Les stratégies de différenciation diffèrent donc selon les entreprises, selon le type de spécialisation de production et commerciale et selon les caractéristiques des marchés en présence.

Certaines entreprises visent surtout l'image de la société et en soutiennent le nom même si elles utilisent des marques différentes de la raison sociale.

Ce sont surtout les entreprises multi-business qui adoptent cette stratégie du nom de la société étant donné qu'elles disposent d'un portefeuille de produits s'étendant à de nombreux secteurs du département alimentaire et qu'elles tendent à exploiter des synergies d'image (à chaque fois qu'elles publicisent un seul produit, l'appel sur le consommateur s'étend à toute la gamme proposée).

D'autres entreprises, surtout les moins diversifiées, utilisent comme stratégie de différenciation la notoriété des marques.

Par contre, de nombreuses entreprises travaillant dans le secteur du thon n'ont pas de politiques de différenciation bien précises.

Les entreprises spécialisées dans d'autres secteurs que le thon ne poursuivent pas de politique d'image très active alors que les entreprises diversifiées, travaillant même le thon, ont tendance à utiliser la même marque même pour d'autres conserves de poisson afin d'exploiter les synergies de notoriété/image à chaque fois qu'elles réalisent des campagnes publicitaires/promotionnelles sur le thon.

#### 4.4 DISTRIBUTION

Les politiques de distribution, c'est à dire la présence au niveau des réseaux et la composition des réseaux de vente, assument une importance stratégique surtout pour les entreprises engagées dans le détail.

Les entreprises leader ont tendance à optimiser leurs rapports surtout avec la distribution moderne étant donné les volumes élevés transportés par ce réseau.

Toutefois, elles étendent leur présence de façon significative aussi sur le réseau long (détail traditionnel et vente en gros) afin de couvrir:

- tous les points de vente du système de distribution;
- toutes les zones géographiques, y compris celles où la présence des chaînes de distribution modernes est moins élevée.

Au cours des dernières années, des politiques de commercialisation et de merchandising ont rendu indispensables les rapports avec le détail moderne.

#### 4.5 PUBLICITE

Seules quelques entreprises opérant dans le secteur du thon ont effectué des investissements publicitaires dans le secteur.

Le moyen de communication le plus utilisé est la télévision.

Chaque année, les entreprises réalisent des campagnes publicitaires pour le soutien du produit, afin d'en exalter les qualités (de fraîcheur, de goût, de saveur, de service, etc...) qui s'adaptent le mieux aux nouveaux modes de vie.

Les messages publicitaires des différentes entreprises visent surtout à exalter la qualité, la fraîcheur, le goût et le service des produits. Dans ce dernier cas, le thon est proposé dans sa clé moderne (utilisation lors d'occasions conviviales et familiales) en soulignant son caractère naturel (matière première pêchée dans des mers non polluées) et la multiplicité des fonctions d'utilisation.

Au cours des deux années précédentes, certaines entreprises ont considérablement investi sur le thon au naturel étant donné les excellentes performances de marché de ce produit.

En particulier, elles en soulignent la faible teneur en gras (1% dans chaque 100 gr. de produit), la légèreté et la facilité de digestion.

En outre, presque toutes les entreprises investissent surtout dans les périodes de grande consommation du produit (juin-août).

#### 4.6 PRODUIT

Les principales entreprises défendent presque tous les secteurs du marché et disposent d'une vaste et profonde gamme.

En ce qui concerne le thon, elles disposent de plusieurs marques (en moyenne 2-3) qui sont placées respectivement sur le premier et le second choix.

En général, elles utilisent la marque historique même pour les autres conserves de poisson afin de transférer l'image acquise dans le secteur intéressé.

Au niveau national, les entreprises leader visent la profondeur de la ligne thon et proposent les bi-portions (160-170 gr.) en formats uniques et agglomérats (deux pièces), les mini-portions (de 80-83 gr.) qui sont vendues principalement en agglomérats de deux ou trois pièces et les formats familiaux (300-450 gr.).

Au cours des deux dernières années presque toutes les entreprises ont donné plus ample place aux confections de 120-125 gr. destinées aux grands consommateurs singles.

Ces solutions qui satisfont une demande diversifiée (singles, familles nombreuses, familles peu nombreuses, etc.) consentent également d'exploiter au mieux l'espace des rayonnages du libre-service.

Les entreprises opérant au niveau du catering commercialisent également des confections en bande étamée de poids compris entre 2,5 kg. et 5 kg.

Entre 1991 et 1992, les principales entreprises ont amplifié leur gamme en y insérant de nouvelles références et de nouveaux formats.

#### 4.7 EMBALLAGE

En matière d'emballage, 90% de la consommation (du thon en conserve) s'adresse aux produits conservés en bande étamée et en aluminium et moins du 10% aux produits sous verre.

Egalement en ce qui concerne les autres conserves de poisson, la répartition des ventes par type de confection est plus ou moins la même que celle observée pour le thon.

En effet, mises à part les conserves de coques, de filets d'anchois et de mollusques, confectionnées sous verre, la majorité des produits est confectionnée dans des emballages métalliques.

Trois facteurs jouent en faveur des confections métalliques:

- tradition du consommateur vis-à-vis du thon (il est habitué à l'acheter en boîte métallique);
- moindre prix par rapport au verre (le consommateur n'est pas disposé à payer un prix supérieur pour la confection en verre même si ce matériel est plus "écologique" et plus adapté à la conservation des aliments);
- diminution du risque de rupture des confections (et donc, facilitation du transport).

#### 4.8 PRIX

Depuis quelques années le secteur semble s'être stabilisé au niveau du prix, contrairement au début des années '70 et '80 où le levier du prix était employé avec beaucoup de fermeté.

En général, les politiques de prix allaient de pair avec une campagne publicitaire servant à convaincre le consommateur à payer un certain prix en échange d'une marque ou d'un produit connu sur le marché et aux caractéristiques qualitatives proportionnées au déboursement monétaire.

Au cours de cette période dans ce secteur et surtout dans le secteur du thon (marché ample et potentiellement croissant) on enregistre une bagarre de prix et une conséquente contraction des marges de rentabilité.

Au sein de chaque secteur, les entreprises apposent une marque en acceptant le niveau du prix en vigueur autrement elles courraient le risque de:

- susciter la réaction des concurrents et déclencher une nouvelle bataille de prix qui compromettrait la rentabilité;
- accentuer la concurrence sur les réseaux en renforçant le pouvoir contractuel du commerce.

Actuellement et afin de couvrir davantage de catégories de marché, les principales entreprises opèrent avec une seconde marque qui n'est toutefois utilisée que pour le produit de second choix.

Face à un réajustement de la production, la distribution aussi a fixé des niveaux de prix assez uniformes (les différences de prix dans des points de vente homogènes ne dépassent pas en effet le 10%).

Au niveau du détail, les catégories élevées et moyennes-élevées sont dominées par les entreprises leader qui font recours également à des politiques de communication.

Les catégories inférieures sont couvertes par des entreprises mineures, avec une image de marque moyenne-basse et basse et qui s'orientent principalement sur des politiques de prix et donc sur la contraction des coûts de structure (installations, main-d'oeuvre, etc.) et de distribution.

Pour les produits autres que le thon, on ne relève pas de politiques précises de prix.

Celui-ci varie selon la qualité de la matière première employée (anchois enroulés à l'huile d'olive, sardines à l'huile végétale ou en sauce, crevettes au naturel ou marinées, etc.) et n'est que faiblement lié à la différenciation atteinte par les marques.

Toutefois, les entreprises leader en matière de thon qui exploitent leur image également sur d'autres produits parviennent à atteindre des prix légèrement supérieurs (+4-5%) à ceux de leurs concurrents.

Au niveau du catering, le prix moyen est inférieur d'environ 15% par rapport à celui du détail.

#### 4.9 MARKETING MIX

Les décisions relatives au "make or buy" concernent quatre aspects principaux:

- l'approvisionnement en matière première;
- la production;
- l'emballage;
- la commercialisation.

Par rapport à l'approvisionnement en matière première, presque toutes les entreprises productrices opérant dans le secteur du thon partent du produit congelé, en provenance de l'étranger.

Toutefois, les espagnols et les français (leaders mondiaux pour l'offre de thon congelé) ont commencé l'année dernière à introduire sur le marché mondial des tranches de thon déjà nettoyées et semi-cuites (Loins) et les entreprises productrices de thon en boîte ont donc entrevu une nouvelle possibilité d'intégration du processus de production.

Actuellement, l'industrie thonière pourrait donc choisir soit le thon congelé (entier à éviscérer, nettoyer, découper, cuire et confectionner) que le Loins, en évitant ainsi certaines étapes de travail en amont.

Selon les opérateurs du secteur certaines entreprises ont déjà adopté cette solution en 1991 et il est probable que d'autres entreprises opteront pour ce semi-travaillé.

Il semblerait que son coût plus élevé par rapport au congelé soit largement compensé par l'augmentation de productivité et l'élimination des étapes précédant la cuisson.

En ce qui concerne les matériaux d'emballage, toutes les entreprises se fournissent de boîtes métalliques, de récipients en verre et de matériaux d'emballage (cartons et matériel thermorétractible) auprès de tiers.

Etant donné les difficultés de séparer les étapes de cuisson-emballage (difficulté qui se retrouve même pour les autres conserves de poisson), de nombreuses entreprises aux établissements sous-dimensionnés par rapport à la vente, s'adressent à d'autres sociétés ou à des tiers chez lesquels elles achètent le produit en boîte qu'elles commercialisent ensuite avec leurs propres marques.

La plupart des entreprises achète et cède des parts de production à des tiers et crée ainsi un flux qu'on pourrait appeler de "sous-fourniture".

Les producteurs tunisiens pourraient exploiter le levier du prix pour acquérir des parts de sous-fourniture s'ils considéraient que les investissements de marketing constituent une barrière d'entrée trop élevée pour concurrencer directement dans le secteur du détail.

#### 4.10 REGLEMENTATIONS COMMUNAUTAIRES

L'entrée de l'Espagne et du Portugal dans le Marché Commun a entraîné d'importants désordres de concurrence sur les différents marchés nationaux. Afin d'en modérer les effets, la CEE a arrêté des règlements ad hoc.

En ce qui concerne les conserves de thon et sur la base de l'accord atteint dans le cadre de la CEE le 12/5/1989, des droits de douane ont été appliqués sur les produits en provenance de l'Espagne et du Portugal jusqu'au 31/12/1992.

Successivement, on effectuera des diminutions graduelles pour éviter des déséquilibres de production et de marché dus à une éventuelle substitution rapide (avec l'importation) de la production interne.

En ce qui concerne les sardines, les producteurs sont menacés non seulement par les produits de l'Espagne et du Portugal mais aussi par les produits extra-communautaires étant donné qu'est en vigueur la réglementation CEE (Reg. CEE n. 4226 du 19.12.1988 et n. 3482 du 7.11.1988) qui établit:

- a) augmentation du contingent tarifaire des conserves de sardines en provenance du Maroc de 14.000 tonnes à 17.500 tonnes à partir du 1/1/1989;
- b) annulation du droit de douane pour les conserves de sardines exportées du Portugal vers les Communautés à partir du 1/1/1989;
- c) réduction du droit de douane pour les sardines en provenance de l'Espagne de 15,9% à 10,9% à partir du 1/1/1989 et jusqu'au 31/12/1992, lorsque devrait entrer en vigueur son exemption.

## CHAPITRE 5

FACTEURS CLES DE SUCCES5.1 APPROVISIONNEMENTS ET CONTINUITÉ DES FLUX EN ENTREE

Dans presque tous les pays producteurs de la CEE, l'industrie de la conserve souffre, au niveau qualitatif ainsi que quantitatif d'une offre insuffisante de matière première nationale.

C'est pour cette raison que la défense des réseaux d'approvisionnement favorisant la disponibilité (quantitative et qualitative) de la matière première au cours de l'année, constitue un facteur de succès.

En 1991, le poids de l'approvisionnement (dans le cadre des facteurs de succès du secteur) a connu une légère baisse par rapport à 1990 à cause d'un taux de change favorable entre les monnaies européennes et le dollar et d'une bonne situation de la pêche (offre mondiale croissante).

Dans les pays où la flotte thonière est insuffisante, la matière première utilisée par l'industrie de la conserve pour la fabrication du thon est presque totalement importée (soit par d'autres pays CEE que par des pays extra-européens).

En effet, mis à part le fait que la pêche nationale est en général quantitativement insuffisante, elle présente également des caractéristiques physiques qui la rendent peu compatible avec les exigences de l'industrie de la conserve même.

Pour les pays méditerranéens comme l'Italie, l'Espagne et la Grèce le risque de pollution par mercure, relativement facile dans une mer fermée comme la Méditerranée, comporte de graves problèmes d'ordre hygiénique et nutritionnel.

La matière première utilisée provient des océans (surtout Yellowfin).

Dans les pays producteurs où la flotte thonière nationale est limitée, voire même inexistante, les producteurs sont obligés d'acheter la matière première sur les marchés internationaux étant donné qu'ils doivent résoudre des problèmes de continuité des flux d'approvisionnement et d'instabilité des prix.

Les principales entreprises s'approvisionnent directement chez les pays producteurs ou les entreprises commerciales.

5.2 TECHNOLOGIE DE PRODUCTION

Les technologies de production sont consolidées et peu complexes pour presque tous les produits du secteur.

Toutefois, en ce qui concerne le thon il est possible d'augmenter la productivité dans les phases de cuisson, sélection et stérilisation pas tant à travers le niveau technologique des installations mais à travers la professionnalité et l'expérience de la main-d'oeuvre.

En effet, à égalité de matière première transformée, les entreprises obtiennent des rendements différents (pour chaque kg de congelé il est possible d'obtenir en moyenne 0,6-0,7 kg de produit fini, huile comprise) et ont donc une incidence différente de la matière première dans la structure des coûts.

### 5.3 ORGANISATION DE VENTE

La capacité de structurer un réseau de vente efficace et efficient constitue le principal facteur de succès.

Afin de réduire les coûts de distribution, les entreprises tendent à saturer le réseau en élargissant la gamme des produits offerts et en faisant des références externes au secteur (lignes de légumes et de fruits en conserves).

La capacité d'instaurer des rapports stables avec le commerce est en particulier avec la distribution moderne est également fondamentale, étant donné l'importance croissante de cette formule dans le système de distribution national.

Dans le secteur du catering, la structure et le rôle du réseau de vente sont importants mais moins décisifs puisque ce réseau ne nécessite pas d'activité d'assistance/contrôle sur le point de vente. Les ventes se basent principalement sur les contacts directs avec les opérateurs de la restauration ou avec les grossistes traditionnels auprès desquels les restaurateurs s'approvisionnent souvent.

### 5.4 PUBLICITE ET PROMOTION

La communication publicitaire de soutien des marques est un facteur de succès surtout dans le secteur du détail.

Cette politique est poursuivie principalement par les entreprises engagées dans les hautes sphères du marché qui visent généralement à consolider l'image de marque sur le thon plutôt que sur les autres produits.

En effet, il est rare de trouver des investissements publicitaires spécifiques sur d'autres segments du marché; les entreprises tendent à obtenir des synergies publicitaires ou d'image avec la première marque de thon avec laquelle, dans la plupart des cas, ils sont présents aussi pour les autres secteurs.

Les entreprises qui se concentrent sur d'autres conserves de poisson que le thon, n'utilisent que peu la publicité et font recours à la presse spécialisée.

Au cours des trois dernières années, les budgets publicitaires des principales entreprises ont été diminués en faveur d'initiatives promotionnelles s'adressant soit au commerce soit au consommateur final.

#### 5.5 PRIX

Au cours des dernières années, le secteur du détail résulte ajusté du point de vue du prix étant donné que les entreprises/marques tendent à l'uniformiser avec celui des concurrents directs opérant dans le même secteur.

Il s'ensuit que le levier du prix a perdu de l'importance dans ce secteur d'affaires.

Le prix par contre demeure un facteur critique du catering (par rapport à la qualité des produits) surtout dans le secteur des sardines et du maquereau.

Les politiques de prix mises en oeuvre dans ce secteur entraînent des avantages compétitifs pour les entreprises et constituent la seule solution pour contraster l'offre en provenance des pays étrangers (tels que le Maroc et le Portugal) et offrir des produits à des prix considérablement inférieurs par rapport à tous les autres producteurs européens.

#### 5.6 AMPLEUR/PROFONDEUR DE LA GAMME

Le caractère exhaustif de la gamme en termes d'ampleur et de profondeur est en train d'acquiescer un rôle décisif surtout en ce qui concerne le détail.

L'ampleur de la gamme, c'est-à-dire la présence dans un grand nombre de segments du secteur, constitue un facteur critique toujours plus important étant donné qu'il permet de défendre de nouvelles niches de marché avec une tendance au développement (caviar et saumon en boîte, crevettes et mollusques au naturel, hors-d'oeuvre de mer, etc.) et une rentabilité élevée.

La profondeur de la gamme également assume une importance particulière au niveau du détail étant donné que les entreprises doivent adapter l'offre même d'un seul produit (par exemple le thon) aux différentes exigences de consommation en termes de conditionnement (en verre, en bande étamée, avec ouverture par déchirure) et de calibrage (formats pour les familles, pour les singles, etc.).

Pour le catering par contre, c'est surtout l'ampleur de la gamme qui est importante.

Ce dernier aspect est en outre assez significatif dans le circuit de la restauration commerciale (pizzeria, fast food, petite restauration, restaurants, etc.) où le restaurateur doit satisfaire rapidement une demande très variée (plats froids, petits pains différemment farcis, etc.).

## 5.7 CONCLUSIONS

Au tableau 5.7.1 figure le poids relatif et la tendance des différents facteurs clés de succès précédemment cités.

Que ce soit pour le secteur du détail que pour celui du catering, le marketing assume un rôle plus critique que la production. Toutefois, alors que pour le détail c'est l'organisation des ventes qui, dans le cadre du marketing, assume un poids déterminant, dans le secteur du catering c'est le rapport qualité/prix qui est le facteur le plus critique.

L'avantage comparé de la Tunisie sur les coûts de production devrait amener les producteurs tunisiens à se concentrer sur l'amélioration de la qualité afin d'exploiter le levier concurrentiel d'un meilleur rapport qualité/prix dans le secteur du catering. Par contre, il est beaucoup plus difficile de concurrencer directement dans le secteur du détail où les producteurs CEE sont évidemment avantagés dans l'organisation des ventes.

Tableau 5.7.1: Conserves de poisson: facteurs clé de succès par secteur d'affaires

### SECTEUR D'AFFAIRES DETAIL

	%
PRODUCTION	30
Continuité des flux d'approvisionnement	20
Qualité et technique de travail/conservation du produit	10
MARKETING	70
Ampleur et profondeur de la gamme	20
Organisation de vente	35
Publicité et promotion	15

### SECTEUR D'AFFAIRES CATERING

	%
PRODUCTION	30
Continuité des flux d'approvisionnement	20
Qualité et technique de travail/conservation du produit	10
MARKETING	70
Ampleur de la gamme	20
Organisation de vente	15
Rapport qualité/prix	35

CHAPITRE 6

PERSPECTIVES AMBIANTES ET TENDANCES

6.1 RÈGLEMENTATIONS

Les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche sont fixées par la directive 91/493/CEE du 22/07/1991 et figurant en Annexe A.

Cette directive, se basant sur le principe que les produits de la pêche en provenance de pays tiers et destinés à être mis sur le marché de la Communauté ne doivent pas bénéficier d'un régime plus favorable que celui pratiqué dans la Communauté, prévoit une procédure communautaire d'inspection pour les conditions de production et de mise sur le marché dans les pays tiers.

Au Tableau 6.1.1. figurent les importations CEE de conserves de thon en provenance de pays tiers. On voit que la Côte d'Ivoire et la Thaïlande sont les plus grands exportateurs mondiaux dans la CEE.

Tableau 6.1.1: Importations de conserves de thon provenant de pays tiers vers la Communauté (1981-1991 - Quantité en Tonnes)

PAYS DE PROVENANCE	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
SENEGAL	14.171	15.631	20.255	20.151	23.435	19.439	19.373	18.121	17.439	16.018	18.511
COTE D'IVOIRE	15.470	18.914	21.029	21.350	21.209	23.440	29.491	29.455	34.938	37.138	46.372
SEYCHELLES	---	---	---	---	---	---	---	---	---	4.252	6.221
MADAGASCAR	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	2.615
ILE MAURICE	1.315	1.666	2.171	2.239	3.331	3.650	3.730	3.555	4.153	2.661	5.299
ETATS-UNIS	1.199	562	548	306	52	65	74	125	97	30	170
COSTA RICA	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1.100
COLOMBIE	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	4.128
EQUATEUR	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	2.090
ILES MALDIVES	---	---	---	---	---	---	---	---	---	4.311	5.396
THAÏLANDE	539	962	558	929	7.335	13.160	19.724	25.626	25.493	24.849	40.529
INDONÉSIE	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	2.957
PHILIPPINES	1.597	2.540	3.259	2.747	2.744	2.397	1.572	2.200	2.311	4.029	7.877
JAPON	6.598	5.060	4.115	7.221	1.961	3.498	1.145	825	533	151	124
TAIWAN	7.139	3.499	1.235	3.293	1.834	2.135	2.029	1.121	483	51	300
ILES SALOMON	---	---	---	---	---	---	---	---	---	3.669	4.178
ILES FIJI	2.221	1.491	3.338	3.431	2.472	3.488	4.101	5.120	6.535	6.052	5.719
AUTRES PAYS TIERS	3.856	3.027	3.941	1.313	4.120	4.243	7.993	12.309	14.345	5.474	4.603
TOTAL PAYS TIERS	56.148	53.203	62.499	64.979	67.573	76.492	75.362	99.472	116.818	109.753	158.380

Pour les conserves de sardines en particulier, les normes communes de commercialisation sont fixées par le Règlement CEE n° 2126/89 du Conseil du 21 Juin 1989, figurant en Annexe B. L'objectif de ce règlement est d'éliminer du

marché les produits de qualité non satisfaisante et de faciliter la concurrence loyale. Le règlement définit les espèces de poissons servant à la préparation des conserves, la quantité minimale et certains critères, tels que les indications informatives et les dénominations de vente, auxquels doivent répondre les conserves de sardines écoulées dans la Communauté.

En ce qui concerne les conserves de thon, par contre, les normes communes régissant la commercialisation sont fixées par le Règlement CEE n° 1536/92 du Conseil du 9/6/92 et figurant en Annexe C.

Une proposition de Règlement COM (92) 527 du 9/12/1992, concerne les contingents tarifaires pour les conserves de sardines en provenance de la Tunisie et figure en Annexe D.

## 6.2 ANALYSE DES MENACES ET DES OPPORTUNITES

### Menaces

Pour les entreprises de certains pays méditerranéens, comme l'Italie et la Grèce, la principale menace à court terme est dûe à la rareté de la pêche dans les mers nationales qui expose les producteurs nationaux à l'évolution des marchés étrangers.

Les conserves de thon sont les produits les plus exposés (aux fluctuations de l'offre mondiale et au taux de change du dollar) puisque l'industrie de la transformation de ces pays dépend presque entièrement de l'étranger vu que la quantité de pêche nationale est insignifiante.

Le flux croissant de produits d'importation (espagnols mais aussi français) constitue, depuis deux ans, une véritable menace pour ces pays.

La grande disponibilité de matière première et le faible coût du travail permettent à la France et à l'Espagne de rivaliser de façon agressive avec les concurrents internationaux en jouant fermement sur les prix.

Pour les autres secteurs également, les produits d'importation tendent à devenir une menace importante; en particulier pour les sardines et le maquereau, les opérateurs du secteur craignent beaucoup la concurrence des pays extra-communautaires (Maroc, Turquie) par rapport à ceux qui ne parviennent pas à dresser des barrières d'entrée efficaces (ces pays également réussissent à produire des prix très peu élevés).

Pour le moment, les producteurs les plus touchés, tentent d'endiguer ce phénomène en opérant sur deux fronts:

- demande à la CEE de reporter la date d'échéance (pour la plupart des produits le 31/12/1992) des contingents tarifaires établis;
- standards de qualité élevés (pour répondre aux demandes des consommateurs) conjointement à de nombreuses politiques d'image (surtout les entreprises leader).

Il faut s'attendre à ce que de nombreux producteurs réagissent à cette menace en cherchant également de réduire leurs propres coûts et en faisant toujours plus recours à la sous-fourniture. Cette menace ouvre donc une plus ample opportunité de marché aux producteurs de pays tiers tels que les producteurs tunisiens.

Pour le secteur du thon, une autre véritable menace est constituée par la réalisation d'une limite physiologique de pénétration dans les familles et ce secteur pourra donc compter sur une plus grande fréquence d'achat et sur l'exploration de nouvelles niches de demande (thon à l'huile surfin, filets de thon, thon au naturel, fumé, etc.).

Les considérations pré-citées figurent au tableau 6.2.1.

### Opportunités

L'opportunité plus importante est déterminée par l'évolution des tendances diététiques et naturelles qui ont provoqué, au cours de l'année précédente, une forte augmentation des consommations de thon au naturel. C'est l'absence de gras (huile) et d'arômes qui favorise et continuera à favoriser ce produit en termes de demande.

Dans d'autres pays européens et surtout en France, on préfère et ce depuis longtemps, le thon au naturel plutôt que celui à l'huile d'olive. Ses potentialités de développement sont donc intactes et on prévoit une large diffusion à court terme.

Certaines entreprises sont en train d'explorer de nouvelles niches de marché (thon fumé, filets de thon, thon à l'huile surfin, thon à l'huile extra-vierge d'olive). A moyen terme, ces initiatives pourraient contribuer à augmenter ultérieurement la demande et à conquérir de nouvelles catégories de consommateurs.

En ce qui concerne le secteur des sardines, les opportunités les plus intéressantes sont liées à la possibilité de pénétration sur les marchés des pays en voie de développement bien que ceci dépende essentiellement des politiques d'assistance qui sont décidées au niveau des gouvernements.

Le développement de la restauration commerciale constitue une autre opportunité (surtout pour le thon en boîte et les filets d'anchois), étant donné que celle-ci peut augmenter la consommation grâce à l'éclectisme existant dans les modalités d'emploi des produits.

Les entreprises spécialisées dans la production de thon pourraient, en outre, bénéficier de l'introduction sur le marché mondial (de la part de l'Espagne et de la France) de thon nettoyé et semi-cuit (Loins).

Bien que ce produit semi-travaillé entraînerait une chute sensible de l'emploi dans le secteur, il permettrait de réduire le processus de production (en évitant certaines étapes en amont de la cuisson) et améliorerait donc la position du coût.

Les considérations pré-citées sont reprises au tableau 6.2.2.

Tableau 6.2.1: Conserves de poisson - Menaces

IMPACT	PROBABILITE	TEMPS DE REALISATION		
		COURT TERME	MOYEN TERME	LONG TERME
Fort	Haute	Concurrence des produits d'importation		
	Faible			
Moyen	Haute	Rareté de la pêche nationale. Pénétration des conserves de thon proche de la limite physiologique.	Nouveaux concurrents internationaux. Instabilité des flux d'approvisionnement en matière première.	
	Faible			
Faible	Haute			
	Faible			

Tableau 6.2.2: Conserves de poisson - Opportunités

IMPACT	PROBABILITE	TEMPS DE REALISATION		
		COURT TERME	MOYEN TERME	LONG TERME
Fort	Haute	Utilisation du Loins (amélioration de la position du coût).	Croissance de la consommation de saumon et caviar et augmentation du revenu national.	
	Faible		Nouvelles niches de marché (thon fumé, à l'huile surfin, etc.).	
Moyen	Haute	Croissance de la consommation du thon au naturel. Développement de la restauration commerciale (conserves de thon, filets d'anchois	Croissance de la consommation du thon mélangé aux légumes. Maintien des politiques d'aide aux PVD (sardines).	
	Faible			
Faible	Haute			
	Faible			

Conclusions

La grande probabilité de développement de la restauration commerciale à court terme ouvre des perspectives favorables pour les producteurs, comme les producteurs tunisiens qui peuvent jouer sur un bon rapport qualité/prix qui est, comme on l'a vu, le secteur de succès plus important du secteur catering.

Evidemment, ces producteurs devraient en plus d'exploiter l'avantage comparé de pays à moindre coût de main-d'oeuvre, s'engager à élever leurs propres standards de qualité afin de consolider cette opportunité d'avantage concurrentiel.

Le haut degré de probabilité de continuation des politiques d'aide aux pays en voie de développement et la part de la CEE, pourrait amener les producteurs de ces pays à considérer des stratégies de différenciation du produit, vers lesquelles s'orientent de nombreux producteurs CEE. Une approche d'entrée pourrait être celle de la sous-fourniture.

### 6.3 TENDANCES DE MARCHE ET CONCURRENTIELLES

#### 6.3.1 Tendances à court terme

La consommation au niveau global devrait augmenter de 4-5% en termes réels et le secteur du détail enregistrera des taux de croissance sensiblement plus élevés par rapport au catering.

Les produits qui contribueront à la croissance du secteur seront le thon, les anchois et les produits de meilleure qualité que les autres conserves de poisson (saumon, caviar, hors-d'oeuvre de mer, etc.).

Les conserves de thon et en particulier le thon au naturel confirmeront en principe la tendance de croissance enregistrée au cours des années précédentes.

L'éclectisme des fonctions d'utilisation/occasions de consommation ainsi que le prix avantageux par rapport aux principaux produits rivaux (charcuterie, fromages, viande en boîte, etc.) favoriseront également la croissance de consommation.

Par conséquent, étant donné la bonne pénétration du produit sur le marché, la fréquence de consommation augmentera également.

Malgré les tentatives de revitalisation, le secteur des conserves de sardines devrait enregistrer une légère baisse.

Au niveau de la concurrence, on prévoit une concentration ultérieure de l'offre surtout pour le secteur du thon.

En ce qui concerne les grandes entreprises, la concurrence sera plus âpre et impliquera surtout les leviers du marketing-mix.

Les entreprises mineures (opérant dans le secteur du thon ou autres secteurs) rivaliseront en employant surtout le levier du prix et accentueront les politiques de restriction des coûts (de production et commerciaux).

Elles se maintiendront sur les mêmes espaces de marchés et serviront des marchés limités (au niveau géographique) ou opéreront comme tierce partie pour les grandes entreprises.

Le tableau 6.3.1 résume les prévisions des variations de consommation des conserves de poisson pendant l'année en cours par rapport à l'année précédente.

Tableau 6.3.1: Conserves de poisson - Prévisions de développement de la consommation par produit (1992-93 - variation % en quantité)

		1993	1992
- Thon à l'huile d'olive:	+	3	- 4
- Thon au naturel:	+	18	- 22
- Thon composé:	-	4	- 5
- Conserves de sardines:		Légère baisse	
- Conserves d'anchois:	+	14	- 15
- Conserves de maquereau:	-	2	- 3
- Conserves de coques:		Stabilité	
- Autres prép. de poisson:	+	4	- 6
- Saumon et caviar en boîte ou sous verre:	+	14	- 15
<hr/>			
Total secteur:	+	4	- 5
Détail:	+	6	- 7
Catering:	+	3	- 4

### 6.3.2 Tendances à moyen et long terme

En général, les perspectives à moyen et long terme pour les produits pris en considération, sont assez positives.

La rapidité d'utilisation ainsi que les qualités naturelles des produits (surtout du thon, des anchois et des autres préparations de poisson) sont parfaitement conformes à l'évolution du modèle alimentaire et des styles de vie.

En outre, étant donné que le prix du thon demeurera avantageux par rapport aux produits de substitution plus directs, celui-ci ne ressentira que très peu des éventuels chocs économiques (et donc des contractions du revenu disponible).

Les sardines, le maquereau et les coques auront tendance à occuper des espaces de marché toujours plus restreints (prix élevés et peu appréciés par le consommateur).

La position de coût (et donc le prix peu élevé) pratiquée par certains pays européens et extra-européens producteurs de conserves de poisson (Espagne, France, Portugal, Maroc, Thaïlande, Turquie) amènera progressivement les autres producteurs CEE à augmenter leurs achats sur les marchés étrangers au détriment de leur propre production.

L'entrée de nouveaux concurrents étrangers sur ces marchés n'est pas non plus à exclure.

Au niveau de la concurrence, les positions de leadership ne pourront que difficilement être compromises alors qu'il est possible que les entreprises poursuivantes changent sensiblement leurs positions.

La concurrence impliquera des coûts plus élevés surtout en matière de commercialisation.

SECTEUR DES MOLLUSQUES ET CRUSTACES CONGELES

## TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION</u> . . . . .	115
1 <u>IDENTIFICATION DU SECTEUR</u> . . . . .	117
2 <u>ANALYSE DE LA STRUCTURE INDUSTRIELLE</u> . . . . .	119
3 <u>CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE</u> . . . . .	121
4 <u>PRODUCTION, IMPORTATION, EXPORTATION EUROPEENNE</u> . . . . .	127
5 <u>DIRECTIVES ET REGLEMENTS CEE</u> . . . . .	139
6 <u>OPPORTUNITES POUR LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT</u> . . . . .	143

## INTRODUCTION

L'analyse de marché suivante est répartie en six chapitres.

Au premier chapitre, on identifie le secteur du point de vue du produit.

Au deuxième chapitre, on analyse la structure industrielle en faisant remarquer le rapport entre les politiques communautaires et les dynamiques industrielles.

Le troisième chapitre analyse la demande à travers la segmentation du marché. Une attention particulière a été portée à l'identification et la caractérisation des groupes de clients; ceci a amené à l'identification de deux principaux secteurs d'affaires: le détail et le catering, ce dernier étant particulièrement intéressant pour les exportateurs tunisiens étant donné sa dimension et les facteurs critiques de succès.

Le quatrième chapitre concerne la production, l'exportation et l'importation européenne, ainsi que la typologie de la demande finale pour les céphalopodes et les écrevisses. On analyse également le degré de remplacement des différentes espèces d'écrevisses et les facteurs qui le conditionne, ainsi que les types d'emballage et de conditionnement.

Le cinquième chapitre constitue une lecture critique des normes communautaires relatives au secteur.

Le sixième et dernier chapitre tire les conclusions sur les perspectives et les opportunités d'entrée et/ou pénétration sur le marché communautaire de la part des producteurs tunisiens, en mettant en évidence les conditions favorables des produits au contenu de services élevé.

CHAPITRE 1

IDENTIFICATION DU SECTEUR

Le secteur à l'étude peut être subdivisé en trois principales catégories:

- poissons véritables;
- crustacés (écrevisses, crevettes, langoustes, etc...);
- mollusques (seiches, calmars, poulpes, moules, coques, etc...).

L'analyse suivante se réfère aux mollusques et crustacés et se concentre en particulier sur les écrevisses et les céphalopodes, c'est à dire les seiches, les calmars et les poulpes.

## CHAPITRE 2

ANALYSE DE LA STRUCTURE INDUSTRIELLE

La structure de l'industrie des produits de la pêche en général et des mollusques en particulier peut être divisée en deux catégories bien distinctes. D'une part, il existe un grand nombre de petites entreprises à caractère artisanal et de l'autre un véritable secteur industriel.

Ce dernier, conformément à la stratégie générale de concentration qui caractérise toute l'industrie alimentaire, est en train de traverser un processus de concentration basé à la fois sur une stratégie commerciale (conquête de parts de marché toujours plus importantes dans certains secteurs) et sur une stratégie financière (achats d'unités de production existantes avec des lignes de production diversifiées). Même les phénomènes de spécialisation et d'intégration verticale de production sont toujours plus fréquents. De même, on relève un lent processus de restructuration et de rationalisation qui aura des conséquences sur l'emploi et sur le développement du secteur. Les principales causes de ces dynamiques industrielles sont les tendances de consommation, le caractère critique de la disponibilité en matière première, le commerce international croissant et les politiques tarifaires et réglementaires.

A partir de la fin de l'ère protectionniste en 1985, la libéralisation progressive du marché communautaire a stimulé l'importation en provenance de pays tiers de matière première et de produit fini. En outre, la plus grande compétitivité des produits importés a ralenti la croissance des prix au point de ne plus couvrir dans de nombreux pays, la croissance du coût du travail avec les conséquences évidentes sur les marges de profit.

Le degré d'utilisation de la capacité de production de l'industrie de la transformation qui, dans ce cas, est relativement faible par rapport à d'autres secteurs industriels connaît depuis 1987 un déclin constant qui a atteint son minimum en 1990. Ceci laisse prévoir une diminution constante de la force de travail dans l'industrie.

Face à cette tendance du degré d'utilisation de la capacité de production s'oppose la tendance des immobilisations techniques qui, en revanche, s'est maintenue constante. Ceci signifie que, malgré l'excès de capacité de production non utilisée, la nature des investissements fixes n'a pas connu d'altération. La politique industrielle de substitution directe d'appareils et d'installations enregistre donc les mêmes déficiences structurelles et ne prend pas en considération les changements de la tendance économique. D'autre part, cette politique de simple substitution d'appareils usés n'a pas altéré la productivité du travail ni celle du capital. En général, les entrepreneurs ont donc répondu aux pressions du marché en maintenant le statut quo plutôt qu'en s'adaptant aux conditions extérieures étant donné que les investissements constituent simplement une réponse à la détérioration physique des établissements.

Cette stratégie de défense a été d'une certaine façon supportée et encouragée par la politique structurelle de la CEE qui n'a que récemment commencé à promouvoir les investissements finalisés à l'augmentation de la productivité afin de compenser du moins en partie le coût relatif croissant du travail.

Jusqu'à présent, l'impact de la politique communautaire a été de maintenir les niveaux de production et d'emploi existants, sans toutefois affronter les problèmes structurels et sans mettre en oeuvre une politique d'orientation et de préparation à l'unification de 1993.

Puisque l'industrie de transformation de la pêche est, par nature, "labor intensive" et qu'il n'existe pas de marges de différenciation du produit domestique par rapport au produit de la concurrence étrangère, la compétitivité de ces pays producteurs ayant un coût de travail élevé est sérieusement menacée.

## CHAPITRE 3

### CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE

En général, la consommation moyenne de poisson par habitant est considérablement plus élevée dans les pays développés, où elle avoisine 25 kg, que dans les pays en voie de développement où elle peut descendre à moins de 10 kg. Il existe en outre des pays ou des continents où la consommation annuelle pro capite de produits de la pêche peut atteindre plus de 30 kg: en Europe, c'est le cas du Danemark et de la Norvège; hors du continent européen, c'est le cas du Japon et de l'Océanie. Dans les pays européens où la consommation est considérablement au-dessous de la moyenne, comme l'Italie avec 14 kg, celle-ci est néanmoins en nette expansion que ce soit en termes de valeur absolue qu'au niveau de l'impact sur la demande alimentaire globale.

Toutefois, il faut observer que dans ce secteur le niveau de couverture des sources officielles n'est pas complet (certaines estimations le placent à 65%). En effet, les caractéristiques particulières du produit, la fragmentation de la structure commerciale, l'existence de services de livraison directe des pêcheurs et aquaculteurs aux restaurateurs et aux points de vente génèrent une part considérable de "hors marché", c'est-à-dire de produit ne figurant pas dans les statistiques officielles. En outre, dans de nombreux cas, les données officielles disponibles ne subdivisent pas le secteur de la pêche selon les espèces ou selon les trois principales catégories de subdivision de la viande de poisson: poissons véritables, crustacés (homards, langoustines, langoustes, etc.), mollusques (moules, coques, seiches, poulpes, calmars, jeunes calmars, etc.).

L'équilibre de marché entre le poisson frais, congelé, surgelé et conservé avec d'autres systèmes est potentiellement instable puisque la diffusion d'innovations étrangères au secteur pourrait altérer l'ordre concurrentiel. Par exemple, la diffusion de réfrigérateurs à deux portes entraîne une baisse de la fréquence d'achat; la possibilité de surgeler chez soi les aliments pourrait porter atteinte à la consommation de produits industriellement surgelés si ceux-ci ne se différencient pas par un degré plus élevé de service incorporé; la diffusion de fours à micro-ondes réduira les temps de préparation des aliments en mettant partiellement en discussion la nature même du poisson conservé.

Parmi les groupes de clients du secteur on distingue:

- clients finaux;
- intermédiaires commerciaux.

#### 3.1 CLIENTS FINAUX

Des recherches approfondies ont démontré, par des techniques économétriques, que parmi les consommateurs pour lesquels la consommation de produits de la pêche est secondaire et variable, les modifications au niveau du revenu influencent davantage la demande que pour les groupes de consommateurs ayant l'habitude de consommer cet aliment et le considérant comme un produit qu'il faut acheter de toute façon. En outre, il résulte qu'il existe une plus grande

propension à l'achat de poisson dans les communes plus densément peuplées et ceci en termes de quantités pro capite consommées, de nature de la dépense par habitant et enfin d'impact sur le budget familial destiné à l'achat de genres alimentaires. L'existence de points de vente est évidemment liée de façon positive à la concentration démographique et à l'influence sur la consommation.

La propension à l'achat d'espèces plus coûteuses telles que les crustacés augmente évidemment en fonction de la plus ou moins grande disponibilité de revenu. Les employés d'une part, les entrepreneurs et les professions libérales de l'autre constituent les deux principaux groupes qui consomment le plus de poisson pro capite et qui tendent à dépenser des sommes plus élevées par unité de produit acheté.

Dans les pays méditerranéens surtout, on remarque une augmentation de la consommation pendant les mois d'été en coïncidence avec les périodes de vacances et de déplacement vers les localités maritimes. En outre, parmi les habitudes alimentaires des populations catholiques on retrouve encore bien enracinée une courbe cyclique à l'intérieur de la semaine. En d'autres termes, le poisson est encore fortement consommé le vendredi, selon la tradition religieuse.

En général, le consommateur moyen a des difficultés pour distinguer le poisson frais du poisson congelé et la fidélité vers le détaillant assume donc un rôle crucial lors de l'achat. La confusion est plus grande encore entre le poisson congelé et surgelé. En général, le poisson frais est pénalisé par une plus grande difficulté de préparation, une courte durée de conservation, une localisation plus difficile et un prix de vente plus élevé. Le congelé/surgelé est largement considéré comme de moins bonne qualité et est généralement associé à la grande entreprise capable d'exploiter des économies d'échelle. On enregistre également quelques perplexités sur les capacités effectives du produit congelé/surgelé à maintenir ses capacités nutritives intactes. Les facteurs en faveur du produit congelé/surgelé sont sa disponibilité à n'importe quelle saison, sa longue durée de conservation (et donc sa fréquence d'achat réduite) et le service incorporé (produits écaillés, éviscérés, nettoyés, découpés).

Le prix de vente du poisson est généralement considéré comme excessif par rapport à sa valeur intrinsèque, raison pour laquelle il n'est pas consommé plus souvent. En effet, si l'on considère l'impact de la dépense pour le poisson sur les consommations alimentaires globales, que celle-ci soit considérée en valeurs courantes ou constantes, on note une croissance des prix du poisson plus soutenue par rapport à la moyenne du secteur alimentaire. Le temps requis pour la préparation constitue un autre obstacle à la consommation. Les mutations dans les habitudes de vie des sociétés industrielles laisse entrevoir une plus grande présence sur le marché de produits au contenu de service élevé, c'est-à-dire le soi-disant "transformé frais", auxquels devraient concourir également les améliorations entreprises dans le secteur des transports.

Un autre facteur lié aux décisions d'achat est la perception de la part du consommateur du contrôle hygiénique du produit. La crainte de la pollution (par plomb, mercure, pesticides, hydrocarbures, etc.) constitue sans aucun doute une force de dissuasion à la consommation. En outre, le manque d'informations disponibles au sujet de l'aliment examiné rend le consommateur

méfiant et de toute façon très prudent lors de ses choix et favorise la diffusion d'une équivalence présumée (et pas toujours très réaliste) entre prix élevé et bonne qualité.

En conclusion, le consommateur est toujours plus orienté non seulement vers la recherche du bien en soi mais vers un produit/service dont il évalue les caractéristiques suivantes:

- qualité intrinsèque;
- fraîcheur;
- préparation;
- prix;
- rapport qualité/prix, etc.

### 3.2 INTERMEDIAIRES COMMERCIAUX

A l'intérieur de cette catégorie d'opérateurs et sur la base des modalités d'achat des produits, on distingue deux types d'intermédiation:

- la structure de distribution au détail, visant à servir principalement les familles (détail);
- la structure de distribution-administration de repas (catering) qui, selon le réseau où est placé le produit et selon le point de restauration où le produit est consommé, se distingue en:
  - catering "social" (cantines, hôpitaux, etc.)
  - catering "commercial" (restaurants, fast food).

En amont de ces catégories d'intermédiaires commerciaux et en aval des producteurs/transformateurs se trouve le grossiste qui a un rôle souvent incompris mais fondamental étant donné qu'il agit en tant que collecteur de l'offre pour s'ouvrir ensuite au détail. Les entreprises ayant une activité de grossiste sont assez différenciées. Elles peuvent avoir un ordre de chiffre d'affaires très différent, opérer dans des secteurs différents allant de la spécialisation la plus poussée à une gamme commerciale complète (toujours plus rare), ils peuvent être identifiés comme commissionnaires, grossistes purs et simples, courtiers ou autre et exercer leur activité sur rayon local, national ou international. Le produit/service nécessitant un grossiste peut être:

- accord avec les producteurs pour certitude dans l'approvisionnement de la gamme commerciale;
- exécution des formalités douanières, sanitaires, fiscales, etc.;
- emballage;
- transport;
- entreposage éventuel, etc.

Le marché au sens large peut donc être représenté comme une clepsydre ayant son point de rencontre (et non plus d'étranglement) dans la fonction en gros, qui doit d'une part pourvoir à acheter le meilleur produit au moindre prix et d'autre part garantir aux acheteurs l'approvisionnement sur la base d'un prix équitable; de toute façon, le grossiste ne peut faire abstraction de l'équilibre entre l'offre et la demande.

### Détail

Le phénomène pré-cité de cyclicité hebdomadaire se trouve situé dans un rapport de cause à effet réciproque avec l'ouverture de certains points de vente spécialisés seulement pendant quelques jours de la semaine. Il est évident que si ceci découle de la consommation traditionnelle du vendredi de la population catholique, ceci représente contemporanément une obligation par rapport au dépassement de cette habitude.

Le détaillant spécialisé se différencie de la grande distribution par le rôle qu'il assume en fournissant des conseils, des informations et une certaine garantie qui sont tous des facteurs très importants dans la détermination et l'orientation de la demande. Le rôle des marchés du poisson est également considérable en tant qu'ils constituent une première commercialisation et en tant que terminaux.

La part de vente qui peut être attribuée à la grande distribution est croissante. Différentes catégories de supermarchés (et surtout d'hypermarchés) ont introduit les mollusques, crustacés et poisson frais en général parmi leurs références de vente, bien qu'il s'agisse indubitablement d'un secteur difficile à gérer que ce soit pour la qualité que pour le soin de la présentation. L'offre, toujours plus vaste et disponible dans les exercices du commerce moderne, a favorisé une plus grande consommation des produits de la pêche et devrait encourager dans le futur un renforcement ultérieur de la demande.

Le poids de la grande distribution est relativement plus important dans les zones internes que dans les localités côtières où l'on trouve plus de poissonneries, de vendeurs ambulants (surtout dans certains pays méditerranéens) et de rapports directs pêcheur-consommateur. Des études motivationnelles ont analysé le rapport entre les fournisseurs réels et les fournisseurs idéaux, à savoir les opérateurs auxquels s'adresserait le consommateur pour acheter du poisson s'il n'existaient pas d'obstacles (comme le manque d'opérateurs déterminés ou la difficulté d'accès à certains réseaux). Le système d'achat idéal est celui qui prévoit un contact direct pêcheur-consommateur. Par rapport au poisson frais, les réseaux d'approvisionnement du congelé et du surgelé sont évidemment plus orientés vers la grande distribution.

En ce qui concerne la précision de l'offre dans les points de vente, il faut remarquer que les exercices spécialisés sont considérablement inférieurs en nombre aux autres genres alimentaires.

Catering

Plus de 35% de l'utilisation du poisson (le pourcentage est bien supérieur pour les mollusques et crustacés) a lieu dans le cadre des réseaux du catering. Dans les pays européens de la zone méditerranéenne, la consommation dans les restaurants des zones côtières est forte, en vertu également des convictions bien enracinées chez le consommateur et concernant la difficulté de préparation domestique du poisson. La demande du catering est résolument orientée vers le produit congelé. Par contre, la demande de produit surgelé est faible et en diminution. A l'intérieur de ce secteur, celui des mollusques et crustacés a de toute façon une importance supérieure par rapport à d'autres catégories de poisson.

Le catering exige un produit/service ayant les caractéristiques suivantes:

- bon rapport qualité/prix;
- ampleur de la gamme commerciale;
- emballages particuliers;
- livraison à domicile.

## CHAPITRE 4

PRODUCTION, IMPORTATION, EXPORTATION  
EUROPEENNE4.1 DONNES DE BASE

Les données statistiques de production européenne de crustacés et mollusques, frais, congelés, surgelés, conservés au cours de la période 1986-1990 figurent au Tableau 4.1. On remarque un cours fluctuant de la production globale et les principaux producteurs sont l'Espagne et le Royaume-Uni.

Tableau 4.1.1: Production Crustacés et Mollusques frais, congelés, séchés, salés, etc.

PAYS OU ZONE	1986 (MT)	1987 (MT)	1988 (MT)	1989 (MT)	1990 (MT)
Allemagne RF	686	444	277	531	322
Belgique	4,662	5,483	5,646	7,404	7,526
Danemark	4,623	4,366	5,338	4,676	5,040
Espagne	150,060	163,007	85,051	86,779	88,450
Faeroe îles	8,351	7,483	11,963	15,245	10,153
France	2,206	4,100	1,502	1,550	1,451
Grèce	4,028	7,097	7,247	8,190	8,050
Irlande	4,899	5,837	5,902	7,013	7,657
Islande	14,190	14,368	13,217	12,585	13,825
Italie	15,540	21,368	24,190	25,280	17,042
Norvège	28,901	23,500	24,244	27,210	27,890
Pologne	31,020	59,796	41,868	44,376	23,670
Portugal	3,300	2,280	2,307	7,480	4,082
Roumanie	63	40	-	-	-
Royaume Uni	23,717	34,082	36,238	39,638	42,059
Suède	-	-	1,751	2,060	2,100
TOTAL	296,246	353,251	266,741	290,517	259,317

Au Tableau 4.2 figurent, pour la même période et les mêmes catégories, les principaux pays importateurs en Europe avec leurs parts respectives en valeur et quantité. L'Espagne s'avère être le plus gros importateur, bien qu'elle soit aussi le plus gros producteur, ce qui indique une tradition culinaire consolidée et une intégration verticale incomplète en amont du système industriel.

Au Tableau 4.3 figurent les principaux exportateurs européens.

Tableau 4.1.2: Importations Crustacés et Mollusques frais, congelés, séchés, salés (Quantités = q: Tonnes - Valeur = v: '000 US\$)

PAYS OU ZONE		1986	1987	1988	1989	1990
Albanie	q	-	-	-	-	-
	v	-	-	-	-	-
Allemagne RF	q	35.719	23.744	31.387	29.751	34.694
	v	81.347	96.841	123.062	125.522	151.602
Allemagne RD	q	-	-	-	-	-
	v	-	-	-	-	-
Autriche	q	581	586	517	645	837
	v	3.890	4.735	4.924	5.512	7.493
Belgique	q	38.756	41.258	44.181	49.675	52.338
	v	103.619	129.797	158.833	157.848	192.898
Bulgarie	q	-	-	-	-	-
	v	-	-	-	-	-
Danemark	q	47.105	52.144	49.798	57.667	54.499
	v	148.803	222.199	225.306	235.127	242.876
Espagne	q	118.748	202.491	224.555	253.951	246.807
	v	313.204	599.418	602.263	799.735	925.776
Faeroe îles	q	2.157	1.683	5.414	3.344	4.935
	v	2.773	2.131	9.908	4.054	6.411
Finlande	q	325	434	497	641	478
	v	1.935	2.856	3.429	4.852	3.810
France	q	125.956	128.514	131.899	148.038	152.632
	v	430.174	535.101	598.793	612.092	712.369
Grèce	q	12.245	14.750	14.032	16.768	12.052
	v	19.606	31.312	33.602	42.443	35.029
Irlande	q	1.186	1.044	1.317	1.989	3.390
	v	7.203	5.924	7.674	7.825	13.745
Islande	q	626	828	3.671	7.927	11.116
	v	911	1.735	7.224	11.868	15.207
Italie	q	132.894	143.179	162.555	182.451	176.343
	v	357.197	435.600	544.553	582.463	646.086
Malte	q	70	140	132	165	220
	v	232	522	436	673	924
Norvège	q	16.772	18.174	19.050	15.081	11.882
	v	36.807	47.703	43.581	34.900	32.362
Pays Bas	q	42.882	39.284	42.890	35.577	41.355
	v	48.239	72.023	79.963	95.086	113.684
Portugal	q	21.243	19.385	17.100	20.897	24.907
	v	22.019	28.904	31.740	40.065	78.403
Royaume Uni	q	29.919	34.887	35.091	34.797	34.213
	v	144.009	179.069	191.778	183.004	192.158
Suède	q	12.431	13.210	12.923	15.636	14.376
	v	52.800	74.195	76.340	64.975	86.517
Suisse	q	4.919	5.246	5.199	5.747	5.939
	v	31.438	38.797	40.383	41.758	47.914
Yougoslavie	q	3.717	3.461	6.132	3.779	6.957
	v	4.836	5.172	12.084	14.215	14.207
TOTAL	q	648.251	744.442	808.340	884.526	889.970
	v	1.810.042	2.514.034	2.795.876	3.064.017	3.519.471

Tableau 4.1.3: Exportations Crustacés et Mollusques frais, congelés, séchés, salés (Quantités = q: Tonnes - Valeur = v: '000 US\$)

PAYS OU ZONE		1986	1987	1988	1989	1990
Albanie	q	283	692	998	702	1.740
	v	85	209	410	405	1.500
Allemagne RF	q	11.377	17.166	13.794	9.481	14.236
	v	13.646	18.186	22.054	23.927	28.410
Allemagne RD	q	15	-	-	37	59
	v	78	-	-	262	677
Autriche	q	1	6	17	18	11
	v	10	61	40	54	139
Belgique	q	2.369	3.237	4.450	5.574	6.168
	v	19.439	25.632	34.099	39.509	49.015
Danemark	q	74.892	60.059	60.474	62.043	61.725
	v	193.943	284.901	292.325	289.832	310.527
Espagne	q	75.126	78.010	79.669	74.237	71.843
	v	153.497	151.559	174.652	168.099	180.642
Faeroe îles	q	8.314	7.483	11.984	15.262	10.909
	v	21.583	26.346	47.408	55.243	48.450
Finlande	q	29	9	43	15	9
	v	193	90	333	96	102
France	q	28.431	31.554	38.631	45.047	51.522
	v	125.546	159.263	179.672	186.038	215.238
Grèce	q	1.827	2.305	2.182	2.882	2.676
	v	5.022	7.223	10.113	12.808	11.730
Hongrie	q	1.405	4.576	2.632	2.882	2.676
	v	5.022	7.223	10.113	12.808	11.730
Irlande	q	16.327	18.372	19.235	19.142	22.814
	v	35.844	44.120	52.298	58.383	76.680
Islande	q	15.320	14.222	13.296	12.832	14.028
	v	117.935	121.839	114.985	98.845	103.451
Italie	q	22.848	8.753	23.397	22.068	21.461
	v	39.463	23.100	53.038	80.550	76.702
Norvège	q	11.249	8.842	12.292	9.215	10.121
	v	41.429	46.921	76.204	46.593	63.443
Pays Bas	q	60.836	62.194	57.743	76.998	74.097
	v	93.347	124.602	133.713	166.257	184.867
Pologne	q	33.680	42.387	24.373	18.662	16.859
	v	38.721	72.531	35.363	25.287	21.723
Portugal	q	7.098	6.603	5.832	8.533	7.949
	v	11.796	16.671	19.021	29.604	32.854
Royaume Uni	q	39.615	47.886	43.444	53.198	59.246
	v	165.032	234.367	229.964	252.119	315.250
Suède	q	1.529	3.315	1.453	714	1.940
	v	7.625	11.038	9.086	5.927	9.490
Suisse	q	43	129	49	75	24
	v	353	1.009	586	591	305
Yougoslavie	q	896	935	2.098	2.722	1.671
	v	742	1.539	4.872	8.838	4.812
TOTAL	q	413.510	418.736	418.086	442.339	453.784
	v	1.090.351	1.378.430	1.500.349	1.562.075	1.747.737

#### 4.2 CEPHALOPODES

Au cours de la décennie 1980-90, la production mondiale de Céphalopodes a augmenté de 1,5 millions de Tonnes en 1980 à 2,5 millions en 1989. Ce sont les calmars qui ont le plus contribué à cette augmentation en passant de 1,2 millions de Tonnes à environ 2 millions, alors que les seiches et les poulpes sont restées presque constantes à 250.000 Tonnes chacune. La consommation de Céphalopodes a également augmenté, bien que cette augmentation soit limitée aux zones de forte consommation du Japon, de l'Asie et de l'Europe Méditerranéenne. Le Japon seul représente 45% de la production mondiale et les autres pays asiatiques 30%. La Méditerranée absorbe 15% de la production mondiale. La consommation est en augmentation en Amérique du Nord et dans le Nord de l'Europe mais est marginale dans l'ensemble.

Plus de 70% de la production mondiale de Céphalopodes est vendue fraîche ou congelée, 6 à 10% est traitée, 1 à 2% est mise en boîte, 2 à 3% est utilisée comme appât et 13% est utilisée dans d'autres préparations. Le commerce international de Céphalopodes a augmenté rapidement de 225.000t en 1980 à 500.000t en 1989. Les principaux exportateurs mondiaux sont la Nouvelle Zélande, la Thaïlande, l'Espagne, la Mauritanie et la Pologne; seule l'Espagne enregistre une diminution des exportations au cours de la même période. Les principaux importateurs sont le Japon, l'Espagne et l'Italie qui absorbent les 2/3 de tout le commerce mondial.

Les importations en Espagne ont explosé en 1989 lorsque les importateurs ont exploité le faible prix mondial des calmars. Une bonne partie de ces importations a été congelée et mise sur le marché en 1990 en correspondance avec une diminution des importations pour cette même année. En 1991, on enregistrait encore de considérables réserves. Les prix, étant donné l'excès d'offre et malgré l'augmentation des consommations, se sont effondrés. Les principaux fournisseurs du marché espagnol en 1990 étaient la Russie, le Maroc et l'Inde. Les fournisseurs ont considérablement changé au cours des années comme preuve que les importateurs espagnols passent facilement d'un fournisseur à l'autre en fonction du prix.

Les données statistiques des importations et des exportations CEE d'encornets, seiches et poulpes congelés pour la période 1986-1990 figurent respectivement au Tableau 4.2.1 et au Tableau 4.2.2. L'Espagne et l'Italie s'avèrent être les principaux importateurs européens de ces espèces; l'Espagne en est aussi le principal exportateur.

Tableau 4.2.1: Importations Encornets, Seiches et Poulpes  
(Quantités = q: Tonnes - Valeur = v: '000 US\$)

PAYS OU ZONE		1986	1987	1988	1989	1990
Allemagne RF	q	4.271	4.547	4.952	5.962	6.295
	v	11.329	14.246	15.374	17.431	18.752
Autriche	q	-	-	177	215	267
	v	-	-	540	691	901
Belgique	q	1.031	1.719	1.317	1.880	1.892
	v	2.780	4.148	4.079	5.111	5.770
Chypre	q	-	-	-	947	1.357
	v	-	-	-	2.496	3.320
Danemark	q	185	497	122	133	80
	v	262	821	311	398	231
Espagne	q	58.155	111.598	104.763	133.727	112.487
	v	98.508	210.370	194.770	229.700	205.509
Faeroe îles	q	1.638	1.519	795	1.347	1.069
	v	1.646	1.801	752	966	1.106
France	q	20.481	21.539	20.964	26.168	24.927
	v	37.539	44.574	41.311	50.900	47.889
Grèce	q	11.989	14.532	13.607	15.311	11.299
	v	16.437	30.587	31.637	37.786	28.279
Islande	q	-	-	925	2.825	3.337
	v	-	-	900	2.054	2.909
Italie	q	84.815	88.710	102.953	118.166	112.156
	v	160.902	183.848	235.468	271.172	262.633
Norvège	q	1.787	3.552	5.732	4.920	2.840
	v	2.045	4.465	4.831	3.772	2.399
Pays Bas	q	945	1.277	1.682	7.482	8.063
	v	1.466	2.050	3.011	6.757	9.395
Portugal	q	18.406	14.955	10.647	13.019	12.419
	v	15.670	16.497	12.550	13.245	16.232
Royaume Uni	q	-	-	1.914	1.893	1.490
	v	-	-	4.186	3.711	3.405
Suisse	q	-	-	1.355	1.645	1.639
	v	-	-	5.765	7.009	8.207
Total général	q	203.703	264.445	271.905	335.640	301.617
	v	348.584	513.407	555.485	653.199	616.937

Tableau 4.2.2: Exportations Encornets, Seiches et Poulpes  
(Quantités = q: Tonnes - Valeur = v: '000 US\$)

PAYS OU ZONE		1986	1987	1988	1989	1990
Allemagne RF	q	377	167	297	335	456
	v	656	432	1,079	1,046	1,264
Espagne	q	52,412	47,499	44,537	46,618	51,611
	v	133,637	117,349	123,268	127,495	141,309
France	q	10,048	8,440	12,125	15,609	18,041
	v	23,145	25,898	35,316	41,081	50,408
Italie	q	4,754	5,135	4,832	4,096	4,588
	v	8,231	10,075	11,716	9,420	10,417
Pays Bas	q	332	600	1,628	8,786	6,296
	v	637	1,413	3,097	14,624	7,438
Pologne	q	33,690	42,384	24,373	18,662	18,859
	v	38,721	72,531	35,363	25,287	21,723
Portugal	q	1,188	1,483	1,242	2,304	1,676
	v	3,510	4,124	3,059	7,425	4,585
Royaume Uni	q			400	1,593	1,642
	v			1,557	4,184	4,065
Total général	q	102.801	105.708	89.434	98.003	103.169
	v	208.537	231.822	214.455	230.562	241.209

#### 4.3 ECREVISSSES

La CEE représente globalement le troisième plus grand marché d'écrevisses au monde alors qu'il existe encore de considérables différences de quantité et de types consommés dans chaque pays. Bien que la moyenne de consommation pro capite ait constamment augmenté au cours des dix dernières années, le niveau de consommation actuel est encore considérablement inférieur à celui des Etats-Unis et du Japon. Il y a donc de la place pour une ultérieure expansion.

Le marché CEE devient de toute façon toujours plus flexible. Au cours des dernières années, de nouveaux produits et de nouvelles espèces ont rapidement trouvé des niches de marché. Ce sont surtout les produits à haut degré de service incorporé qui ont enregistré une plus grande pénétration et en particulier les écrevisses cuites et décortiquées des pays en voie de développement.

Le commerce intérieur CEE est très développé, les principaux importateurs étant tout d'abord le Danemark et puis la Belgique, le Royaume-Uni et les Pays-Bas. La plupart des importations danoises provenant du Groenland et des îles Faeroe sont ré-exportées, la moitié vers les autres pays de la CEE et le reste vers le Japon et les Etats-Unis. Le Royaume-Uni et la France sont les pays les plus attirants pour les exportateurs étant donné que presque toute l'importation est consommée à l'intérieur du pays. Mais l'origine réelle des écrevisses consommées dans les différents pays CEE est difficile à déterminer. En effet, lorsque le produit est importé dans un pays CEE il acquiert techniquement la nationalité de ce pays et s'il est ré-exporté il apparaît dans les statistiques comme une exportation de ce pays CEE.

Le plus gros exportateur vers la Communauté est le Groenland, avec 25.000 tonnes consommées dans les pays membres. Pour des raisons logistiques, ces importations convergent presque entièrement vers le Danemark, ainsi que le 90% des exportations des îles Faeroe. Les autres principaux exportateurs vers la Communauté sont: la Thaïlande (également avec des écrevisses en boîte), l'Argentine (surtout vers l'Espagne et l'Italie), l'Inde, et ces dernières années, aussi l'Islande.

En matière de demande, l'Europe peut être subdivisée en deux parties: la zone méditerranéenne et les pays du Nord de l'Europe. Les pays méditerranéens préfèrent les écrevisses crues, entières, de grosse taille qui sont ensuite cuisinées avec coquille et tête; les autres privilégient les espèces d'eau froide. Ci-après figure une brève analyse des différents marchés nationaux.

### Italie

Le marché italien des écrevisses a enregistré une forte expansion vers la fin des années 80, dûe surtout à la rapide croissance économique. La consommation a lieu surtout dans les restaurants (70-80%), et ce pourcentage est encore plus grand au Nord. La production italienne est plutôt limitée, 17.500t et est stable. L'espèce la plus importante est la Parapenaeus longirostris; on a tenté de cultiver le Penaeus japonicus mais la production est encore restreinte.

L'expansion de la demande doit être satisfaite à travers les importations qui sont passées de 6.550t en 1981 à 25.220t en 1989, alors qu'en 1990 on a enregistré une légère baisse. Les importations italiennes ont été nettement influencées par la découverte des ressources d'écrevisses en Argentine. Les importations de ce pays sont passées de 250t en 1981 à 6.770t en 1984, pour descendre à 1.000t en 1987. Actuellement, le plus gros exportateur vers l'Italie est le Danemark avec 4.000-5.000t par an. Bien que les deux principaux exportateurs en Italie soient engagés dans le commerce d'écrevisses d'eau froide, une longue liste de pays exportateurs d'écrevisses d'eau chaude ont déplacé le rapport en faveur de ces derniers: environ 55% du total des importations.

On a assisté récemment à une pénétration rapide sur le marché italien du "black tiger" des pays du Sud-Est asiatique. Au départ, les problèmes à l'entrée ont été considérables mais le prix peu élevé et la couleur rosâtre du produit après la cuisson le faisant ressembler à l'écrevisse kuruma de production locale, ont convaincu les restaurateurs à utiliser le black tiger. Actuellement, le black tiger en provenance surtout de la Thaïlande et de l'Indonésie, représente 15% du marché.

### France

La France est un important consommateur d'écrevisses. La consommation pro capite annuelle a augmenté au cours des dix dernières années et est passée de 0.67 kg en 1982 à 0,80 kg en 1989. Puisque la production locale est marginale, toute augmentation de la demande doit être satisfaite à travers les importations. Ce sont les écrevisses d'eau chaude à coquille qui ont connu la plus forte expansion au cours des dernières années.

Traditionnellement, les principaux fournisseurs de ces espèces sont les pays de l'Afrique Occidentale, surtout pour des raisons de langue commune, pour un taux de change fixe entre le franc CFA et le franc français, pour les intérêts des propriétaires français d'entreprises d'Afrique francophone et pour les réseaux de communication bien consolidés. Malgré cela, les exportateurs africains ont perdu du terrain dans les dernières années en faveur des pays asiatiques qui sont en mesure d'offrir de grosses écrevisses avec tête à un prix considérablement inférieur. C'est le black tiger indonésien qui a enregistré la plus grosse croissance en passant de 100t en 1985 à 1.900t en 1989 pour atteindre 3.000t en 1990.

Le consommateur français préfère les écrevisses d'eau froide pour leur goût et la fermeté de leur chair : l'écrevisse traditionnelle de la cuisine française est le Palaemon serratus qui se pêche le long des côtes de l'Atlantique et de la Méditerranée. Il est de taille moyenne, d'environ 100 pièces au kg et est généralement vendu déjà cuit. De même taille, le Pandalus borealis du Groenland, Danemark et îles Faeroe qui représente environ 30% de l'importation. Le Paeneus spp est aussi bien accepté et il n'existe pas de préférences pour des espèces particulières (blanche, rose ou foncée). La présentation des écrevisses dépend de leur taille: les plus grosses (black tiger et écrevisses blanches d'Afrique Occidentale) sont vendues munies de tête, les moyennes sans tête, et les petites sont généralement commercialisées déjà décortiquées et cuites. Les principaux utilisateurs sont les restaurants chinois et vietnamiens.

En ce qui concerne les écrevisses tropicales, il existe une industrie importante qui achète de petites écrevisses crues avec tête. Celles-ci provenaient généralement d'Afrique sous forme de congelés alors que maintenant ce sont des écrevisses cultivées en Amérique du Sud. Elles sont cuites et puis vendues entières, fraîches ou congelées. Un exemple parmi d'autres, les écrevisses de l'Equateur, et surtout le Penaeus vannamei, qui ont connu une pénétration rapide, passant de 100t en 1987 à 3.200t en 1990. Cette écrevisse blanche a trouvé une place sur le marché des écrevisses sans tête étant donné sa taille avantageuse et sa bonne qualité.

#### Royaume-Uni

Le marché britannique est dominé par l'Inde (Penaeus indicus, sans tête) et la Norvège (Pandalus borealis). Alors que les exportations indiennes sont restées assez stables au cours des dernières années, les exportations norvégiennes d'écrevisses décortiquées et cuites sont caractérisées par des hauts et des bas dans la dernière décennie. D'autres exportateurs importants sont l'Islande, le Groenland et le Pakistan. Ces 5 pays à eux seuls concourent à 50% des importations britanniques.

Le consommateur britannique préfère nettement les écrevisses cuites et décortiquées; les espèces Pandalus borealis et la petite Penaeus indicus sont donc particulièrement adaptées. Environ 45% des écrevisses sont importées déjà décortiquées et cuites, alors que les écrevisses avec coquille et tête sont traitées localement après avoir été importées.

Les Britanniques préfèrent l'écrevisse d'eau froide. Cette espèce est particulièrement utilisée par les restaurants à cuisine anglaise pour les salades et les cocktails de crevettes. Le Pandalus est surtout utilisé dans sa

forme décortiquée et déjà cuite. Les restaurants de cuisine indienne et du Bangladesh privilégient les écrevisses de mer (écrevisses chinoises blanches et roses). Les écrevisses "tiger" et "banana" ne sont pas très appréciées à cause de leur coquille épaisse. Environ 60% de la consommation d'écrevisses a lieu dans les restaurants. Les marchés constituent de bons points de vente pour les écrevisses d'eau froide (décortiquées et cuites, saumurées) alors que les écrevisses d'eau chaude ne se trouvent que dans les magasins.

### Allemagne

Le marché allemand est traditionnellement orienté vers les Crangon locaux. Récemment pourtant, la production de cette petite et savoureuse espèce d'eau froide s'est effondrée et l'industrie a été contrainte de trouver d'autres sources d'approvisionnement. Les importations ont doublé entre 1981 et 1990, mais le niveau actuel est encore très inférieur par rapport à celui des autres pays CEE. Seulement 50% des importations proviennent de pays non CEE, mais les importations des pays en voie de développement sont en augmentation. Les exportateurs asiatiques surtout ont augmenté leur présence sur le marché allemand: le Bangladesh et la Thaïlande sont les principaux fournisseurs.

Bien que l'espèce Crangon soit la préférée, en particulier au Nord du pays, l'effondrement récent de la production a causé une augmentation considérable des prix et le Crangon est ainsi devenu une "delicacy" très coûteuse. Comme dans d'autres pays de l'Europe du Nord, les consommateurs allemands préfèrent les écrevisses cuites, décortiquées et en boîte. Seuls quelques grands magasins vendent des petites quantités de grosses écrevisses. Environ 70% de la consommation a lieu dans le secteur du catering. Les petits points de restauration préfèrent les Pandalidae et Penaeidae, petites et peu chères, pour les "curries" et les salades. Les restaurants de haut niveau au contraire demandent des grosses écrevisses, surtout avec coquille, mais sans tête.

A cause des schémas de consommation traditionnels et de la forte sensibilité au prix du consommateur allemand, la crevette de l'Equateur n'a pas encore réussi à pénétrer sur le marché. Sa taille moyenne constitue un handicap étant donné que le marché allemand privilégie les écrevisses très petites ou très grosses.

#### 4.3.1 Substituts

Les traditions culinaires font partie des éléments les plus enracinés d'une culture. Les populations ont donc tendance à privilégier les espèces de poisson auxquelles elles sont habituées et qui sont donc pêchées localement. L'introduction d'espèces différentes constitue ainsi une entreprise difficile. De toute façon, lorsque les espèces locales deviennent insuffisantes il est plus facile d'introduire des substituts aux caractéristiques semblables mais aux prix moins élevés.

En Belgique, par exemple, l'écrevisse traditionnelle est le Crangon de la Mer du Nord qui se consomme à la maison ou au restaurant sous forme déjà cuite et décortiquée pour des salades et cocktails. Puisque cette espèce jouit d'une préférence considérable, le prix à la consommation dans des périodes où l'offre est faible, peut dépasser de dix fois celui d'écrevisses tropicales cuites et décortiquées de taille semblable. Dans ce cas, le client final, mais

également les restaurants sans trop de scrupules, n'hésitent pas à mélanger par exemple 1/3 de Crangon avec 2/3 de tropicales dans la mayonnaise. Alors que le Crangon donne du goût au tout, la tropicale concourt au volume et réduit le coût total.

Le phénomène de substitution de l'écrevisse d'eau froide avec celle d'eau chaude a lieu dans tout le Nord de l'Europe, exception faite du Danemark où les consommateurs sont restés plus fidèles au Pandalus d'eau froide.

Aux Pays-Bas, la substitution entre le Crangon et l'écrevisse cuite et décortiquée d'eau chaude est encore plus importante qu'en Belgique étant donné que les Hollandais préfèrent vendre leurs Crangon aux Belges qui sont disposés à les payer à des prix bien supérieurs à ceux du marché local. Les Hollandais restent de toute façon satisfaits avec les écrevisses tropicales plus avantageuses. Le même discours vaut pour l'Allemagne.

En général, lorsqu'une espèce d'eau chaude est vendue comme substitut elle a la taille et la forme ressemblant le plus à celles de l'écrevisse originale d'eau froide. La substitution n'est pas possible lorsque les dimensions et la forme sont complètement différentes. Il est très improbable donc qu'une écrevisse "black tiger" avec tête et aux dimensions de 10-20 pièces par kg ou des écrevisses d'eau douce de 6-8 pièces par kg puissent remplacer les Crangon ou les Pandalus.

On peut affirmer que les écrevisses d'eau douce sans tête ont remplacé dans certains restaurants les écrevisses norvégiennes, Nephrops norvegicus; c'est pour cela que ces écrevisses sont connues sur certains marchés comme "langoustines", un terme généralement réservé au Nephrops.

Les écrevisses tropicales plus grosses ont développé leur propre marché qui s'est généralement introduit grâce aux restaurants à cuisine ethnique ou à un commerce ethnique. Actuellement, ces écrevisses représentent environ 25% du marché total de la CEE du Nord. Le gros du marché est constitué par la consommation traditionnelle, c'est-à-dire soit par les espèces d'eau froide soit par les substituts d'eau chaude.

En cas d'augmentation de la demande, celle-ci concernera surtout la consommation traditionnelle et particulièrement les petites crevettes décortiquées. L'aquaculture ne devrait pas avoir beaucoup d'opportunités étant donné qu'il n'est pas économiquement avantageux de cultiver des écrevisses tropicales petites, cuites et décortiquées.

#### 4.3.2 Conditions d'emballage requises

On a vu que la forme la plus commune de consommation, en particulier dans le Nord de l'Europe est celle des écrevisses "cuites et décortiquées". Sous cette forme, les écrevisses sont généralement vendues dans des petits vases de plastique ou de verre, saumurées ou dans des solutions aqueuses. Les dimensions les plus répandues sont 150-25, 200-300, 250-350 et 400-600 pièces par livre. Les écrevisses d'eau froide à coquille sont généralement vendues cuites et congelées, dans les assortiments 50-70, 70-90, 90-110 et 120-150. Les écrevisses tropicales avec tête sont généralement commercialisées sous forme nombre d'unités par kg, comme 11-15, 16-20, 20-30, 30-40, 40-50, 50-60, 60-70, 70-80 et 80-100. Ceci vaut particulièrement pour les marchés italien,

espagnol et français. Pour les écrevisses tropicales sans tête c'est le rapport pièces par livre qui est plus fréquent, comme 8-12, 13-15, 16-20, 21-25, 26-30, 31-40, 41-50 et 51-60. L'écrevisse d'eau douce (Macrobrachium rosenbergii) est commercialisée avec le même système. L'écrevisse rouge (Pleoticus mulleri) est vendue sous forme 10-20, 20-30, 30-40, 40-60, 60-80, 80-100 pièces au kg.

En Espagne, les confections vendues au détail sont, pour les écrevisses avec tête, de 500 g et 1 kg, en cartons de 8 et 6 confections respectivement; pour les écrevisses à coquille et sans tête, les confections sont de 500 g en cartons de 8. En Grande-Bretagne, les écrevisses d'eau froide cuites et décortiquées sont en général importées dans des cartons de 5-6 gros sacs de 2 kg chacun; ces derniers sont ensuite ré-emballés dans des paquets de 200-250g. Les écrevisses d'eau froide avec coquille sont importées dans des cartons de 2 sacs de 5 kg. Les écrevisses tropicales sans tête sont importées dans des paquets de 2 kg, 6 par cartons. Le marché français en général importe des paquets de 2 kg dans des cartons de 6, 8 ou 10 confections. Le secteur industriel demande parfois des paquets de 5kg. Les écrevisses en boîte sont importées dans des cartons de 24 boîtes, de 200 g nets chacune. Les importateurs italiens préfèrent les confections de 5 livres ou les sachets de 2 ou 5 kg pour les écrevisses entières et crues alors que les écrevisses crues et décortiquées sont emballées dans des sachets de 1 livre, 1 kg ou 2 kg.

## CHAPITRE 5

DIRECTIVES ET REGLEMENTS CEE

Actuellement, pour les produits de la pêche, le marché de la CEE n'est pas le seul marché existant. Les droits sur les importations dans chaque pays CEE de la part d'un pays tiers ont déjà fait l'objet d'une harmonisation. Le contenu des étiquettes aussi a été presque complètement harmonisé, même si celles-ci doivent être écrites dans les langues respectives des 12 pays communautaires.

Par contre, il n'existe pas encore d'harmonisation pour les procédures douanières et pour les standards microbiologiques et chimiques que les produits de la pêche doivent satisfaire. Chacun des pays gère ses propres standards et ses propres procédures pour l'importation directe d'un pays tiers. En outre, si un produit de la pêche est importé dans un pays de la CEE il est très probable qu'il soit soumis à un nouveau contrôle sanitaire s'il est ré-exporté dans un autre pays membre. Puisque les standards varient considérablement d'un pays à l'autre, il est possible qu'un produit qui ait été déclaré approprié dans un état ne le soit pas dans un autre.

Pour une réalisation plus incisive du Marché Unique Européen, deux directives ont été arrêtées: une de type général, la Directive du Conseil 90/675 (Annexe A), qui fixe les principes relatifs à l'organisation des contrôles vétérinaires pour les produits en provenance des pays tiers introduits dans la Communauté; une autre, plus spécifique pour les produits de la pêche, la Directive du Conseil 91/493 (Annexe B), qui fixe les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche.

En ce qui concerne les contrôles, le principe est assez simple:

1. les produits en provenance des pays tiers doivent être contrôlés immédiatement après leur introduction dans la Communauté.
2. le contrôle est triple:
  - les documents doivent être corrects;
  - les produits doivent correspondre à la description des documents;
  - contrôle physique organoleptique et/ou microbiologique sur des échantillons et examens chimiques en laboratoire.

Le nombre des postes d'inspection sera limité et sujet à l'approbation de la CEE. Fondamentalement, ils devraient se trouver aux principales entrées dans la CEE: ports, aéroports, et principaux passages routiers et ferroviaires frontaliers avec l'Europe de l'Est.

Les postes d'inspection devront être pourvus des moyens nécessaires pour:

- décharger les véhicules au cas où un examen est nécessaire;
- stocker la marchandise dans des conditions adéquates en cas de nécessité de mise en quarantaine;
- analyser les échantillons.

Tous les postes d'inspection de la CEE doivent être reliés entre eux avec un système de stockage des données et de communication électronique dénommée "shift". En cas de produits n'ayant pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, tels que les produits de la pêche, le poste d'inspection du port d'entrée dans la CEE doit non seulement effectuer les contrôles pré-cités mais aussi vérifier que le produit soit conforme aux normes et aux réglementations du pays de destination finale. Ceci signifie que tous les postes d'inspection CEE doivent connaître toutes les règles sanitaires des différents pays membres et être en mesure de les interpréter et de les appliquer.

Par exemple, si des mollusques et crustacés tunisiens sont exportés en Belgique à travers un port d'entrée français, le poste d'inspection français devra pouvoir disposer des réglementations belges et s'assurer que le produit tunisien s'y conforme. En cas de conformité, le poste français émettra un certificat qui accompagnera le produit tunisien et lui permettra d'être introduit sur le marché belge sans autres contrôles sanitaires.

Les temps nécessaires à la réalisation de cette directive sont assez longs et on suppose qu'elle ne pourra être appliquée avant la fin de 1994.

La Directive 91/493 concerne les règles sanitaires pour la production, l'entreposage et le transport des produits de la pêche. Tous les établissements CEE où le poisson est préparé, transformé, réfrigéré, congelé, emballé ou entreposé doivent être conformes aux normes CEE et doivent avoir été agréés. Après agrément, ils recevront un numéro d'identification CEE qui devra apparaître sur toutes les confections et documents du produit. Les normes concerneront aussi l'étiquetage et les spécifications du produit final.

La directive prévoit que les dispositions appliquées aux importations de produits de la pêche à partir des pays tiers doivent être au moins équivalentes à celles de la CEE. Etant donné que la Communauté ne peut matériellement certifier toute entité de production du monde, elle a l'intention d'envoyer des délégations d'experts dans tous les pays exportateurs vers la Communauté. La principale tâche de ces délégations sera de vérifier la fiabilité et la crédibilité des autorités locales qui certifient les entreprises locales et qui émettent des certificats sanitaires.

La CEE demandera aux autorités locales une liste des entreprises considérées conformes aux normes européennes. Selon l'avis de la délégation, la CEE attribuera ou non un numéro d'agrément à tous les membres de la liste. Les procédures d'importation à partir de ce pays seront ensuite conformées dans chaque état membre.

Ceci signifie qu'alors que les procédures harmonisées seront valables pour chaque poste d'entrée dans la CEE, les procédures d'importation pourront encore varier selon les états et selon les produits; les procédures peuvent concerner par exemple le type et le nombre de certificats sanitaires accompagnant les marchandises, la nature et la fréquence des analyses en laboratoire et la nécessité ou non de mettre le produit en quarantaine dans l'attente des résultats de laboratoire.

Jusqu'à ce que la délégation d'experts n'aura pas visité le pays exportateur, aucune procédure d'harmonisation ne pourra être instituée pour les produits de la pêche en provenance de ce pays. Ceci signifie que chaque pays membre pourra

maintenir ses propres normes et ses propres réglementations pour les spécificités du produit et pour les procédures d'importation des marchandises en provenance de ce pays tiers.

C'est en 1993 que devraient commencer les premières visites des délégations d'experts de la CEE. L'ordre des visites sera le résultat de la combinaison de deux facteurs:

- ordre décroissant d'importance de l'exportation de produits de la pêche dans la CEE au cours des dernières années;
- ordre chronologique d'invitation de la part des pays tiers.

La CEE se chargera des frais de visite des délégations dans les différents pays.

## CHAPITRE 6

OPPORTUNITES POUR LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT

Au sein de la Communauté Européenne, les habitudes alimentaires changent et la population n'est plus disposée à consacrer trop de temps à la préparation des repas. Les produits de la pêche avec un degré de service incorporé élevé sont idéaux de ce point de vue étant donné leur facilité et rapidité de préparation. Les produits à haute valeur ajoutée constituent donc une niche parfaite au niveau de la distribution au détail puisqu'ils dépasseraient le principal obstacle à l'achat du poisson, à savoir la préparation.

Il y a peu de temps encore, les mollusques et crustacés à haute valeur ajoutée étaient traités presque exclusivement en dehors du pays où ils étaient pêchés. Les principales raisons pour ne pas ajouter de valeur à la pêche dans les pays en voie de développement étaient: mauvais contrôle de qualité, normes hygiéniques approximatives et connaissance insuffisante des marchés. De plus, les autres droits communautaires sur les produits transformés (15-24%) et protégeant l'industrie CEE de fabrication du poisson, constituent un autre obstacle à l'entrée.

D'autre part, les pays en voie de développement possèdent des avantages considérables par rapport aux producteurs européens:

- abondance et fiabilité d'une main-d'oeuvre économique;
- matière première de haute qualité et toujours disponible;
- rareté ou absence de contraintes législatives;
- faible prix des produits de la pêche.

Afin de tirer le meilleur parti de ces facteurs, les producteurs et exportateurs de ces pays doivent démontrer de pouvoir garantir la qualité, la continuité de fourniture, l'efficacité de la livraison et la stabilité des prix. A cela, il convient d'ajouter que le marché européen des mollusques et crustacés à degré de service incorporé élevé est fortement compétitif. D'importants investissements publicitaires sont nécessaires pour lancer un nouveau type de produit. L'emballage et la présentation constituent d'autres facteurs de vente importants. L'emballage de la confection doit être propre et rendre le contenu attrayant pour le consommateur. Les recettes, les instructions pour la cuisson et les informations sur le produit jouent également un rôle important dans la vente du produit. Les obligations de commercialisation représentent donc un autre obstacle.

Etant donné la préférence pour la forme "surgelé" et les facteurs critiques de succès qui le caractérise, le secteur d'affaires du catering apparaît comme le secteur plus facile à pénétrer de la part des producteurs tunisiens. En effet, bien que la perspective de croissance du secteur soit plus basse de celle du secteur des mollusques et crustacés avec service incorporé, les barrières d'entrée sont décidément moins insurmontables.

L'approche qui semble obtenir le plus de succès est celle d'une collaboration entre producteurs des pays en voie de développement et producteurs/importateurs des pays de la Communauté. La fourniture de mollusques et crustacés "semitraités" constitue une possibilité pour tirer davantage de rendement économique des produits de la pêche.

**ANNEXES**

## RÈGLEMENT (CEE) N° 2023/92 DE LA COMMISSION

du 20 juillet 1992

fixant, pour la campagne 1992/1993, le prix minimal à payer aux producteurs pour les tomates ainsi que le montant de l'aide à la production pour les produits transformés à base de tomates

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES.

vu le traité instituant la Communauté économique européenne,

vu l'acte d'adhésion de l'Espagne et du Portugal,

vu le règlement (CEE) n° 426/86 du Conseil, du 24 février 1986, portant organisation commune des marchés dans le secteur des produits transformés à base de fruits et légumes (\*), modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 1569/92 (\*\*), et notamment son article 4 paragraphe 4 et son article 5 paragraphe 5,

considérant que le règlement (CEE) n° 989/84 du Conseil, du 31 mars 1984, instaurant un système de seuils de garantie pour certains produits transformés à base de fruits et légumes (\*), modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 1755/92 (\*) a fixé un seuil de garantie, pour la campagne 1992/1993, équivalant à une quantité de produits transformés à base de tomates correspondant à un volume de tomates fraîches de 6 596 787 tonnes;

considérant que le règlement (CEE) n° 1206/90 du Conseil (\*), modifié par le règlement (CEE) n° 2202/90 (\*), a fixé les règles générales au régime d'aide à la production dans le secteur des fruits et légumes transformés;

considérant que, aux termes de l'article 4 paragraphe 1 du règlement (CEE) n° 426/86, le prix minimal à payer aux producteurs doit être déterminé sur la base du prix minimal applicable pendant la campagne de commercialisation précédente, de l'évolution des prix de base dans le secteur des fruits et légumes et de la nécessité d'assurer l'écoulement normal du produit frais vers les différentes destinations, y compris l'approvisionnement de l'industrie de transformation; que, en application de l'article 4 paragraphe 1 dernier alinéa du règlement précité, à partir de la campagne 1992/1993, le prix minimal à payer au producteur doit être ajusté en fonction de la teneur en extrait sec soluble de la matière première utilisée pour la fabrication de concentré, de jus et de flocon de tomates;

considérant que le règlement (CEE) n° 2022/92 de la Commission (\*) a fixé les modalités d'application du paiement du prix minimal au producteur de certaines tomates en fonction de la teneur en extrait sec soluble;

considérant que l'article 5 du règlement (CEE) n° 426/86 définit les critères de fixation du montant de l'aide à la production; qu'il faut notamment tenir compte de l'aide fixée pour la campagne de commercialisation précédente, ajustée pour tenir compte de l'évolution du prix minimal à payer aux producteurs et de la différence entre le coût de la matière première retenu dans la Communauté et celui de la matière première des principaux pays tiers concurrents; que, en ce qui concerne les concentrés de tomates, les tomates pelées et non pelées conservées entières et les jus de tomates, l'évolution des prix et du volume des échanges extérieurs doit être prise en considération; que la logique du système du seuil a pour conséquence que, à ce stade, l'aide ne peut être fixée que provisoirement;

considérant que, conformément aux articles 118 et 304 de l'acte d'adhésion, l'aide à la production et le prix minimal communs sont applicables en Espagne et au Portugal à partir de la campagne 1992/1993;

considérant que les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion des produits transformés à base de fruits et légumes,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

*Article premier*

Pour la campagne 1992/1993:

a) le prix minimal, visé à l'article 4 du règlement (CEE) n° 426/86, à payer aux producteurs pour les produits énumérés à l'annexe I

et

b) l'aide provisoire à la production, visée à l'article 5 dudit règlement, pour les produits énumérés à l'annexe II.

sont fixés auxdites annexes.

*Article 2*

Lorsque la transformation a lieu en dehors de l'État membre où le produit a été cultivé, ledit État membre fournit à l'État membre payant l'aide à la production la preuve que le prix minimal payable au producteur a été payé.

*Article 3*

Le présent règlement entre en vigueur le jour suivant celui de sa publication au Journal officiel des Communautés européennes.

(\*) JO n° L 49 du 27. 2. 1986, p. 1.

(\*) JO n° L 166 du 20. 6. 1992, p. 5.

(\*) JO n° L 103 du 16. 4. 1984, p. 19.

(\*) JO n° L 180 du 1. 7. 1992, p. 25.

(\*) JO n° L 119 du 1. 5. 1990, p. 74.

(\*) JO n° L 201 du 31. 7. 1990, p. 4.

(\*) Voir page 9 du présent Journal officiel.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 20 juillet 1992.

*Par la Commission*  
*Ray MAC SHARRY*  
*Membre de la Commission*

**ANNEXE I**

**Prix minimal à payer aux producteurs**

Désignation des marchandises	En écus par 100 kg net, départ producteur
Tomates destinées à être transformées en :	
a) concentré et jus de tomates avec une teneur en extrait sec soluble comprise entre 4,8 et 5,4 %	8,896 (*)
b) tomates pelées et non pelées conservées entières ou tomates pelées entières à l'état congelé :	
— de la variété San Marzano	14,727
— de la variété Roma et de variétés similaires	11,330
c) tomates pelées et non pelées conservées non entières ou tomates pelées non entières à l'état congelé	8,896
d) flocons de tomates avec une teneur en extrait sec soluble comprise entre 4,8 % et 5,4 %	11,330 (*)

(\*) Ces prix sont ajustés de :

- 5 % si la teneur en extrait sec soluble est inférieure à 4,8 % mais égale ou supérieure à 4 %.
- + 5 % si la teneur en extrait sec soluble est supérieure à 5,4 %.

## ANNEXE II

## Aide à la production

Désignation des marchandises	En écus par 100 kg net
1. Concentré de tomates d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 28 % mais inférieure à 30 %	29,289
2. Tomates pelées entières conservées au jus de tomates :	
a) de la variété San Marzano	10,531
b) de la variété Roma et de variétés similaires	7,427
3. Tomates pelées entières conservées à l'eau de la variété Roma et de variétés similaires	6,313
4. Tomates non pelées conservées entières de la variété Roma et de variétés similaires	5,199
5. Tomates pelées entières à l'état congelé :	
a) de la variété San Marzano	10,531
b) de la variété Roma et de variétés similaires	7,427
6. Tomates pelées conservées non entières ou en morceaux	} 5,199
7. Tomates non pelées conservées non entières ou en morceaux	
8. Tomates pelées non entières à l'état congelé	
9. Flocons de tomates	97,462
10. Jus de tomates d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 7 % mais inférieure à 12 % :	
a) d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 7 % mais inférieure à 8 %	7,574
b) d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 8 % mais inférieure à 10 %	9,089
c) d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 10 %	11,110
11. Jus de tomates d'une teneur en extrait sec inférieur à 7 % :	
a) d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 5 %	6,060
b) d'une teneur en extrait sec égale ou supérieure à 4,5 %, mais inférieure à 5 %	4,797

# COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

COM(92) 98 final

Bruxelles, le 26 mars 1992

Proposition de

## DECISION DU CONSEIL

concernant la conclusion de l'accord sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie

(présentée par la Commission)

## EXPOSE DES MOTIFS

L'accord de coopération entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne, signé en 1976 et entré en vigueur en 1978, prévoit une réduction de 30 % du droit de douane pour les importations dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie.

Cet accord précise, à son article 19, que la dite concession ne peut s'appliquer qu'"à partir de la date et pour les périodes déterminées par des échanges de lettres à conclure chaque année entre les parties contractantes pour en fixer les conditions et les modalités".

Les éclaircissements mutuels ayant été apportés concernant ces conditions et modalités, il convient dès lors de prendre les dispositions nécessaires pour l'application de la réduction tarifaire.

Dans ce but, la Commission propose au Conseil d'adopter la décision suivante concernant la conclusion de l'accord sous forme d'échange de lettres concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie.

Proposition de  
DECISION DU CONSEIL

---

concernant la conclusion de l'accord sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie.

---

Le Conseil des Communautés européennes,

- vu le Traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 113,
- vu l'accord de coopération entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne signé à Tunis le 25 avril 1976, et notamment son article 19<sup>(1)</sup>,
- vu la proposition de la Commission,
- considérant qu'il convient d'approuver l'accord sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie,

DECIDE :

ARTICLE PREMIER

L'accord sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation à partir du 1er avril 1992 dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie est approuvé au nom de la Communauté.

Le texte de l'accord est joint à la présente décision.

ARTICLE 2

Le Président du Conseil est autorisé à désigner la personne habilitée à signer l'accord à l'effet d'engager la Communauté.

ARTICLE 3

Les modalités d'application nécessaires pour la mise en œuvre de la présente décision sont arrêtées par la Commission selon la procédure prévue à l'article 4.

---

(1) J.O. n° L 265 du 27.09.1978

ARTICLE 4

La Commission est assistée par le Comité de gestion des produits transformés à base de fruits et légumes créé par l'article 21 du règlement (CEE) 426/86 du Conseil (1).

Le représentant de la Commission soumet au comité un projet des mesures à prendre. Le comité émet son avis sur ce projet dans un délai que le président peut fixer en fonction de l'urgence de la question en cause. L'avis est émis à la majorité prévue à l'article 148 paragraphe 2 du traité pour l'adoption des décisions que le Conseil est appelé à prendre sur proposition de la Commission. Lors des votes au sein du comité, les voix des représentants des Etats membres sont affectées de la pondération définie à l'article précité. Le président ne prend pas part au vote.

La Commission arrête des mesures qui sont immédiatement applicables. Toutefois, si elles ne sont pas conformes à l'avis émis par le comité, ces mesures sont aussitôt communiquées par la Commission au Conseil. Dans ce cas, la Commission peut différer d'une période d'un mois au plus, à compter de la date de cette communication, l'application des mesures décidées par elle.

Le Conseil, statuant à la majorité qualifiée, peut prendre une décision différente dans le délai prévu à l'alinéa précédent.

Cette décision s'applique à partir <sup>ARTICLE 5</sup> du ~~1er~~ avril 1992.

Fait à Bruxelles, le

Par le Conseil  
Le Président

(1) JO n° L 49 du 27.2.86, p. 1

ACCORD

sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie

Monsieur,

en vue de l'application de la réduction de 30 % du droit du tarif douanier commun prévue à l'article 19 de l'accord de coopération conclu entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne, et comme suite aux éclaircissements mutuels quant aux conditions dans lesquelles s'effectuent les importations dans la Communauté de concentrés de tomates relevant des sous-positions 2002.90.30 et 2002.90.90 de la nomenclature combinée originaires de Tunisie, j'ai l'honneur de vous faire savoir que le gouvernement tunisien s'engage à prendre toutes les mesures nécessaires pour que les quantités fournies à la Communauté n'excèdent pas 1.800 tonnes entre le 1er janvier et le 31 décembre de chaque année.

A cette fin, le gouvernement tunisien précise que toutes les exportations des produits précités vers la Communauté sont effectuées exclusivement par les fabricants et exportateurs autorisés par le ministère du commerce tunisien.

Les garanties relatives aux quantités sont réalisées selon les modalités qui figurent en annexe à la présente lettre.

Le présent accord sous forme d'échange de lettres reste en vigueur jusqu'à sa dénonciation par une des parties, celle-ci devant intervenir avant le 30 septembre de chaque année.

Je vous serais reconnaissant de bien vouloir me confirmer que les conditions d'application prévues dans l'échange de lettres susmentionné sont remplies.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma très haute considération.

Par le gouvernement  
de la République tunisienne

Monsieur,

J'ai l'honneur d'accuser réception de votre lettre de ce jour libellée comme suit :

"en vue de l'application de la réduction de 30 % du droit du tarif douanier commun prévue à l'article 19 de l'accord de coopération conclu entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne, et comme suite aux éclaircissements mutuels quant aux conditions dans lesquelles s'effectuent les importations dans la Communauté de concentrés de tomates relevant des sous-positions 2002.90.30 et 2002.90.90 de la nomenclature combinée originaires de Tunisie, j'ai l'honneur de vous faire savoir que le gouvernement tunisien s'engage à prendre toutes les mesures nécessaires pour que les quantités fournies à la Communauté n'excèdent pas 1.800 tonnes entre le 1er janvier et le 31 décembre de chaque année.

A cette fin, le gouvernement tunisien précise que toutes les exportations des produits précités vers la Communauté sont effectuées exclusivement par les fabricants et exportateurs autorisés par le ministère du commerce tunisien.

Les garanties relatives aux quantités sont réalisées selon les modalités qui figurent en annexe à la présente lettre.

Le présent accord sous forme d'échange de lettres reste en vigueur jusqu'à sa dénonciation par une des parties, celle-ci devant intervenir avant le 30 septembre de chaque année.

Je vous serais reconnaissant de bien vouloir me confirmer que les conditions d'application prévues dans l'échange de lettres susmentionné sont remplies."

Je suis en mesure de vous confirmer que les conditions prévues dans l'échange des lettres en question sont remplies et que, par conséquent, la réduction de 30 % du droit du tarif douanier commun s'appliquera aux quantités de concentrés de tomates, originaires de Tunisie, mentionnées dans votre lettre.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma très haute considération.

Au nom du Conseil  
des Communautés européennes

ANNEXE

I. La garantie porte sur :

les concentrés de tomates des sous-positions 2002.90.30 et 2002.90.90 de la nomenclature combinée.

II. La garantie est réalisée selon les modalités suivantes :

1. La mise en libre pratique dans la Communauté des produits repris sous le point I, aux conditions de l'accord sous forme d'échange de lettres, est opérée sur la base d'un certificat d'importation délivré sur présentation d'un "certificat pour l'exportation" émis par les autorités tunisiennes.
2. Le "certificat pour l'exportation" comporte :
  - la désignation de la marchandise et le degré de concentration
  - les quantités de produits exprimées en poids net ainsi que le mode de conditionnement
  - la durée de validité (qui toutefois ne peut pas dépasser le 31 décembre de l'année en cause)
3. Le bénéfice de la réduction tarifaire ne peut être octroyé que pour autant que le certificat de circulation des marchandises EUR 1, délivré conformément au protocole no 2 de l'accord de coopération entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne contienne la mention suivante :

"certificat pour l'exportation du ministère du commerce de Tunisie no ..... présenté"

(cette mention doit être apposée dans la case no 7 "observations";)
4. Les autorités tunisiennes communiquent la 1ère semaine de chaque mois à la Commission des Communautés Européennes et pour la 1ère fois le mois suivant celui de l'application de la réduction tarifaire les numéros des "certificats pour l'exportation" émis pendant le mois écoulé, en précisant :
  - les quantités,
  - les lots exportés,
  - la présentation,
  - le degré de concentration des concentrés de tomates,
  - le nom de l'exportateur ou nom du titulaire du certificat.
5. Les autorités tunisiennes veillent à ce que les quantités pour lesquelles des "certificats pour l'exportation" ont été émis ne dépassent pas le volume annuel de 1200 tonnes fixé dans l'échange de lettres.

6. La Communauté se réserve le droit de suspendre la délivrance des certificats d'importation dès que le volume annuel de 1800 tonnes est atteint.

7. Les parties s'engagent à traiter toutes les informations comme confidentielles;

les échanges d'informations sont réalisés par télex ou courrier entre :

- le ministère du commerce de Tunisie, par l'intermédiaire de la Représentation de la République tunisienne - Avenue de Tervuren 278 - 1150 Bruxelles;

- et la direction générale de l'agriculture de la Commission des Communautés européennes - Mme. DE PASCALE, Chef de division, Fruits et légumes frais et transformés - télex 22037 C AGREC B - Rue de la Loi 200 - 1049 Bruxelles;

8. Les modalités ci-dessus peuvent être adaptées par la Commission des Communautés Européennes après consultation avec le ministère du commerce de Tunisie.

# FICHE FINANCIERE

DATE :

LIGNE BUDGETAIRE Act.120, chap. 12

CREDITS : (PB 1992) 12.888.8 Mio ECU

INTITULE DE LA MESURE : Proposition de décision du Conseil concernant la conclusion de l'accord sous forme d'échange de lettres entre la Communauté économique européenne et la République tunisienne concernant l'importation dans la Communauté de concentrés de tomates originaires de Tunisie.

BASE JURIDIQUE : Article 113

OBJECTIFS DE LA MESURE :

Diminuer les droits de douane pour les concentrés de tomates originaires de Tunisie.

5. INCIDENCES FINANCIERES	PERIODE DE 12 MOIS	EXERCICE EN COURS (91)	EXERCICE SUIVANT (92)
5.0 DEPENSES A LA CHARGE - DU BUDGET DES CE (RESTITUTIONS/INTERVENTIONS) - DES BUDGETS NATIONAUX - D'AUTRES SECTEURS			
5.1 RECETTES - RESSOURCES PROPRES DES CE (PRELEVEMENTS/DROITS DE DOUANE) - SUR LE PLAN NATIONAL	- -	- -	- - 89.800 ECU
	1993	1994	1995
5.0.1 PREVISIONS DES DEPENSES			
5.1.1 PREVISIONS DES RECETTES	- 89.800 ECU	- 89.800 ECU	- 89.800 ECU

5.2 MODE DE CALCUL :

La mesure concerne 1.800 tonnes de concentrés de tomates par an.  
La diminution tarifaire est de 18% à 12,6%, soit 5,4% : Les pertes de recettes sont donc aux environs de :  
 $1.800 \text{ tonnes} \times 920 \text{ ECU} \times 5,4\% = 89.800 \text{ ECU}$ .

5.0 FINANCEMENT POSSIBLE PAR CREDITS INSCRITS AU CHAPITRE CONCERNE DU BUDGET EN COURS D'EXECUTION	NON
6.1 FINANCEMENT POSSIBLE PAR VIRFMENT ENTRE CHAPITRES DU BUDGET EN COURS D'EXECUTION	NON
6.2 NECESSITE D'UN BUDGET SUPPLEMENTAIRE	NON
6.3 CREDITS A INSCRIRE DANS LES BUDGETS FUTURS	NON

OBSERVATIONS :

FICHE D'IMPACT SUR LA COMPETITIVITE ET L'EMPLOI

La mesure proposée provient des dispositions de l'accord de coopération CEE-Tunisie prévues en 1976.

La dite mesure est sans incidence significative en matière de compétitivité et d'emploi.

## I

(Actes dont la publication est une condition de leur applicabilité)

## RÈGLEMENT (CEE) N° 1332/92 DU CONSEIL

du 18 mai 1992

instaurant des mesures spécifiques dans le secteur des olives de table

LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 43,

vu les propositions de la Commission (1),

vu l'avis du Parlement européen (2),

considérant que la production des olives de table constitue une activité économique très importante, surtout dans certaines régions méditerranéennes de la Communauté ;

considérant que la situation du marché des olives de table laisse apparaître une inadaptation aux besoins commerciaux en ce qui concerne tant les conditions de production que les conditions de transformation et de commercialisation ;

considérant que cette situation a entraîné un déséquilibre entre l'offre et la demande, qui a conduit, au cours des dernières années, à la formation d'excédents ;

considérant qu'il existe des possibilités d'augmenter la consommation, notamment par une meilleure information des utilisateurs existants ou potentiels et par une adéquation plus étroite de la production aux exigences des consommateurs ;

considérant que les différentes catégories professionnelles du secteur ont à jouer un rôle particulier dans la mise en œuvre des moyens tendant au développement de la consommation ;

considérant qu'il convient de prévoir l'encouragement d'actions spécifiques d'accroissement de la consommation d'olives de table par une participation financière de la Communauté à ces actions ;

considérant que, pour permettre aux groupements ou unions de groupements de producteurs qui produisent et commercialisent des olives de table de réaliser une concentration de l'offre et d'échelonner les mises sur le marché moyennant notamment une capacité de stockage appropriée, il convient de favoriser la constitution d'un

fonds de roulement par ces organisations ou unions ; que, à cet effet, il y a lieu de prévoir des contributions financières de l'État membre et de la Communauté qui soient plafonnées en fonction de la valeur de la production commercialisée par les groupements et unions de groupements de producteurs au cours d'une campagne donnée ;

considérant que, compte tenu de la situation existant dans les États membres producteurs, il convient d'admettre, pour une période limitée, les coopératives et leurs unions au bénéfice de l'aide précitée ;

considérant que les mesures ainsi prévues visent à réaliser les objectifs de l'article 39 du traité ; qu'il convient de prévoir une participation de la Communauté au financement des actions en question dans le cadre du Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA), section « garantie ».

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT :

*Article premier*

La Communauté participe à concurrence de 60 % au financement d'actions visant à développer la consommation d'olives de table dans la Communauté, présentées et mises en œuvre par des groupements représentatifs associant différentes branches d'activité du secteur. La représentativité des groupements est appréciée en fonction de l'objectif poursuivi.

*Article 2*

1. Les actions visées à l'article 1<sup>er</sup> ont pour objectif :

- la promotion de la qualité du produit, notamment par l'exécution d'études de marchés et de travaux de recherche en matière de production d'olives ayant une faible teneur en sel,
- la mise au point de nouveaux modes de conditionnement,
- la diffusion de conseils de marketing aux différents opérateurs économiques du secteur,
- la publicité et les relations publiques, y compris l'organisation et la participation à des foires et autres manifestations commerciales.

(1) JO n° C 213 du 28. 8. 1990, p. 14.

JO n° C 162 du 21. 6. 1991, p. 6.

(2) JO n° C 67 du 16. 3. 1992.

2. Les actions visées à l'article 1<sup>er</sup> ne doivent pas être orientées en fonction de marques commerciales et ne doivent pas faire référence à un État membre.

#### Article 3

1. Les États membres octroient une aide spécifique aux groupements ou unions de groupements de producteurs d'olives de table relevant des codes NC 0709 90 31, 0709 90 39, 0710 80 10, 0711 20, ex 0712 90 90, ex 2001 90 80, ex 2004 90 30 et 2005 70 00, qui répondent aux conditions énoncées à l'article 5 et à l'article 6 paragraphes 1 et 2 du règlement (CEE) n° 1360/78 (\*) et qui constituent un fonds de roulement ayant pour objectif de régulariser l'offre en assurant notamment le financement du stockage nécessaire à une mise sur le marché appropriée du produit.

2. L'aide visée au paragraphe 1 est octroyée une seule fois pour autant que le financement du fonds est assuré :

- pour 45 % par le groupement ou l'union de groupements de producteurs,
- pour 10 % par un concours de l'État membre.

Le financement communautaire s'élève à 45 % du capital des fonds. Toutefois, la participation financière globale de l'État membre et de la Communauté ne peut pas dépasser 10 % de la valeur de la production commercialisée par le groupement ou l'union de groupements de producteurs pendant une campagne de commercialisation.

3. Aux fins de l'octroi de l'aide visée au paragraphe 1, les coopératives et unions de coopératives constituées conformément à la législation en vigueur dans le secteur

concerné sont assimilées, pendant une période de trois ans au maximum, aux groupements ou unions de groupements visés au paragraphe 1. Dans ce cas, les coopératives ou unions de coopératives procédant à la constitution d'une garantie assurant le remboursement des aides reçues, en cas de non-respect des obligations visées aux paragraphes 1 et 2.

#### Article 4

La participation au financement des actions visées à l'article 1<sup>er</sup> et de l'aide visée à l'article 3 est considérée comme une mesure d'intervention destinée à régulariser les marchés agricoles, au sens de l'article 3 paragraphe 1 du règlement (CEE) n° 729/70 (?). Elles sont financées par le Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA), section « garantie ».

#### Article 5

Selon la procédure visée à l'article 38 du règlement n° 136/66/CEE (?), la Commission :

- a) définit les mesures prévues à l'article 2 du présent règlement,
- b) arrête les modalités d'application du présent règlement, qui comporteront notamment les mesures propres à assurer le contrôle de l'utilisation de l'aide financière de la Communauté.

#### Article 6

Le présent règlement entre en vigueur le troisième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 18 mai 1992.

Par le Conseil

Le président

Artindo MARQUES CUNHA

(\*) Règlement (CEE) n° 1360/78 du Conseil, du 19 juin 1978, concernant les groupements de producteurs et leurs unions (JO n° L 166 du 23.6.1978, p. 1). Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 1361/91 (JO n° L 166 du 24.12.1991, p. 1).

(?) Règlement (CEE) n° 729/70 du Conseil, du 21 avril 1970, relatif au financement de la politique agricole commune (JO n° L 94 du 28.4.1970, p. 1). Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 2048/78 (JO n° L 185 du 15.7.1978, p. 1).

(?) Règlement n° 136/66/CEE du Conseil, du 22 septembre 1966, portant établissement d'une réglementation commune des marchés dans le secteur des matières grasses (JO n° L 172 du 3.9.1966, p. 2025/66). Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 136/92 (JO n° L 10 du 15.2.1992, p. 1).

## DIRECTIVE DU CONSEIL

du 22 juillet 1991

fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche

(91/493/CEE)

## LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 43,

vu les propositions de la Commission (1),

vu les avis du Parlement européen (2),

vu les avis du Comité économique et social (3),

considérant que, en vue de réaliser la mise en place du marché intérieur et d'assurer, plus particulièrement, un fonctionnement harmonieux de l'organisation commune de marché dans le secteur des produits de la pêche, inscrite par le règlement (CEE) n° 3796/81 (4), modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 2886/89 (5), il importe que la commercialisation des poissons et des produits de poisson ne soit plus entravée par des disparités existant entre les États membres en matière de prescriptions sanitaires; que ceci permettra une meilleure harmonisation de la production et de la mise sur le marché et l'égalité des conditions de concurrence, tout en assurant au consommateur des produits de qualité;

considérant que le Parlement européen dans sa résolution législative du 17 mars 1989 (6), demande à la Commission de préparer des propositions globales sur l'hygiène de la production et de la mise sur le marché des produits de la pêche, comprenant des solutions pour le problème des méthodes;

considérant que les produits de la pêche fraîchement capturés sont en principe indemnes de contamination par des micro-organismes; que cependant une contamination et une décomposition ultérieure sont susceptibles d'apparaître s'ils sont manipulés et transformés de façon non hygiénique;

considérant donc que des prescriptions essentielles doivent être fixées pour maintenir une hygiène correcte lors de la manipulation des produits de la pêche frais ou transformés à tous les stades de la production, de l'emballage et du transport.

- (1) JO n° C 66 du 11. 3. 1988, p. 2, JO n° C 382 du 8. 11. 1989, p. 7 et JO n° C 84 du 2. 4. 1990, p. 36.  
 (2) JO n° C 96 du 17. 4. 1989, p. 39 et JO n° C 183 du 13. 7. 1991.  
 (3) JO n° C 134 du 24. 5. 1988, p. 31 et JO n° C 332 du 31. 12. 1990, p. 59.  
 (4) JO n° L 379 du 31. 12. 1981, p. 1.  
 (5) JO n° L 282 du 2. 10. 1989, p. 1.  
 (6) JO n° C 96 du 17. 4. 1989, p. 199.

considérant qu'il convient d'appliquer par analogie certaines normes de commercialisation qui ont été fixées en application de l'article 2 du règlement (CEE) n° 3796/81 pour la détermination de la qualité sanitaire de ces produits;

considérant qu'il appartient à l'industrie des pêches en premier lieu de s'assurer que les produits de la pêche respectent les prescriptions sanitaires énoncées par la présente directive;

considérant que les autorités compétentes des États membres, en effectuant des inspections et des contrôles, doivent s'assurer que les producteurs et les fabricants respectent lesdites prescriptions;

considérant que des mesures communautaires de contrôle doivent être prises en vue de garantir l'application uniforme dans tous les États membres des normes fixées par la présente directive;

considérant que, pour assurer un fonctionnement harmonieux du marché unique, les mesures doivent s'appliquer d'une manière identique aux échanges du marché national et aux échanges intracommunautaires;

considérant que, dans le contexte des échanges intracommunautaires, les règles fixées par la directive 83/662/CEE du Conseil, du 11 décembre 1989, relative aux contrôles vétérinaires dans les échanges intracommunautaires dans la perspective de la réalisation du marché intérieur (7), modifiée par la directive 90/675/CEE (8), s'appliquent aux produits de la pêche;

considérant que les produits de la pêche en provenance de pays tiers destinés à être mis sur le marché de la Communauté ne doivent pas bénéficier d'un régime plus favorable que celui prévu dans la Communauté; qu'il convient dès lors de prévoir une procédure communautaire d'inspection pour les conditions de production et de mise sur le marché dans les pays tiers en vue de permettre l'application d'un régime commun d'importation basé sur des conditions d'équivalence;

considérant que les importations en question sont soumises aux règles de contrôle et aux mesures de surveillance fixées dans l'objet de la directive 90/675/CEE du Conseil, du 10 décembre 1990, fixant les principes relatifs à l'organisation des contrôles vétérinaires pour les produits en provenance des pays tiers introduits dans la Communauté;

considérant qu'il convient, pour tenir compte de situations particulières, d'accorder des dérogations à certains articles;

- (7) JO n° L 385 du 30. 12. 1989, p. 11.  
 (8) JO n° L 373 du 31. 12. 1990, p. 1.

ments en fonction avant le 1<sup>er</sup> janvier 1993 afin de leur permettre de s'adapter à l'ensemble des exigences énoncées par la présente directive;

considérant qu'il est opportun de confier à la Commission le soin de prendre certaines mesures d'application de la présente directive; que, à cette fin, il convient de prévoir des procédures insurant une coopération étroite et efficace entre la Commission et les États membres au sein du comité vétérinaire permanent;

considérant que les prescriptions de base fixées par la présente directive peuvent nécessiter des précisions ultérieures.

#### ARRÊTE LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

##### CHAPITRE PREMIER

##### Dispositions générales

##### Article premier

La présente directive fixe les règles unilatérales régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche destinés à la consommation humaine.

##### Article 2

Aux fins de la présente directive, on entend par:

- 1) **produit de la pêche**: tous les animaux ou parties d'animaux marins ou d'eau douce, y compris leurs œufs et laitances, à l'exclusion des mammifères aquatiques, des grenouilles et des animaux aquatiques couverts par d'autres actes consommateurs;
- 2) **produit d'aquaculture**: tout produit de la pêche dont la naissance et la croissance sont contrôlées par l'homme jusqu'à la mise sur le marché en tant que denrée alimentaire. Toutefois, en éplatement considéré comme produit d'aquaculture tout poisson ou crustacé, de mer ou d'eau douce, capturé à l'état juvénile dans le milieu naturel et gardé en captivité jusqu'à atteindre la taille commerciale souhaitée pour la consommation humaine. Les poissons et crustacés de taille commerciale capturés dans le milieu naturel et convertis en filets en vue d'une vente ultérieure ne sont pas considérés comme des produits d'aquaculture dans la mesure où leur séjour dans des viviers n'a pour but que de les maintenir en vie et non de leur faire acquies une taille ou un poids plus élevés;
- 3) **réfrigération**: le procédé consistant à abaisser la température des produits de la pêche de manière qu'elle soit voisine de celle de la glace fondante;
- 4) **produit frais**: tout produit de la pêche, entier ou préparé, y compris les produits conditionnés sous vide ou en atmosphère modifiée qui n'ont subi aucun traitement en vue de leur conservation autre que la réfrigération;
- 5) **produit préparé**: tout produit de la pêche qui a subi une opération modifiant son contenu zoologique, telle que l'éviscération, l'écaillage, le tranchage, le filetage, le hachage, etc.;
- 6) **produit transformé**: tout produit de la pêche qui a subi un procédé chimique ou physique tel que le chauffage, la fumaison, le salage, la déshydratation, le marinage, etc., appliqué aux produits réfrigérés ou congelés associés ou non à d'autres denrées alimentaires, ou à une combinaison de ces différents procédés;
- 7) **conserver**: le procédé consistant à conditionner les produits dans des récipients hermétiquement fermés et à les soumettre à un traitement thermique suffisant pour détruire ou inactiver tous les micro-organismes qui pourraient proliférer, quelle que soit la température à laquelle le produit est destiné à être consommé;
- 8) **produit congelé**: tout produit de la pêche qui a subi une congélation permettant d'obtenir une température à cœur d'un minimum - 18 °C, après stabilisation thermique;
- 9) **emballage**: l'opération destinée à réaliser la protection des produits de la pêche par l'emploi d'une enveloppe ou d'un contenant ou de tout autre matériel adéquat;
- 10) **lot**: la quantité de produits de la pêche obtenue dans des circonstances pratiquement identiques;
- 11) **embar**: la quantité de produits de la pêche destinée à un ou plusieurs pays dans un pays d'origine et acheminée par un seul moyen de transport;
- 12) **moyens de transport**: les parties réservées au chargement dans les véhicules automobiles, les véhicules circulant sur rails, les aéronefs, ainsi que les cales des bateaux ou les conteneurs pour le transport par terre, mer ou air;
- 13) **autorité compétente**: l'autorité compétente d'un État membre compétente pour effectuer les contrôles vétérinaires, ou toute autorité à qui elle aura délégué cette compétence;
- 14) **habilitation**: tout local où des produits de la pêche sont préparés, transformés, réfrigérés, congelés, emballés ou entreposés. Les halles de crêpe et les marchés de gros dans lesquels se font exclusivement l'exposition et la vente en gros ne sont pas considérés comme des établissements;
- 15) **mise sur le marché**: la détermination ou l'exposition en vue de la vente, la mise en vente, la vente, la livraison ou toute autre manière de mise sur le marché dans la Communauté, à l'exclusion de la vente au détail et de la cession directe sur le marché local de petites quantités par un pêcheur au détaillant ou au consommateur, qui doivent être soumises aux contrôles vétérinaires prévus par les réglementations nationales pour le contrôle du commerce de détail;
- 16) **importation**: l'introduction sur le territoire de la Communauté de produits de la pêche en provenance de pays tiers;

- 17) *eau de mer propre*: l'eau de mer ou l'eau saumâtre ne présentant pas de contamination microbiologique, de substances nocives et/ou de plancton marin toxique en quantités susceptibles d'avoir une incidence sur la qualité sanitaire des produits de la pêche, à utiliser dans les conditions fixées par la présente directive;
- 18) *navire-usine*: tout navire à bord duquel des produits de la pêche subissent une ou plusieurs des opérations suivantes suivies d'un emballage: filetage, tranchage, pelage, hachage, congélation, transformation.

Ne sont pas considérés comme navires-usines:

- les bateaux de pêche qui ne pratiquent que la cuisson des crevettes et des mollusques à bord,
- les bateaux de pêche qui ne procèdent qu'à la congélation à bord.

#### Article 3

1. La mise sur le marché des produits de la pêche capturés dans le milieu naturel est soumise aux conditions suivantes:

a) ils doivent:

- i) avoir été capturés et éventuellement manipulés pour la saignée, l'éviscération, l'éviscération et l'enlèvement des naeuvres, réfrigérés ou congelés, à bord des navires, conformément à des règles d'hygiène à fixer par le Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission. La Commission soumettra à cet effet des propositions avant le 1<sup>er</sup> octobre 1992;
- ii) avoir, le cas échéant, été manipulés dans des navires-usines agréés conformément à l'article 7, dans le respect des exigences du chapitre I de l'annexe.

La cuisson des crevettes et mollusques à bord doit respecter les dispositions du chapitre III point I paragraphe 5 et du chapitre IV point IV paragraphe 7 de l'annexe. Ces bateaux font l'objet d'un enregistrement particulier de la part des autorités compétentes;

- b) pendant et après le débarquement, ils doivent avoir été manipulés conformément au chapitre II de l'annexe;
- c) ils doivent avoir été manipulés et, le cas échéant emballés, préparés, transformés, congelés, décongelés ou entreposés, de façon hygiénique, dans des établissements agréés conformément à l'article 7, dans le respect des exigences des chapitres III et IV de l'annexe.

L'autorité compétente peut, par dérogation à l'annexe chapitre II point 2, autoriser le transvasement des produits frais de la pêche à quai dans des récipients destinés à être expédiés immédiatement dans un établissement agréé ou une halle de crêpe ou un marché de gros enregistrés pour y être contrôlés;

- d) ils doivent avoir été soumis à un contrôle sanitaire conformément au chapitre V de l'annexe;
- e) ils doivent avoir été emballés de manière appropriée conformément au chapitre VI de l'annexe;
- f) ils doivent avoir été munis d'une identification conformément au chapitre VII de l'annexe;
- g) ils doivent avoir été entreposés et transportés dans des conditions d'hygiène satisfaisantes conformément au chapitre VIII de l'annexe.

2. Lorsque l'éviscération est possible d'un point de vue technique et commercial, elle doit être pratiquée le plus rapidement possible après la capture ou le débarquement.

3. La mise sur le marché des produits d'aquaculture est soumise aux conditions suivantes:

- a) l'abattage doit intervenir dans des conditions d'hygiène appropriées. Les produits ne doivent pas être souillés de terre, de vase ou de fèces. S'ils ne sont pas transformés directement après l'abattage, ils doivent être maintenus réfrigérés;
- b) les produits doivent, en outre, satisfaire aux exigences du paragraphe 1 points c) à g).

4. a) La mise sur le marché de mollusques bivalves vivants est soumise au respect des dispositions visées à la directive 91/492/CEE du Conseil, du 15 juillet 1991, fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché de mollusques bivalves vivants<sup>(1)</sup>

- b) En cas de transformation, les mollusques bivalves vivants doivent, outre les exigences du point a), satisfaire à celles du paragraphe 1 points c) à g).

#### Article 4

Les produits de la pêche destinés à être mis sur le marché à l'état vivant doivent être constamment maintenus dans les meilleures conditions de survie.

#### Article 5

La mise sur le marché des produits indiqués ci-après est interdite:

- poissons vénéneux des familles suivantes: *Tetraodonidae*, *Moridae*, *Diodontidae*, *Canthigasteridae*,
- produits de la pêche contenant des biotoxines telles que la ciguatera ou les toxines paralysantes des muscles.

Des exigences détaillées pour les espèces visées par le présent article ainsi que pour les méthodes d'analyse doivent être définies selon la procédure prévue à l'article 15.

<sup>(1)</sup> Voir page 1 du présent Journal officiel.

## Article 6

1. Les États membres veillent à ce que les responsables des établissements prennent toutes les mesures nécessaires pour que, à tous les stades de la production des produits de la pêche, les prescriptions de la présente directive soient observées.

À cet effet, lesdits responsables doivent effectuer des auto-contrôles fondés sur les principes suivants:

- identification des points critiques dans l'un des établissements en fonction des procédés de fabrication utilisés,
- établissement et mise en œuvre de méthodes de surveillance et de contrôle de ces points critiques,
- prélèvement d'échantillons pour analyse dans un laboratoire approuvé par l'autorité compétente, aux fins de contrôle des méthodes de nettoyage et de désinfection et aux fins de vérification du respect des normes fixées par la présente directive.
- conservation d'une trace écrite ou enregistrée de façon indélébile des points précédents, en vue de leur présentation à l'autorité compétente. Les résultats de différents contrôles et tests seront notamment conservés pendant une période de deux ans au moins.

2. Si les résultats des auto-contrôles ou toute information dont disposent les responsables visés au paragraphe 1 reflètent l'existence d'un risque sanitaire ou permettent d'en soupçonner l'existence, et sans préjudice des mesures prévues à l'article 3 paragraphe 1 quatrième alinéa de la directive 89/662/CEE, les mesures appropriées sont prises, sous contrôle officiel.

3. Les modalités d'application du paragraphe 1 deuxième alinéa sont fixées selon la procédure prévue à l'article 15.

## Article 7

1. L'autorité compétente procède à l'ajournement des établissements après s'être assurée qu'ils satisfont aux dispositions de la présente directive en ce qui concerne la nature des activités qu'ils exercent. L'ajournement doit être renouvelé si un établissement entreprend d'exercer d'autres activités que celles pour lesquelles il a été agréé.

L'autorité compétente prend les mesures nécessaires si les conditions d'ajournement cessent d'être remplies. À cet effet, elle tient compte notamment des conclusions d'un éventuel contrôle effectué conformément à l'article 8.

L'autorité compétente doit procéder à l'embarquement des halles de crête et des marchés de gros non soumis à un ajournement après s'être assurée que ces installations satisfont aux dispositions de la présente directive.

2. Toutefois, à la condition expresse que les produits provenant des navires-visités et des établissements, halles de crête et marchés de gros satisfassent aux normes d'hygiène fixées par la présente directive, les États membres peuvent, pour les exigences d'équipement et de structures prévues aux chapitres I à IV de l'annexe, accorder aux navires-visités et aux établissements, halles de crête ou marchés de gros un délai supplémentaire, expirant le 31 décembre 1995, pour la mise en conformité avec les conditions d'ajournement énoncées au chapitre IX. Ne pourront obtenir de telles dérogations que les navires-visités et les établissements, halles de crête ou marchés de gros qui, en vertu de leur activité à la date du 31 décembre 1991, auront soumis à l'autorité nationale compétente, avant le 1<sup>er</sup> juillet 1992, une demande dûment justifiée à cet effet. Cette demande doit être assortie d'un plan et d'un programme de travaux prévoyant les délais dans lesquels les navires-visités et les établissements, halles de crête ou marchés de gros pourront se conformer auxdites exigences. Dans le cas où un concours financier est sollicité auprès de la Communauté, seuls les projets conformes aux exigences de la présente directive pourront être acceptés.

3. L'autorité compétente établit une liste de ses établissements agréés, chacun d'eux possédant un numéro officiel.

La liste des établissements agréés et toute modification ultérieure doivent être communiquées par chaque État membre à la Commission. Celle-ci communiquera ces informations aux autres États membres.

4. L'inspection et le contrôle des établissements sont effectués régulièrement sous la responsabilité de l'autorité compétente, qui doit avoir libre accès à toutes les parties des établissements en vue de s'assurer du respect des dispositions de la présente directive.

Si ces inspections et ces contrôles révèlent que les exigences de la présente directive ne sont pas respectées, l'autorité compétente prend les mesures appropriées.

5. Les paragraphes 1, 3 et 4 s'appliquent également aux navires-visités.

6. Les paragraphes 3 et 4 s'appliquent également aux marchés de gros et aux halles de crête.

## Article 8

1. Des experts de la Commission peuvent, dans la mesure où cela est nécessaire à l'application uniforme de la présente directive, effectuer, en collaboration avec les autorités compétentes des États membres, des contrôles sur place. Ils peuvent notamment vérifier si les établissements observent effectivement les dispositions de la présente directive. L'État membre sur le territoire duquel est effectué un contrôle apporte toute l'aide nécessaire aux experts pour l'accomplissement de leur mission. La Commission informe les États membres du résultat des contrôles effectués.

2. Les modalités d'application du paragraphe 1 sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15.

## Article 9

1. Les règles prévues par la directive 89/662/CEE pour les produits de la pêche destinés à la consommation humaine s'appliquent, notamment en ce qui concerne l'organisation et les suites à donner aux contrôles à effectuer par l'État membre de destination et les mesures de sauvegarde à mettre en œuvre.

2. La directive 89/662/CEE est modifiée comme suit:

a) à l'annexe A, le tiret suivant est ajouté:

— directive 90/493/CEE du Conseil, du 22 juillet 1991, fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche (JO n° L 268 du 24. 9. 1991, p. 15-;

b) à l'annexe B, le tiret suivant est supprimé:

— produits de la pêche destinés à la consommation humaine-.

## CHAPITRE II

## Importations à partir de pays tiers

## Article 10

Les dispositions appliquées aux importations de produits de la pêche à partir des pays tiers doivent être au moins équivalentes à celles concernant la production et la mise sur le marché des produits communautaires.

Les produits de la pêche capturés dans leur milieu naturel par un bateau de pêche battant pavillon d'un pays tiers doivent être soumis aux contrôles prévus à l'article 18 paragraphe 3 de la directive 90/675/CEE.

## Article 11

1. Les conditions particulières d'importation des produits de la pêche sont fixées pour chaque pays tiers ou groupe de pays tiers selon la procédure prévue à l'article 15, en fonction de la situation sanitaire du pays tiers concerné.

2. En vue de permettre de fixer les conditions d'importation et en vue de s'assurer des conditions de production, d'entreposage et d'expédition des produits de la pêche à destination de la Communauté, des contrôles sont effectués sur place par des experts de la Commission et des États membres.

Les experts des États membres chargés de ces contrôles sont désignés par la Commission sur proposition des États membres.

Ces contrôles sont effectués pour le compte de la Communauté qui prend en charge les frais correspondants.

La périodicité et les modalités de ces contrôles sont déterminées selon la procédure prévue à l'article 15.

3. Lors de la fixation des conditions d'importation des produits de la pêche visés au paragraphe 1, il est tenu compte notamment:

a) de la législation du pays tiers;

b) de l'organisation de l'autorité compétente du pays tiers et de ses services d'inspection, des pouvoirs de ces services et de la surveillance dont ils font l'objet, aussi bien que des possibilités qu'ont ces services de vérifier de manière efficace l'application de leur législation en vigueur;

c) des conditions sanitaires de production, d'entreposage et d'expédition effectivement appliquées aux produits de la pêche destinés à la Communauté;

d) des assurances que peut donner le pays tiers quant au respect des règles énoncées au chapitre V de l'annexe.

4. Les conditions d'importation visées au paragraphe 1 doivent comprendre:

a) les modalités de la certification sanitaire qui doit accompagner les envois destinés à la Communauté;

b) l'apposition d'une marque identifiant les produits de la pêche, notamment par un numéro d'agrément de l'établissement de provenance, sauf dans le cas de produits de la pêche congelés, débarqués immédiatement pour la commercialisation et accompagnés du certificat prévu au point a);

c) une liste d'établissements agréés et, le cas échéant, de navires-usines, de halles de criée ou de marchés de gros enregistrés et approuvés par la Commission selon la procédure prévue à l'article 15.

Dans ce but, une ou plusieurs listes de ces établissements doivent être établies sur la base d'une communication des autorités compétentes du pays tiers à la Commission. Un établissement ne peut figurer sur une liste que s'il est agréé officiellement par l'autorité compétente du pays tiers exportant dans la Communauté. Un tel agrément doit être soumis à l'observation des exigences suivantes:

— respect d'exigences équivalentes à celles prescrites par la présente directive,

— surveillance par un service officiel de contrôle du pays tiers.

5. Les conditions visées au paragraphe 4 points a) et b) peuvent être modifiées ou complétées selon la procédure prévue à l'article 15.

La liste visée au paragraphe 4 point c) peut être modifiée par la Commission, conformément aux règles établies par la décision 90/13/CEE de la Commission (1).

6. Pour faire face à des situations spécifiques, des importations peuvent, selon la procédure prévue à l'article 15, être autorisées en provenance directe d'un établissement ou d'un navire-usine d'un pays tiers lorsque ce dernier n'est pas en mesure de fournir les garanties prévues au paragraphe 3, pour autant que cet établissement ou ce navire-usine ait fait l'objet d'un agrément particulier après inspection effectuée conformément au paragraphe 2. La décision d'autorisation fixe les conditions particulières d'importation à retenir pour les produits en provenance de cet établissement ou de ce navire-usine.

7. Dans l'attente de la fixation des conditions d'importation prévues au paragraphe 1, les États membres veillent à appliquer aux importations de produits de la pêche en provenance des pays tiers des conditions qui sont au moins équivalentes à celles concernant la production et la mise sur le marché des produits communautaires.

#### Article 12

1. Les règles et principes prévus par la directive 90/675/CEE s'appliquent, notamment en ce qui concerne l'organisation et les suites à donner aux contrôles à effectuer par les États membres et les mesures de sauvegarde à mettre en œuvre.

2. Sans préjudice du respect des règles et principes visés au paragraphe 1 du présent article et dans l'attente de la mise en œuvre des décisions prévues à l'article 8 point 3) et à l'article 30 de la directive 90/675/CEE, ainsi que celles prévues à l'article 11 de la présente directive, les modalités nationales pertinentes d'application de l'article 8 paragraphes 1 et 2 de ladite directive restent applicables.

### CHAPITRE III

#### Dispositions finales

##### Article 13

Les annexes sont modifiées par le Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission.

##### Article 14

La Commission, après consultation des États membres, soumet au Conseil, avant le 1<sup>er</sup> juillet 1992, un rapport concernant les exigences minimales en matière de structure et d'équipement à respecter par les petits établissements assurant la distribution sur le marché local et situés dans des

(1) JO n° L 8 du 11. 1. 1990, p. 70.

régions soumises à des contraintes particulières quant à leur approvisionnement, assorti d'éventuelles propositions sur lesquelles le Conseil, statuant selon la procédure de vote prévue à l'article 43 du traité, se prononcera avant le 31 décembre 1992.

#### Article 15

1. Dans le cas où il est fait référence à la procédure définie au présent article, le comité vétérinaire permanent institué par la décision 68/361/CEE (2), ci-après dénommé «comité», est saisi sans délai par son président, soit à l'initiative de celui-ci, soit à la demande d'un État membre.

2. Le représentant de la Commission soumet au comité un projet des mesures à prendre. Le comité émet son avis sur ce projet dans un délai que le président peut fixer en fonction de l'urgence de la question en cause. L'avis est émis à la majorité prévue à l'article 148 paragraphe 2 du traité pour l'adoption des décisions que le Conseil est appelé à prendre sur proposition de la Commission. Lors de votes au sein du comité, les voix des représentants des États membres sont affectées de la pondération définie à l'article précité. Le président ne prend pas part au vote.

3. a) La Commission arrête les mesures envisagées lorsqu'elles sont conformes à l'avis du comité.

b) Lorsque les mesures envisagées ne sont pas conformes à l'avis du comité, ou en l'absence d'avis, la Commission soumet sans tarder au Conseil une proposition relative aux mesures à prendre. Le Conseil statue à la majorité qualifiée.

Si, à l'expiration d'un délai de trois mois à compter de la date à laquelle il a été saisi, le Conseil n'a pas statué, les mesures proposées sont arrêtées par la Commission, sauf dans le cas où le Conseil s'est prononcé à la majorité simple contre lesdites mesures.

#### Article 16

Pour tenir compte d'une éventuelle absence de décision concernant les modalités d'application de la présente directive à la date du 1<sup>er</sup> janvier 1993, des mesures transitoires nécessaires peuvent être arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15 pour une période de deux ans.

#### Article 17

Les dispositions de la présente directive feront, avant le 1<sup>er</sup> janvier 1998, l'objet d'un réexamen par le Conseil statuant sur des propositions de la Commission fondées sur l'expérience acquise.

(2) JO n° L 255 du 18. 10. 1968, p. 21.

*Article 18*

Les États membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive avant le 1<sup>er</sup> janvier 1993. Ils en informent la Commission.

Lorsque les États membres adoptent ces dispositions, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les États membres.

*Article 19*

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Bruxelles, le 22 juillet 1991.

*Par le Conseil*  
*Le président*  
**P. DANKERT**

## ANNEXE

## CHAPITRE PREMIER

## CONDITIONS APPLICABLES AUX NAVIRES-USINES

## 1. Conditions concernant la construction et l'équipement

## 1. Les navires-usines doivent disposer, au moins:

- a) d'une aire de réception recouverte à la mer à bord des produits de la pêche, conçue et disposée en parts de dimensions suffisantes, de façon à permettre de séparer des appoints séparés. Cette aire de réception et ses éléments démontables doivent être strictement nettoyables. Elle doit être conçue de façon à protéger les produits de l'action du soleil ou des insectes ainsi que de toute source de pollution ou de contamination;
- b) d'un système de convoyage des produits de la pêche, de l'aire de réception vers les lieux de travail, qui respecte les règles de l'hygiène;
- c) des lieux de travail de dimensions suffisantes pour permettre de réaliser les préparations et les transformations des produits de la pêche dans des conditions d'hygiène convenables. Ils sont conçus et disposés de façon à éviter toute contamination des produits;
- d) des lieux d'emportage des produits faits de dimensions suffisantes, conçus de façon à pouvoir être facilement nettoyés. Si une unité de traitement des déchets fonctionne à bord, une cage séparée doit être destinée à l'emportage de ces sous-produits;
- e) d'un local d'emportage du matériel d'emballage, séparé des locaux de préparation et de transformation des produits;
- f) des équipements spéciaux pour évacuer soit directement à la mer, soit, si les circonstances l'exigent, dans une cure étanche retenue à cet usage, les déchets et produits de la pêche appartenant à la consommation humaine. Si ces déchets sont stockés et traités à bord en vue de leur assainissement, des locaux séparés doivent être prévus à cet usage;
- g) d'une installation permettant l'approvisionnement en eau potable au sein de la directive 80/778/CEE du Conseil, du 15 juillet 1980, relative à la qualité des eaux destinées à la consommation humaine<sup>(1)</sup>, ou en cas de mer propre sous pression. L'orifice de pompage de l'eau de mer doit être situé à un emplacement tel que la qualité de l'eau pompée ne puisse être affectée par le rejet à la mer des eaux usées, des déchets et de l'eau de refroidissement des moteurs;
- h) d'un nombre approprié de ventilateurs, lavabos et cabinets d'incinération, ces derniers ne pouvant servir directement sur les locaux où les produits de la pêche sont préparés, transformés ou emballés. Les lavabos doivent être pourvus de moyens de nettoyage et d'emportage répondant aux exigences de l'hygiène; les robinets des lavabos ne doivent pas pouvoir être actionnés à la main.

## 2. Dans les lieux où l'on procède à la préparation et à la transformation ou congélation/empilage des produits de la pêche, il faut:

- a) un sol qui offre les qualités indispensables avec la facilité de nettoyage et de désinfection et qui soit pourvu de dispositifs permettant une évacuation facile de l'eau. Les structures et appoints faits ou sol doivent être soumis à rugueurs de taille suffisante pour ne pas être obstrués par des déchets de poisson et laisser écouler l'eau facilement;
- b) des parois et des plafonds faciles à nettoyer, en particulier au niveau des tuyaux, chaudières ou conduits électriques les traversant;
- c) des circuits hydrauliques qui soient dotés ou protégés de façon qu'une fuite éventuelle d'eau ne puisse contaminer les produits de la pêche;
- d) une ventilation suffisante et, le cas échéant, une bonne évacuation des bords;
- e) un éclairage suffisant;
- f) des dispositifs pour le nettoyage et la désinfection des outils, du matériel et des installations;
- g) des dispositifs pour le nettoyage et la désinfection des mains, dont les robinets ne doivent pas pouvoir être actionnés à la main et qui soient pourvus d'embrayements à usage unique.

<sup>(1)</sup> JO n° L 229 du 20. 9. 1980, p. 11. Dernière modification en date: voir l'annexe de la directive 1995/36/CE du 15. 11. 1995, p. 210.

1. Les dispositifs et les outils de travail, comme par exemple les tables de dévissage, les râperies, les bords suspendus, les machines à évider, à filer, etc., doivent être en matériaux revêtus d'un revêtement de l'eau de mer, faciles à nettoyer et à débrancher et maintenus en bon état.
  4. Les navires-sauveurs qui contiennent les produits de la pêche doivent disposer:
    - a) d'une installation d'une puissance frigorifique suffisante pour soumettre les produits à un abaissement de température rapide permettant d'éviter une température conforme aux prescriptions de la présente directive;
    - b) des installations d'une puissance frigorifique suffisante pour maintenir dans les cales d'emportage les produits de la pêche à une température conforme aux prescriptions de la présente directive. Les cales d'emportage doivent être munies d'un système d'emportement de la température placé de façon à pouvoir être consulté facilement.
- II. Conditions d'hygiène concernant la manipulation et l'emportage des produits de la pêche à bord
1. Une personne qualifiée à bord du navire-sauveur doit être responsable de l'application de bonnes pratiques de fabrication des produits de la pêche. Elle doit être investie de l'autorité nécessaire pour faire respecter les prescriptions de la présente directive. Elle tient à la disposition des agents chargés de contrôler le programme d'inspection et de vérification des points critiques appliqués à bord, un registre sur lequel sont consignés ses observations ainsi que les manquements observés éventuellement requis.
  2. Les conditions générales d'hygiène applicables aux locaux et aux matériels sont celles qui sont énoncées au chapitre III point II. A de la présente annexe.
  3. Les conditions générales d'hygiène applicables aux personnels sont celles qui sont énoncées au chapitre III point II. B de la présente annexe.
  4. Les opérations d'éviscèrage, d'éviscération et de filetage doivent s'effectuer dans les conditions d'hygiène énoncées au chapitre IV points 1, 2, 1, 3 et 1, 4 de la présente annexe.
  5. Les opérations de transformation des produits de la pêche effectuées à bord doivent s'effectuer dans les conditions d'hygiène énoncées au chapitre IV points III, IV et V de la présente annexe.
  6. Le conditionnement et l'emballage des produits de la pêche à bord doivent s'effectuer dans les conditions d'hygiène énoncées au chapitre VI de la présente annexe.
  7. L'emportage des produits de la pêche à bord doit s'effectuer dans les conditions d'hygiène énoncées au chapitre VIII points 1 et 2 de la présente annexe.

## CHAPITRE II

### CONDITIONS PENDANT ET APRES DÉBARQUEMENT

1. Le matériel de débarquement et de débardement doit être conçu d'un matériau facile à nettoyer et doit être maintenu en bon état d'entretien et de propreté.
2. Lors du débarquement et du débardement, la contamination des produits de la pêche doit être évitée; il doit notamment être assuré que:
  - le débarquement et le débardement sont effectués rapidement,
  - les produits de la pêche sont placés immédiatement dans un environnement protégé à la température requise en fonction de la nature du produit et, le cas échéant, mis sous glace dans les installations de transport, de stockage ou de vente ou dans un établissement,
  - les équipements et les manipulations susceptibles de détériorer les parties comestibles de produits de la pêche ne sont pas effectués.
3. Les parties des halles de crêpe et des marchés de gros dans lesquelles les produits de la pêche sont exposés à la vente doivent:
  - a) être conçues et avoir des murs faciles à nettoyer;
  - b) avoir un sol imperméable, facile à laver et à désinfecter, et disposé de façon à permettre un écoulement facile de l'eau et avoir un drainage permettant une évacuation hygiénique des eaux résiduaires;

- c) être équipées d'instruments sanitaires avec un manche adéquat de lavaison et de cabinets d'urine avec chasse d'eau. Les lavabos doivent être pourvus de moyens de nettoyage des mains, sans que d'eau-maine à usage unique;
  - d) être bien éclairées pour faciliter le contrôle des produits de la pêche prévue au chapitre V de la présente annexe;
  - e) lors de l'exposition ou l'embarquement des produits de la pêche, ne pas être utilisées à d'autres fins. Les véhicules emportant des gaz d'échappement susceptibles de nuire à la qualité des produits de la pêche ne doivent pas pouvoir pénétrer dans les halles. Les animaux indésirables ne doivent pas pénétrer dans les halles;
  - f) être régulièrement nettoyés, au moins à la fin de chaque vente. Les cages doivent être nettoyées après chaque venue et marées entières, avant et immédiatement, à l'eau potable ou avec de l'eau de mer propre; si nécessaire, elles doivent être désinfectées;
  - g) être pourvus de paracets d'interdiction de fumer ou cracher, de boire et de manger placés de façon visible;
  - h) pouvoir être fermées et maintenues fermées lorsque l'autorité compétente l'exige notamment:
  - i) de poser d'une manière permanente l'approvisionnement en eau répondant aux conditions du chapitre III point 1. 7 de la présente annexe;
  - j) disposer de couvercles spéciaux étanches en matière résistante à la corrosion et destinés à recouvrir les produits de la pêche impropres à la consommation humaine;
  - k) dans la mesure où elle ne dispose pas de ses propres locaux sur place ou à proximité immédiate et en fonction des quantités exposées à la vente, disposer, pour les besoins de l'autorité compétente, un local suffisamment aéré, fermé à clé, et le matériel nécessaire à l'exercice des contrôles.
4. Après le débarquement ou, le cas échéant, après la première vente, les produits de la pêche doivent être acheminés sans délai vers leur lieu de destination, dans les conditions énoncées au chapitre VIII de la présente annexe.
  5. Toutefois, si les conditions indiquées au point 4 ne sont pas remplies, les halles dans lesquelles les produits de la pêche sont éventuellement exposés avant leur exposition à la vente ou après la vente et dans l'attente de leur acheminement vers leur lieu de destination doivent disposer de chambres froides de capacité suffisante répondant aux conditions énoncées au chapitre III point 1. 3 de la présente annexe. Les produits de la pêche doivent, dans ce cas, être entreposés à une température approchant celle de la glace fondante.
  6. Les conditions générales d'hygiène énoncées au chapitre III point II — à l'exception du point B 1 a) — de la présente annexe s'appliquent également aux marchés aux halles où les produits de la pêche sont exposés à la vente ou entreposés.
  7. Les marchés de gros dans lesquels des produits de la pêche sont exposés à la vente ou entreposés sont soumis aux mêmes conditions que celles énoncées au présent chapitre points 3 et 5, ainsi qu'à celles énoncées au chapitre III points 1. 4, 1. 10 et 1. 11 de la présente annexe.
- Les conditions générales d'hygiène énoncées au chapitre III point II de la présente annexe s'appliquent également aux marchés de gros.

### CHAPITRE III

#### CONDITIONS GÉNÉRALES POUR LES ÉTABLISSEMENTS À TERRE

##### II. Conditions générales d'aménagement des locaux et d'équipement, en matière

Les établissements doivent comporter au moins:

- 1) des lieux de travail de dimensions suffisantes afin que les activités professionnelles prévues s'y déroulent dans des conditions d'hygiène convenables. Ces lieux de travail sont conçus et disposés de façon à éviter toute contamination du produit et à éviter notamment le contact propre et le contact croisé;
- 2) dans des lieux où l'on procède à la manipulation, à la préparation et à la transformation des produits vivants:
- a) un sol en matériaux imperméables, faciles à nettoyer et à désinfecter et disposé de façon à permettre un écoulement facile de l'eau ou pourvu d'un dispositif destiné à évacuer de l'eau;

3. Les lieux de travail, les outils et le matériel ne doivent être utilisés que pour l'élaboration des produits. Toutefois, ils peuvent être utilisés pour l'élaboration simultanée, ou à des moments différents, d'autres produits alimentaires, après autorisation de l'autorité compétente.
  4. L'utilisation d'eau potable, au sens de la directive 80/778/CEE, ou d'eau de mer propre est imposée pour tous les usages. Toutefois, peut être autorisée à titre exceptionnel l'utilisation d'eau non potable pour le refroidissement des machines, la production de vapeur ou la lutte contre les incendies, à condition que les conduites installées à cet effet ne permettent pas l'utilisation de cette eau à d'autres fins et ne présentent aucun risque de contamination des produits.
  5. Des détergents, désinfectants et substances similaires doivent être agréés par l'autorité compétente et être utilisés de manière que l'équipement, le matériel et les produits ne soient pas affectés.
- B. Conditions générales d'hygiène applicables au personnel**
1. Le plus parfait état de propreté est exigé de la part du personnel. En particulier:
    - a) le personnel doit porter de vêtements de travail appropriés et propres ainsi qu'une coiffure propre enveloppant complètement la chevelure. Sont notamment concernées les personnes manipulant des produits de la pêche sujets à contamination;
    - b) le personnel affecté à la manipulation et à la préparation des produits de la pêche est tenu de se laver les mains au moins à chaque reprise du travail; les blessures aux mains doivent être recouvertes par un pansement étanche;
    - c) il est interdit de fumer, de cracher, de boire et de manger dans les locaux de travail et d'entreposage des produits de la pêche.
  2. Les employeurs doivent prendre toutes les mesures nécessaires pour écarter du travail et de la manipulation des produits de la pêche les personnes susceptibles de les contaminer jusqu'à ce qu'il soit démontré que ces personnes sont aptes à le faire sans danger.
- Lors de l'embauche, toute personne affectée au travail et à la manipulation des produits de la pêche est tenue de prouver, par un certificat médical, que rien ne s'oppose à son affectation. Le suivi médical de cette personne relève de la législation nationale en vigueur dans l'Etat membre concerné ou pour les pays tiers des garanties particulières à fixer selon la procédure prévue à l'article 15.

#### CHAPITRE IV

### CONDITIONS SPÉCIALES POUR LA MANIPULATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE DANS LES ÉTABLISSEMENTS À TERRE

#### 1. Conditions pour les produits frais

1. Quand les produits réfrigérés, non conditionnés, ne sont pas distribués, expédiés, préparés ou transformés immédiatement après leur arrivée dans l'établissement, ils doivent être entreposés ou exposés sous glace dans une chambre froide de l'établissement. Un réglage doit être effectué aussi souvent que nécessaire; la glace utilisée, avec ou sans sel, doit être fabriquée à partir d'eau potable ou d'eau de mer propre et entreposée hygiéniquement dans des contenants prévus à cet effet; ces contenants doivent être maintenus propres et en bon état d'entretien. Les produits frais préemballés doivent être réfrigérés avec de la glace ou avec un appareil de réfrigération mécanique dans les mêmes conditions de température.
2. Les opérations telles que l'étréage et l'éviscération, si elles n'ont été faites à bord, doivent s'effectuer de manière hygiénique; les produits doivent être lavés abondamment au moyen d'eau potable ou d'eau de mer propre immédiatement après ces opérations.
3. Les opérations telles que le filetage et le tranchage doivent s'effectuer de telle sorte que la contamination ou la souillure des filets et des tranches soit évitée et avoir lieu en un emplacement différent de celui utilisé pour l'étréage et l'éviscération. Les filets et les tranches ne doivent pas séjourner sur les tables de travail au-delà du temps nécessaire à leur préparation. Les filets et les tranches destinés à être vendus frais doivent être réfrigérés le plus vite possible après leur préparation.
4. Les viscères et les parties pouvant constituer un danger pour la santé publique sont séparés et écartés des produits destinés à la consommation humaine.
5. Les récipients utilisés pour la distribution ou l'entreposage des produits de la pêche frais doivent être conçus de telle sorte qu'ils assurent à la fois la protection contre la contamination et la conservation des produits dans des conditions d'hygiène satisfaisantes et qu'ils permettent notamment un égoulement facile de l'eau de fumon.

6. À défaut d'un dispositif particulier mis en place en vue de l'évacuation continue des déchets, ceux-ci sont placés dans des récipients étanches munis d'un couvercle, faciles à nettoyer et à désinfecter. Les déchets ne doivent pas s'accumuler dans les lieux de travail. Ils sont évacués soit en continu, soit chaque fois que les récipients sont pleins et au minimum à l'issue de chaque journée de travail dans les conteneurs ou dans le local visés au chapitre III point 1. 6 de la présente annexe. Les récipients, conteneurs et/ou les alvéoles réservés aux déchets sont soigneusement nettoyés et, en cas de besoin, désinfectés après chaque utilisation. Les déchets entreposés ne doivent pas constituer une source de contamination pour l'établissement ou de nuisance pour son entourage.

## II. Conditions pour les produits congelés

### 1. Les établissements doivent disposer:

- d'une installation d'une puissance frigorifique suffisante pour soumettre les produits à un abaissement de température rapide permettant d'obtenir les températures prévues par la présente directive;
- des installations d'une puissance frigorifique suffisante pour maintenir dans les locaux d'entreposage les produits à une température ne pouvant être supérieure à celle prévue par la présente directive, quelle que soit la température extérieure.

Toutefois, en raison des impératifs techniques liés à la méthode de congélation et à la maintenance de ces produits, pour les poissons entiers congelés en saumure et destinés à la fabrication de conserves, des températures plus élevées, ne pouvant toutefois dépasser  $-9^{\circ}\text{C}$ , que celles prévues par la présente directive peuvent être tolérées.

### 2. Les produits frais employés pour la congélation ou surgélation doivent satisfaire aux exigences du point I du présent chapitre.

### 3. Les locaux d'entreposage doivent être munis d'un système d'enregistrement de la température placé de façon à pouvoir être consulté facilement. La partie thermosensible du thermomètre est placée dans la zone où la température est la plus élevée.

Les graphiques d'enregistrement sont gardés à la disposition des agents chargés du contrôle au moins pendant la période de durabilité des produits.

## III. Conditions pour les produits décongelés

Les établissements qui procèdent à la décongélation doivent respecter les exigences suivantes:

### 1) la décongélation des produits de la pêche doit être effectuée dans des conditions d'hygiène appropriées; une contamination doit être évitée et un écoulement efficace de l'eau de fusion doit être prévu.

Pendant la décongélation, la température des produits ne doit pas augmenter de façon excessive;

### 2) après décongélation, les produits doivent être manipulés conformément aux conditions énoncées dans la présente directive. S'ils sont préparés ou transformés, les opérations en question doivent être effectuées dans les plus brefs délais. S'ils sont mis directement sur le marché, une indication clairement visible concernant l'état décongelé du poisson doit figurer sur l'emballage, conformément à l'article 5 paragraphe 3 de la directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard<sup>(1)</sup>.

## IV. Conditions pour les produits transformés

### 1. Les produits frais, congelés ou décongelés utilisés pour la transformation doivent satisfaire aux exigences énoncées aux points I ou II du présent chapitre.

### 2. Si un traitement destiné à inhiber le développement des micro-organismes pathogènes est appliqué, ou si ce traitement constitue un élément important pour assurer la conservation du produit, ce traitement doit être scientifiquement reconnu ou, dans le cas d'un traitement de produits visés au chapitre I points 1. b) et 1. c) de l'annexe de la directive 91/492/CEE qui n'aurait pas fait l'objet d'un repérage ou d'une purification, ce traitement doit être approuvé selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive, dans un délai de quatre mois après réception de la demande d'un État membre.

Le responsable de l'établissement doit tenir un registre comportant les traitements appliqués. Il importe, en fonction du type de traitement utilisé, d'enregistrer et de contrôler le temps et la température d'un traitement par la chaleur, la concentration en sel, le pH, le contenu en eau. Ces registres doivent être maintenus à la disposition de l'autorité compétente pour une période qui doit être au moins également à la période de conservation du produit.

<sup>(1)</sup> JO n° L 33 du 8. 2. 1979, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 91/72/CEE (JO) n° L 42 du 16. 1. 1991, p. 27).

- b) des murs protégeant des surfaces lisses faibles à nettoyer, revêtues et imperméables;
  - c) un plafond facile à nettoyer;
  - d) des portes en matériaux inaltérables, faciles à nettoyer;
  - e) une ventilation suffisante et, le cas échéant, une bonne évacuation des huiles;
  - f) un éclairage suffisant;
  - g) un nombre suffisant de dispositifs pour le nettoyage et la désinfection des mains. Dans les locaux de travail et les toilettes, les vêtements ne doivent pas pouvoir être accrochés à la main. Les dispositifs doivent être prévus d'avance-mains à usage unique;
  - h) des dispositifs pour le nettoyage des outils, du matériel et des installations;
- 3) dans les chambres froides ou les produits de la pêche sous entrepôt:
- le même aménagement que celui prévu au point 2 a), b), c), d) et f),
  - le cas échéant, une installation d'une puissance frigorifique suffisante pour assurer le maintien des produits dans les conditions techniques prévues à la présente directive;
- 4) des dispositifs appropriés de protection contre les animaux indésirables tels qu'insectes, rongeurs, oiseaux, etc.;
  - 5) des dispositifs et des outils de travail tels que tables de découpe, récipients, bandes transporteurs et courroies, en matériaux résistants à la corrosion, faciles à nettoyer et à désinfecter;
  - 6) des contenants spéciaux, étanches, en matériaux résistants à la corrosion, destinés à recevoir des produits de la pêche non destinés à la consommation humaine et un local destiné à entreposer ces contenants quand ils ne sont pas fracturés au minimum à l'issue de chaque journée de travail;
  - 7) une installation permettant l'approvisionnement en eau potable, au sens de la directive 80/778/CEE, ou alternativement en eau de mer propre ou rendue propre par un système d'épuration approprié, sous pression et en quantité suffisante. Toutefois, à titre exceptionnel, une installation fournaise de l'eau non potable est autorisée pour la production de vapeur. La lame contre les incendies et le refroidissement des équipements frigorifiques, à condition que les conduits isolés à cet effet ne permettent pas l'activation de cet cas à d'autres fins et ne présentent aucun risque de contamination des produits. Les conduits d'eau non potable doivent être bien différenciés de ceux utilisés pour l'eau potable ou l'eau de mer propre;
  - 8) un dispositif permettant une extraction hygiénique des eaux résiduaires;
  - 9) un nombre approprié de ventilateurs d'air de murs et de sols lisses, imperméables et lavables, de lavabos et de cabinets d'urgence avec chasse d'eau. Ces derniers ne peuvent ouvrir directement sur les locaux de travail. Les lavabos doivent être pourvus de moyens de nettoyage des mains, ainsi que d'avance-mains à usage unique; les robinets des lavabos ne doivent pas pouvoir être actionnés à la main;
  - 10) si la quantité de produits traités ou stockés la présence régulière ou permanente, un local suffisamment aéré, conformément à ce, à la disposition exclusive des services d'inspection;
  - 11) des équipements appropriés pour le nettoyage et la désinfection des moyens de transport. Toutefois, ces équipements ne sont pas obligatoires si des prescriptions imposent le nettoyage et la désinfection des moyens de transport dans les locaux officiellement agréés par l'autorité compétente;
  - 12) dans les établissements où sont maintenus des animaux vivants tels que les crustacés et les poissons, une installation appropriée permettant les meilleurs conditions de survie, alimentée d'une eau ayant une qualité suffisante pour ne pas transmettre aux animaux des organismes ou des substances nuisibles.
- ## II. Conditions générales d'hygiène
- ### A. Conditions générales d'hygiène applicables aux locaux et aux matériels
1. Le sol, les murs, le plafond et les plafonds, le matériel et les instruments utilisés pour le travail sur les produits de la pêche doivent être en permanence en bon état de propreté et d'entretien, de façon à ne pas constituer une source de contamination pour les produits.
  2. La destruction des rongeurs, des insectes et de toute autre vermine doit être systématiquement effectuée dans les locaux ou sur les matériels. Les rongeurs, insectes, déjecta ou autres sources de vermine doivent être traités avec certaines précautions dans les locaux ou matériels fermés à clé; ils doivent être utilisés de manière à ne pas nuire ou contaminer les produits.

1 Les produits pour lesquels la couleur n'est pas garantie pour une période limitée après application d'un traitement tel que le salage. La fumaison, la déshydratation ou le marisage, doivent être fournis en emballage d'une couleur uniformément visible, indiquant les conditions d'emplacement, conformément à la directive n° 112 CEE.

En outre, les conditions mentionnées doivent être respectées.

#### 4. Consignes

Pour la fabrication de produits de la pêche qui subissent une transformation dans des récipients hermétiquement fermés, il faut veiller à ce que:

- a) l'eau utilisée pour la préparation des conserves soit de l'eau potable;
- b) le traitement thermique soit appliqué selon un procédé valable, selon qu'il s'agit de conserves importantes tels que la durée du chauffage, la température, le remplissage, le remplissage des récipients, etc., dans un récipient doit être tenu. Le traitement appliqué doit être capable de détruire ou d'inactiver les germes pathogènes ainsi que les spores des micro-organismes pathogènes. L'appareillage de traitement thermique doit être muni de dispositifs de contrôle pour permettre de vérifier que les récipients sont bien soumis un traitement valable par la chaleur. Le refroidissement des récipients après le traitement thermique doit être effectué avec de l'eau potable, sans perturbation de la présence d'enzymes, additifs chimiques utilisés conformément aux bonnes pratiques technologiques pour empêcher la croissance des appaillages et des conservateurs;
- c) des contrôles supplémentaires par sondage soient effectués par le fabricant pour s'assurer que les produits transformés ont bien subi un traitement efficace, au moins:
  - de neufs d'inactivation. L'inactivation doit être effectuée à 37 °C pendant 7 jours ou à 35 °C pendant 10 jours, ou toute autre combinaison équivalente.
  - d'examen microbiologique du contenu et des récipients dans le laboratoire de l'abattoir ou dans un autre laboratoire agréé;
- d) la production journalière soit échantillonnée à des intervalles déterminés à l'avance, pour s'assurer de l'efficacité du traitement. Dans ce but, un équipement adéquat doit être disponible pour l'examen des sections perpendiculaires des vases des récipients fermés;
- e) des contrôles soient effectués pour s'assurer que les récipients ne sont pas endommagés;

1) tous les récipients avant subi un traitement thermique dans des conditions «... pratiquement idéales» reçoivent une marque d'identification du lot, conformément aux dispositions de la directive 89/394/CEE du Conseil, du 14 juin 1989, relative aux machines ou machines permises d'identifier le lot auquel appartient une denrée alimentaire (1).

#### 5. Fumage

Les opérations de fumage doivent s'effectuer dans un local séparé ou en un emplacement particulier équipé, si nécessaire, d'un système de ventilation évitant que les fumées et la chaleur de la combustion n'affectent les autres locaux et équipements où sont préparés, transformés ou emballés les produits de la pêche.

- a) Les matériaux utilisés pour la production de fumée pour le fumage des poissons doivent être exemptés à l'écart du lieu de fumage et doivent être employés de manière à ne pas contaminer les produits.
- b) Les matériaux utilisés pour la production de fumée par combustion de bois, paille, vermic, coque ou autres sous-type de traitement de préservation chimique doivent être inertes.
- c) Après le fumage, les produits doivent être refroidis rapidement à la température requise pour la conservation des produits, avant d'être emballés.

#### 6. Salage

a) Les opérations de salage doivent s'effectuer dans des endroits différents et suffisamment séparés de ceux où s'effectuent les autres opérations.

b) Le sel employé pour le traitement des produits de la pêche doit être propre et être exempté de façon que soient évitées les contaminations. Il ne doit pas être retouché.

c) Les cuves de salinage doivent être conçues de façon à éviter toute source de pollution pendant le salinage.

d) Les cuves de salinage et les sacs de salage doivent être nettoyés avant l'emploi.

(1) JO n° L 166 du 30. 6. 1989, p. 21.

## 2. Produits de poisson et de mollusques

La cuisson de crusacks et de mollusques doit être effectuée comme suit:

- a) toute cuisson doit être suivie rapidement d'un refroidissement. L'eau utilisée à cet effet doit être de l'eau potable ou de l'eau de mer filtrée. Si aucun autre moyen de conservation n'est employé, le refroidissement doit se poursuivre jusqu'à ce que la température de la glace fondante soit atteinte;
  - b) le dévissage et le dévissage doivent être pratiqués de manière hygiénique de façon à éviter la contamination du produit. Si le produit est manipulé à la main, le personnel doit porter une attention particulière au lavage des mains et essuyer les surfaces de travail devant être nettoyées soigneusement. Si des machines sont employées, elles doivent être nettoyées à de courts intervalles et désinfectées après chaque période de travail.
- Après dévissage ou dévissage, les produits crus doivent être soit congelés immédiatement, soit maintenus réfrigérés à une température ne permettant pas la croissance des germes pathogènes, et ils doivent être entreposés dans des salles adéquates;
- c) le fabricant doit faire effectuer régulièrement des contrôles microbiologiques de sa production en respectant les normes à fixer conformément au chapitre V point 4 de la présente annexe.

## 3. Pulpe de poisson

La pulpe de poisson, obtenue par éparaison mécanique des arêtes, doit être fabriquée dans les conditions suivantes:

- a) la éparaison mécanique doit se faire sans délai après le filage; à l'aide de machines primitives exemptes de risques. Si du poisson entier est utilisé, il doit être éviscéré et lavé au préalable;
- b) les machines doivent être nettoyées à de courts intervalles et au moins toutes les 2 heures;
- c) après sa fabrication, la pulpe doit être le plus rapidement possible congelée ou incorporée dans un produit destiné à une congélation ou un traitement subséquent.

## V. Conditions concernant les poissons

1. Pendant la production et avant leur mise à la consommation humaine, les poissons et produits de poissons doivent être soumis à un contrôle visuel en vue de la recherche et de l'enlèvement des parasites visibles.

Les poissons manifestement porteurs ou les parties de poissons manifestement porteurs qui sont capturés ne doivent pas être mis sur le marché pour la consommation humaine.

Les modalités de ce contrôle sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive sur proposition de la Commission à soumettre avant le 1<sup>er</sup> octobre 1992.

2. Les poissons et produits de poissons visés au point 3 qui sont destinés à être consommés ou l'être doivent, en outre, être soumis à un traitement par congélation à une température égale ou inférieure à  $-20\text{ }^{\circ}\text{C}$  à l'intérieur du poisson pendant une période d'au moins 24 heures. Ce traitement par congélation doit être appliqué au produit cru ou au produit fini.
3. Les poissons et produits suivants sont soumis aux conditions énoncées au point 2:
  - a) poisson destiné être consommé cru ou principalement cru, tel que le hareng (sauf);
  - b) les espèces suivantes si elles doivent être traitées par un finage à froid pendant lequel la température à l'intérieur du poisson est de moins de  $60\text{ }^{\circ}\text{C}$ :
    - hareng,
    - maquereau,
    - sprat,
    - sardines (arrivages de l'Atlantique ou du Pacifique);
  - c) hareng mariné et/ou salé quand le traitement subi est insuffisant pour détruire les larves de anisacides.

Cette liste peut être modifiée, à la limite de données scientifiques, selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive. Selon la même procédure sont fixés les critères qui devront permettre de définir les traitements considérés comme suffisants ou insuffisants pour détruire les anisacides.

4. Les fabricants doivent s'assurer que les poissons et produits de poissons visés au point 1 ou les matières premières destinées à leur fabrication ont subi, avant la mise à la consommation, le traitement visé au point 2.
5. Les produits de la pêche visés au point 1 doivent, lors de leur mise sur le marché, être accompagnés d'une attestation du fabri-ant indiquant le type de traitement auquel ils ont été soumis.

## CHAPITRE V

### CONTROLE SANITAIRE ET SURVEILLANCE DES CONDITIONS DE PRODUCTION

#### 1. Surveillance générale

Un système de contrôle et de surveillance est établi par l'autorité compétente aux fins de vérification du respect des prescriptions de la présente directive.

Ce système de contrôle et de surveillance comporte notamment:

- 1) un contrôle des barreaux de pêche, étant entendu que ce contrôle pourra être effectué lors du voyage dans les ports;
- 2) un contrôle destiné à vérifier les conditions de débarquement et de la première vente;
- 3) un contrôle des établissements à entrepôts réguliers, destiné à vérifier en particulier:
  - a) que les conditions d'agencement sont toujours remplies;
  - b) que les produits de la pêche sont manipulés correctement;
  - c) le nettoyage des locaux, des ustensiles et des instruments, ainsi que l'hygiène du personnel;
  - d) que les marques sont appliquées de façon correcte;
- 4) un contrôle effectué sur les marchés de gros et dans les halles de crevet;
- 5) un contrôle des conditions d'emballage et de transport.

#### II. Conditions spécifiques

##### 1. Conditions organoleptiques

Sans préjudice des dérogations prévues par le règlement (CEE) n° 1031/76 du Conseil, du 19 janvier 1976, portant fixation des normes minimales de commercialisation pour certains poissons frais ou réfrigérés (1), chaque lot de produits de la pêche doit être présenté à l'inspection de l'autorité compétente au moment du débarquement ou avant la première vente pour permettre de contrôler qu'il est sans risque à la consommation humaine. Cette inspection consiste en une évaluation organoleptique effectuée par le bénéficiaire.

Les produits de la pêche qui respectent, en ce qui concerne les conditions de fraîcheur, les normes communes de commercialisation qui ont été fixées en application de l'article 2 du règlement (CEE) n° 3796/81 sont considérés comme remplissant les exigences organoleptiques indiquées au respect des prescriptions de la présente directive.

Pour les produits de la pêche qui ne font pas l'objet d'une harmonisation dans le cadre du règlement (CEE) n° 3796/81, la Commission peut, selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive, fixer, en cas de besoin, des exigences organoleptiques spécifiques.

L'évaluation organoleptique est répétée après la première vente des produits de la pêche s'il s'avère que les exigences de la présente directive n'ont pas été remplies ou quand cela est jugé nécessaire. Après la première vente, les produits de la pêche doivent satisfaire au moins aux exigences de fraîcheur les plus basses fixées en application du règlement précité.

Si l'évaluation organoleptique montre que les produits de la pêche sont impropres à la consommation humaine, les autorités doivent être priées pour qu'elles soient retirés du marché et détruits de telle sorte qu'ils ne puissent pas être réemployés pour la consommation humaine.

Si l'évaluation organoleptique révèle le moindre doute sur la fraîcheur des produits de la pêche, il peut être fait appel aux contrôles chimiques ou microbiologiques.

##### 2. Contrôle parasitaire

Avant leur mise à la consommation humaine, les poissons et produits de poissons doivent être soumis à un contrôle visuel par sondage en vue de la recherche de parasites visibles.

(1) JO n° L 29 du 29. 1. 1976, p. 29. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 31/89 (JO n° L 5 du 7. 1. 1989, p. 10).

Les poissons manifestement parasités ou les parties de poissons manifestement parasitées qui sont enlevées ne doivent pas être mis sur le marché pour la consommation humaine.

Les modalités de ce contrôle sont fixées selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive.

### 3. Contrôles chimiques

A. Des échantillons sont prélevés et soumis à des essais de laboratoire pour le contrôle des paramètres suivants:

a) ABVT (Azote Basique Volatil Total) et N. TMA (Azote — Triméthylamine):

les valeurs de ces paramètres doivent être précisées par catégories d'espèces selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive;

b) Hématine:

neuf échantillons sont prélevés sur chaque lot:

- la teneur moyenne ne doit pas dépasser 100 ppm,
- deux échantillons peuvent avoir une teneur dépassant 100 ppm mais n'atteignant pas 200 ppm,
- aucun échantillon ne doit avoir une teneur dépassant 200 ppm.

Ces limites s'appliquent seulement aux poissons des familles suivantes: *Scorpaenidae* et *Chirocentridae*. Toutefois, les poissons de ces familles qui ont subi un traitement de maturation enzymatique dans la saumure peuvent avoir des teneurs en hématine plus élevées mais ne dépassant pas le double des valeurs indiquées ci-dessus. Les examens doivent être effectués avec des méthodes fiables qui sont scientifiquement reconnues, telles que la méthode de chromatographie liquide haute performance (HPLC).

B. Contaminants présents en milieu aquatique

Sans préjudice de la réglementation communautaire relative à la protection et la gestion des eaux, notamment en ce qui concerne la pollution du milieu aquatique, les produits de la pêche ne doivent pas contenir dans leurs parties comestibles les contaminants présents en milieu aquatique, tels que les métaux lourds et les substances organohalogénées, à un taux tel que l'absorption alimentaire calculée dépasse les doses journalières ou hebdomadaires admissibles pour l'homme.

Un plan de surveillance doit être établi par les États membres pour le contrôle du taux de contamination des produits de la pêche par des contaminations.

C. Sont arrêtées au plus tard le 31 décembre 1992 selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive:

- a) les méthodes d'analyse à utiliser pour le contrôle des critères chimiques, ainsi que les plans d'échantillonnage;
- b) les niveaux à respecter pour les critères chimiques.

### 4. Contrôles microbiologiques

Selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive, des critères microbiologiques, incluant des plans d'échantillonnage et des méthodes d'analyse, pourront être fixés, en cas de besoin, pour la protection de la santé publique.

La Commission soumettra à cette fin les projets de mesure appropriés avant le 1<sup>er</sup> octobre 1992.

## CHAPITRE VI

### EMBALLAGE

1. L'emballage doit être effectué dans des conditions hygiéniques satisfaisantes, de façon à éviter la contamination des produits de la pêche.
2. Les matériaux d'emballage et les produits susceptibles d'entrer en contact avec les produits de la pêche doivent répondre à toutes les règles de l'hygiène, et notamment:
  - ne pas pouvoir altérer les caractéristiques organoleptiques des préparations et des produits de la pêche,
  - ne pas pouvoir transmettre aux produits de la pêche des substances nocives pour la santé humaine,
  - être d'une solidité suffisante pour assurer une protection efficace des produits de la pêche.

1. Le matériel d'emballage ne peut être réutilisé, sauf pour faire de certains composants parts ultères en matériaux imperméables, liants, revêtements à la courtoise et laides à nettoyer et à démanteler, qui peuvent être réutilisés après nettoyage et désinfection. Le matériel d'emballage utilisé pour les produits frais maintenus sous glace doit permettre l'accès de l'eau de fusion de la glace.
4. Le matériel d'emballage doit, avant son emploi, être entreposé dans un local séparé de l'aire de production; il doit être protégé de la poussière et des contaminants.

## CHAPITRE VII

### IDENTIFICATION

Sans préjudice des dispositions de la directive 79/112/CEE, il doit être possible de retrouver, à des fins d'inspection, l'établissement d'expédition des envois des produits de la pêche par le marquage ou par les documents d'accompagnement. A cet effet, les informations suivantes doivent figurer sur l'emballage ou sur les documents d'accompagnement:

- le pays d'expédition,
- l'identification de l'échantillon par numéro d'agrément officiel ou, en cas d'exportation séparé des halles de crabe et des marcha de gorn prévu à l'article 7 paragraphe 1 troisième alinéa de la présente directive, le numéro d'entreprise de la halle de crabe ou du marché de gorn.

## CHAPITRE VIII

### ENTREPOSAGE ET TRANSPORT

1. Les produits de la pêche doivent, lors de l'entreposage et du transport, être maintenus aux températures fixées dans la présente directive. En particulier:
  - les produits de la pêche frais ou décongelés, ainsi que les produits de crustacés et de mollusques crus et réfrigérés, doivent être maintenus à la température de la glace fondante,
  - les produits de la pêche congelés, à l'exception des poissons congelés en saumure et destinés à la fabrication de conserves, doivent être maintenus à une température stable de  $-18^{\circ}\text{C}$  ou plus bas en tous les points du produit, avec éventuellement de brèves fluctuations, vers le haut, de  $3^{\circ}\text{C}$  maximum, pendant le transport,
  - les produits transformés doivent être maintenus aux températures spécifiées par le fabricant ou, lorsque les circonstances l'exigent, fixées selon la procédure prévue à l'article 15 de la présente directive.
2. Lorsque les produits de la pêche congelés sont transportés à un endroit géographique vers un établissement agréé pour y être décongelés dès leur arrivée, en vue d'une préparation et/ou transformation, et que la distance à parcourir est courte, s'étendant pas 50 km ou une heure de trajet, l'autorité compétente peut accorder une dérogation aux conditions du point 1 deuxième tiret.
3. Les produits ne peuvent être entreposés ou transportés avec d'autres produits pouvant affecter leur salubrité ou les contaminer, sans qu'ils soient emballés de façon à assurer une protection satisfaisante.
4. Les engins employés pour le transport des produits de la pêche doivent être construits et équipés de manière à assurer que les températures imposées par la présente directive peuvent être maintenues pendant la période de transport. Si de la glace est utilisée pour la réfrigération des produits, l'accès de l'eau de fusion doit être assuré afin d'éviter que cette eau affecte ou contamine les produits. Le feuillage des parois intérieures des navires de transport doit être tel que la salubrité des produits de la pêche ne soit pas affectée. Les parois doivent être lisses et faciles à nettoyer et à désinfecter.
5. Les navires de transport utilisés pour les produits de la pêche ne peuvent être utilisés pour le transport d'autres produits pouvant affecter ou contaminer les produits de la pêche, sauf si un nettoyage approfondi, suivi d'une désinfection, permet d'assurer une garantie de non-contamination des produits de la pêche.

6. Les produits de la pêche ne peuvent pas être transportés dans des engins ou dans des conteneurs qui ne sont pas propres et qui auraient dû être désinfectés.
7. Les conditions de transport de produits de la pêche mis sur le marché à l'état vivant ne doivent pas avoir un effet négatif sur ces produits.

#### CHAPITRE IX

#### POINTS DE L'ANNEXE I QUI PEUVENT FAIRE L'OBJET DE DÉROGATIONS ET CONDITIONS ÉVENTUELLES APPLICABLES EN CAS DE DÉROGATION

##### Ad chapitre I partie I de l'annexe

1. Point 1 a)

à condition que les produits soient à l'abri du soleil, des intempéries, ainsi que de toute source de saleté ou de contamination.

2. Point 1 c)

à condition que soit évitée une contamination des produits.

3. Point 1 d) première phrase

à condition que les produits fins soient entreposés à bord aux conditions de température requises.

4. Point 1 g) dernière phrase

à condition que les produits ne puissent être contaminés par les eaux usées, les déchets ou l'eau de refroidissement des moteurs.

5. Point 1 h)

à condition que le personnel manipulant les produits de la pêche puisse se laver les mains après usage des cabinets d'assainissement.

6. Point 2 a)

à condition que les sols soient nettoyés et désinfectés de façon adéquate.

7. Points 2 b), c) et d)

8. Point 2 g) en ce qui concerne les robinets et les essuis-mains

9. Point 3

à condition que les dispositifs et outils de travail soient maintenus en bon état.

##### Ad chapitre II de l'annexe

10. Point 3 a)

à condition que les murs soient maintenus propres.

11. Point 3 b)

à condition que le sol soit nettoyé après chaque venue.

12. Point 3 c) première phrase

13. Point 3 e); véhicules traitant des gaz d'échappement

à condition que les produits contaminés par les gaz d'échappement soient retirés du marché.

14. Point 3 j)

à condition que les produits impropres à la consommation humaine ne puissent contaminer les produits de la pêche, ni être mélangés avec ces derniers.

15. Point 3 b)

16. Point 7  
dans la mesure où ce point renvoie au point 3 du même chapitre et au point 10 du chapitre III section I.

**Ad chapitre III partie I de l'annexe**

17. Point 1)

à condition que les produits finis ne puissent être consommés par les maîtres pressoirs ou les dévers.

18. Point 2) a)

à condition que le sol soit nettoyé et désinfecté en conséquence.

19. Point 2) b)

à condition que les saurs soient maintenus propres.

20. Point 2) c)

à condition que le plafond ne soit pas une source de contamination.

21. Point 2,

22. Point 2) e)  
à condition que les produits ne soient pas abîmés ou consommés par les bêtes.

23. Point 2) g)

à condition que le personnel ait à sa disposition des moyens de se laver les mains.

24. Point 3)

25. Point 5)  
en ce qui concerne les matériaux réservés à la corrosion, à condition que les dispositifs et outils de travail soient maintenus propres.

26. Point 6)

à condition que les produits ne puissent être consommés par les âchets ou leurs équivalents.

27. Point 10)

**Ad chapitre IV de l'annexe**

28. Partie I point 1

en ce qui concerne l'obligation de placer les produits en attente dans la chambre froide de l'établissement, à condition que les produits soient refroidis avant que de les placer pendant une période n'excédant pas deux heures ou puissent être placés dans une chambre froide, s'appartenant pas à l'établissement, sous à proximité.

29. Partie I point 6

en ce qui concerne l'obligation de placer les déchets dans des récipients étanches munis de couvercles, à condition que les produits ne puissent être consommés par les déchets ou par leurs équivalents.

30. Partie IV point 5 premier alinéa

à condition que toutes précautions soient prises pour éviter que des produits de la pèche en cours de préparation ou entreposés ne soient pas affectés par les fumées.

31. Partie IV point 6 a)

à condition que les produits de la pèche en cours de préparation ou d'emballage ne soient pas affectés par les opérations de salage.

## II

(Actes dont la publication n'est pas une condition de leur applicabilité)

## CONSEIL

## DIRECTIVE DU CONSEIL

du 10 décembre 1990

fixant les principes relatifs à l'organisation des contrôles vétérinaires pour les produits en provenance des pays tiers introduits dans la Communauté

(90/675/CEE)

LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 43,

vu la proposition de la Commission <sup>(1)</sup>,

vu l'avis du Parlement européen <sup>(2)</sup>,

vu l'avis du Comité économique et social,

considérant que les produits animaux ou d'origine animale, et les produits végétaux soumis à un contrôle visant à éviter la propagation de maladies contagieuses pour les animaux, figurent dans la liste de l'annexe II du traité;

considérant que la fixation au niveau communautaire des principes relatifs à l'organisation des contrôles vétérinaires pour les produits en provenance des pays tiers, contribue à garantir la sécurité des approvisionnements et à assurer la stabilisation des marchés, tout en harmonisant les mesures nécessaires pour assurer la protection de la santé des personnes et des animaux;

considérant que l'article 19 de la directive 89/662/CEE du Conseil, du 11 décembre 1989, relative aux contrôles vétérinaires applicables dans les échanges intracommunautaires dans la perspective de la réalisation du marché intérieur <sup>(3)</sup> et l'article 23 de la directive 90/425/CEE du Conseil, du 26 juin 1990, relative aux contrôles vétérinaires et zootechniques applicables dans les échanges intracommunautaires de certains animaux vivants et produits dans la

perspective de la réalisation du marché intérieur <sup>(4)</sup>, prévoient notamment que le Conseil fixe avant le 31 décembre 1990 les principes généraux applicables lors des contrôles des importations, en provenance des pays tiers, des produits couverts par lesdites directives;

considérant qu'il importe que chaque lot de produits en provenance des pays tiers soit soumis à un contrôle documentaire et d'identité, dès son introduction dans la Communauté;

considérant qu'il convient de fixer des principes valant pour toute la Communauté, en ce qui concerne l'organisation et les suites à donner aux contrôles physiques à effectuer par les autorités vétérinaires compétentes;

considérant qu'il importe de prévoir un régime de sauvegarde; que, dans ce cadre, la Commission doit pouvoir agir, notamment en se rendant sur place et en adoptant les mesures appropriées à la situation;

considérant que, un fonctionnement harmonieux du régime de contrôle implique une procédure d'agrément et une inspection des postes d'inspection frontaliers et des échanges de fonctionnaires habilités à effectuer les contrôles sur les produits provenant des pays tiers;

considérant que la fixation au niveau communautaire de principes communs est d'autant plus nécessaire que dans la perspective de la réalisation du marché intérieur les contrôles frontaliers internes seront supprimés;

considérant qu'il apparaît nécessaire de prévoir d'éventuelles mesures transitoires limitées dans le temps afin de faciliter le passage au nouveau régime de contrôle mis en place par la présente directive;

<sup>(1)</sup> JO n° C 252 du 6. 10. 1990, p. 10.

<sup>(2)</sup> Avis rendu le 23 novembre 1990 (non encore paru au Journal officiel).

<sup>(3)</sup> JO n° L 395 du 30. 12. 1989, p. 13.

<sup>(4)</sup> JO n° L 224 du 18. 8. 1990, p. 29.

considérant qu'il convient de confier à la Commission le soin de prendre les mesures d'application de la présente directive,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

#### Article premier

1. Les États membres effectuent les contrôles vétérinaires pour les produits en provenance des pays tiers, introduits dans la Communauté, conformément aux dispositions de la présente directive.

2. La présente directive n'affecte pas le maintien des conditions vétérinaires nationales relatives aux produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, ni les conditions résultant de réglementations communautaires lorsque ces conditions n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation complète au niveau communautaire.

#### Article 2

1. Aux fins de la présente directive, les définitions figurant à l'article 2 des directives 89/662/CEE et 90/425/CEE sont applicables en tant que de besoin.

2. En outre, on entend par:

- a) «produits»: les produits animaux ou d'origine animale visés par les directives 89/662/CEE et 90/425/CEE, ainsi que dans les conditions prévues à l'article 18:
  - les poissons frais immédiatement débarqués d'un bateau de pêche,
  - certains produits végétaux,
  - les sous-produits d'origine animale non couverts par l'annexe II du traité;
- b) «contrôle documentaire»: vérification des certificats ou documents vétérinaires accompagnant le produit;
- c) «contrôle d'identité»: vérification par simple inspection visuelle de la concordance entre les documents ou certificats et les produits ainsi que de la présence des estampilles et marques qui doivent figurer sur les produits, conformément à la réglementation communautaire ou, pour les produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, conformément à la législation nationale appropriée aux différents cas prévus par la présente directive;
- d) «contrôle physique»: contrôle du produit lui-même pouvant comporter un prélèvement d'échantillons et un examen en laboratoire;
- e) «importateur»: toute personne physique ou morale qui présente les produits aux fins d'importation dans la Communauté;
- f) «lot»: une quantité de produits de même nature et couverte par un même certificat ou document vétérinaire, transportée par le même moyen de transport et provenant du même pays tiers ou partie de pays tiers;

g) «poste d'inspection frontalier»: tout poste d'inspection situé à proximité de la frontière externe d'un des territoires visés à l'annexe I désigné et agréé conformément à l'article 9;

h) «autorité compétente»: l'autorité centrale d'un État membre, compétent pour effectuer les contrôles vétérinaires ou zootechniques, ou toute autorité à qui elle aura délégué cette compétence.

### CHAPITRE I

#### ORGANISATION ET SUITE DES CONTRÔLES

#### Article 3

Les États membres veillent à ce que l'autorité douanière n'autorise la mise en consommation sur les territoires visés à l'annexe I que si, sans préjudice des dispositions particulières à arrêter conformément à l'article 17, la preuve est apportée que:

- i) sous la forme du certificat prévu à l'article 10 paragraphe 1 deuxième tiret, les contrôles vétérinaires des produits ont été effectués, conformément aux articles 4, 5, 6 et 8 à la satisfaction de l'autorité compétente;
- ii) les frais des contrôles vétérinaires ont été acquittés et que, le cas échéant, une caution a été déposée couvrant les frais éventuels prévus à l'article 16 paragraphe 3. Si nécessaire, les modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 4

1. Chaque lot de produits en provenance des pays tiers est soumis à un contrôle documentaire et à un contrôle d'identité, quelle que soit la destination douanière de ces produits, afin de s'assurer:

- de leur origine,
- de leur destination ultérieure, notamment dans le cas de produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire,
- que les mentions qui y figurent correspondent aux garanties exigées par la réglementation communautaire ou, s'il s'agit de produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, aux garanties exigées par les règles nationales appropriées aux différents cas prévus par la présente directive.

2. Les contrôles documentaire et d'identité sont effectués:

- i) dès l'introduction sur les territoires visés à l'annexe I dans l'un des postes d'inspection frontaliers ou en tout autre

point de passage frontalier dont la liste ainsi que la mise à jour régulière sont à notifier par les États membres à la Commission, qui en assurera la publication au *Journal officiel des Communautés européennes*:

- ii) par le personnel vétérinaire du poste d'inspection frontalier ou, dans le cas de passage, par un point de passage visé au point i), par l'autorité compétente.

Lorsque les produits sont soumis aux contrôles documentaire et d'identité dans un tel point de passage, ils doivent être acheminés sans délai sous surveillance douanière jusqu'au poste d'inspection frontalier le plus proche, pour y subir les contrôles prévus à l'article 8.

3. L'introduction sur les territoires visés à l'annexe I est interdite lorsque ces contrôles révèlent que:

- a) ces produits proviennent du territoire ou d'une partie de territoire d'un pays tiers ne remplissant pas les conditions suivantes:

- i) s'il s'agit de produits dont les règles régissant les importations ont été harmonisées:

- ils sont inscrits sur une liste établie conformément à la réglementation communautaire et notamment la directive 72/462/CEE<sup>(1)</sup>, modifiée en dernier lieu par la directive 90/425/CEE,

- les importations ne sont pas interdites suite à une décision communautaire;

- ii) en l'absence de règles harmonisées, notamment de police sanitaire, ils ne satisfont pas aux exigences prévues par la réglementation nationale appropriée aux différents cas prévus par la présente directive;

- b) le certificat ou document vétérinaire accompagnant ces produits n'est pas conforme aux conditions fixées en application de la réglementation communautaire ou, en l'absence de règles harmonisées, aux exigences prévues par la réglementation nationale appropriée aux différents cas prévus par la présente directive.

4. Les États membres veillent à ce que les importateurs soient tenus de communiquer à l'avance au personnel vétérinaire du poste d'inspection frontalier où les produits seront présentés la quantité et la nature des produits ainsi que le moment de leur arrivée prévisible.

5. Dans le cas où:

- des produits sont destinés à un État membre ou une région ayant des exigences spécifiques,

- des prélèvements d'échantillons ont été effectués mais les résultats ne sont pas connus lors du départ du moyen de transport du poste d'inspection frontalier,

- il s'agit d'importations autorisées à des fins particulières,

l'information de l'autorité compétente du lieu de destination doit intervenir:

- pour des produits visés par la directive 90/425/CEE, au moyen du système informatique prévu à l'article 20 de celle-ci,

- pour les autres produits, conformément à l'article 7 paragraphe 1 de la directive 89/662/CEE.

6. Les modalités d'application des paragraphes 1 à 5 sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

7. Tous les frais occasionnés par l'application du présent article sont à charge de l'expéditeur, du destinataire ou de leur mandataire sans indemnisation de l'État membre.

#### Article 5

1. Pour l'admission dans une zone franche ou un entrepôt franc tels que définis à l'article 1<sup>er</sup> paragraphe 4 points a) et b) du règlement (CEE) n° 2504/88<sup>(2)</sup>, les autorités compétentes veillent à ce que les produits soient soumis à un contrôle documentaire et à une vérification par simple inspection visuelle de la concordance entre les documents ou certificats et les produits et, si nécessaire, notamment en cas de suspicion, à un contrôle d'identité et à un contrôle physique. Les produits quittant une zone franche ou un entrepôt franc pour être mis en consommation sur un des territoires visés à l'annexe I devront être soumis aux contrôles prévus par la présente directive.

2. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 6

1. L'autorité compétente effectue, lors de l'admission dans l'entrepôt, un contrôle d'identité des produits destinés à être placés sous le régime «entrepôt douanier» tel que défini par le règlement (CEE) n° 2503/88<sup>(3)</sup> ou «en dépôt temporaire» tel que défini par le règlement (CEE) n° 4151/88<sup>(4)</sup> dans un entrepôt désigné par l'autorité compétente sur base de lignes directrices à fixer selon la procédure prévue à l'article 24.

En outre, l'autorité compétente effectue les contrôles vétérinaires appropriés dans l'entrepôt, selon les modalités à fixer conformément au paragraphe 5.

2. Les États membres établissent la liste des entrepôts visés au paragraphe 1 en précisant le type de contrôle vétérinaire qui est exercé sur les entrées et sorties des produits

<sup>(1)</sup> JO n° L 302 du 31. 12. 1972, p. 28.

<sup>(2)</sup> JO n° L 225 du 15. 8. 1988, p. 8.

<sup>(3)</sup> JO n° L 225 du 15. 8. 1988, p. 1.

<sup>(4)</sup> JO n° L 367 du 31. 12. 1988, p. 1.

visés à l'article 2. Ils communiquent cette liste ainsi que sa mise à jour ultérieure à la Commission.

La Commission publie au *Journal officiel des Communautés européennes* la liste de ces entrepôts, ainsi que sa mise à jour éventuelle.

3. Les produits qui ont été stockés dans un entrepôt désigné d'un Etat membre et qui sont destinés à être mise en libre pratique sur les territoires visés à l'annexe I doivent avoir été maintenus sous surveillance douanière et, avant d'être mis en libre pratique, être soumis aux contrôles prévus à l'article 8 ou, s'il s'agit de produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, aux contrôles prévus à l'article 11.

En cas de fractionnement du lot, les produits quittant l'entrepôt doivent être accompagnés:

- du certificat prévu à l'article 10 paragraphe 1 deuxième tiret établi par un vétérinaire officiel sur la base des certificats joints aux envois de produits lors du stockage et précisant l'origine des produits,
- conformément à l'article 11 paragraphe 4 point b) deuxième tiret de la copie des certificats originaux.

4. Les frais des contrôles vétérinaires prévus au présent article sont à la charge de l'opérateur qui a demandé la mise en entrepôt douanier ou en dépôt temporaire.

Ces frais, y compris une caution pour les frais occasionnés par un éventuel recours aux possibilités visées à l'article 16 paragraphe 3, sont à verser avant l'admission dans l'entrepôt.

5. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 7

1. Les Etats membres peuvent, sans préjudice des mesures adoptées conformément à l'article 19, ne pas appliquer les exigences de l'article 4 paragraphe 3 aux produits qui ne satisfont ni aux exigences de la réglementation communautaire ni, dans le cas de produits dont les échanges n'ont pas fait l'objet d'une harmonisation communautaire, aux règles nationales applicables et qui sont destinés à être entreposés dans une zone franche, pour autant que:

- il y ait correspondance entre les produits ou les lots et les documents d'accompagnement,
- les produits en question soient ultérieurement réexpédiés vers un pays tiers dans les conditions prévues à l'article 12,

— les produits en question soient stockés de manière à être nettement séparés des produits destinés à être admis à la consommation sur les territoires visés à l'annexe I.

2. D'éventuelles modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 8

Les produits dont les règles vétérinaires régissant les échanges ont été harmonisées au niveau communautaire et qui sont présentés à l'un des points d'entrée sur le territoire défini à l'annexe I doivent satisfaire aux exigences suivantes:

1) Les produits doivent:

- a) si le point d'entrée est un point d'inspection frontalier, y être soumis sans délai aux contrôles visés à l'article 4 paragraphe 1 ainsi qu'aux contrôles prévus au point 2,
- b) si le point d'entrée est un point de passage visé à l'article 4 paragraphe 2 ou si les produits proviennent d'un entrepôt conformément à l'article 6, ils doivent sans délai être conduits sous surveillance douanière vers le poste d'inspection frontalier le plus proche où le vétérinaire officiel doit:
  - s'assurer que les contrôles documentaires prévus à l'article 4 paragraphe 1 ont été effectués de manière satisfaisante,
  - procéder aux contrôles prévus au point 2.

2) Le vétérinaire officiel doit procéder:

- a) à un contrôle physique de chaque lot, sur la base d'un échantillon représentatif du lot pour s'assurer que les produits sont toujours dans un état conforme à la destination prévue sur le certificat ou sur le document les accompagnant;
- b) aux examens de laboratoire qui doivent être effectués sur place;
- c) au prélèvement d'échantillons officiels aux fins de la recherche de résidus ou d'agents pathogènes qu'il doit faire analyser dans les délais les plus brefs.

Le vétérinaire officiel peut être assisté dans l'exécution de certaines des tâches précitées par du personnel qualifié, spécialement formé à cette fin et placé sous sa responsabilité.

3) Les modalités d'application des contrôles prévus aux points 1 et 2 sont fixées par la Commission, selon la procédure prévue à l'article 24.

Sur demande d'un État membre, accompagnée des éléments justificatifs nécessaires ou de sa propre initiative la Commission peut, selon la même procédure, fixer une fréquence de contrôles réduite, à certaines conditions et en particulier en fonction des résultats des contrôles antérieurs, à l'égard de certains pays tiers ou d'établissements de certains pays tiers offrant des garanties satisfaisantes en matière de contrôle à l'origine.

Pour l'octroi de telles dérogations, la Commission prendra en considération les critères suivants:

- a) garanties offertes par ledit pays tiers en ce qui concerne le respect des exigences communautaires, notamment de celles prévues par la directive 72/462/CEE et la directive 90/426/CEE<sup>(1)</sup>;
  - b) situation sanitaire des animaux dans le pays tiers concerné;
  - c) informations sur l'état sanitaire du pays;
  - d) nature des mesures de contrôle et de lutte contre les maladies appliquées par le pays tiers;
  - e) structures et compétences du service vétérinaire;
  - f) respect des exigences minimales prévues par la réglementation communautaire en matière d'hygiène de production;
  - g) réglementation en matière d'autorisation de certaines substances et respect des exigences prévues à l'article 7 de la directive 86/469/CEE<sup>(2)</sup>;
  - h) résultat des visites d'inspection communautaire;
  - i) résultats des contrôles effectués à l'importation.
- 4) Toutefois, par dérogation au point 2, pour les produits introduits dans un port ou un aéroport d'un des territoires visés à l'annexe I, les contrôles pourront être effectués dans le port ou l'aéroport de destination, à condition que ce port ou aéroport dispose d'un poste d'inspection frontalier et que les produits soient transportés selon le cas, par voie maritime ou par voie aérienne.

#### Article 9

1. Les postes d'inspection frontaliers doivent répondre aux dispositions du présent article.

2. Le poste d'inspection frontalier doit être:

- i) situé à proximité du point d'entrée d'un des territoires visés à l'annexe I;
- ii) être désigné et agréé conformément au paragraphe 3;
- iii) placé sous l'autorité d'un vétérinaire officiel qui assume effectivement la responsabilité des contrôles. Le vétérinaire officiel peut se faire assister par des auxiliaires spécialement formés à cet effet.

3. Avant le 31 mars 1991, les États membres soumettent à la Commission, après présélection de la part des autorités nationales, en collaboration avec les services de la Commission pour vérifier leur conformité avec les exigences minimales indiquées à l'annexe II, la liste des postes d'inspection frontaliers qui devront effectuer les contrôles vétérinaires sur les produits, en fournissant à cet effet les indications suivantes:

- a) nature du poste frontalier:
    - port,
    - aéroport,
    - poste de contrôle routier,
    - poste ferroviaire;
  - b) nature des produits susceptibles d'être contrôlés dans le poste d'inspection frontalier en cause, en fonction des équipements et du personnel vétérinaire disponibles, avec mention éventuelle des produits ne pouvant être contrôlés dans lesdits postes frontaliers;
  - c) dotation en personnel affecté au contrôle vétérinaire:
    - nombre de vétérinaires officiels avec un minimum d'un vétérinaire officiel en service pendant les heures d'ouverture du poste d'inspection frontalier,
    - nombre d'auxiliaires ou d'assistants avec qualification spéciale;
  - d) description de l'équipement et des locaux disponibles en fonction des différents contrôles à examiner pour procéder aux opérations suivantes:
    - contrôle documentaire,
    - contrôle physique,
    - prise d'échantillons,
    - laboratoire pour effectuer sur place les analyses de caractère général prévues à l'article 8 point 2 lettre b),
    - laboratoire à disposition pour analyses spécifiques ordonnées par le vétérinaire officiel;
  - e) capacité des locaux et installations frigorifiques disponibles pour stockage des produits dans l'attente du résultat des analyses;
  - f) nature de l'équipement permettant un échange d'informations rapide, notamment avec les autres postes d'inspection frontaliers;
  - g) procédure du traitement des litiges avec les pays tiers;
  - h) importance des flux commerciaux (types de produits et quantités transitant par ce poste d'inspection frontalier).
4. La Commission, en collaboration avec les autorités nationales compétentes, procède à l'inspection des postes d'inspection frontaliers désignés conformément au paragraphe 3 en vue de s'assurer qu'il y a application uniforme des règles de contrôles vétérinaires et que les différents postes d'inspection frontaliers disposent effectivement des infrastructures nécessaires et répondent aux exigences minimales prévues à l'annexe II.

<sup>(1)</sup> JO n° L 224 du 18. 8. 1990, p. 42.

<sup>(2)</sup> JO n° L 275 du 26. 9. 1986, p. 36.

La Commission soumet, au plus tard le 31 décembre 1991, un rapport au comité vétérinaire permanent sur le résultat de cette inspection, ainsi que des propositions tenant compte des conclusions de ce rapport, en vue de parvenir à l'établissement d'une liste communautaire de postes d'inspection frontaliers agréés selon la procédure prévue à l'article 24.

Ce rapport fera état des éventuelles difficultés rencontrées par certains États membres si la préselection visée au paragraphe 3 premier alinéa devait conduire à exclure un nombre important de postes d'inspection frontaliers à la date du 1<sup>er</sup> janvier 1992.

Selon la procédure prévue à l'article 23, un délai de trois ans maximum peut être accordé pour permettre aux postes d'inspection frontaliers des États membres visés à l'alinéa précédent de se conformer aux exigences de la présente directive, et notamment à celles relatives à l'équipement et à l'infrastructure.

La Commission publiera au *Journal officiel des Communautés européennes* la liste des postes d'inspection frontaliers, ainsi que sa mise à jour éventuelle.

5. La Commission, selon la procédure prévue à l'article 24, arrête les éventuelles modalités d'application du présent article.

#### Article 10

1. Lorsque les produits dont les échanges ont fait l'objet d'une harmonisation au niveau communautaire ne sont pas destinés à être mis en consommation sur le territoire de l'État membre ayant effectué le contrôle défini à l'article 8 point 2, le vétérinaire officiel responsable du poste d'inspection frontalier:

- fournit à l'intéressé une ou, en cas de fractionnement du lot, plusieurs copies authentifiées des certificats originaux relatifs aux produits; la durée de validité de ces copies sera fixée, en fonction de la nature du produit concerné, selon la procédure prévue à l'article 24,
- délivre un certificat conforme à un modèle à élaborer par la Commission selon la procédure prévue à l'article 24 et attestant que les contrôles définis à l'article 8 point 2, ont été effectués à la satisfaction du vétérinaire officiel en précisant la nature des prélèvements effectués et les résultats éventuels des examens de laboratoire,
- conserve le ou les certificats originaux accompagnant les produits.

2. Les modalités d'application du paragraphe 1, notamment celles concernant les produits importés à des fins spécifiques, sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

3. Les échanges des produits visés à la directive 89/662/CEE et admis sur les territoires visés à l'annexe I de la présente directive sont effectués conformément aux règles établies par ladite directive, en particulier celles de son chapitre II.

#### Article 11

1. Pour les produits dont les règles régissant les échanges n'ont pas encore été harmonisées au niveau communautaire et qui, après leur introduction sur un des territoires visés à l'annexe I doivent être reexpédiés vers un autre État membre autorisant l'admission sur son territoire de tels produits, les dispositions du présent article sont applicables.

2. Chaque lot de produits doit être soumis aux contrôles prévus à l'article 4 paragraphe 1 et:

- a) soit être soumis aux contrôles vétérinaires prévus à l'article 8 dans le poste d'inspection frontalier situé sur le territoire de l'État membre où les produits sont introduits pour vérifier notamment la conformité des produits concernés avec la réglementation de l'État membre de destination;
- b) soit dans le cadre d'un accord bilatéral préalable entre l'État membre sur le territoire duquel se trouve le point d'entrée sur l'un des territoires visés à l'annexe I et l'État membre de destination et éventuellement le ou les États membres de transit sur les modalités de contrôle, être acheminé sous contrôle douanier jusqu'au lieu de destination où les contrôles vétérinaires doivent intervenir.

Les États membres informent la Commission, les autres États membres, réunis au sein du comité vétérinaire permanent, du régime retenu en application du présent paragraphe.

3. Dans le cas prévu au paragraphe 2 point a), l'article 10 est applicable.

4. Dans les cas prévus au paragraphe 2 point b):

- a) les contrôles documentaire et d'identité et le contrôle physique doivent s'effectuer dans un poste d'inspection frontalier situé sur le territoire de l'État membre de destination;
- b) les autorités compétentes effectuant le contrôle documentaire et le contrôle d'identité doivent:
  - signaler au vétérinaire officiel du poste d'inspection du lieu de destination le passage et la date d'arrivée prévisible des produits, dans le cadre du programme de développement de l'informatisation des procédures vétérinaires d'importation (projet *Shift*),
  - mentionner ce passage sur la ou, en cas de fractionnement du lot, les copies des certificats originaux,
  - conserver le ou les certificats originaux relatifs aux produits.

Lorsque des conditions particulières le justifient et sur demande d'un État membre, accompagnée de justifications nécessaires, le contrôle physique peut être effectué dans un lieu autre que ceux mentionnés au point a).

Ce lieu est déterminé selon la procédure prévue à l'article 24.

5. Dans les cas prévus au paragraphe 4, la circulation des produits en question se fait sous le régime de transit communautaire (procédure externe) tel que défini par le règlement (CEE) n° 2726/90<sup>(1)</sup> dans des véhicules ou conteneurs scellés par l'autorité compétente.

Les échanges des produits admis à la consommation après inspection, conformément au présent article, sont soumis aux règles établies par la directive 89/662/CEE.

6. Si le contrôle physique prévu au présent article révèle que le produit ne peut être mis en consommation, les dispositions de l'article 16 sont applicables.

7. D'éventuelles modalités d'application au présent article sont arrêtées, selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 12

1. Les États membres autorisent le transport de produits en provenance d'un pays tiers vers un autre pays tiers sous réserve que:

- a) l'intéressé fournisse la preuve que le premier pays tiers vers lequel les produits sont acheminés, après transit à travers les territoires visés à l'annexe I, s'engage à ne refouler ou réexpédier en aucun cas les produits dont il autorise l'importation ou le transit;
- b) ce transport soit autorisé auparavant par le vétérinaire officiel du poste d'inspection frontalier de l'État membre sur le territoire duquel sont effectuées les contrôles visés à l'article 4 paragraphe 1;
- c) en cas de traversée des territoires visés à l'annexe I, ce transport soit effectué sans rupture de charge sous contrôle des autorités compétentes en véhicules ou conteneurs scellés par les autorités compétentes; les seules manipulations autorisées au cours de ce transport sont celles effectuées respectivement au point d'entrée sur les territoires visés à l'annexe I ou de sortie de celui-ci.

2. Tous les frais occasionnés par l'application du présent article sont à charge de l'expéditeur, du destinataire ou de leur mandataire sans indemnisation de l'État membre.

3. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 13

1. Le service vétérinaire compétent effectue un contrôle d'identité et, le cas échéant, sans préjudice de l'article 15, un contrôle physique des produits qui reçoivent une destination douanière autre que celle prévue aux articles 5, 6, 10, 11 et 12.

2. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées, si nécessaire, selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 14

1. Le présent chapitre, à l'exception de l'article 15, ne s'applique pas aux produits qui:

- i) sont contenus dans les bagages personnels de voyageurs et destinés à leur propre consommation dans la mesure où la quantité ne dépasse pas une quantité à définir conformément au paragraphe 3 et sous réserve qu'ils proviennent d'un pays tiers ou d'une partie de pays tiers figurant sur la liste arrêtée conformément à la réglementation communautaire et à partir duquel les importations ne sont pas interdites;
- ii) sont l'objet de petits envois adressés à des particuliers, pour autant qu'il s'agisse d'importations dépourvues de tout caractère commercial, dans la mesure où la quantité expédiée ne dépasse pas une quantité à définir conformément au paragraphe 3 et sous réserve qu'ils proviennent d'un pays tiers ou d'une partie de pays tiers figurant sur une liste établie conformément à la réglementation communautaire et à partir duquel les importations ne sont pas interdites;
- iii) se trouvent, au titre de ravitaillement du personnel et des passagers, à bord de moyens de transport effectuant des transports internationaux sous réserve qu'ils proviennent d'un pays tiers ou d'une partie de pays tiers ou d'un établissement en provenance desquels les importations ne sont pas interdites conformément à la réglementation communautaire.

Lorsque ces produits ou leurs déchets de cuisine sont déchargés, ils doivent être détruits. Il est toutefois possible de ne pas recourir à la destruction lorsque les produits passent, directement ou après avoir été placés provisoirement sous contrôle douanier, de ce moyen de transport à un autre;

- iv) dans la mesure où la quantité ne dépasse pas une quantité à fixer conformément au paragraphe 3, aux produits ayant subi un traitement par la chaleur en récipient hermétique dont la valeur  $F_0$  est supérieure ou égale à 3,00:
  - a) contenus dans les bagages personnels des voyageurs et destinés à leur consommation personnelle;
  - b) faisant l'objet de petits envois adressés à des particuliers, pour autant qu'il s'agisse d'importations dépourvues de tout caractère commercial.

2. Le paragraphe 1 n'affecte pas les règles applicables aux viandes fraîches et aux produits à base de viandes conformément à l'article 1<sup>er</sup> paragraphe 2 de la directive 72/462/CEE.

3. La Commission, selon la procédure prévue à l'article 24 fixe les limites de poids pour les différents produits susceptibles d'être couverts par les dérogations visées au paragraphe 1.

<sup>(1)</sup> JO n° L 262 du 26. 9. 1990, p. 1.

## Article 15

Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, le vétérinaire officiel ou l'autorité compétente, en cas de suspicion de non-observance de la législation vétérinaire ou de doutes quant à l'identité du produit, procède à tous les contrôles vétérinaires qu'il ou elle juge appropriés.

## Article 16

1. Lorsque les contrôles définis dans la présente directive révèlent à l'autorité compétente que le produit ne répond pas aux conditions posées par la réglementation communautaire ou par la réglementation nationale applicable dans les domaines n'ayant pas encore fait l'objet d'une harmonisation communautaire, ou lorsque ceux-ci révèlent une irrégularité, l'autorité compétente, après consultation de l'importateur ou de son représentant, décide soit:

- a) la réexpédition, dans un délai à fixer par l'autorité nationale compétente, du lot hors des territoires visés à l'annexe II lorsque des conditions de police sanitaire ou de salubrité ne s'y opposent pas.

Dans ce cas, le vétérinaire officiel du poste frontalier doit:

- informer les autres postes d'inspection frontaliers, conformément au paragraphe 5, du refoulement du lot, avec mention des infractions constatées,
- annuler, selon des modalités à préciser, selon la procédure prévue à l'article 24, le certificat ou document vétérinaire accompagnant le lot refoulé,
- selon une fréquence à déterminer, porter à la connaissance de la Commission, par le canal de l'autorité centrale compétente, la nature et la périodicité des infractions constatées;

- b) si la réexpédition est impossible la destruction du lot sur le territoire de l'État membre où sont effectués les contrôles.

2. Sans préjudice des possibilités offertes par l'article 24 paragraphe 5 troisième alinéa de la directive 72/462/CEE et par l'article 8 paragraphe 1 point b) premier tiret de la directive 90/425/CEE, des dérogations au paragraphe 1 du présent article peuvent être établies selon la procédure prévue à l'article 24, notamment pour permettre l'utilisation des produits à des usages autres que la consommation humaine. Dans le cadre de ces dérogations sont arrêtées, selon la même procédure, les conditions relatives au contrôle de l'utilisation des produits concernés.

3. Les frais afférents à la réexpédition du lot, à sa destruction ou à l'utilisation à d'autres usages du produit sont à la charge de l'importateur ou de son représentant.

4. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées, si nécessaire selon la procédure prévue à l'article 24.

5. Les dispositions relatives à l'information des États membres seront fixées dans le cadre du programme de développement de l'informatisation des procédures vétérinaires d'importation (projet *Shift*).

6. Les autorités compétentes communiquent, le cas échéant, les renseignements dont elles disposent conformément aux dispositions de la directive 89/608/CEE du Conseil, du 21 novembre 1989, relative à l'assistance mutuelle entre les autorités administratives des États membres et à la collaboration entre celles-ci et la Commission en vue d'assurer la bonne application des législations vétérinaire et zootechnique (1).

## Article 17

La Commission, selon la procédure prévue à l'article 24 arrête, sur la base des plans prévus au deuxième alinéa, les règles applicables aux importations dans certaines parties des territoires visés à l'annexe I, pour tenir compte des contraintes naturelles particulières à celles-ci, et notamment de leur éloignement par rapport à la partie continentale du territoire de la Communauté.

À cette fin, au plus tard le 1<sup>er</sup> juillet 1991, la République française, d'une part, et la République hellénique, d'autre part, soumettront à la Commission un plan précisant, pour le cas particulier des départements d'outre-mer, d'une part, et de certaines îles ou groupes d'îles, d'autre part, la nature des contrôles à effectuer à l'importation dans ces régions de produits en provenance des pays tiers, compte tenu des contraintes naturelles géographiques particulières à ces territoires.

Ces plans devront préciser les contrôles mis en œuvre pour éviter que les produits introduits sur ces territoires ne soient en aucun cas réexpédiés vers le reste du territoire de la Communauté.

## Article 18

1. La Commission, agissant selon la procédure prévue à l'article 24, établit la liste des produits végétaux visés à l'article 2 paragraphe 2 point a) deuxième tiret qui, notamment en raison de leur destination ultérieure, peuvent présenter un risque de propagation de maladies contagieuses pour les animaux et sont de ce fait à soumettre aux contrôles vétérinaires prévus par la présente directive et en particulier les contrôles prévus à l'article 4, afin de s'assurer de l'origine et de la destination prévues de ces végétaux.

Selon la même procédure, seront arrêtées:

- les conditions de police sanitaire à respecter par les pays tiers et les garanties à offrir, notamment la nature du traitement éventuel à prévoir en fonction de leur utilisation sanitaire,
- la liste des pays tiers qui, en fonction de ces garanties, peuvent être autorisés à exporter les végétaux visés au premier alinéa vers la Communauté.

(1) JO n° L 351 du 2. 12. 1989, p. 34.

— d'éventuelles modalités particulières de contrôle, en particulier pour les prélèvements d'échantillons pour être appliqués à ces produits, notamment en cas d'importation en vrac.

2. Dans l'attente d'une réglementation communautaire applicable aux importations de ces produits, la Commission peut, selon la procédure prévue à l'article 24, étendre aux sous-produits d'origine animale non couverts par l'annexe II du traité les règles de contrôle vétérinaire prévues par la présente directive en fixant le cas échéant certains critères spécifiques à respecter lors des contrôles vétérinaires de ces produits.

3. Les poissons frais immédiatement débarqués d'un bateau battant pavillon d'un pays tiers, doivent être soumis — avant de pouvoir être mis en consommation sur le territoire défini à l'annexe I — aux contrôles prévus pour les poissons immédiatement déchargés d'un bateau battant pavillon d'un État membre.

4. Selon la procédure prévue à l'article 24, il peut être accordé des dérogations aux dispositions de l'article 9 et, en ce qui concerne le personnel chargé des contrôles, à celles de l'article 8 paragraphe 2 pour les ports où sont débarqués des poissons.

## CHAPITRE II

### Sauvegarde

#### Article 19

1. Si, sur le territoire d'un pays tiers, apparaît ou s'étend une maladie prévue par la directive 82/894/CEE<sup>(1)</sup>, une zoonose ou une maladie ou cause susceptible de constituer un danger grave pour les animaux ou la santé humaine, ou si toute autre raison grave de police sanitaire ou de protection de la santé humaine le justifie, notamment en raison des constats faits par ses experts vétérinaires, la Commission, de sa propre initiative, ou sur demande d'un État membre, arrête sans délai, en fonction de la gravité de la situation l'une des mesures suivantes:

— suspension des importations en provenance de tout ou partie du pays tiers concerné et, le cas échéant, du pays tiers de transit,

— fixation de conditions particulières pour les produits provenant de tout ou partie du pays tiers concerné.

2. Si, à l'occasion d'un des contrôles prévus par la présente directive, il apparaît qu'un lot de produits est susceptible de constituer un danger pour la santé animale ou pour la santé humaine, l'autorité vétérinaire compétente prend immédiatement les mesures suivantes:

— saisie et destruction du lot mis en cause,

— information immédiate des autres postes d'inspection frontaliers et de la Commission des constatations faites et de l'origine des produits et ce, conformément à l'article 16 paragraphe 5.

3. La Commission peut, dans le cas prévu au paragraphe 1, prendre des mesures conservatoires à l'égard des produits visés à l'article 12.

4. Des représentants de la Commission peuvent se rendre immédiatement sur place.

5. Pour les produits dont les règles régissant les importations n'ont pas encore été harmonisées, et dans l'hypothèse où un État membre informe officiellement la Commission de la nécessité de prendre des mesures de sauvegarde et que cette dernière n'a pas fait recours aux dispositions des paragraphes 1 et 3 ou n'a pas saisi le comité vétérinaire permanent conformément au paragraphe 6, cet État membre peut prendre des mesures conservatoires à l'égard des produits en question.

Lorsqu'un État membre prend des mesures conservatoires à l'égard d'un pays tiers ou d'un établissement d'un pays tiers conformément au présent paragraphe, il en informe les autres États membres et la Commission conformément à l'article 16 paragraphe 5.

6. Dans les meilleurs délais la Commission procède au sein du comité vétérinaire permanent à un examen de la situation. Elle peut arrêter, selon la procédure prévue à l'article 23, les décisions nécessaires, y compris celles relatives à la circulation intracommunautaire des produits et au transit.

7. Les décisions portant modification, abrogation ou prolongation des mesures décidées en vertu des paragraphes 1, 2, 3 et 6 sont prises selon la procédure prévue à l'article 23.

8. Les modalités d'application du présent chapitre sont arrêtées, si nécessaire, selon la procédure prévue à l'article 24.

## CHAPITRE III

### Inspection

#### Article 20

1. Des experts vétérinaires de la Commission peuvent, en collaboration avec les autorités nationales compétentes, et dans la mesure nécessaire à l'application uniforme des exigences de la présente directive, vérifier que les postes d'inspection frontaliers agréés conformément à l'article 9, répondent aux critères repris à l'annexe II.

2. Des experts vétérinaires de la Commission peuvent effectuer, en collaboration avec les autorités compétentes, des contrôles sur place.

<sup>(1)</sup> JO n° L 378 du 31. 12. 1982, p. 58.

3. L'État membre sur le territoire duquel est effectuée une inspection apporte aux experts vétérinaires de la Commission toute l'aide nécessaire pour l'accomplissement de leur mission.

4. La Commission informe les États membres du résultat des contrôles effectués.

5. Lorsque la Commission estime que les résultats du contrôle le justifient, elle procède au sein du comité vétérinaire permanent, à un examen de la situation. Elle peut arrêter, selon la procédure prévue à l'article 23, les décisions nécessaires.

6. La Commission suit l'évolution de la situation et, selon la procédure prévue à l'article 23, modifie ou abroge en fonction de cette évolution, les décisions visées au paragraphe 5.

7. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées, si nécessaire, selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 21

1. Lorsqu'une autorité compétente d'un État membre estime, suite aux résultats de contrôles opérés au lieu de commercialisation des produits, que les dispositions de la présente directive ne sont pas respectées dans un poste d'inspection frontalier, un des points de passage visés à l'article 4 point 2 lettre i) un port franc ou une zone franche visée à l'article 5 ou un entrepôt franc visé à l'article 6, d'un autre État membre, elle entre sans délai en contact avec l'autorité centrale compétente de cet État.

Celle-ci prend toutes les mesures nécessaires et communique à l'autorité compétente du premier État membre la nature des contrôles effectués, les décisions prises et les motifs de ces décisions.

Si l'autorité compétente du premier État membre craint que ces mesures ne soient pas suffisantes, elle recherche avec l'autorité compétente de l'État membre mis en cause, les voies et moyens de remédier à la situation, le cas échéant par une visite sur place.

Lorsque les contrôles mentionnés au premier alinéa permettent de constater un manquement répété aux dispositions de la présente directive, l'autorité compétente de l'État membre de destination informe la Commission et les autorités compétentes des autres États membres.

Sur demande de l'autorité compétente de l'État membre de destination ou de sa propre initiative la Commission peut, compte tenu de la nature des infractions relevés:

- envoyer sur place, en collaboration avec les autorités nationales compétentes, une mission d'inspection,
- demander à l'autorité compétente de renforcer les contrôles opérés dans le poste d'inspection frontalier, le point de passage, le port franc, la zone franche ou l'entrepôt franc concerné.

Dans l'attente des conclusions de la Commission, l'État membre mis en cause doit, sur demande de l'État membre destinataire, renforcer les contrôles dans le poste d'inspection frontalier, le point de passage, le port franc, la zone franche ou l'entrepôt franc concerné.

L'État membre destinataire peut, pour sa part, intensifier les contrôles à l'égard des produits de la même provenance.

La Commission, à la demande de l'un des deux États membres concernés et si l'inspection visée au quatrième alinéa premier tiret confirme les manquements, doit, selon la procédure prévue à l'article 23, prendre les mesures appropriées. Ces mesures doivent être confirmées ou revues dans les meilleurs délais selon la même procédure.

2. Ne sont pas affectées par la présente directive les voies de recours ouvertes par la législation en vigueur dans les États membres contre les décisions des autorités compétentes.

Les décisions prises par l'autorité compétente doivent être communiquées, avec indication de leurs motifs, à l'opérateur concerné par ces décisions ou son mandataire.

Si l'opérateur concerné ou son mandataire en fait la demande, les décisions motivées doivent lui être communiquées par écrit avec indication des voies de recours que lui offre la législation en vigueur dans l'État membre de contrôle, ainsi que de la forme et des délais dans lesquels ces recours doivent être introduits.

3. Les modalités d'application du présent article sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 24.

#### Article 22

1. Chaque État membre établit un programme d'échanges de fonctionnaires habilités à effectuer les contrôles sur les produits provenant des pays tiers.

2. La Commission au sein du comité vétérinaire permanent procède avec les États membres à une coordination des programmes mentionnés au paragraphe 1.

3. Les États membres prennent toutes les mesures nécessaires afin de permettre la réalisation des programmes résultant de la coordination mentionnée au paragraphe 2.

4. Chaque année au sein du comité vétérinaire permanent, il est procédé, sur rapport des États membres, à un examen de la réalisation des programmes.

5. Les États membres prennent en compte l'expérience acquise afin d'améliorer et d'approfondir les programmes d'échanges.

6. Une participation financière de la Communauté peut être accordée en vue de permettre un développement efficace des programmes d'échanges. Les modalités de la participation financière de la Communauté ainsi que le concours

prévisionnel à charge du budget de la Communauté sont fixées par la décision 90/424/CEE du Conseil, du 26 juin 1990, relative à certaines dépenses dans le domaine vétérinaire <sup>(1)</sup>.

7. Les modalités d'application des paragraphes 1, 4 et 5 sont arrêtées, si nécessaire, selon la procédure prévue à l'article 24.

#### CHAPITRE IV

##### Dispositions générales

###### Article 23

Dans les cas où il est fait référence à la procédure prévue au présent article, le comité vétérinaire permanent, institué par la décision 68/361/CEE <sup>(2)</sup>, statue conformément aux règles établies à l'article 17 de la directive 89/662/CEE.

###### Article 24

Dans les cas où il est fait référence à la procédure définie au présent article, le comité vétérinaire permanent statue conformément aux règles établies à l'article 18 de la directive 89/662/CEE.

###### Article 25

L'annexe II à la présente directive peut être complétée conformément à la procédure prévue à l'article 24.

###### Article 26

La présente directive ne préjuge pas des obligations résultant des réglementations douanières.

###### Article 27

L'article 23 de la directive 72/462/CEE est supprimé.

Dans l'attente des décisions prévues à l'article 4 paragraphe 6, les textes pris en application de l'article 23 de la directive 72/462/CEE restent applicables.

###### Article 28

À l'article 6 de la directive 89/662/CEE, le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant:

«1. Les États membres veillent à ce que, lors de contrôles effectués aux lieux où peuvent être introduits sur les territoires visés à l'annexe I de la directive 90/675/CEE <sup>(\*)</sup> des produits provenant d'un pays tiers,

tels que les ports, les aéroports et les postes d'inspection frontaliers avec les pays tiers, les mesures suivantes soient prises:

- a) il doit être procédé à une vérification documentaire de l'origine des produits;
- b) les produits d'origine communautaire sont soumis aux règles de contrôles prévues à l'article 5;
- c) les produits des pays tiers sont soumis aux règles prévues par la directive 90/675/CEE.

<sup>(\*)</sup> JO n° L 373 du 31. 12. 1990, p. 1.

###### Article 29

L'article 7 de la directive 90/425/CEE est remplacé par le texte suivant:

###### Article 7

1. Les États membres veillent à ce que, lors de contrôles effectués aux lieux où peuvent être introduits sur les territoires visés à l'annexe I de la directive 90/675/CEE <sup>(\*)</sup> des animaux ou des produits visés à l'article 1<sup>er</sup> et provenant d'un pays tiers tels que les ports, les aéroports et les postes d'inspection frontaliers avec les pays tiers, les mesures suivantes soient prises:

- a) il doit être procédé à une vérification des certificats ou documents accompagnant les animaux ou les produits;
- b) les produits des pays tiers sont soumis aux règles prévues par la directive 90/675/CEE;
- c) s'il s'agit d'animaux importés en provenance des pays tiers, ils doivent être acheminés sous contrôle douanier vers les postes d'inspection frontaliers pour y subir les contrôles vétérinaires.

Les animaux visés à l'annexe A ne peuvent faire l'objet d'un dédouanement que si ces contrôles permettent de s'assurer de leur conformité avec la réglementation communautaire;

- d) les animaux et produits communautaires sont soumis aux règles de contrôle prévues à l'article 5.

2. Les animaux doivent être directement introduits sur le territoire de la Communauté dans l'un des postes d'inspection frontaliers de l'État membre qui entend procéder à ces importations et y être inspectés conformément au paragraphe 1 point b).

Les États membres qui procèdent à des importations sur la base des règles nationales de police sanitaire en provenance des pays tiers informent la Commission et les autres États membres, et notamment les États membres de transit, de l'existence de telles importations et des exigences auxquelles ils soumettent ces importations.

Les États membres destinataires interdisent la réexpédition, à partir de leur territoire, des animaux qui n'y auraient pas séjourné pendant les périodes prévues par les réglementations communautaires spécifiques, si ce n'est

<sup>(1)</sup> JO n° L 224 du 18. 8. 1990, p. 19.

<sup>(2)</sup> JO n° L 255 du 18. 10. 1968, p. 23.

sans transit à destination d'un autre État membre recourant à la même faculté.

Toutefois, dans l'attente d'une réglementation communautaire, ces animaux peuvent être introduits sur le territoire d'un autre État membre que celui visé au deuxième alinéa, après accord préalable donné par cet autre État membre de manière générale et éventuellement par un État membre de transit, sur les modalités de contrôle. Ils informent la Commission et les autres États membres réunis au sein du comité vétérinaire permanent du recours à cette dérogation et des modalités de contrôle convenus.

3. Toutefois, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1993 et par dérogation au paragraphe 1, tous les animaux ou produits transportés par des moyens de transport reliant de manière régulière et directe deux points géographiques de la Communauté sont soumis aux règles de contrôle prévues à l'article 5.

(\*) JO n° L 373 du 31. 12. 1990, p. 1.-

#### Article 30

La Commission peut, selon la procédure prévue à l'article 24, arrêter, pour une période de trois ans, les mesures transitoires nécessaires pour faciliter le passage au nouveau régime de contrôle prévu par la présente directive.

#### Article 31

Les États membres peuvent recourir à l'assistance financière de la Communauté prévue à l'article 38 de la décision 90/424/CEE pour la mise en œuvre de la présente directive.

#### Article 32

1. Les États membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer aux dispositions de la présente directive au plus tard le 31 décembre 1991. Ils en informent immédiatement la Commission.

Les modalités d'application de la présente directive, et notamment celles de l'article 8 paragraphe 3, doivent être arrêtées, et le système *Shift* mis en vigueur, au plus tard le 31 décembre 1991.

Au cas où la date indiquée à l'alinéa précédent ne pourrait être respectée, les mesures transitoires prévues à l'article 30 devront être prises à cette date.

2. Lorsque les États membres adoptent les dispositions visées au paragraphe 1, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les États membres.

#### Article 33

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Bruxelles, le 10 décembre 1990.

Par le Conseil  
Le président  
V. SACCOMANDI

## ANNEXE I

- 1) Le territoire du royaume de Belgique.
  - 2) Le territoire du royaume du Danemark à l'exception des Iles Féroé et du Groenland.
  - 3) Le territoire de la république fédérale d'Allemagne.
  - 4) Le territoire du royaume d'Espagne à l'exception des Iles Canaries et de Cruta et Melilla.
  - 5) Le territoire de la République hellénique.
  - 6) Le territoire de la République française.
  - 7) Le territoire de l'Irlande.
  - 8) Le territoire de la République italienne.
  - 9) Le territoire du grand-duché de Luxembourg.
  - 10) Le territoire du royaume des Pays-Bas en Europe.
  - 11) Le territoire de la République portugaise.
  - 12) Le territoire du Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord.
-

## ANNEXE II

Pour pouvoir faire l'objet d'un agrément communautaire les postes d'inspection frontaliers devront disposer:

- du personnel adéquat pour effectuer le contrôle des documents (certificats sanitaire ou de salubrité ou tout autre document prévu par la législation communautaire) selon, suivant les produits,
- d'un nombre suffisant, par rapport aux quantités de produits traités par le poste d'inspection frontalier, de vétérinaires et d'auxiliaires spécialement formés pour effectuer les contrôles de correspondance des produits avec les documents d'accompagnement, ainsi que les contrôles physiques systématiques de chaque lot de produits,
- d'un personnel suffisant pour prélever et traiter les échantillons sélectionnés sur les lots de produits offerts dans un poste d'inspection frontalier donné,
- des locaux suffisamment vastes à la disposition du personnel chargé des tâches de contrôles vétérinaires,
- d'un local et des installations appropriés pour la prise et le traitement des échantillons pour les contrôles de routine prévus par la réglementation communautaire (normes microbiologiques),
- des services d'un laboratoire spécialisé afin d'assurer la prise d'inspection frontalier et qui soit en mesure d'effectuer des analyses spéciales sur des échantillons prélevés à ce poste,
- de locaux et d'installations frigorifiques permettant le stockage des parties de lots prélevés pour analyse et les produits dont la mise en libre pratique n'a pas été autorisée par le responsable vétérinaire du poste d'inspection frontalier,
- d'équipements appropriés permettant des échanges d'informations rapides, notamment avec les autres postes d'inspection frontaliers (à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1993, par le biais du système informatique prévu à l'article 20 de la directive 90/425/CEE ou du projet Sinf).

## RÈGLEMENT (CEE) N° 2136/89 DU CONSEIL

du 21 juin 1989

portant fixation de normes communes de commercialisation pour les conserves de sardines

## LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne,

vu le règlement (CEE) n° 3796/81 du Conseil, du 29 décembre 1981, portant organisation commune des marchés dans le secteur des produits de la pêche <sup>(1)</sup>, modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 1495/89 <sup>(2)</sup>, et notamment son article 2 paragraphe 3,

vu la proposition de la Commission,

considérant que le règlement (CEE) n° 3796/81 prévoit la possibilité de fixer des normes communes de commercialisation pour les produits de la pêche dans la Communauté, en vue notamment d'éliminer du marché les produits de qualité non satisfaisante et de faciliter les relations commerciales sur la base d'une concurrence loyale;

considérant que la fixation de telles normes pour les conserves de sardines est susceptible d'améliorer la rentabilité de la production sardinière de la Communauté ainsi que de ses débouchés, et de faciliter l'écoulement des produits;

considérant que, en vue notamment d'assurer une bonne transparence du marché, il est nécessaire de spécifier que les produits concernés doivent être préparés exclusivement avec des poissons de l'espèce *sardina pilchardus* WALBAUM- et contenir au moins une quantité minimale de poisson;

considérant que, afin de garantir une bonne présentation commerciale des produits, il convient de définir les éléments relatifs à la préparation du poisson, préalablement à son conditionnement, les présentations sous lesquelles il peut être commercialisé ainsi que les milieux de couverture et les ingrédients additionnels qui peuvent être utilisés; que ces éléments ne peuvent toutefois être de nature à exclure les éventuels produits nouveaux qui pourraient apparaître sur le marché;

considérant que, pour empêcher la commercialisation de produits non satisfaisants, il convient de définir certains critères auxquels les conserves de sardines doivent satisfaire pour pouvoir être écoulées dans la Communauté pour l'alimentation humaine;

considérant que la directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires destinées au consommateur final

ainsi que la publicité faite à leur égard <sup>(3)</sup>, modifiée en dernier lieu par la directive 86/197/CEE <sup>(4)</sup>, et la directive 76/211/CEE du Conseil, du 20 janvier 1976, concernant le rapprochement des législations des États membres relatives au préconditionnement en masse ou en volume de certains produits en préemballages <sup>(5)</sup>, modifiée en dernier lieu par la directive 78/891/CEE <sup>(6)</sup>, définissent les indications nécessaires à une information et une protection correctes du consommateur quant au contenu des récipients; que, pour ce qui est des conserves de sardines, il convient de déterminer la dénomination de vente des produits en fonction de la préparation culinaire proposée et notamment du rapport existant entre les différents ingrédients qui composent le produit fini; que, dans le cas où le milieu de couverture est l'huile, il convient de préciser la façon dont cette huile doit être dénommée;

considérant qu'il convient de confier à la Commission l'adoption, si nécessaire, des mesures d'application à caractère technique,

## A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

*Article premier*

Le présent règlement définit les normes auxquelles est soumise la commercialisation des conserves de sardines dans la Communauté.

*Article 2*

Ne peuvent être commercialisés en tant que conserves de sardines et ne peuvent recevoir la dénomination de vente visée à l'article 7 que les produits qui satisfont aux conditions suivantes:

- relever des codes NC 1604 13 10 et ex 1604 20 50,
- être préparés exclusivement à partir de poissons de l'espèce *sardina pilchardus* WALBAUM-,
- être préemballés avec tout milieu de couverture approprié dans des récipients hermétiquement clos,
- être stérilisés par un traitement approprié.

*Article 3*

Dans la mesure nécessaire à une bonne présentation commerciale des produits, les sardines doivent être convenable-

<sup>(1)</sup> JO n° L 379 du 31. 12. 1981, p. 1.

<sup>(2)</sup> JO n° L 148 du 1. 6. 1989, p. 1.

<sup>(3)</sup> JO n° L 33 du 9. 2. 1979, p. 1.

<sup>(4)</sup> JO n° L 344 du 29. 5. 1986, p. 38.

<sup>(5)</sup> JO n° L 46 du 21. 2. 1976, p. 1.

<sup>(6)</sup> JO n° L 311 du 4. 11. 1979, p. 21.

ment débarrassées de la tête, des branchies, de la nageoire caudale et des viscères autres que les œufs, la lait ince et les reins, ainsi que, selon les présentations commerciales concernées, de la colonne vertébrale et de la peau.

#### Article 4

Les sardines mises en conserve peuvent être commercialisées sous l'une des présentations suivantes:

- 1) sardines: produit de base: élimination convenable de la tête, des branchies, de la nageoire caudale et des viscères. La tête est coupée perpendiculairement à la colonne vertébrale, à proximité des branchies;
- 2) sardines sans arêtes: par rapport au produit de base visé au point 1), élimination supplémentaire de la colonne vertébrale;
- 3) sardines sans peau et sans arêtes: par rapport au produit de base visé au point 1), élimination supplémentaire de la colonne vertébrale et de la peau;
- 4) filets de sardine: masses musculaires prélevées parallèlement à la colonne vertébrale, soit sur toute la longueur du poisson, soit sur une partie de celle-ci, après élimination de la colonne vertébrale, des nageoires, ainsi que du bord de la paroi abdominale. Les filets peuvent être présentés avec ou sans peau;
- 5) tronçons de sardines: portions de poisson contiguës à la tête, d'une longueur de trois centimètres au moins, obtenues à partir du produit de base, visé au point 1), par découpes perpendiculaires à la colonne vertébrale;
- 6) toute autre forme de présentation, à condition qu'elle se distingue clairement des présentations définies aux points 1) à 5).

#### Article 5

Aux fins de la dénomination de vente, visée à l'article 7, on distingue les milieux de couverture suivants, avec ou sans addition d'ingrédients supplémentaires:

- 1) huile d'olive;
- 2) autres huiles, végétales raffinées, y compris l'huile de grignon d'olive, utilisées seules ou en mélange;
- 3) sauce tomate;
- 4) jus naturel (liquide exsudant du poisson lors de la cuisson), solution saline ou eau;
- 5) marinades avec ou sans vin;
- 6) tout autre milieu de couverture, à condition qu'il se distingue clairement des milieux de couverture définis aux points 1) à 5).

Ces milieux de couverture peuvent être mélangés entre eux, à l'exception de l'huile d'olive qui ne peut pas être mélangée avec d'autres huiles.

#### Article 6

1. Les produits contenus dans le récipient, tels qu'ils se présentent après application du traitement de stérilisation, doivent au moins satisfaire aux critères suivants:

- a) les sardines ou parties de sardines doivent, pour les présentations décrites à l'article 4 points 1) à 5):
  - être de dimensions raisonnablement uniformes et régulièrement disposées dans le récipient,
  - être aisément séparables l'une de l'autre,
  - être exemptes de ruptures importantes de la paroi abdominale,
  - être exemptes de ruptures ou de déchirures de la chair,
  - être exemptes de jaunissement des tissus, à l'exception de faibles traces,
  - la chair doit présenter une consistance normale. Elle ne peut en aucun cas être excessivement fibreuse ou excessivement molle ou spongieuse,
  - la chair doit être de couleur claire ou rosée et ne peut présenter de rougissement périvertébral, à l'exception de faibles traces;
- b) en ce qui concerne le milieu de couverture, avoir une couleur et une consistance caractéristiques de sa dénomination et des ingrédients utilisés. Dans le cas d'une couverture à l'huile, celle-ci ne peut contenir un exsudat aqueux supérieur à 8 % du poids net;
- c) conserver l'odeur et le goût caractéristiques de l'espèce «*sardina pilchardus* WALBAUM» et du type de milieu de couverture et être exemptes d'odeurs et de goûts désagréables, notamment de goût amer, oxydé ou rance;
- d) être exemptes de corps étrangers;
- e) en ce qui concerne les produits avec arêtes, la colonne vertébrale doit être aisément séparable de la chair et friable;
- f) en ce qui concerne les produits sans peau ou sans arêtes, ne pas présenter de résidus importants de ces matières.

2. Le récipient ne peut présenter des oxydations extérieures ou des déformations affectant une bonne présentation commerciale.

#### Article 7

Sans préjudice des directives 79/112/CEE et 76/211/CEE, la dénomination de vente figurant sur les préemballages des conserves de sardines est déterminée en fonction du rapport entre le poids des sardines contenu dans le récipient après stérilisation et le poids net, exprimés en grammes.

- a) Pour les présentations visées à l'article 4 points 1) à 5), ce rapport est au moins égal aux valeurs suivantes:
  - 70 % pour les milieux de couverture visés à l'article 5 points 1), 2), 4) et 5),
  - 65 % pour le milieu de couverture visé à l'article 5 point 3),
  - 50 % pour les milieux de couverture visés à l'article 5 point 6).

Lorsque ces valeurs sont respectées, la dénomination de vente est établie en fonction de la présentation de la sardine, sur la base de la désignation concernée visée à l'article 4. La désignation du milieu de couverture utilisé doit faire partie intégrante de la dénomination de vente.

Dans le cas des produits à l'huile, le milieu de couverture est désigné par:

- «à l'huile d'olive», lorsque cette huile a été utilisée,  
ou
  - «à l'huile végétale», lorsque sont utilisées les autres huiles végétales raffinées, y compris l'huile de grignon d'olive, ou leurs mélanges  
ou
  - «à l'huile de», suivi de la désignation de sa nature spécifique.
- b) Pour les présentations visées à l'article 4 point 6), ce rapport doit au moins être égal à 35%.
- c) Pour les préparations culinaires autres que celles décrites au point a), la dénomination de vente doit indiquer la spécificité de la préparation culinaire.

Par dérogation à l'article 2 deuxième tiret et au point b) du présent article, les préparations à base de chair de

sardines, impliquant la disparition de sa structure musculaire, peuvent contenir la chair d'autres poissons ayant subi le même traitement, à condition que la part de sardine soit au moins égale à 25%.

- d) La dénomination de vente, telle que définie au présent article, est réservée aux produits visés à l'article 2.

#### Article 8

La Commission arrête, en tant que de besoin et selon la procédure prévue à l'article 33 du règlement (CEE) n° 3796/81, les mesures nécessaires à l'application du présent règlement, notamment le plan d'échantillonnage destiné à apprécier la conformité des lots de fabrication avec le présent règlement.

#### Article 9

Le présent règlement entre en vigueur le troisième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Il est applicable à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1990.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Luxembourg, le 21 juin 1989.

Par le Conseil

Le président

C. ROMERO HERRERA

## I

(Actes dont la publication est une condition de leur applicabilité)

## RÈGLEMENT (CEE) N° 1536/92 DU CONSEIL

du 9 juin 1992

fixant les normes communes de commercialisation pour les conserves de thon et de bonite

LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne,

vu le règlement (CEE) n° 3687/91 du Conseil, du 28 novembre 1991, portant organisation commune des marchés dans le secteur des produits de la pêche<sup>(1)</sup>, et notamment son article 2 paragraphe 3,

vu la proposition de la Commission,

considérant que le règlement (CEE) n° 3687/91 prévoit la possibilité de fixer des normes communes de commercialisation pour les produits de la pêche commercialisés dans la Communauté, en vue notamment d'éliminer du marché les produits de qualité commerciale non satisfaisante et de faciliter les relations commerciales sur la base d'une concurrence loyale;

considérant que la fixation de telles normes pour les conserves de thon et de bonite est susceptible d'améliorer la rentabilité de la production thonière de la Communauté ainsi que de ses débouchés, et de faciliter l'écoulement des produits;

considérant que, en vue notamment d'assurer une bonne transparence du marché, il est nécessaire de spécifier que les produits concernés doivent être préparés exclusivement à partir d'espèces bien définies et contenir une quantité minimale de poisson;

considérant que l'objet du présent règlement est de définir une appellation commerciale des produits en question; qu'elle ne préjuge en rien du classement et du traitement tarifaire lors de l'importation de ces produits dans la Communauté, notamment pour l'octroi des régimes préférentiels;

considérant qu'afin de garantir une clarification de la dénomination de vente des produits concernés, il convient de définir les présentations sous lesquelles ils sont commercialisés ainsi que de préciser la façon dont les milieux de couverture doivent être désignés; que ces éléments ne peuvent toutefois être de nature à exclure les

éventuels produits nouveaux qui pourraient apparaître sur le marché;

considérant que la directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard<sup>(2)</sup> et la directive 76/211/CEE du Conseil, du 20 janvier 1976, concernant le rapprochement des législations des États membres relatives au préconditionnement en masse ou en volume de certains produits en préemballage<sup>(3)</sup> définissent les indications nécessaires à une information et à une protection correctes du consommateur quant au contenu des récipients; que, pour ce qui est des conserves de thon et de bonite, il convient, en plus, de déterminer la dénomination de vente des produits en fonction de la présentation commerciale ou de la préparation culinaire proposée et, le cas échéant, du milieu de couverture utilisé; qu'il convient de prévoir que l'étiquetage des produits concernés doit obligatoirement indiquer la teneur de poisson contenu dans la boîte; qu'il faut préciser ce que l'on entend par la dénomination de vente « au naturel »;

considérant que la directive 91/493/CEE du Conseil, du 22 juillet 1991, fixant les règles sanitaires régissant la production et la mise sur le marché des produits de la pêche<sup>(4)</sup> vise à assurer l'harmonisation des prescriptions sanitaires à respecter lors de la commercialisation des produits de la pêche sur le marché communautaire, ainsi qu'à garantir la protection de la santé publique; que les dispositions de la présente norme commerciale sont applicables sans préjudice des règles sanitaires en vigueur;

considérant qu'il convient de confier à la Commission l'adoption, si nécessaire, des mesures d'application de caractère technique, dans le respect des obligations internationales de la Communauté,

(1) JO n° L 33 du 8. 2. 1979, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 91/72/CEE de la Commission (JO n° L 42 du 16. 2. 1991, p. 27).

(2) JO n° L 46 du 21. 2. 1976, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 78/891/CEE (JO n° L 311 du 4. 11. 1978, p. 21).

(3) JO n° L 268 du 24. 9. 1991, p. 15.

(4) JO n° L 354 du 23. 12. 1991, p. 1.

## A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT :

*Article premier*

Le présent règlement définit les normes auxquelles est soumise la commercialisation des conserves de thon et de bonite dans la Communauté.

*Article 2*

1. La dénomination de vente des conserves de thon ou de bonite, telle qu'établie à l'article 5, est réservée aux produits qui satisfont aux conditions suivantes :

1) en ce qui concerne les conserves de thon :

- relever des codes NC 1604 14 10 et ex 1604 20 70,
- être préparées exclusivement à partir de l'une des espèces définies au point I de l'annexe du présent règlement ;

2) en ce qui concerne les conserves de bonite :

- relever des codes NC 1604 14 90, ex 1604 20 50, 1604 19 30, ex 1604 20 70, ex 1604 19 99 et ex 1604 20 90,
- être préparées exclusivement à partir de l'une des espèces définies au point II de l'annexe du présent règlement.

2. Le mélange d'espèces de poissons différentes dans un même récipient n'est pas autorisé.

Toutefois, les préparations culinaires à base de chair de thon ou de bonite impliquant la disparition de sa structure musculaire peuvent contenir la chair d'autres poissons ayant subi le même traitement, à condition que la part de thon ou de bonite, ou leur mélange, soit au moins égale à 25 % du poids net.

*Article 3*

1. Lorsque les mentions relatives à la présentation commerciale du produit, visées ci-après, sont indiquées dans la dénomination de vente établie à l'article 5, elles doivent correspondre aux définitions suivantes :

i) entier : la masse musculaire est tranchée transversalement et se présente sous la forme d'une tranche entière, constituée d'un seul morceau ou reconstituée par l'assemblage compact d'une ou plusieurs portions de chair ;

La présence de miettes est tolérée jusqu'à concurrence de 18 % du poids de poisson.

Toutefois, lorsque la masse musculaire est embottée crue, la présence de miettes est interdite ; des fragments de chair peuvent toutefois être ajoutés, si nécessaire, pour parfaire le remplissage du récipient ;

ii) morceaux : fragments de chair dont la structure musculaire initiale est conservée et dont la dimension dans la plus petite de ses directions ne doit pas être inférieure à 1,2 centimètre.

La présence de miettes est tolérée jusqu'à concurrence de 30 % du poids de poisson ;

iii) filets :

- a) bandes musculaires longitudinales prélevées dans la masse musculaire parallèlement à la colonne vertébrale ;
- b) bandes musculaires provenant de la paroi abdominale ; dans ce cas les filets peuvent aussi être dénommés « ventrèches » ;

iv) miettes : fragments de chair dont la structure musculaire initiale est conservée et dont la taille est hétérogène ;

v) brisures : particules de chair de dimension uniforme, ne constituant pas une pâte.

2. Toute autre forme de présentation que celles visées au paragraphe 1 ou toute préparation culinaire est admise, à condition qu'elle soit clairement identifiée dans la dénomination de vente.

*Article 4*

Au cas où le milieu de couverture utilisé fait partie intégrante de la dénomination de vente, les conditions figurant ci-après doivent être respectées :

- la désignation « à l'huile d'olive » est réservée aux produits utilisant seule l'huile d'olive, à l'exclusion de tout mélange avec des huiles d'autre nature,
- la désignation « au naturel » est réservée aux produits utilisant le jus naturel (liquide exsudant du poisson lors de la cuisson) ou une solution saline ou de l'eau, éventuellement additionnés d'herbes, d'épices ou des arômes naturels, tels que définis par la directive 88/388/CEE (1),
- la désignation « à l'huile végétale » est réservée aux produits utilisant des huiles végétales raffinées, seules ou en mélange,
- la désignation « tout milieu de couverture utilisé doit être mentionnée de manière claire et explicite, selon son nom commercial usuel.

*Article 5*

1. Sans préjudice des dispositions prévues par les directives 79/112/CEE et 76/211/CEE, la dénomination de vente figurant sur les préemballages des conserves de thon et de bonite doit indiquer :

a) pour les présentations visées à l'article 3 paragraphe 1 :

- le type de poisson utilisé (thon ou bonite),
- la présentation sous laquelle le poisson est commercialisé, sur la base de la désignation concernée visée à l'article 3 ; cette précision est toutefois facultative dans le cas de la présentation visée à l'article 3 paragraphe 1 point i),
- la désignation du milieu de couverture utilisé, sous respect des conditions visées à l'article 4 ;

(1) JO n° L 104 du 22. 6. 1988, p. 61.

b) pour les présentations visées à l'article 3 paragraphe 2 :

- le type de poisson utilisé (thon ou bonite),
- la spécificité de la préparation culinaire.

2. La dénomination de vente des conserves de thon ou de bonite, telles que définies à l'article 2 paragraphe 1 points 1 et 2, respectivement, ne peut, en aucun cas, composer l'association des mots thon et bonite.

3. Sans préjudice de l'article 2 et du paragraphe 2 du présent article, dans le cas d'un usage commercial établi, le type de poisson utilisé (thon ou bonite) ainsi que l'espèce concernée peuvent, dans la dénomination de vente, être désignés par le nom consacré par les usages de l'État membre dans lequel s'effectue la commercialisation des produits.

4. La dénomination de vente « au naturel » ne peut être utilisée que pour les conserves commercialisées sous les présentations visées à l'article 3 paragraphe 1 points i) à iii) et dans le milieu de couverture, tel que désigné à l'article 4 deuxième tiret.

#### Article 6

Sans préjudice des dispositions communautaires visées aux articles 7 et 8 de la directive 79/112/CEE, le rapport entre le poids de poisson contenu dans le récipient après stérilisation et le poids net, exprimés en grammes, doit être au moins égal aux valeurs suivantes :

- a) pour les présentations visées à l'article 3 paragraphe 1 :
  - 70 % pour le milieu de couverture visé à l'article 4 deuxième tiret,

— 65 % pour les autres milieux de couverture ;

b) 25 % pour les présentations ou préparations culinaires visées à l'article 3 paragraphe 2.

#### Article 7

Les normes fixées par le présent règlement sont applicables sans préjudice des normes fixées par la directive 91/493/CEE.

#### Article 8

La Commission arrête, en tant que de besoin et selon la procédure prévue à l'article 36 du règlement (CEE) n° 3687/91, les mesures nécessaires à l'application du présent règlement.

#### Article 9

1. Le présent règlement entre en vigueur le troisième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Il est applicable à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1993.

2. Les produits en stock qui avaient été étiquetés avant le 1<sup>er</sup> janvier 1993 peuvent être commercialisés jusqu'à leur date de durabilité minimale indiquée sur l'emballage.

3. Par dérogation à l'article 5 paragraphe 2, les conserves de thon ou de bonite comportant l'association des mots thon et bonite dans la dénomination de vente peuvent être commercialisées pendant une période de trois ans à partir de la date d'entrée en vigueur du présent règlement.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Luxembourg, le 9 juin 1992.

Par le Conseil

Le président

Edoardo de AZEVEDO SOARES

## ANNEXE

## ESPÈCES VISÉES À L'ARTICLE 2

## I. THON

- 1) Espèces du genre *thunnus*
  - a) Thon blanc ou germon (*thunnus alafunga*)
  - b) Thon à nageoires jaunes (*thunnus (macrurus) c. thascus*)
  - c) Thon rouge (*thunnus thynnus*)
  - d) Thon obèse (*thunnus (parathunnus) obesus*)
  - e) Autres espèces du genre *thunnus*
- 2) Listao ou bonite à ventre rayé  
(*Euthynnus (Katsuwonus) pelamis*)

## II. BONITE

- 1) Espèces du genre *sarda*
    - a) Bonite à dos rayé (*sarda sarda*)
    - b) Bonite du Pacifique orient. (*sarda chilensis*)
    - c) Bonite de l'océan Indien (*sarda orientalis*)
    - d) Autres espèces du genre *sarda*
  - 2) Espèces du genre *euthynnus*, à l'exception de l'espèce *euthynnus (Katsuwonus) pelamis*
    - a) Thonine commune (*euthynnus alletteratus*)
    - b) Thonine orientale (*euthynnus affinis*)
    - c) Thonine noire (*euthynnus lineatus*)
    - d) Autres espèces du genre *euthynnus*
  - 3) Espèces du genre *auxis*
    - a) *Melus (auxis thazard)*
    - b) *Auxis rochei*
-

# COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

COM(92) 527 final

Bruxelles, le 9 décembre 1992

Proposition de

## REGLEMENT (CEE) DU CONSEIL

portant ouverture et mode de gestion de contingents tarifaires  
communautaires de certains produits agricoles originaires  
d'Algérie, du Maroc, de Tunisie et d'Égypte  
(1993)

(présentée par la Commission)

## EXPOSE DES MOTIFS

1. Les accords de coopération entre la Communauté économique européenne, d'une part, la République algérienne et le Royaume du Maroc, la République tunisienne et la République d'Égypte d'autre part, prévoient en leurs articles respectifs l'ouverture de contingents tarifaires communautaires en vue de l'importation dans la Communauté de :
- 39 000 tonnes et de 98 000 tonnes de pommes de terre de primeurs, relevant du code NC ex 0701 90 51, originaires respectivement du Maroc et d'Égypte (1.1-31.3),
  - 10 100 tonnes et 4 200 tonnes d'oignons, à l'état frais ou réfrigéré, relevant des codes NC ex 0703 10 11, ex 0703 10 19 et ex 0703 90 90, originaires respectivement d'Égypte (1.2-15.5), et du Maroc (15.2-15.5),
  - 6 400 tonnes de haricots, à l'état frais ou réfrigéré, relevant du code NC ex 0708 20 10, originaires d'Égypte (1.11-30.4),
  - 4 900 tonnes d'oignons relevant du code NC 0712 20 00, originaires d'Égypte,
  - 100 tonnes de préparations et conserves de certaines sardines, relevant des codes NC ex 1604 13 11, ex 1604 13 19 et ex 1604 20 50, originaires de Tunisie,
  - 8 700 tonnes de pois et haricots verts préparés ou conservés, relevant des codes NC 2004 90 50, 2005 40 00 et ex 2005 59 00, originaires du Maroc,
  - 8 250 tonnes et 4 300 tonnes de pulpes d'abricots relevant du code NC ex 2008 50 91, originaires respectivement du Maroc et de Tunisie,
  - 15 000 tonnes de jus d'oranges, relevant des codes NC 2009 11 11; 19 et 2009 19 11; 19; 91; 99 dont la part des jus importés en emballage d'un contenu inférieur ou égal à 2 l ne doit pas dépasser 4 500 tonnes, originaires du Maroc,
  - 200 000 hl, 50 000 hl et 50 000 hl de certains vins d'appellation d'origine, présentés en récipients contenant deux litres ou moins, relevant des codes NC ex 2204 21 25; ex 29; ex 35 et ex 39, originaires respectivement d'Algérie, du Maroc et de Tunisie.
  - 200 000 hl, 160 000 hl et 85 000 hl de vins de raisins frais, relevant des codes NC ex 2204 21 et ex 2204 29, originaires respectivement d'Algérie, du Maroc et de Tunisie.

2. Toutefois, les volumes des contingents tarifaires doivent être majorés de 3 ou de 5% chaque année à compter du 1er janvier 1992, et les droits de douane applicables dans la Communauté dans sa composition au 31 décembre 1985 sont éliminés en deux tranches égales, le 1er janvier 1992 et le 1er janvier 1993, en application du règlement (CEE) n° 1764/92<sup>(1)</sup>, modifiant le régime applicable à l'importation dans la Communauté de certains produits agricoles originaires d'Algérie, de Chypre, d'Égypte, de Jordanie, du Liban, d'Israël, de Malte, du Maroc, de la Syrie et de la Tunisie.
  
3. L'accord de coopération avec la République tunisienne prévoit que les préparations et conserves de certaines sardines relevant des codes NC ex 1604 13 11, ex 1604 13 19 et ex 1604 20 50 et originaires de Tunisie seront admises à l'importation dans la Communauté en exemption des droits de douane et que les modalités de ce régime doivent être fixées par un échange de lettres entre la Communauté et la Tunisie. Etant donné que cet échange de lettres n'est pas encore intervenu, il convient de reconduire, jusqu'au 31 décembre 1993, le régime communautaire appliqué en 1992 pour une quantité de 100 tonnes.
  
4. Il y a donc lieu d'ouvrir ces contingents tarifaires communautaires pour les périodes indiquées à l'article premier.
  
5. Concernant le mode de gestion de ces contingents, il est proposé d'affecter la totalité des volumes contingentaires à la constitution de réserves communautaires auxquelles auront accès tous les Etats membres selon la procédure prévue à l'article 3 du règlement proposé.

Tel est l'objet de la proposition ci-annexée.

Annexe : 1 proposition de règlement.

---

(1) JO n° L 181 du 1.7.1992, p. 9.

Proposition de  
RÈGLEMENT (CEE) N° 192 DU CONSEIL

du

portant ouverture et mode de gestion de contingents tarifaires communautaires de certains produits agricoles originaires d'Algérie, du Maroc, de Tunisie et d'Égypte (1993)

LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 113,

vu la proposition de la Commission,

considérant que les accords de coopération entre la Communauté économique européenne, d'une part, et la République algérienne démocratique et populaire (1), le royaume du Maroc (2), la République tunisienne (3) et la République arabe d'Égypte (4), d'autre part, complétés par les protocoles additionnels à ces accords (5) (6) (7) (8), prévoient l'ouverture, par la Communauté, de contingents tarifaires communautaires de

- 39 000 tonnes et de 98 000 tonnes de pommes de terre de primeurs, relevant du code NC ex 0701 90 51, originaires respectivement du Maroc et d'Égypte (du 1<sup>er</sup> janvier au 31 mars),
- 10 100 tonnes et 4 200 tonnes d'oignons, à l'état frais ou réfrigéré, relevant des codes NC ex 0703 10 11, ex 0703 10 19 et ex 0709 90 90, originaires d'Égypte (du 1<sup>er</sup> février au 15 mai) et du Maroc (du 15 février au 15 mai),
- 6 400 tonnes de haricots, à l'état frais ou réfrigéré, relevant du code NC ex 0708 20 10, originaires d'Égypte (du 1<sup>er</sup> novembre au 30 avril),
- 4 900 tonnes d'oignons relevant du code NC 0712 20 00 originaires d'Égypte.

8 700 tonnes de pois et haricots verts préparés ou conservés, relevant des codes NC 2004 90 50, 2005 40 00 et 2005 59 00, originaires du Maroc.

- 8 250 tonnes et de 4 300 tonnes de pulpes d'abricots relevant du code NC ex 2008 50 91, originaires respectivement du Maroc et de Tunisie.

15 000 tonnes de jus d'orange, relevant des codes NC 2009 11 11, 2009 11 19, 2009 11 91, 2009 11 99, 2009 19 11, 2009 19 19, 2009 19 91 et 2009 19 99 originaires du Maroc, dont la part des jus importés en emballage d'un contenu inférieur ou égal à deux litres ne doit pas dépasser 4 500 tonnes.

300 000 hectolitres, 30 000 hectolitres et 30 000 hectolitres de certains vins d'appellation d'origine relevant des codes NC ex 2204 21 25, ex 2204 21 29, ex 2204 21 35 et ex 2204 21 39, originaires respectivement d'Algérie, du Maroc et de Tunisie.

- 200 000 hectolitres, 85 000 hectolitres et 160 000 hectolitres de vins de raisins frais, relevant des codes NC ex 2204 21 et ex 2204 29, originaires respectivement d'Algérie, du Maroc et de Tunisie.

considérant que, toutefois, l'accord de coopération avec la République tunisienne prévoit que les préparations et conserves de certaines sardines relevant des codes NC ex 1604 ex 1604 13 19 et ex 1604 20 50 et originaires de Tunisie seront admises à l'importation dans la Communauté en exemption de droits de douane, que les modalités de ce régime doivent être fixées par un échange de lettres entre la Communauté et la Tunisie, que, étant donné que cet échange de lettres n'est pas encore intervenu, il convient de reconduire, jusqu'au 31 décembre 1993, le régime communautaire appliqué en 1992 pour une quantité de 100 tonnes.

Considérant que les volumes de ces contingents tarifaires doivent être majorés de 3 ou de 5% chaque à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1992, et que les droits de douane applicables dans la Communauté dans sa composition au 31 décembre 1985 sont éliminés en deux tranches égales, le 1<sup>er</sup> janvier 1992 et le 1<sup>er</sup> janvier 1993, en application du règlement du Conseil (CEE) n° 1764/92 (9), modifiant le régime applicable à l'importation dans la Communauté de certains produits agricoles originaires d'Algérie, de Chypre, d'Égypte, de Jordanie, du Liban, d'Israël, de Malte, du Maroc, de la Syrie et de la Tunisie;

considérant qu'il y a lieu de garantir notamment l'accès égal et continu de tous les importateurs de la Communauté aux dits contingents et l'application, sans interruption, des taux prévus pour ces contingents à toutes les importations des produits en question dans tous les États membres jusqu'à épuisement des contingents,

Considérant qu'il incombe à la Communauté de décider de l'ouverture, en exécution de ses obligations internationales, de contingents

tarifaires; que rien ne s'oppose cependant à ce que, pour assurer l'efficacité de la gestion commune de ces contingents, les États membres soient autorisés à tirer sur les volumes contingentaires les quantités nécessaires correspondant aux importations effectives; que toutefois ce mode de gestion requiert une collaboration étroite entre les États membres et la Commission, laquelle doit notamment pouvoir suivre l'état d'épuisement des volumes contingentaires et en informer les États membres;

(1) JO n° L 263 du 27.9.1978, p. 2.

(2) JO n° L 264 du 27.9.1978, p. 2.

(3) JO n° L 265 du 27.9.1978, p. 2.

(4) JO n° L 266 du 27.9.1978, p. 2.

(5) JO n° L 297 du 21.10.1987, p. 2.

(6) JO n° L 224 du 13.8.1988, p. 17.

(7) JO n° L 297 du 21.10.1987, p. 36.

(8) JO n° L 297 du 21.10.1987, p. 11.

(9) JO n° L 181 du 1.7.1992, p. 9.

considérant que le royaume de Belgique, le royaume des Pays-Bas et le grand-duché de Luxembourg étant réunis et représentés par l'union économique Benelux, toute opération relative à la gestion des contingents peut être effectuée par l'un de ses membres,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT

Article premier

1. Les droits de douane à l'importation dans la Communauté des produits désignés ci-après et originaires d'Algérie, du Maroc, de Tunisie et d'Égypte sont suspendus aux niveaux, pendant les périodes et dans la limite des contingents tarifaires communautaires indiqués en regard de chacun d'eux.

considérant que les vins d'appellation d'origine en question sont soumis au respect du prix franco frontière de référence; que, afin que ces vins puissent bénéficier du contingent tarifaire, l'article 54 du règlement (CEE) n° 822/87 (1) modifié en dernier lieu par le règlement (CEE) n° 1325/90 (2), doit être respecté; que les vins doivent être présentés en récipients contenant deux litres ou moins; que ces vins doivent être accompagnés d'un certificat d'appellation d'origine conforme au modèle figurant à l'annexe D de l'accord ou, à titre dérogatoire, d'un document VI1 ou d'un extrait VI2 annoté conformément à l'article 9 du règlement (CEE) n° 3590/85 (3).

Numero d'ordre	Code NC (a)	Designation des marchandises	Origine	Volume du contingent	Droit contingentaire en %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
09 1115 09 1705	ex 0701 90 51	Pommes de terre de primeurs, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 mars 1993	Maroc Égypte	41 340 T 103 880 T	0 0
09 1701 09 1127	ex 0703 10 11 ex 0703 10 19 ... 0709 90 90	Oignons, y compris les oignons sauvages de l'espèce <i>Muscari communis</i> à l'état frais ou réfrigéré, du 1 <sup>er</sup> février au 15 mai 1993 pour l'Égypte et du 15 février au 15 mai 1993 pour le Maroc	Égypte Maroc	11 110 T 4 620 T	0 0
09 1709	ex 0708 20 10	Haricots ( <i>Phaseolus spp.</i> ), à l'état frais ou réfrigéré, du 1 <sup>er</sup> janvier au 30 avril 1993	Égypte	3 887 T	0
09 1701	0712 20 00	Oignons secs, même coupés en morceaux ou en tranches, ou bien broyés ou pulvérisés, mais non autrement préparés du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Égypte	5 390 T	0

(1) JO n° L 84 du 27.3.1987, p. 19

(2) JO n° L 112 du 23.5.1990, p. 19

(3) JO n° L 341 du 20.12.1985, p. 20

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
09 1201	ex1604 13 11 ex1604 13 19 ex1604 20 50	Préparations et conserves de sardines de l'espèce <i>Sardina pilchardus</i> , du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Tunisie	100 T	exemption
09 1119	2004 90 50 2005 40 00 2005 59 00	Pois - <i>Pisum sativum</i> ; et haricots verts, préparés ou conservés autrement qu'au vinaigre ou à l'acide acétique, congelés ou non, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Maroc	9 570 T	0
09 1105 09 1203	ex 2008 50 91	Pulpes d'abricots, sans addition d'alcool ni de sucre, en emballages immédiats, d'un contenu net de 4,5 kg ou plus, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Maroc Tunisie	9 075 T 4 730 T	0
09 1123	2009 11 11 2009 11 19 2009 11 91 2009 11 99 2009 19 11 2009 19 19 2009 19 91 2009 19 99	Jus d'oranges, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Maroc	15 900 T	0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0
09 1124	ex 2009 11 11 ex 2009 11 19 ex 2009 11 91 ex 2009 11 99 ex 2009 19 11 ex 2009 19 19 ex 2009 19 91 ex 2009 19 99	Jus d'oranges en emballage d'un contenu intérieur ou égal à 2 l	Maroc	4 950 T	0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0 0 - A.G.R. 0
09 1001	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	Vins d'appellation d'origine portant les noms suivants  Ain Bessem-Bouira, Medea, coteaux du Zaccar, Dahra, coteaux de Mascara, monts du Tessalab, coteaux de Tlemcen, ayant un titre alcoométrique acquis de 15% vol ou moins, présentes en récipients contenant 2 l ou moins, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Algérie	212 000 hl	exemption
09 1107	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	Vins d'appellation d'origine portant les noms suivants  Berkane, Sais, Beni Melit, Guerrouane, Zemmour, Zemmara, ayant un titre alcoométrique acquis de 15% vol ou moins et présentes en récipients contenant 2 l ou moins, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Maroc	53 000 hl	exemption
09 1205	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	Vins d'appellation d'origine portant les noms suivants  Coteaux de Fezbouza, coteaux d'Onque, Sidi Salem, Keliba, Thibar, Mornag, grand cru Mornag, ayant un titre alcoométrique acquis de 15% vol ou moins et présente en récipients contenant 2 l ou moins, du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1993	Tunisie	53 000 hl	exemption

(a) Les codes Taric figurent à l'annexe II

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9.1003 9.1129 9.1209		Vins de raisins frais, y compris les vins enrichis en alcools, moûts de raisins, autres que ceux du code NC 2009 :	Algérie Maroc Tunisie	212 000 hl 90 100 hl 169 600 hl	
	2204 10	- Vins mousseux : -- ayant un titre alcoométrique acquis égal ou supérieur à 8,5% vol :			
	2204 10 11	--- Champagne			} exemption
	2204 10 19	--- autres			
	2204 10 90	-- autres			
		- autres vins, moûts de raisins dont la fermentation a été empêchée ou arrêtée par addition d'alcool;			
		-- en récipients d'une contenance n'excédant pas 2 l :			
	2204 21 10	--- Vins, autres que ceux visés au n° 2204 10, présentés dans des bouteilles fermées par un bouchon "champignon" maintenu à l'aide d'attaches ou de liens; vins autrement présentés ayant, à la température de 20°C, une surpression due à l'anhydride carbonique en solution, non inférieure à 1 bar et inférieure à 3 bar			exemption
		--- autres :			
		----- ayant un titre alcoométrique acquis n'excédant pas 13% vol :			
		----- autres :			
	2204 21 25	----- Vins blancs			} exemption
	ex2204 21 29	----- autres vins			
		----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 13% et n'excédant pas 15% vol :			
		----- autres;			
	2204 21 35	----- Vins blancs			} exemption
	ex2204 21 39	----- autres vins			
		----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 15% vol et n'excédant pas 18% vol :			
		----- autres			
	ex2204 21 49	----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 18% vol et n'excédant pas 22% vol;			exemption
		----- autres			
	ex2204 21 59	----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 22% vol			} exemption
	ex2204 21 90	-- autres:			
	2204 29 10	--- Vins, autres que ceux visés au n° 2204 10, présentés dans des bouteilles fermées par un bouchon "champignon" maintenu à l'aide d'attaches ou de liens; vins autrement présentés ayant, à la température de 20°C, une surpression due à l'anhydride carbonique en solution, non inférieure à 1 bar et inférieure à 3 bar			exemption
		--- autres:			
		----- ayant un titre alcoométrique acquis n'excédant pas 13% vol;			
		----- autres :			
	2204 29 25	----- Vins blancs			} exemption
	ex2204 29 29	----- autres vins			

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<p>2204 29 35 ex 2204 29 39</p> <p>ex 2204 29 49</p> <p>ex 2204 29 59 ex 2204 29 90</p>	<p>----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 13% vol et n'excédant pas 15% vol :</p> <p>----- autres :</p> <p>----- Vins blancs</p> <p>----- autres vins</p> <p>----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 15% vol et n'excédant pas 18% vol :</p> <p>----- autres</p> <p>----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 18% vol et n'excédant pas 22% vol :</p> <p>----- autres</p> <p>----- ayant un titre alcoométrique acquis excédant 22% vol</p> <p>du 1er janvier au 31 décembre 1993</p>			<p>exempt</p> <p>exempt</p> <p>exempt</p>

2. Les vins en question sont soumis au respect du prix franco frontière de référence.

Pour que ces vins puissent bénéficier des contingents tarifaires, l'article 54 du règlement (CEE) n° 822/87 doit être respecté.

3. À l'importation, chacun des vins d'appellation d'origine en question doit être accompagné d'un certificat d'appellation d'origine émis par l'autorité algérienne, marocaine ou tunisienne compétente, conformément au modèle annexé au présent règlement, ou, à titre dérogatoire, d'un document VI 1 ou d'un extrait VI 2 annoté conformément à l'article 9 du règlement (CEE) n° 3590/85.

#### Article 2

Les contingents tarifaires visés à l'article 1<sup>er</sup> sont gérés par la Commission, qui peut prendre toute mesure administrative utile en vue d'en assurer une gestion efficace.

#### Article 3

Si un importateur présente dans un État membre une déclaration de mise en libre pratique comprenant une demande de bénéfice préférentiel pour les produits visés par le présent règlement, et si cette déclaration est acceptée par les autorités douanières, l'État membre concerné procède, par voie de notification à la Commission, à un tirage, sur les volumes des contingents tarifaires, d'une quantité correspondant à ces besoins.

Les demandes de tirages avec indication de la date d'acceptation de ladite déclaration doivent être transmises à la Commission sans retard.

Les tirages sont accordés par la Commission en fonction de la date d'acceptation des déclarations de mise en libre pratique par les autorités douanières de l'État membre concerné, dans la mesure où le solde disponible le permet.

Si un État membre n'utilise pas les quantités tirées, il reverse dès que possible dans les volumes contingentaires.

Si les quantités demandées sont supérieures au solde disponible des volumes contingentaires, l'attribution est faite prorata des demandes. Les États membres sont informés par la Commission de ces tirages effectués.

#### Article 4

Chaque État membre garantit aux importateurs des produits en question un accès égal et continu aux contingents tant que le solde des volumes contingentaires le permet.

#### Article 5

Les États membres et la Commission collaborent étroitement afin d'assurer le respect du présent règlement.

#### Article 6

Le présent règlement entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1983.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le

Par le Conseil  
Le président

## ANNEXE I

1 المصدر - Exporter - Exportateur	2 الرقم - Number - Numéro	00000	
4 المرسل اليه - Consignee - Destinataire	3 (Name of authority guaranteeing the designation of origin - Nom de l'organisme garantissant la dénomination d'origine)		
6 وسيلة النقل - Means of transport - Moyen de transport	5. شهادة التسمية الاصلية CERTIFICATE OF DESIGNATION OF ORIGIN CERTIFICAT D'APPELLATION D'ORIGINE		
8 مكان الاخراج - Place of unloading - Lieu de déchargement	7 (Designation of origin - Nom de la dénomination d'origine)		
9 اعداد وسبع الطرود ، الاضاح والارقام - Marks and numbers, number and kind of packages - Marques et numeros, nombre et nature des colis	10 الوزن الخام Gross weight Poids brut	11 لترات Litres Litres	
12 لترات بالحروف - Litres (in words) - Litres (en lettres)			
13 أتمه الهيئة المرسله - Certificate of the issuing authority - Visa de l'organisme emetteur			
14 أتمه الجمارك - Customs stamp - Visa de la douane	(See the translation under No 15 - Voir traduction au n° 15)		

15 We hereby certify that the wine described in this certificate is wine produced within the wine district of \_\_\_\_\_ and  
is considered by Algerian/Moroccan/Tunisian legislation as entitled to the designation of origin  
The alcohol added to this wine is alcohol of vinous origin.

Nous certifions que le vin décrit dans ce certificat a été produit dans la zone de \_\_\_\_\_ et est reconnu, suivant la loi  
algérienne/marocaine/tunisienne comme ayant droit à la dénomination d'origine.  
L'alcool ajouté à ce vin est de l'alcool d'origine vinique.

16. (\*)

يحتفظ بهذه الحانه لبيانات اخرى من الدولة المصدره

(\*) Space reserved for additional details given in the exporting country

(\*) Case réservée pour d'autres indications du pays exportateur

ANNEXE II

Codes Tarif

Numero d'ordre	Code NC	Code Tarif
09 1115 09 1705	ex 0701 90 51	0701 90 51 * 10 0701 90 51 * 20
09 1701	ex 0703 10 11  ex 0703 10 19  ex 0709 90 90	0703 10 11 * 10 0703 10 11 * 20 0703 10 11 * 30 0703 10 19 * 91 0703 10 19 * 92 0703 10 19 * 93 0709 90 90 * 51 0709 90 90 * 52 0709 90 90 * 53 0709 90 90 * 54
09 1127	ex 0703 10 11  ex 0703 10 19  ex 0709 90 90	0703 10 11 * 20 0703 10 11 * 30 0703 10 19 * 92 0703 10 19 * 93 0709 90 90 * 52 0709 90 90 * 53 0709 90 90 * 54
09 1709	ex 0708 20 10	0708 20 10 * 41 0708 20 10 * 49
09 1201	ex1604 13 11 ex 1604 13 19 ex 1604 20 50	1604 13 11 * 10 1604 13 19 * 10 1604 20 50 * 11
09 1105 09 1203	ex 2008 50 91	2008 50 91 * 20
09 1124	ex 2009 11 11 ex 2009 11 19 ex 2009 11 91 ex 2009 11 99  ex 2009 19 11 ex 2009 19 19 ex 2009 19 91 ex 2009 19 99	2009 11 11 * 10 2009 11 19 * 10 2009 11 91 * 10 2009 11 99 * 10 2009 11 99 * 91 2009 19 11 * 10 2009 19 19 * 10 2009 19 91 * 10 2009 19 99 * 10
09 1001	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	2204 21 25 * 92 2204 21 29 * 91 2204 21 35 * 92 2204 21 39 * 91
09 1107	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	2204 21 25 * 91 2204 21 29 * 91 2204 21 35 * 91 2204 21 39 * 92
09 1705	ex 2204 21 25 ex 2204 21 29 ex 2204 21 35 ex 2204 21 39	2204 21 25 * 93 2204 21 29 * 91 2204 21 35 * 91 2204 21 39 * 93

Numero d'ordre	Code NC	Code Tarif
09.1003	ex2204 21 29  ex2204 21 39  ex2204 21 49 ex2204 21 59 ex2204 21 90 ex2204 29 29 ex2204 29 39  ex2204 29 49 ex2204 29 59 ex2204 29 90	2204 21 29*91 2204 21 29*95 2204 21 29*96 2204 21 39*91 2204 21 39*94 2204 21 39*95 2204 21 39*96 2204 21 49*19 2204 21 49*29 2204 21 59*19 2204 21 59*39 2204 21 90*10 2204 29 29*91 2204 29 39*91 2204 29 39*92 2204 29 39*93 2204 29 49*19 2204 29 49*39 2204 29 59*19 2204 29 59*39 2204 29 90*19
09.1129	ex2204 21 29  ex2204 21 39  ex2204 21 49 ex2204 21 59 ex2204 21 90  ex2204 29 29 ex2204 29 39  ex2204 29 49 ex2204 29 59 ex2204 29 90	2204 21 29*92 2204 21 29*95 2204 21 29*96 2204 21 39*92 2204 21 39*94 2204 21 39*95 2204 21 39*96 2204 21 49*19 2204 21 49*29 2204 21 59*19 2204 21 59*39 2204 21 90*10 2204 29 29*91 2204 29 39*91 2204 29 39*92 2204 29 39*93 2204 29 49*19 2204 29 49*39 2204 29 59*19 2204 29 59*39 2204 29 90*10

Numéro d'ordre	Code NC	Code TARIC
09.1209	ex2204 21 29	2204 21 29*93
		2204 21 29*95
		2204 21 29*96
	ex2204 21 39	2204 21 39*93
		2204 21 39*94
		2204 21 39*95
		2204 21 39*96
	ex2204 21 49	2204 21 49*19
		2204 21 49*29
	ex2204 21 59	2204 21 59*19
		2204 21 59*39
	ex2204 21 90	2204 21 90*10
	ex2204 29 29	2204 29 29*91
	ex2204 29 39	2204 29 39*91
		2204 29 39*92
		2204 29 39*93
	ex2204 29 49	2204 29 49*19
		2204 29 49*39
	ex2204 29 59	2204 29 59*19
		2204 29 59*39
	ex2204 29 90	2204 29 90*19

**FICHE FINANCIERE**

1. Ligne budgétaire concernée : Chap. 12 art. 120
2. Base juridique : art. 113 du traité.
3. Intitulé de la mesure tarifaire : Proposition de règlement du Conseil portant ouverture et mode de gestion de contingents tarifaires communautaires de certains produits agricoles, originaires d'Algérie, du Maroc, de Tunisie et d'Egypte (1993).
4. Objectif : Exécution d'une obligation contractuelle (Accord CEE/ALGERIE/MAROC/TUNISIE/EGYPTE).
5. Mode de calcul :

Designation des marchandises	code NC	Origine	Volume du contingent - en t -	Période	Droits à appliquer - en E -	Droits de la MC - en E -	Pris à estimer ECUS	Perte des recettes en ECU
Pommes de terre de primeurs	ex 0701 90 51	MA	41 340	1.1.-31.3	0	15	365	2 263 365
		EG	103 880	1.1.-31.3	0	15	254	3 957 828
Origans à l'état frais ou réfrigérés	ex 0703 10 11 ex 0703 10 19 ex 0703 90 90	EG	11 170	1.2.-15.5	0	12	324	431 956
		MA	4 620	15.2.-15.5	0	10	-	239 500
Hericots à l'état frais ou réfrigérés	ex 0708 20 10	EG	3 887	1.1.-30.4	0	13	661	334 009
Origans secs	07 2 20 00	EG	5 390	1.1.-31.12	0	16	1 578	1 360 667
Préparations et conserves de sarrins	ex1604 13 10 ex1604 20 90	RU	100	1.1.-31.12	exemption	25	2 157	53 925
Pois et hericots préparés ou conservés	2002 90 50 2002 40 00 ex 2002 99 00	MA	9 570	1.1.-31.12	0	24	1 241	2 850 328
Pistons d'aricots	ex 2008 90 91	MA	9 075	1.1.-31.12	0	12	610	941 077
		MA	4 780					490 501
Jus d'oranges	2009 11 11 10 2009 11 91 99 2009 19 11 10 2009 19 91 99	MA	900	1.1.-31.12	0	21.5	1 732	13 568 060
		MA					981	
		MA						
		MA						
Vins d'aricots d'origine	ex 2204 21 25 ex 29 ex 35 ex 39	RU	212 000 hl	1.1.-31.12	0	16.5		3 074 000
		RU	53 000 hl			16.9		895 700
		RU	53 000 hl			15.7		832 100
Vins de raisins frais	2204 21 25 ex 29 2204 21 35 ex 39 2204 29 25 ex 29 2204 29 35 ex 39	RU	212 000 hl	1.1.-31.12	0	16.5		3 074 000
		MA	90 100 hl			16.9		1 522 690
		RU	169 600 hl			10.9		1 848 640
		MA						

\* taxation spécifique

6. Perte de recettes

La perte de recettes totale à inscrire pour l'année 1993 s'élève à 37 758 546 ECUS. En 1992 une perte globale de 27 385 520 ECUS a été inscrite.