

Baccalauréat professionnel - Cultures marines

E22 Économie et commercialisation

Durée : 2 heures

Est autorisé l'usage des calculatrices non programmables sans mémoire alphanumérique et des calculatrices avec mémoire alphanumérique et/ou avec écran graphique qui disposent d'une fonctionnalité « mode examen » conforme.

Nota :

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il(elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence. De même, si cela le(la) conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il(elle) doit la(ou les) mentionner explicitement.

La copie rendue ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, il convient de s'abstenir de signer ou d'identifier le document.

L'EARL OSTRÉA (Exploitation Agricole à Responsabilité Limitée) est située en Bretagne, dans le Finistère Nord. Créée il y a 15 ans, elle est spécialisée dans l'ostréiculture. Son gérant, monsieur MONCAS, souhaite diversifier son activité et se lancer dans le secteur de l'algoculture pour l'alimentation humaine. Il vous charge d'étudier les opportunités de développement de cette filière et ses débouchés commerciaux.

1^{re} QUESTION (valeur = 10)

Répondre à l'aide des connaissances acquises et des informations fournies en **ANNEXES SUPPORTS 1 ET 2**.

1. (valeur = 3)

Identifier trois caractéristiques de la production d'algues en France.

2. (valeur = 1)

Relever deux difficultés liées à l'implantation de l'algoculture en France.

3. (valeur = 3)

Présenter trois avantages pour l'EARL OSTRÉA de se diversifier dans ce nouveau secteur d'activité.

4. (valeur = 3)

4.1 (valeur = 1)

Nommer les deux grandes familles de produits proposés sur le marché des algues alimentaires en France.

4.2 (valeur = 2)

Citer deux caractéristiques pour chacune de ces familles de produits.

2^e QUESTION (valeur = 10)

Répondre à l'aide des connaissances acquises et des informations fournies en **ANNEXES SUPPORTS 3 ET 4**.

1. (valeur = 3)

Rechercher, en se basant sur la méthode SONCASE, les motivations d'achat du consommateur final pour les algues alimentaires.

2. (valeur = 1)

Présenter quatre freins à la consommation de ces produits par le consommateur final.

3. (valeur = 2)

Proposer 2 actions de communication (médias et relations publiques) à mettre en place par l'EARL OSTRÉA pour améliorer la notoriété des algues alimentaires auprès du consommateur final.

4. (valeur = 1)

Citer les principaux circuits de distribution utilisés par les entreprises pour la commercialisation des algues alimentaires cultivées en France.

5. (valeur = 2)

Sélectionner, en justifiant la réponse, deux nouveaux circuits de distribution adaptés à l'EARL OSTRÉA pour la commercialisation de ses futurs produits à base d'algues alimentaires.

6. (valeur = 1)

Montrer l'intérêt pour l'EARL OSTRÉA de commercialiser ces futurs produits sous le signe officiel de qualité « Agriculture Biologique ».

ANNEXE SUPPORT 1 (1/2)

NE DOIT PAS ÊTRE RENDUE AVEC LA COPIE D'EXAMEN

La filière algues française

La filière algues française est encore modeste et diffère largement de l'organisation mondiale. En effet, en matière de production, la France, comme la plupart des pays européens, repose principalement sur la collecte d'algues dans le milieu naturel, alors que l'algoculture représente 95 % de la production mondiale.

Ainsi, près de 99 % de la production française, soit environ 75 000 tonnes par an proviennent de la collecte en milieu naturel, qu'il s'agisse de pêche en mer ou de cueillette sur les côtes. L'algoculture (culture d'algues), en revanche, est une activité récente en France : les premières structures se sont implantées au début des années 1980. Aujourd'hui, une quinzaine d'entreprises y sont dédiées, produisant entre 150 et 350 tonnes par an selon les années, soit moins de 1% du volume total.

Les entreprises de première transformation sont généralement situées à proximité des zones de récolte. La Bretagne concentre d'ailleurs l'écrasante majorité des acteurs de la production algocole.

Une algoculture complémentaire de l'aquaculture

Les installations piscicoles ou conchylicoles marines peuvent être économiquement fragiles car leur chiffre d'affaires dépend souvent d'une seule production.

Dans ce contexte, l'intégration de l'algoculture peut représenter une diversification intéressante. Plusieurs études soulignent d'ailleurs les bénéfices mutuels de ces associations culturelles entre algues et coquillages.

ANNEXE SUPPORT 1 (2/2)

NE DOIT PAS ÊTRE RENDUE AVEC LA COPIE D'EXAMEN

Les opportunités et freins au développement de l'algoculture.

Les algues représentent une ressource largement inexploitée dont l'empreinte carbone et environnementale est limitée.

Le développement de la culture des algues à des fins alimentaires présente un intérêt certain, notamment pour fournir des ressources protéiques alternatives aux protéines animales.

Pour prendre part à ces évolutions, la France bénéficie d'atouts indéniables, en ce qui concerne les conditions de culture (qualité des eaux, linéaire de littoral), la qualité et la diversité de ses organismes de recherche et développement (...).

Toutefois, les acteurs de terrain ainsi que les cadres des services de l'État (...) ont fréquemment souligné trois obstacles à l'installation des algoculteurs :

- l'accès au domaine public maritime, dominé par la conchyliculture traditionnelle,
- le rejet local des projets notamment par les habitants qui craignent une pollution des côtes,
- et un manque de soutien pour le montage technique et le financement du projet par les banques et les régions.

Sources Extraits de CGAAER n° 21125 juillet 2022 Présentation et développement de l'algoculture en France / Produits de la Mer 193 / Adeupa Brest Bretagne Rapport d'étude juin 2021 / Étude de la consommation des algues en France, pôle halieutique Agrocampus ouest n°35 / IDEALG / Ensemble des extraits retravaillés en synthèse.

ANNEXE SUPPORT 2 (1/1)

NE DOIT PAS ÊTRE RENDUE AVEC LA COPIE D'EXAMEN

Le marché des algues alimentaires en France est divisé en deux secteurs distincts.

D'un côté, les produits importés, notamment des pays asiatiques, permettent de répondre à la demande de produits exotiques tels que les sushis, les soupes miso ou les salades d'algues. Cette consommation de produits asiatiques est importante et s'est grandement développée au cours des dix dernières années.

D'un autre côté, les produits proposés par les professionnels français, et notamment bretons sont généralement des produits plus occidentalisés, intégrant l'algue à la culture culinaire française. Ce genre de produits est malheureusement moins connu des consommateurs français que les produits que l'on peut trouver en restaurant japonais. À noter une augmentation de la demande d'algues, notamment en macro-algues, d'origine locale et certifiées AB.

Sources Extraits de CGAAER n° 21125 juillet 2022 Présentation et développement de l'algoculture en France / Produits de la Mer 193 / Adeupa Brest Bretagne Rapport d'étude juin 2021 / Étude de la consommation des algues en France, pôle halieutique Agrocampus ouest n°35 /IDEALG /Ensemble des extraits retravaillés en synthèse.

ANNEXE SUPPORT 3 (1/1)
NE DOIT PAS ÊTRE RENDUE AVEC LA COPIE D'EXAMEN

Étude de la consommation des algues en France.

Globalement, les algues ont une bonne image auprès du public. Les principales images liées aux algues sont celles de la mer et des vacances mais aussi celle de la pollution liée aux marées vertes qui ternit un peu l'image positive. Les algues alimentaires possèdent l'image d'un aliment très bon pour la santé. L'algue est considérée par certains comme un aliment du futur. Cette composante novatrice permet « d'épater les amis » en leur faisant goûter un aliment qui leur est inconnu. Les algues seraient un bon levier pour diminuer sa consommation de viande par souci écologique. Certains consommateurs considèrent que les algues séchées sont très pratiques car elles sont rapides de préparation, faciles à utiliser.

Le manque d'accessibilité des produits préparés à base algues alimentaires est le principal frein à la consommation : « On n'en trouve pas » ; « Je n'en ai jamais vu en magasin ». Il n'est pas dans l'habitude des français de consommer des algues. « La plupart des gens ne savent pas qu'on peut les manger », « peur de l'inconnu ». Le manque de communication est également un obstacle : « Il n'y a pas vraiment de communication sur ce genre de produits ».

Sources : Étude de la consommation des algues en France, pôle halieutique Agrocampus ouest n°35 /IDEALG /Ensemble des extraits retravaillés en synthèse.

ANNEXE SUPPORT 4 (1/1)
NE DOIT PAS ÊTRE RENDUE AVEC LA COPIE D'EXAMEN

Une valorisation de l'algue en circuit court

La valorisation en circuit court concerne essentiellement les algues utilisées en alimentation humaine.

Ces produits transformés sont fréquemment commercialisés sur les sites internet des producteurs, dans les circuits des magasins spécialisés notamment les magasins bio ou en épiceries fines ou locales (à proximité de la ressource donc en Bretagne notamment). Leur commercialisation en magasins biologiques tient à des raisons historiques. Les produits aux algues misaient à l'origine sur des bienfaits santé et les transformateurs étaient de petites entreprises qui ne travaillaient pas avec les GMS (grandes et moyennes surfaces).

Le label AB est un réel atout pour la commercialisation

Les faits sont là, expliquant sans doute pourquoi les deux tiers des produits sont porteurs d'un label bio ou d'une allégation environnementale.

Les producteurs de macro-algues et de spiruline, disent ne pouvoir valoriser correctement leurs productions que par des circuits courts, en assurant eux-mêmes la vente sur les marchés locaux ou sur internet, ou via des réseaux de magasins spécialisés dans lesquels le label AB s'avère quasiment obligatoire.

Sources : Extraits de CGAAER n° 21125 juillet 2022. Présentation et développement de l'algoculture en France / Produits de la Mer 193. Extraits retravaillés en synthèse.