

La jeune garde ostréicole s'envole pour Hong-Kong

Les ostréiculteurs Mathieu et Sarah Bon participent au Salon Seafood de Hong-Kong. Plus que jamais, la nouvelle génération s'intéresse aux nouveaux marchés.



Mathieu et Sarah Bon avec leur père, Philippe Bon.

© G.R.

Les temps changent dans le bassin ostréicole. Après le règne du triptyque "grande distribution-poissonneries-marchés", les jeunes générations commencent à s'intéresser de près aux marchés émergents. Il y a d'abord l'Europe, avec l'Italie notamment, la Russie, mais aussi l'Asie qui ferait presque figure d'Eldorado. "Les jeunes y pensent beaucoup, c'est vrai, même si certains baissent les bras à cause des problèmes de transport, de l'administratif et de la barrière de la langue", souligne Mathieu Bon.

Accompagné de sa sœur, Sarah, ce jeune bourcefrançais de 24 ans prend peu à peu la relève de son père, Philippe Bon. La jeune garde a les dents longues et cette perspective de di-

versification est prise très au sérieux. La preuve: les deux ostréiculteurs s'astreignent à des cours d'anglais hebdomadaires pour s'affranchir de la barrière de la langue.

Indépendance

Fraîchement arrivés dans le métier, Mathieu et Sarah Bon n'ont pas hésité longtemps avant de saisir la main tendue par le Groupement qualité huîtres Marennes-Oléron, à l'origine de la démarche. Ces dernières années, on les a vus participer quatre fois au Salon Seafood de Bruxelles, la grand-messe mondiale des produits de la mer. Et, ce vendredi, ils s'envolent pour la deuxième fois vers le Seafood de Hong-Kong (du 3 au 5 septembre), avec plusieurs de leurs

collègues, tous regroupés sous le stand Marennes-Oléron.

Quel intérêt à cette diversification? "Nous pouvons vendre à un prix correct, mieux qu'en France en tout cas où le marché commence à être saturé, reprend Mathieu Bon. Nous pouvons aussi devenir moins dépendants de la grande distribution, qui impose ses prix, et puis les marchés étrangers sont moins marqués par la saisonnalité." Sarah Bon enchaîne: "C'est toujours plus gratifiant de voir des clients qui recherchent un produit de qualité et qui sont prêts à y mettre le prix."

Néanmoins, cette ouverture vers l'étranger n'en est qu'à ses balbutiements. Les clients sont encore

rare, d'où l'intérêt de participer à ces Salons pour élargir son réseau. "L'objectif n'est pas d'atteindre 50 % de notre chiffre d'affaires à l'export, mais plutôt de nous diversifier en cas de soucis. On essaie, on verra bien ce que cela donnera", ajoute Mathieu Bon.

L'armada asiatique

Les deux frères et sœurs n'arriveront pas les mains vides à Hong-Kong. Dans leurs bagages: 80 kg de Fines vertes, 120 kg de Pousses en claire, 20 kg de Spéciales et 20 kg de Fines. Comme les autres en feront autant, on imagine que le stand Marennes Oléron accueillera son pesant de gourmands. Mais il faudra bien cela pour tirer son épingle du jeu face à l'armada asiatique et aux concurrents anglo-saxons. Car les Chinois, "qui savent ce qu'ils veulent et qui négocient durement", sont tout sauf des novices en la matière.

Reste le côté ludique, la découverte d'un autre environnement pour cette délégation pas toujours habituée aux grandes mégapoles. "Quand on arrive là-bas, c'est un autre monde", se réjouissent d'avance Sarah et Mathieu Bon, les plus jeunes du voyage. Évidemment, certains "anciens" ne sont pas toujours très à l'aise au début, sans parler de l'anglais qui pose parfois quelques problèmes. Mais il s'agit aussi de resserrer les liens entre professionnels, de se fréquenter en dehors d'un contexte professionnel souvent très individualiste.

Les ostréiculteurs partent d'ailleurs manger ensemble en fin de journée, avec de franches rigolades, en essayant de déchiffrer les menus. Il se murmure aussi qu'il leur arrive de pousser le bouchon un peu loin, comme l'année dernière, quand la dernière soirée s'était terminée en boîte de nuit. Mais difficile d'en savoir davantage, malgré le regard complice qu'échangent Mathieu et Sarah Bon...

David Labardin

"Le Rungis de l'Asie"

Le Groupement qualité huîtres Marennes-Oléron travaille depuis près de dix ans au développement de l'export en organisant des déplacements vers les plus grands Salons internationaux. Et si le Seafood de Bruxelles constitue le plus grand rendez-vous annuel, ils seront dix professionnels à participer à l'étape hongkongaise.

"Nous avons affaire à des interlocuteurs qui connaissent très bien le produit, souligne Nicolas Brossard, du Groupement qualité. Ils sont habitués à déguster des mollusques, cuits ou vivants, ce ne sont pas des gens à qui on va apprendre quelque chose." Les plus grands producteurs de la planète seront d'ailleurs présents avec des ostréiculteurs venus de Corée, du Canada, d'Australie, et même de Tasmanie et des États-Unis.

En Asie plus qu'ailleurs, les acheteurs chercheront la meilleure qualité. Un domaine dans lequel Marennes-Oléron peut s'enorgueillir d'être le seul bassin ostréicole à proposer des Pousses en claire, des huîtres vertes, et tout une série de labels rouges. Voilà peut-être pourquoi leur stand axera massivement sa communication sur la dégustation, au contraire de certains concurrents.

Quant à savoir si le marché asiatique a de l'avenir, Nicolas Brossard n'y va pas par quatre chemins. D'abord, il rappelle que certains ostréiculteurs, individuellement s'y sont déjà implantés. Puis, il ajoute: "Hong-Kong, c'est le Rungis de la Chine. C'est une ville qui ne vit que de business avec des grossistes qui exportent vers la Chine continentale. Si, demain, la Chine décidait de lever le petit doigt, elle pourrait absorber sans problème 100 % de la production française."