



Dossier | L'OFFRE BIO

« L'aquaculture bio, alternative pertinente à la pêche responsable »

Gambas de Madagascar, bar et daurade du golfe de Corinthe, saumon d'Irlande : Oso (R & O Seafood Gastronomy) est un fer de lance du bio. Mathias Ismail, directeur général, fait part de ses convictions.



Oso fait figure de pionnier sur le bio. Comment se sont passés les débuts ?

Nous avons lancé notre projet de ferme de gambas bio à Madagascar au début des années 2000, alors que la législation française bio sur les crustacés se construisait. Nous étions les seuls à y croire ! Les banques nous expliquaient que la filière bio était trop risquée, qu'il n'y avait pas de marché et pas de demande... Au mieux, on nous parlait de super-niche. La ferme Oso de gambas bio de Madagascar a été la première ferme de crustacés au monde certifiée AB par la France, en février 2007.

En quoi le bio est-il important pour R & O Seafood Gastronomy ?

Il y a dix ans, R & O est né de la fusion de Reynaud – qui avait une forte culture de pêche artisanale française et de gastronomie – et d'Oso, pionnier mondial de l'aquaculture de gambas AB. Pour nous, la seule alternative à la pêche, même responsable, est l'aquaculture bio, qui permet d'offrir des produits gastronomiques disponibles toute l'année sans impact négatif sur l'environnement. Nous avons d'ailleurs 14 chalutiers de pêche en 2009. Nous n'en avons plus aucun.

Pourquoi avoir choisi l'intégration verticale ?

Contrôler l'intégralité de la chaîne est indispensable afin de garantir une très haute qualité. L'intégration nous permet de tout maîtriser : la traçabilité qui débute à l'ADN de chaque reproducteur, jusqu'au contrôle de la logistique du dernier kilomètre, la santé et le bien-être des animaux pendant l'élevage, le filetage voire la recette de cuisson inspirée des grands chefs. Les gambas Oso sont préparées à Nantes, au sein de Miti, avec une cuisson cocotte par cocotte.

Est-il facile de convaincre les clients de passer au bio ?

Oso a l'immense privilège de pouvoir choisir ses clients. L'ADN d'Oso est la gastronomie, pas le mass market et encore moins le marché des GMS. La marque est commercialisée uniquement auprès des restaurateurs, poissonneries traditionnelles et commerces de bouche. On retrouve aussi nos produits dans des points de vente dont nous partageons les valeurs, comme La Grande Épicerie de Paris (LVMH) ou Lafayette

Oso (2019)
1 645,
de gambas bio
de Madagascar

500,
de bar et daurade
royale bio du golfe
de Corinthe

100,
de saumon bio
(Irlande et Écosse)

Groupe R & O
Seafood
Gastronomy
275 M€
de chiffre d'affaires
en 2019

1 400
collaborateurs

33 000,
de production

Gourmet. Les plus grands chefs sont parfois réticents aux produits d'élevage, mais avec de la pédagogie, des dégustations et un peu de temps, ils se laissent séduire par le bio.

Le prix et les volumes sont-ils un souci ?

À origine et calibre identiques, une gamba bio Oso n'est pas plus chère au détail qu'une conventionnelle ! L'intégration verticale de R & O a permis d'écraser les coûts et les marges des intermédiaires non créateurs de valeur ajoutée. En volumes, nous avons des potentiels de croissance importants. À Madagascar, seul un tiers des surfaces de notre domaine biologique de l'Ankarana est exploité. Dans le golfe de Corinthe, seule la reproduction des poissons en mode biologique est pour le moment limitante. Sur le saumon, l'Irlande et l'Écosse basculent vers le bio.

Comment voyez-vous l'avenir du marché ?

Le consommateur décidera. Plus la prise de conscience sera forte et la qualité au rendez-vous, plus la conversion vers le bio se fera facilement. Les GMS changent actuellement la donne, en investissant le segment bio. Mais elles le font davantage en réaction – par souci marketing – que par philosophie. Si les GMS se mettent au bio à long terme, avec crédibilité et intégrité, le marché des produits de la mer peut basculer massivement vers le bio comme déjà certains produits issus de l'agriculture. ■

