HAL
open science

Mareyage et formation des prix des produits aquatiques

Lionel Cosnard, Guillaume de Gavre, Juliette Devillers, Damien Specq

To cite this version:

Lionel Cosnard, Guillaume de Gavre, Juliette Devillers, Damien Specq. Mareyage et formation des prix des produits aquatiques. 2017. hal-01816710

HAL Id: hal-01816710

https://enpc.hal.science/hal-01816710

Submitted on 15 Jun 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Mareyage et formation des prix des produits aquatiques

Rapport du Groupe d'Analyse d'Action Publique pour le master PAPDD, année universitaire 2016-2017.
Pour le compte de France AgriMer (FAM)

Lionel COSNARD, Guillaume DE GAVRE, Juliette DEVILLERS, Damien SPECQ

Encadré par Annick Vignes (EHESS, ENPC), Sylvain Mignot (UC Lille), Jérôme Lafon (FAM) et Laurène Jolly (FAM)

La rareté et la diminution de la ressource halieutique pèse sur la filière française de la pêche. Parmi ses acteurs, les mareyeurs (premiers acheteurs des produits débarqués) sont en première ligne face aux évolutions et développent des stratégies pour maintenir leur activité dans un contexte qui pousse à la concentration de leurs entreprises et pour lequel il est plus facile de tirer son épingle du jeu lorsqu'on est le dernier maillon de la chaîne (grande distribution, détaillants). Ce travail dresse un panorama de l'activité de mareyage en France à travers une typologie des entreprises du secteur ainsi qu'une analyse des marges réalisées par chaque acteur sur la vente de cinq produits stratégiques.

Une filière hétérogène avec des acteurs de poids variable

L'étude des données économiques des entreprises de mareyage ainsi que les enregistrements de leurs transactions dans les criées françaises illustrent bien toute la diversité de cette activité et montre à quel point le terme « mareyeur » recouvre des réalités bien différentes. Cela commence par la taille des entreprises : avec des chiffres d'affaire (CA) variant de 0,198 à 239 millions d'euros sur les 176 mareyeurs retenus, le CA s'impose comme un critère de distinction préalable à toute catégorisation puisqu'il est difficile de mettre sur le même plan un petit mareyeur basé sur une criée et employant moins de cinq personnes avec un grossiste ayant une branche d'activité mareyage et employant 140 personnes. À travers quatre tranches de chiffre d'affaire définies à partir de la distribution des CA sur l'échantillon, la typologie réalisée dans cette étude s'attache à tenir compte de cette réalité. Par ailleurs, les autres caractéristiques dont il a été tenu compte ont été choisies sur la base de leur influence sur la performance économique des mareyeurs, représentée par le rapport du profit sur le chiffre d'affaire. C'est ainsi que des variables différentes ont pu être utilisées pour la classification selon la tranche de chiffre d'affaire. À l'issue de la classification, quelques principes saillants ressortent, ainsi qu'un constat optimiste : malgré le poids très variable des acteurs, quelle que soit leur taille il est possible pour un mareyeur d'avoir un profit satisfaisant à condition d'adopter une bonne stratégie et une bonne gestion.

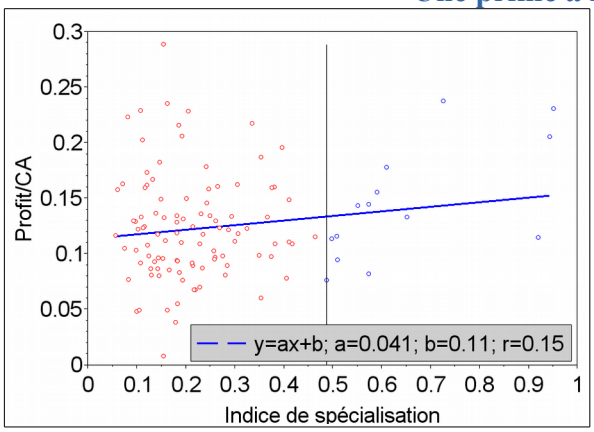
Tranches de chiffre d'affaire sur 176 entreprises

- Moins de 6 M€ : 117 entreprises
- Entre 6 et 20 M€ : 42 entreprises

- Entre 20 et 40 M€ : 10 entreprises

- Plus de 60 M€ : 7 entreprises

Une prime à la spécialisation



Régression linéaire Profit sur Spécialisation Tranche 1

Les produits de la mer sont regroupés en 8 catégories dans le cadre de cette étude : céphalopodes, coquillages, crustacés, petits poissons pélagiques, poissons blancs, poissons fins, poissons semi-gras et autres produits. Un indice de concentration est calculé à partir des parts d'achats de ces catégories respectives pour chaque mareyeur dans les criées françaises : c'est un indice de spécialisation compris entre 0 (peu spécialisé) et 1 (très spécialisé). La distribution de cet indice sur les 176 entreprises de mareyage permet de les séparer en deux catégories (peu spécialisé et spécialisé), avec une limite fixée à un indice de spécialisation de 0.47. Indépendamment de la tranche de chiffre d'affaire, les entreprises très spécialisées réalisent généralement des profits plus importants que leurs beaucoup plus nombreuses homologues non spécialisées (14 % contre 12 % du CA). Elles ont aussi la particularité d'acheter moins en criée. Il est à noter au passage que la spécialisation est avant tout l'apanage des entreprises les plus petites, de CA inférieur à 6 millions, et que c'est une stratégie de moins en moins adoptée au fur et à mesure que la taille augmente car d'autres leviers se révèlent plus pertinents pour réaliser du profit. Selon ce résultat, nous pouvons parler de la spécialisation comme une insertion dans un marché de niche, les entreprises plus importantes étant dans une logique de marché concurrentiel (cf infra).

Une importance de la criée décroissant avec la taille de l'entreprise

Le rapport du montant des achats en criée sur le montant total des achats effectué par le mareyeur est un indicateur de premier plan pour comprendre si le mareyeur sécurise son approvisionnement par l'achat de pêche française, récupérée en criée souvent proche de son lieu d'implantation, ou bien par des importations. La distribution de la part des achats en criée nous amène à distinguer les entreprises achetant peu en criée (moins d'un tiers des achats environ) à celles pour lesquelles la criée représente un apport significatif. On remarque alors que la part des achats en criée va globalement décroissant avec le chiffre d'affaire de l'entreprise. D'autre part, plus une entreprise est grosse et moins elle a intérêt à acheter en criée du point de vue de son profit. Au contraire, les petites entreprises, dès lors qu'elles ne sont pas spécialisées sur une catégorie de produits donnée comme vu ci-dessus, font plus de profit lorsqu'elles s'appuient sur la criée dans des proportions non négligeables, à partir de 40 % environ. Une explication possible à ce double constat est le besoin pour les grosses entreprises de disposer d'un fond de roulement permanent pour fournir du travail à leurs employés et de satisfaire leurs clients en volume, ce qui requiert des hauts niveaux d'importation. Par contre, les petites entreprises ne pouvant rivaliser avec les grosses au niveau sur le marché des importations ont davantage intérêt à jouer la carte de l'approvisionnement local en criée pour le valoriser ensuite dans le prix.

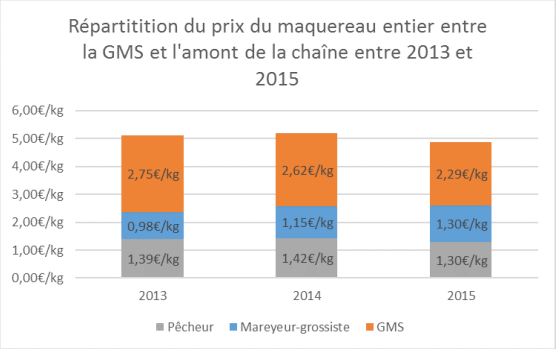
Variabilité des enjeux selon la taille de l'entreprise

Au-delà des indicateurs de spécialisation ou de part d'achats en criée pour lesquels s'illustrent déjà des différences entre les tranches de chiffre d'affaire, il ressort à travers d'autres variables que les leviers qui semblent avoir un impact sur le profit sont différents selon la taille. En considérant d'une part le prix moyen d'achat des produits en criée au kilogramme, et d'autre part le

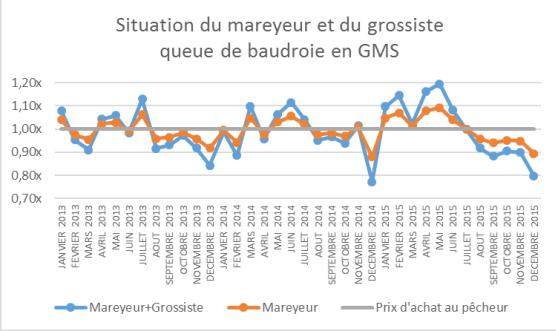
coût de la main-d'œuvre (sous forme de rapport entre les charges de personnel et le chiffre d'affaire), il s'avère que le premier influence fortement le profit des entreprises de chiffre d'affaire inférieur à 6 M€ de manière décroissante (le profit est plus faible chez les entreprises achetant à un prix moyen global plus cher) tandis que le second n'a d'impact que sur celui des plus grosses (CA > 6 M€). Les petites entreprises ont donc fortement intérêt à acheter le moins cher possible sur la criée alors que le coût de la main-d'œuvre peut être une préoccupation secondaire. En revanche, dès que le chiffre d'affaire augmente et que l'activité globale est plus conséquente, limiter les coûts de la main-d'œuvre sera de première importance pour maximiser le profit car la main-d'œuvre représente alors un pôle de dépenses important. Ces résultats sont en adéquation avec les théories d'économie industrielle.

Les mareyeurs, des acteurs aux marges compressées

Les difficultés financières rencontrées par les mareyeurs se comprennent à l'aune des marges très faibles permises par leur situation d'intermédiaire, dont le prix de vente excède de peu le prix d'achat, alors même qu'ils ont (éventuellement) eu à transformer le produit, le transporter, couvrir les risques (notamment commercial), s'acquitter de taxes diverses. L'automatisation présente à cet égard des risques (dépendance à une ou des espèces, retour sur investissement à opérer) et ne garantit pas une meilleure appropriation de la valeur ajoutée, du fait de rapports de forces inégaux avec l'aval de la filière (grossistes et grande distribution notamment). Il s'ensuit une réduction de la surface économique du secteur et un mouvement de concentration par le bas, certains acteurs jouant leur rentabilité (et leur survie) d'année en année au moment des fêtes de Noël, l'activité du reste de l'année se faisant bien souvent à perte. Il est compliqué d'isoler les transactions entre mareyeurs et grossistes et d'en déduire un rapport de force dans la formation des prix : atomicité des agents, multitude de *business models* et de chaînes de commercialisation, grande hétérogénéité des produits.



Sous un certain nombre d'hypothèses (rapprochement de bases de données aux périmètres distincts, heuristiques, retraitement), on observe toutefois une différence importante selon les espèces et les périodes de l'année sur les parts relatives des différents acteurs dans la chaîne de formation des prix.



Conclusion

En ce qui concerne les perspectives de développement du mareyage, la voie de la traçabilité et la labellisation des produits a été identifiée comme un facteur de valorisation. En effet, il n'existe pas aujourd'hui de moyen de distinguer des produits de fraîcheur et de qualité différentes selon un label de qualité et/ou d'origine. Les mareyeurs étant les premiers acheteurs des produits, ils sont les plus à mêmes de profiter d'une valorisation des produits via cette voie. D'autre part, l'existence d'une « boîte noire » de données sur les transactions entre mareyeurs et grossistes rend

difficile l'appréhension du marché sur l'ensemble de la filière. L'ambiance tendue qui existe entre les différents acteurs de la filière ne pourrait que bénéficier de transparence sur la formation des marges des uns et des autres. C'est pourquoi, à l'image de qui est fait pour les données enregistrées par le Réseau Inter Criées, les pouvoirs publics, et en particulier, France AgriMer accompagnateur et animateur de la filière, pourraient essayer d'instaurer un système de récolte des données de transactions pour ce maillon. Par ailleurs, l'importation devenant une source de plus en plus importante d'approvisionnement pour les mareyeurs français, les données d'importation (volumes et prix) devraient pouvoir être collectées à ce niveau également.

Bibliographie

ASTRUC C. & VAUDOUR B. (2015), Guide des espèces et fournisseurs référencés, PdM Le magazine des Produits de la Mer, 108 pages.

CHAPOT F. (2016), L'activité de mareyage en France : recensement des entreprises et caractérisation de la branche, rapport de stage, 47 pages.

FRANCEAGRIMER (2016), Les filières pêche et aquaculture en France. Chiffres clés, Les cahiers de FranceAgriMer, 36 pages.

FRANCEAGRIMER (2016), Données et Bilans Pêche, Consommation des produits de la pêche et de l'aquaculture 2015, FranceAgriMer, 130 pages.

ODYSSEE DEVELOPPEMENT (2016), Le mareyage 2.0, présentation lors des Assises de la pêche et des produits de la mer aux Sables d'Olonne.