



COGÉPÊCHE • Phase 2

Le mareyage breton

Contexte et méthodologie

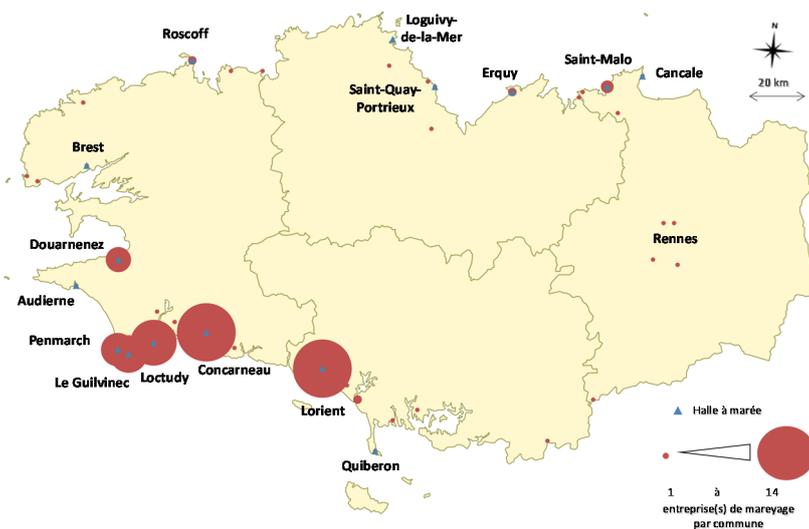
Un des objectifs de la phase 2 de Cogépêche est d'**analyser des relations acheteurs-vendeurs au sein de la filière pêche**. La présente étude est consacrée au maillon du mareyage. Un recensement des entreprises en Bretagne ainsi que des enquêtes auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises de mareyage ont été réalisés (30 % de la population totale). Les données issues de ce recensement et des enquêtes réalisées ont permis de dresser un état des lieux de cette profession en région Bretagne.

Six ports bretons concentrent presque un quart du mareyage français

En 2010, le mareyage français représentait environ 300 entreprises et 4 600 emplois, pour un chiffre d'affaires total de plus de 1,8 milliards d'euros. La Bretagne est la principale région de France pour le mareyage : elle concentre plus d'un tiers des entreprises, des emplois et du chiffre d'affaires dégagé par le secteur (FranceAgriMer, 2012).

En 2013, **108 entreprises de mareyage sont implantées en Bretagne**. Plus de 60 % sont situées dans le Finistère Sud (19 % dans le Morbihan, 11 % dans les Côtes d'Armor, 8 % en Ille-et-Vilaine).

Six ports bigoudens (Concarneau, Loctudy, Penmarch, Le Guilvinec, Douarnenez) et Lorient comptent deux tiers des entreprises. En 2011, ces six halles à marée bretonnes représentaient un tiers des volumes débarqués et vendus en France (FranceAgriMer, 2012), ce qui explique cette forte concentration.



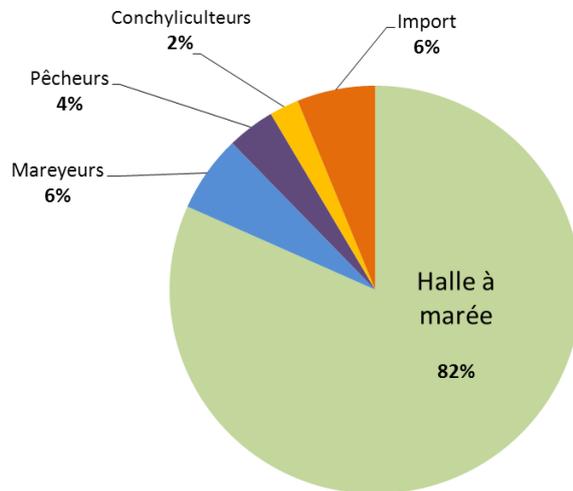
Répartition des sièges sociaux d'entreprises de mareyage en Bretagne (2013)

Au niveau du poids économique, 60 % des entreprises échantillonnées dans le cadre de Cogépêche réalisent entre 1 et 5 millions d'euros de chiffre d'affaires. Les entreprises de mareyage bretonnes sont principalement des petites et moyennes entreprises, embauchant **en moyenne 15 salariés** et ne disposant, dans deux tiers des cas, que d'un seul atelier. Ces entreprises dégagent **en moyenne 23,5 % de marge brute**.



Le mareyeur acheteur

Le premier rôle du mareyeur est la **prise en charge des produits de la mer débarqués** dans les ports français lors de l'**achat en halle à marée**. Cependant, il peut également se tourner vers **d'autres opérateurs de la filière locale** - pêcheurs, aquaculteurs, autres mareyeurs - ou choisir de s'approvisionner à l'**import**.



Répartition des achats des mareyeurs enquêtés par source d'approvisionnement (en volume)

L'approvisionnement en halle à marée est largement prédominant chez les mareyeurs : tous s'approvisionnent en halle à marée, pour au moins 15 % de leurs volumes et un cinquième d'entre eux y achètent même la totalité de leurs produits. La Bretagne bénéficie d'un réseau dense de halles à marée : 15 des 40 halles à marée françaises sont situées dans la région.

Traditionnellement, une entreprise de mareyage est liée à un port de débarquement et s'approvisionne préférentiellement sous la halle à marée dite « du siège ». La vente à distance a permis la multiplication des ports d'achat : sur l'échantillon des mareyeurs enquêtés, une entreprise de mareyage s'approvisionne en moyenne dans cinq halles à marée.

Un mareyeur enquêté sur deux travaille avec d'autres mareyeurs. C'est une voie d'approvisionnement qui a deux fonctions principales : avoir une gamme complète et se fournir en produits non disponibles sur le territoire breton (saumon, crevette rose) ou déjà transformés (filets, darnes) ou bien se « dépanner » sur certains produits, locaux ou non, pour compléter les volumes et répondre aux demandes des clients.

L'achat en direct à des pêcheurs concerne peu de mareyeurs. Les échanges commerciaux entre les mareyeurs et les pêcheurs ciblent souvent des pêcheries très spécifiques : coquillages et crustacés. Les mareyeurs qui travaillent avec les pêcheurs apprécient cet achat de proximité, les produits sont réceptionnés aussi tôt que possible, les marges sont meilleures car il n'y a pas d'intermédiaires. Le problème est l'incertitude sur les volumes ainsi que le manque de régularité. Parmi les mareyeurs qui ne recourent pas à l'achat en direct aux pêcheurs, certains sont catégoriquement contre car, selon eux, c'est un système qui va à l'encontre de la transparence des transactions permise par la déclaration des volumes en halle à marée et de l'égalité des opérateurs dans le premier achat des produits de la mer.

La moitié des mareyeurs enquêtés déclare ne jamais recourir à l'import pour s'approvisionner. L'autre moitié achète en moyenne 12 % des volumes hors de France (de 0,5 % à 50 %). Seul un dixième des enquêtés achètent plus de 20 % de produits non débarqués en France. Les espèces majoritairement importées sont la langoustine, le saumon et le cabillaud. Certains importent également du homard, de la lotte, du lieu noir ou des noix de Saint-Jacques.

• Le mareyage breton valorise la pêche et les espèces locales •

La quasi-totalité des produits achetés par les mareyeurs sont issus de la pêche. Baudroie, églefin et cabillaud sont les espèces les plus achetées : les espèces proposées par les mareyeurs (une cinquantaine en moyenne) correspondent aux profils des débarquements. Fraîcheur et prix sont les critères qui influencent le plus les mareyeurs lors de l'achat. Une part importante de mareyeurs accordent de l'importance à des démarches de valorisation dans leurs achats (Bretagne Qualité Mer ou « produit pensé » de ligne). Avec ces produits, de meilleure qualité, ils augmentent la valeur ajoutée et leurs marges finales.

Le mareyeur transformateur

Le deuxième rôle du mareyeur, une fois la marchandise réceptionnée dans les ateliers, est la **transformation** plus ou moins élaborée des produits et leur conditionnement. Le travail du mareyeur contribue largement à **créer la valeur ajoutée sur les produits débarqués** localement.

La transformation du produit est souvent très simple : un quart des mareyeurs rencontrés assurent seulement ce qui est appelée la **première transformation** du produit. Ce sont les étapes de prise en charge des produits (éviscération, étêtage, rinçage) quand elles n'ont pas été effectués à bord. Certains d'entre eux pensent se mettre au filetage, pour suivre les changements dans les demandes de leurs clients. Les trois quarts restants assurent également des étapes de **deuxième transformation**, comme le filetage des produits achetés avant leur conditionnement. Aucun mareyeur rencontré ne fait de cuisson de produits.

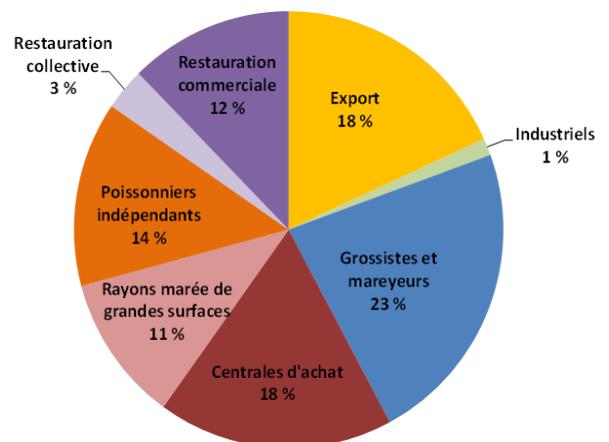
En termes d'**allotissement** et de **conditionnement**, une très grande majorité de mareyeurs s'arrête à la **mise en caisse polystyrène** pour l'expédition aux clients. **Aucun mareyeur rencontré ne fait de barquette libre-service**. Cependant, 20 % ont mentionné la possibilité de proposer, à plus ou moins long terme, de la mise en barquette ou de l'emballage sous vide adapté au rayon libre-service de la grande distribution. Très peu de mareyeurs réalisent à l'heure actuelle ce type de prestations, et ceux qui le font sont majoritairement des grossistes plutôt que des entreprises issues du mareyage classique.

Le métier de mareyeur est de « **recomposer des lots pour faire correspondre au mieux l'offre et la demande** » (Région Bretagne, 2012). C'est un métier où le facteur temps est essentiel, où le travail doit être rapide et efficace. Il est contraint par les exigences des clients qui demandent des livraisons des produits dans des délais de plus en plus brefs. Cependant, en termes de transformation, le mareyage breton n'est pas encore en phase avec les exigences de clients tels que la grande distribution.

Le mareyeur vendeur

Après achat, transformation, conditionnement, **le mareyeur vend et expédie** les produits de la mer qui transitent par son entreprise. Sur l'échantillon, tous les mareyeurs travaillent avec des nombres très variables de clients : de 6 à plus de 250, pour une moyenne de 50 clients par entreprise.

Plus de la moitié des mareyeurs rencontrés vendent une part de leurs produits à l'international. **Au total, presque 1/5^{ème} des produits transformés sont exportés**. Les pays clients sont majoritairement européens : Espagne, Portugal, Italie, Belgique, Allemagne.



Répartition des ventes des mareyeurs enquêtés (en volume)

Poissonniers et mareyeurs français sont les principaux clients du mareyage breton : les enquêtés approvisionnent presque tous d'autres mareyeurs ou grossistes et des poissonniers indépendants. Ils sont respectivement 84 et 97 % à travailler en moyenne avec 15 mareyeurs et 11 poissonniers. Les structures de restauration hors-domicile, commerciales et collectives absorbent en moyenne 15 % des volumes. La demande est très locale et porte essentiellement sur des filets.

Les **industriels** ne sont **pas des clients majeurs** du mareyage breton : un quart des enquêtés livrent des produits au secteur agro-alimentaire pour des volumes très anecdotiques.

La **grande distribution**, via les centrales d'achats, est un **client incontournable** du mareyage breton. La moitié des volumes de la pêche française est absorbée par la grande distribution. Les mareyeurs bretons ne peuvent donc pas se passer d'un client aussi important, mais les volumes vendus en grandes surfaces ne sont qu'à 15 % issus de la pêche française (Région Bretagne, 2012). La moitié des mareyeurs enquêtés approvisionnent des centrales d'achats, à hauteur de 35 % de leurs volumes. L'approvisionnement se fait en A pour B (du jour pour le lendemain), quotidiennement. La demande porte principalement sur du **filet**.

Les échanges commerciaux entre le mareyage et ses interlocuteurs

La **fidélité** et la **confiance** guident le fonctionnement du métier de mareyeur et les transactions commerciales, que ce soit lors de l'achat ou de la vente. Avec la plupart des clients, **la vente se fait de façon très informelle**, sans contrat ni trace écrite de la transaction. En revanche, avec les grossistes et les industriels, **la signature de contrats est beaucoup plus fréquente**, elle concerne même presque la **totalité des transactions avec les centrales d'achats de la grande distribution**.

La **concurrence à l'échelle locale est forte**, lors de l'accès à la matière brute en halle à marée plus que lors de la vente : le mareyeur expédie largement ses produits et malgré quelques marchés parfois en difficulté, les clients ne manquent pas. Les enquêtes font ressortir une incompréhension entre les mareyeurs et les pêcheurs. Une interprofession de proximité ferait le lien entre les acteurs de la valorisation des produits de la mer frais et lèverait ainsi certains malentendus et dysfonctionnements de la filière.

La place du mareyeur breton dans la filière

Le métier de mareyeur, par sa **position charnière** dans la filière et par son **triple rôle** (d'acheteur, de transformateur et de commerçant) est un maillon essentiel de la filière des produits de la mer. Le mareyeur doit connaître parfaitement l'offre, la demande et maîtriser les contraintes inhérentes à la transformation d'une matière fragile comme le poisson. Les aspects majeurs de la valeur ajoutée apportée par le mareyeur sont **l'absorption et la gestion de nombreuses contraintes logistiques**, ainsi que la **mise en adéquation d'une production incertaine et irrégulière** avec une **distribution constante et parfois planifiée** des produits de la mer frais. Par sa position, entre la production et la distribution des produits de la mer frais, le mareyage est un secteur clé pour améliorer la réactivité de la filière et l'efficacité des transactions commerciales. En effet, le secteur de la pêche est une filière où le temps et la logistique sont des points cruciaux, avec un rythme souvent imposé par les centrales d'achats. Or, les aspects logistiques sont souvent mentionnés par les mareyeurs comme des problèmes majeurs en Bretagne. Les questions de transport des produits et de connexion des halles à marée, entre elles, mais aussi avec les zones qui concentrent le mareyage, sont en particulier pointées du doigt (Région Bretagne, 2012). Plusieurs pistes de réflexion actuellement envisagées, à l'étude ou déjà en phase de test, permettraient de réduire les tensions sur la première vente et, ainsi, sur l'activité du mareyeur.

• Une forte pression de la grande distribution sur le secteur du mareyage •

La grande distribution impose ses conditions au mareyeur et installe un rapport de force clairement en sa faveur, que ce soit en termes de prix ou de délais de livraison de la marchandise. Elle contraint le secteur de la marée fraîche à un rythme d'approvisionnement en A pour B, et à une livraison des produits au plus tard à sept heures dans les points de vente de l'ensemble des produits mis en rayon. Ces contraintes génèrent une tension importante de l'aval de la filière vers l'amont, jusqu'aux opérations effectuées en halle à marée et donc également sur le travail du mareyeur. « Le flux de la marée fraîche ne représente plus que le tiers du trafic des produits de la mer frais, et la grande distribution compose 70 % de ce trafic. En conséquence, le mareyage n'a pas les moyens d'influencer les stratégies des transporteurs et des magasins de la grande distribution » (Région Bretagne, 2012). S'il ne veut pas sortir du système « grande distribution au profit de grossistes spécialisés, le mareyage breton doit s'adapter à certaines de ces contraintes, innover ou diversifier son activité.

Pour en savoir plus

VIDIE Anne, LESUEUR Marie, GOUIN Stéphane. 2013. Analyse de l'approvisionnement et des relations entre acheteurs et vendeurs au sein de la filière pêche en Bretagne : les mareyeurs. Rapport d'étude. Phase 2 du programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°15, 45 p.

Contact

Marie Lesueur • marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr • 02.23.48.58.62

Etude réalisée par Anne Vidie, Pôle halieutique, AGROCAMPUS OUEST

Les publications du programme Cogépêche sont disponibles sur le site du Pôle halieutique : halieutique.agrocampus-ouest.fr • Rubrique Études et Transfert • Cogépêche