

# HAM ET MISE EN MARCHÉ

## *Vente directe au consommateur*

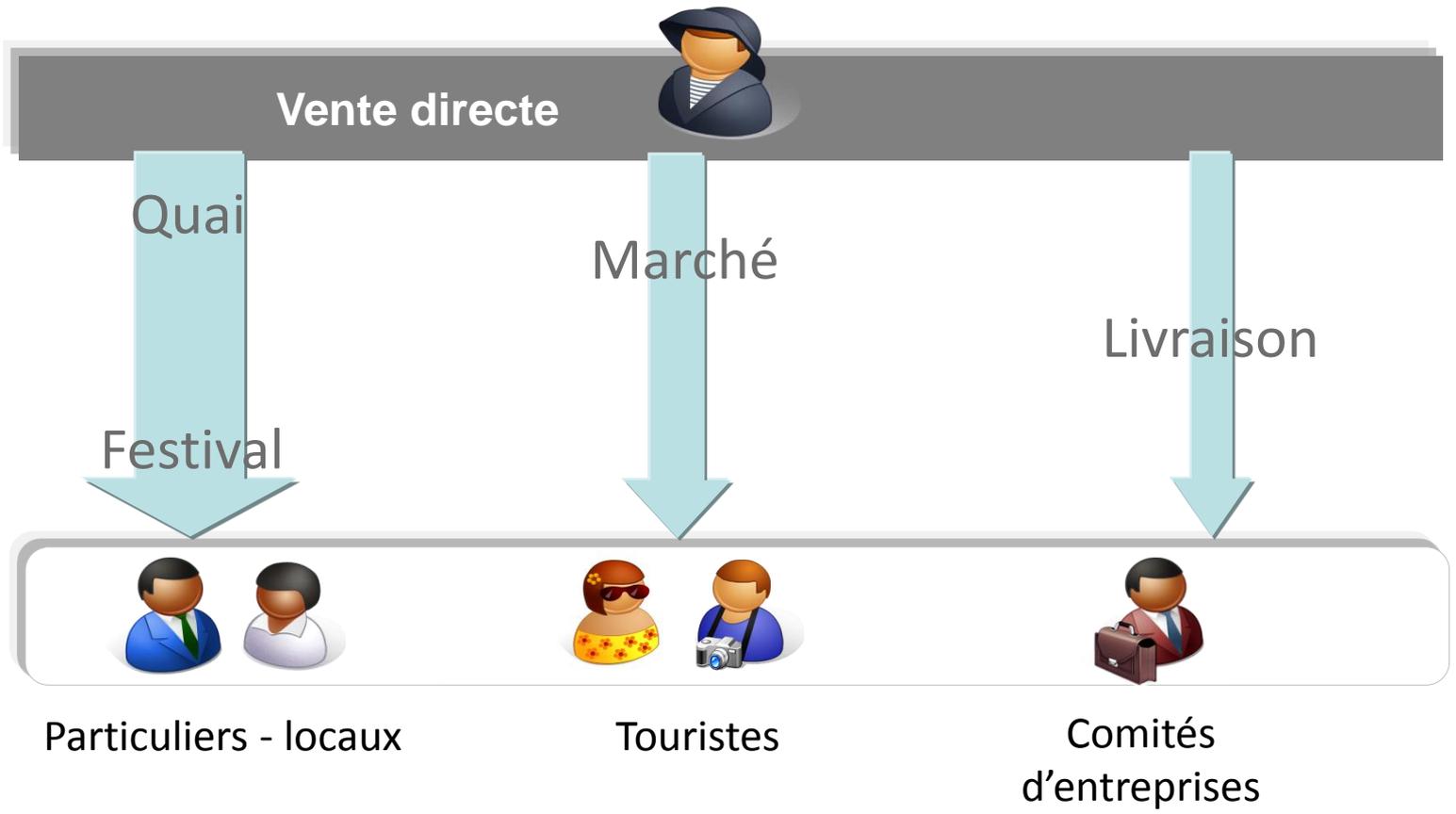
Marie LESUEUR et Laura-Mars HENICHART  
Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST



Vente à l'étal, Boulogne-sur-Mer



Vente à l'étal, St-Valéry-en-Caux



Résultats issus des études suivantes :



Diversification des activités de pêche et de cultures marines en Bretagne  
 Etude financée par la Région Bretagne



Projet CHARM 3, programme européen de coopération transfrontalière INTERREG IV A France (Manche) - Angleterre, cofinancé par le FEDER

# Constats généraux



**Activité développée**

**Activité de diversification rémunératrice**

**Majoritairement des initiatives individuelles**

**Présente sur tout le littoral**



**Activité traditionnelle**

**Nouvelles initiatives**

**Complémentaire au système classique**

# Qui pratique la vente directe ?

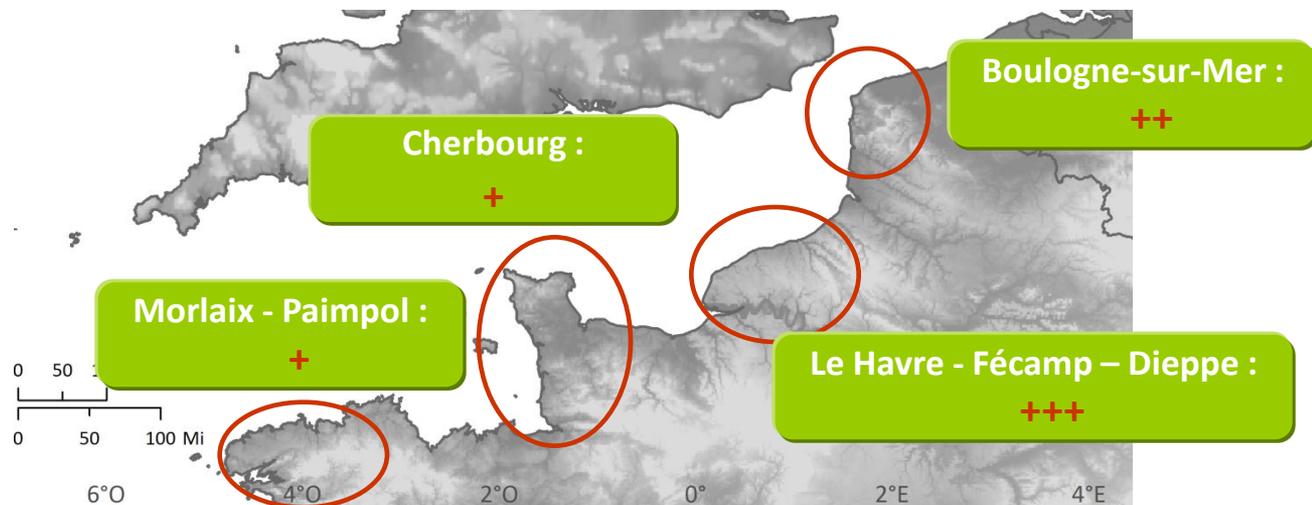
✓ Essentiellement de la pêche côtière

- ✓ 80 % des pêcheurs pratiquant la vente directe rentrent tous les jours
- ✓ principalement des petits navires (< 12 m)

Manche

✓ Contexte local important

- ✓ traditions
- ✓ équipements
- ✓ ...



✓ Place importante de la conjointe

- ✓ souvent un rôle moteur dans la mise en place de l'activité
- ✓ dans 1/2 des cas, la conjointe participe à la vente

Manche

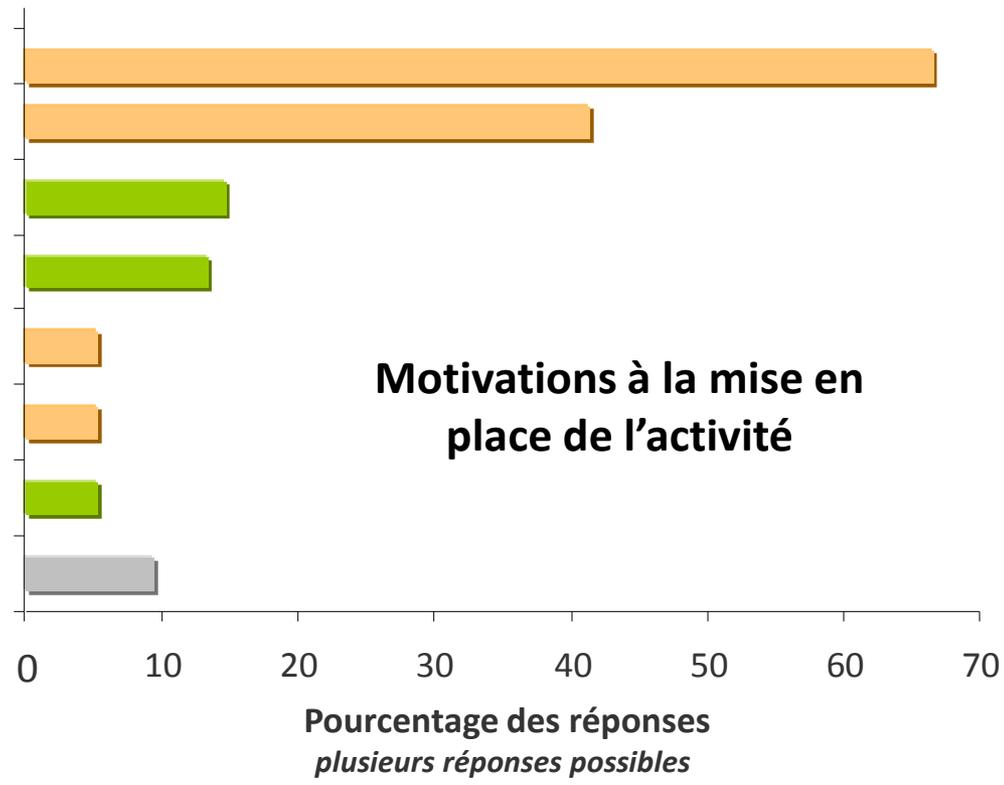


Manche

✓ Des motivations économiques mais pas seulement ...



- Avoir un revenu supérieur
- Baisse des prix de vente sous criée
- Développer un lien avec la clientèle**
- Tradition de vente**
- Accès au marché classique difficile
- Concurrence moins forte
- Valorisation du métier**
- Autres



Manche

✓ Stratégies de vente différentes

**Activité régulière**

**Stratégie de diversification des activités**

**Activité de vente ponctuelle**

Activité saisonnière ou en période de fête

**Stratégie opportuniste**

Activité en réaction aux problèmes de commercialisation

**Stratégie de gestion de crise**



## La proximité avant tout

- ✓ essentiellement sur les quais (>3/4)
- ✓ marchés
- ✓ livraison

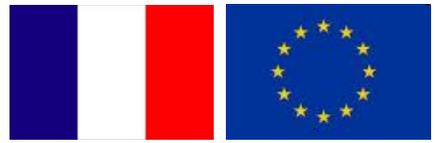
Manche

## Entre tradition et renouveau

- ✓ Activité ancienne et intégrée au tissu local
  - ❖ 1/3 des pêcheurs pratiquent cette vente depuis plus de 10 ans
  - ❖ installations en dur sur les quais
- ✓ Nouvel essor
  - ❖ 1/2 depuis moins de 5 ans
  - ❖ apparition de nouvelles initiatives

Manche





## Comme en agriculture

- ❖ Initiatives type AMAP : contrats entre producteurs et consommateurs
- ❖ Ventes collectives de produits de la mer en colis - paniers de la mer
- ❖ Mise en place de marché de producteurs
- ❖ Magasins de producteurs
- ❖ Fêtes de la mer ou fête par espèce...



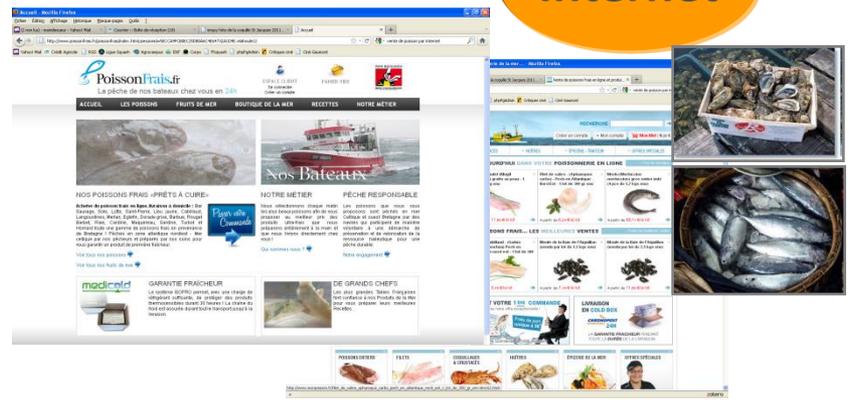
**Théâtralisation**



**Communication**

## Nouveaux modes de commercialisation

Internet



- ❖ Ventes en ligne
- ❖ Préviation des débarquements par SMS/internet
- ❖ Ventes aux enchères sur internet
- ❖ Coopérative de ventes



## Demande croissante pour ce type de ventes

### ✓ Consommateurs

- ✓ Produits correspondant aux critères d'achat
  - ✓ traçabilité, origine des produits, produits locaux
  - ✓ qualité, fraîcheur...
- ✓ Nouvelles expériences
  - ✓ découverte de nouvelles espèces (paniers)
  - ✓ lien avec le producteur...

### ✓ Acteurs du territoire

- ✓ Utilisation de la pêche/ports comme vitrine
- ✓ Mise à disposition d'installations (étal, lieu de stockage)
- ✓ Nouveaux produits et services (notamment pour le tourisme)

Quelle synergie avec les systèmes de vente classiques ?



# Merci de votre attention

Merci à Violaine MERRIEN, Timothée BESSE, Fabien ROUSSEL,  
Thomas SERAZIN, Laura-Mars HENICHART  
et à toutes les personnes enquêtées....



Vente à l'étal, Boulogne-sur-Mer

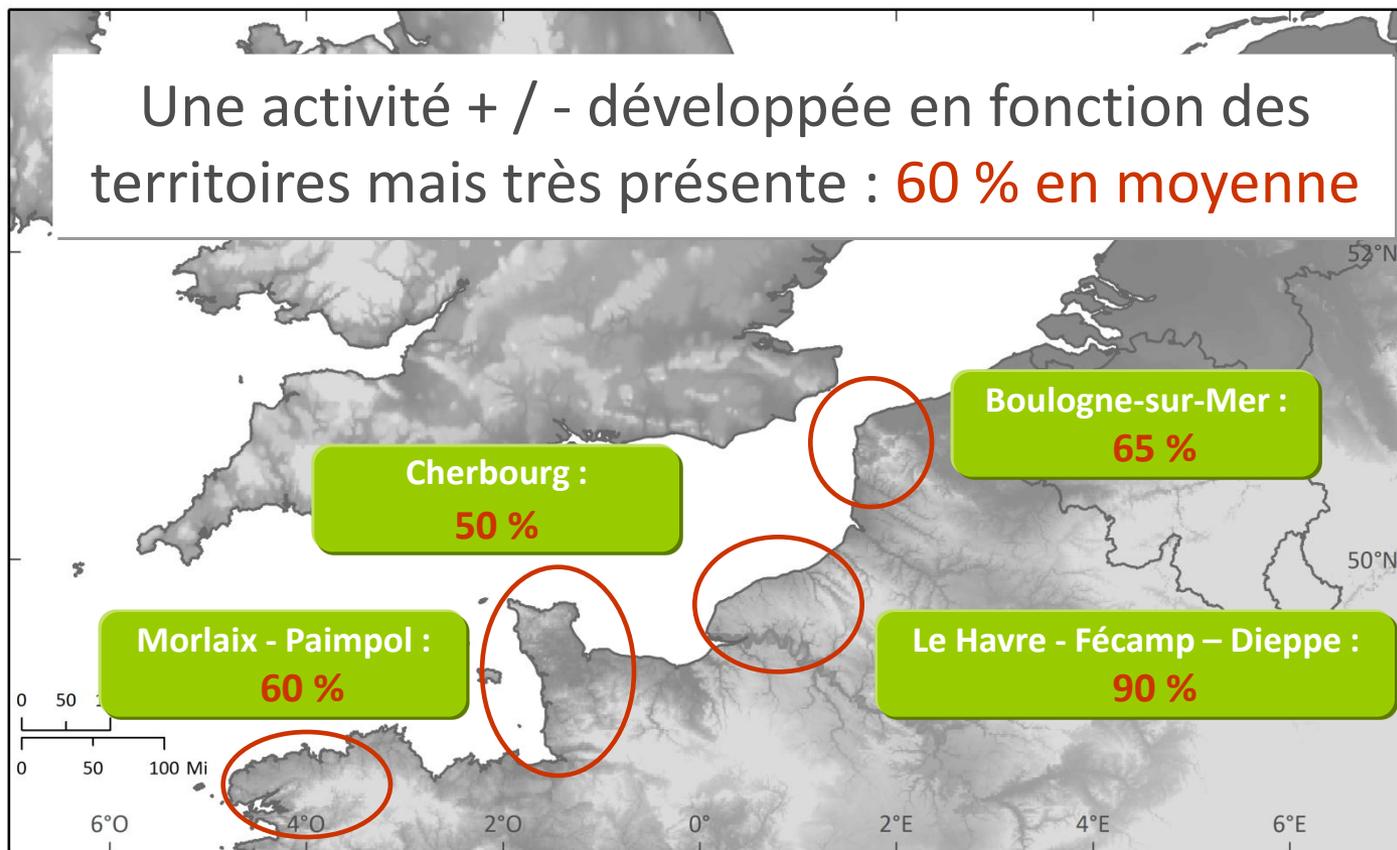


Vente à l'étal, St-Valéry-en-Caux

Manche

*Echantillon représentatif de la population  
(129 pêcheurs enquêtés)*

Une activité + / - développée en fonction des territoires mais très présente : **60 % en moyenne**



**Taux de pratique de la vente directe par quartier maritime**



## Territoire

Assurer le maintien  
des traditions

Ancrer la pêche et la  
conchyliculture sur le  
territoire

Promouvoir le  
territoire par ses  
produits et ses  
activités

Lien avec les autres  
acteurs (tourisme)

Maintenir les  
emplois sur le  
territoire - *femmes*

Maintenir  
le tissu social

Créer une  
dynamique  
économique locale



# Combien ?

## ✓ Complémentaire aux autres systèmes de vente

- ✓ 1 à 80 % du chiffre d'affaires : *jamais la totalité*
- ✓ *Quantités difficilement estimables mais semblant limitées*

### Manche



Vente directe au consommateur

20 %

Ventes en halles à marée

42 %

Ventes de gré à gré (mareyeurs, poissonneries, restaurateurs...)

38 %

**Répartition moyenne des ventes par les pêcheurs pratiquant la vente directe**

