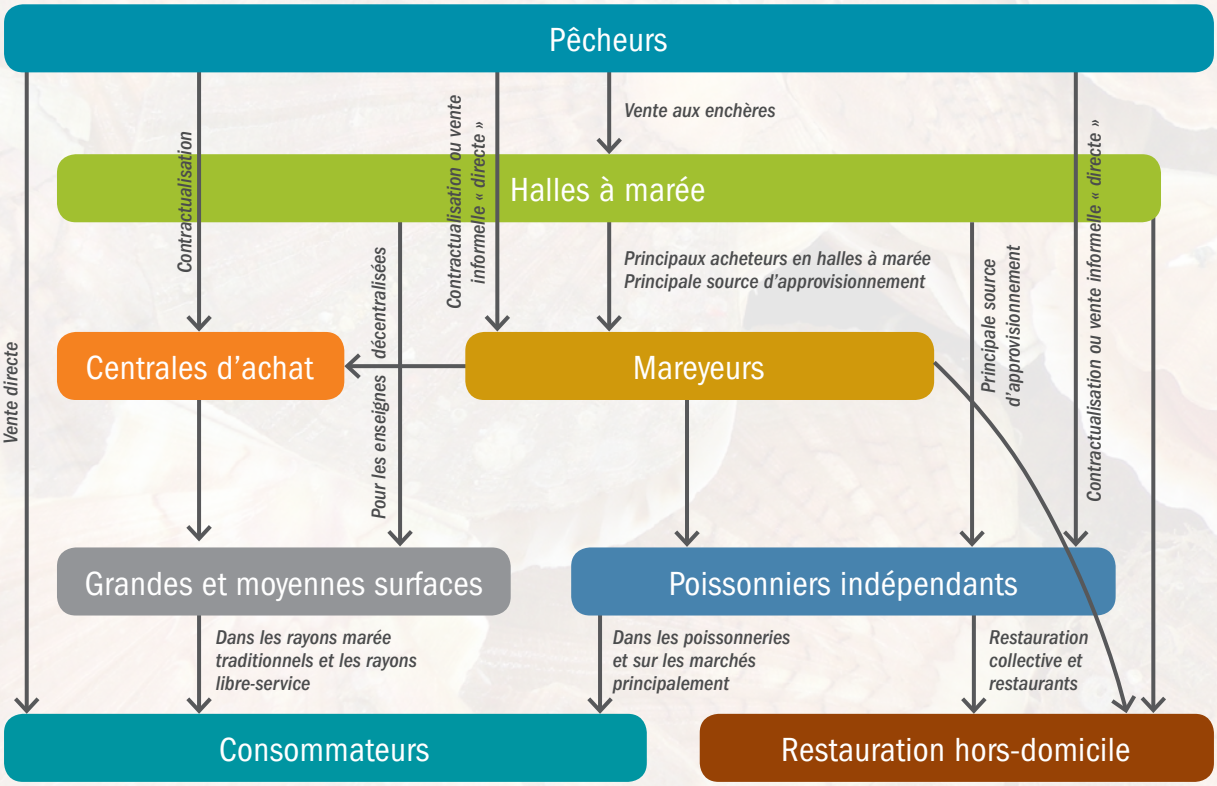
Les cahiers techniques Cogépêche

Les circuits de commercialisation des produits de la mer en Bretagne

Normapêche bretagne

AGRO CAMPUS OUEST

La Bretagne est caractérisée par une très forte richesse et diversité de production. Plus de 60 espèces de poissons, crustacés, coquillages et céphalopodes sont débarqués dans les ports du territoire, et aucune n'est majoritaire dans les débarquements, que ce soit en volume ou en valeur. Tous les types et métiers de pêche contribuent à cette richesse : pêche dite côtière et pêche hauturière, chalutiers, fileyeurs, caseyeurs, ligneurs, bolincheurs, etc. Il existe dans la région des « pôles » de production plus ou moins spécialisés sur certains métiers et certaines espèces : la coquille Saint-Jacques dans les Côtes d'Armor, la sardine et autres poissons bleus à Douarnenez et Saint-Guénolé, la lotte dans les ports bigoudens, le congre à Quiberon, etc.
Ce livret s'attache à analyser comment sont actuellement commercialisés les produits de la mer en Bretagne, du débarquement jusqu'à l'assiette du consommateur et ainsi de mettre en avant les différents circuits de commercialisation qui existent pour la filière du frais.



Organisation de la filière des produits de la mer frais et relations commerciales entre les acteurs en Bretagne

Tout au long de ce cahier, il s'agira également d'apporter des éléments de réponses à la question suivante : La contractualisation est-elle un des moyens de valorisation des produits de la mer bretons ? Question qui a été une des questions abordées lors des entretiens menés dans la cadre du projet Cogépêche au niveau de tous les maillons de la filière.

Un autre objectif de ce livret est d'identifier quels sont les leviers et les axes sur lesquels il est possible d'agir pour que cette commercialisation participe au mieux à une valorisation optimale des produits débarqués en Bretagne et à la répartition de la valeur ajoutée tout au long de la filière.

Sommaire

LA PREMIÈRE VENTE : QUELS SONT LES CHOIX POUR LE PRODUCTEUR ? 4

La vente directe 4

La vente aux enchères en halle à marée 4

La vente de gré à gré sous mandat d'une halle à marée 7

La vente de gré à gré sans passage des produits en halle à marée 8

LE COMMERCE B TO B : QUELS CIRCUITS DE COMMERCIALISATION POUR LES PRODUITS BRETONS ? 9

UNE FILIÈRE EN PHASE DE STRUCTURATION 13

La première vente : quels sont les choix pour le producteur ?

Une fois ses produits débarqués, le pêcheur a à sa disposition plusieurs choix pour assurer leur première commercialisation. C'est à ce niveau que les produits s'engagent dans des circuits plus ou moins longs, faisant intervenir différents acteurs de la filière des produits de la mer.

LA VENTE DIRECTE

La vente directe de produits de la mer correspond à la commercialisation sans intermédiaire entre le producteur et le consommateur final des produits. Pour le pêcheur, cette vente directe est réglementée et doit s'effectuer dans un cadre précis : elle doit avoir lieu directement à certains endroits, ne doit pas excéder un certain volume, être réalisée dans certaines conditions d'hygiène, et le poisson ne doit pas être transformé... Selon les façades maritimes, le type de pêche pratiquée, ou encore la saison, la vente directe concerne plus ou moins de producteurs et des volumes plus ou moins importants.

Le choix pour un producteur de se lancer dans l'activité de vente directe peut correspondre à plusieurs stratégies. Ce peut être une activité régulière, permettant d'écouler tout ou partie des volumes pêchés, comme c'est le cas sur la façade méditerranéenne ou encore sur certaines îles bretonnes, où le réseau de halles à marée est très distendu. En général, c'est plutôt une activité de diversification pratiquée car elle apporte un revenu complémentaire. Enfin, ce peut être une activité saisonnière comme sur certaines zones en Bretagne où elle est plus pratiquée en saisons touristiques ou aux moments des fêtes de fin d'année (comme pour la Coquille Saint-Jacques), même si certains producteurs la pratiquent toute l'année. Dans tous les cas, cette activité demande un investissement personnel en temps et en énergie important de la part du producteur.

Les différentes stratégies de vente directe *(Hénichart et Lesueur, 2011)*

LA VENTE AUX ENCHÈRES EN HALLE À MARÉE

En Bretagne, le circuit classique de commercialisation des produits de la mer frais est la mise aux enchères par l'intermédiaire d'une halle à marée. La halle à marée est l'interface entre l'amont de la filière - la pêche - et l'aval - la commercialisation et la transformation du poisson. C'est un organe essentiel dans la structuration et dans l'organisation actuelle de la filière des produits de la mer frais. Le littoral français compte une quarantaine de halles à marée qui drainent les produits de plusieurs points de débarquements alentours. Dans les quinze halles à marée bretonnes, ce sont en moyenne 70 % des produits débarqués qui sont vendus aux enchères (de 30 % à la totalité des débarquements selon les halles à marée, données issues des enquêtes menées au cours du programme Cogépêche).

Rôle des halles à marée et organisation des ventes

Les halles à marée prennent en charge les produits de leur débarquement à leur remise aux acheteurs, voire même parfois à leur expédition aux clients, en passant par la pesée, le tri, l'allotissement, la déclaration des volumes, la vente. Selon les types de pêche pratiqués par les navires qui vendent dans la halle à marée, il peut y avoir une ou plusieurs ventes par jour. En effet, les produits côtiers, hauturiers et de bolinche font souvent l'objet de ventes différentes, à des moments distincts de la journée, qui dépendent de l'organisation des sorties de pêche, des marées, du moment d'arrivée des navires au port. En général, les ventes ont lieu tôt le matin, entre trois et six heures. Les produits hauturiers se vendent presque systématiquement tôt le matin. Certaines halles à marée choisissent de vendre les produits côtiers dans l'après-midi, entre quinze et seize heures (c'est le cas de quelques ports bigoudens ou

encore de Saint-Malo par exemple). Le nombre de navires vendeurs dans une halle peut, en effet, varier d'une vingtaine à Quiberon ou Saint-Malo, jusqu'à 300 à Lorient.

Des halles à marée spécialisées

La Bretagne se caractérise par des pôles leaders sur certaines espèces. Certaines halles à marée sont en quelque sorte spécialisées, même si ces espèces se retrouvent dans d'autres halles à marée et de très bonne qualité (coquille Saint-Jacques dans les Côtes d'Armor, sardine et lotte en Cornouaille, poissons à fileter à Lorient, etc.). Chaque halle à marée est une place de marché distincte, mais depuis quelques années, la tendance est à l'interconnexion des halles à marée. Cette interconnexion offre une ouverture du marché des produits de la mer frais et donne de la visibilité aux différents acheteurs, ainsi qu'aux producteurs. Tri et calibrage.

La normalisation des critères marchands (espèce, calibre, présentation et fraîcheur) sont des étapes incontournables pour la transparence et la loyauté des transactions sous les halles à marée. Sur l'espèce et la présentation, les halles à marée s'accordent facilement entre elles. En revanche, sur les critères de calibre et de fraîcheur, le classement est disparate. Le calibre est défini officiellement selon les espèces, mais le tri n'est pas homogène d'un port à l'autre. Sur le critère « fraîcheur », il existe trois niveaux : E (pour Extra), A ou B, dans l'ordre décroissant de fraîcheur et de qualité des produits. Malgré l'existence de barèmes avec des critères objectifs, il reste toujours dans l'évaluation de la fraîcheur une large part d'appréciation subjective de l'agent qui effectue l'allotissement des produits et des pratiques par défaut comme par exemple : A pour la pêche hauturière et E pour la côtière (hors chalutier langoustiniers). En Bretagne, beaucoup d'efforts ont été engagés pour améliorer le tri des produits de la mer frais débarqués. La dénomination des espèces est normalisée, le calibrage est moins disparate, mais la qualification objective de la fraîcheur reste le point faible.

Vente à distance

Le système de vente à distance, développé progressivement par toutes les halles à marée bretonnes, permet aux premiers acheteurs connectés sur internet d'acheter des lots en ligne. L'importance de la qualité du tri prend alors tout son sens, car ce système implique d'acheter des produits sans voir les lots au préalable, et donc d'avoir confiance dans la qualité du tri effectué par les agents de la criée. La vente à distance permet à des opérateurs de la filière, premiers acheteurs, de comparer les lots et les prix dans plusieurs criées à la fois et d'effectuer des achats simultanés dans plusieurs ports de vente, sans se déplacer.

Selon l'accessibilité des ports, la réputation de qualité du tri, de la qualité des produits, l'importance des débarquements, la vente à distance peut représenter une part plus ou moins importante des volumes vendus dans les halles bretonnes : de moins de 20 % des volumes vendus à Douarnenez, jusqu'à 70 % à Audierne.

En résumé, l'achat en halle à marée est une activité qui nécessite de bien connaître les produits, l'offre et la demande, qui fait intervenir un ensemble de facteurs complexes. Cependant, l'achat en halle à marée est apprécié des premiers acheteurs pour la transparence des transactions qu'elle permet. Elle met tous les acheteurs sur un pied d'égalité dans l'accès aux produits bruts, et la formation des prix aux enchères se fait selon un équilibre entre l'offre et la demande.

PRÉVISION DES APPORTS ET PRÉVENTE AUX ENCHÈRES

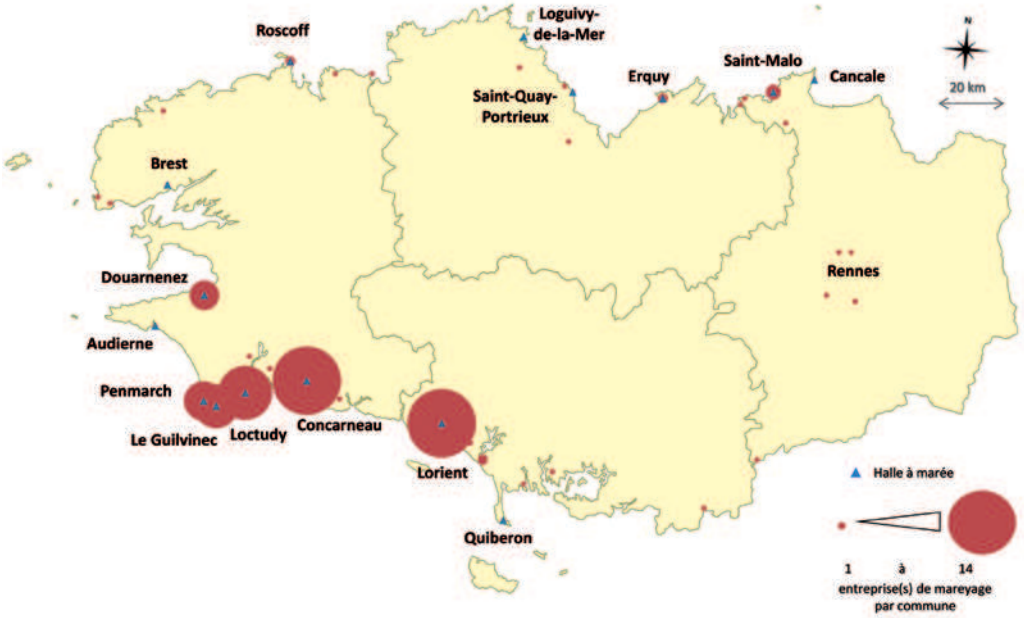
La vente à distance a ouvert la voie à une unification des places de marché au niveau régional, voire national. C'est une façon de répondre au besoin de praticité des acheteurs, en leur donnant accès à plusieurs places de vente simultanément et en forçant la normalisation des lots nécessaire à l'achat de marchandise sans la voir au préalable. Dans un objectif d'amélioration de l'efficacité de la première vente des produits de la mer, une prévision fiable et régulière des apports dans les halles à marée françaises, 48 heures à 72h pour la pêche hauturière, serait nécessaire. Elle pourrait aussi ouvrir la voie à un autre mode de commercialisation : la prévente de produits de la mer frais. C'est un système qui permet de rendre « visible » et prévisible un stock dit flottant, c'est-à-dire des volumes encore non débarqués, voire non pêchés, et de les vendre aux enchères. L'objectif serait de lisser les volumes vendus et les prix des produits débarqués dans une halle à marée. Pour qu'un système comme la prévente aux enchères fonctionne, un prérequis est nécessaire : l'augmentation de la visibilité des opérateurs sur les apports disponibles. Peu d'opérateurs enquêtés ont mis en place leurs propres systèmes individuels de prévision des apports, mais une grande majorité utilise les services de prévision des apports plus ou moins développés proposés par les halles à marée (comme par exemple la plate-forme w-fish mise à disposition par la Chambre de commerce et d'Industrie de Cornouaille pour tous les ports de Douarnenez à Concarneau) ou le système développé par l'organisation de producteurs d'Yeu, fusionnée avec l'organisation de producteurs de Vendée depuis janvier 2013. La prévision des apports est, en effet, un aspect crucial pour les opérateurs aval de la filière dans l'exercice de leur métier qui en ont besoin et expriment le manque à l'heure actuelle de systèmes de prévision des débarquements fiables, efficaces et généralisés pour l'ensemble des halles à marée.

La première vente : quels sont les choix pour le producteur ?

Les principaux premiers acheteurs en halle à marée en Bretagne : mareyeurs et poissonniers détaillants indépendants

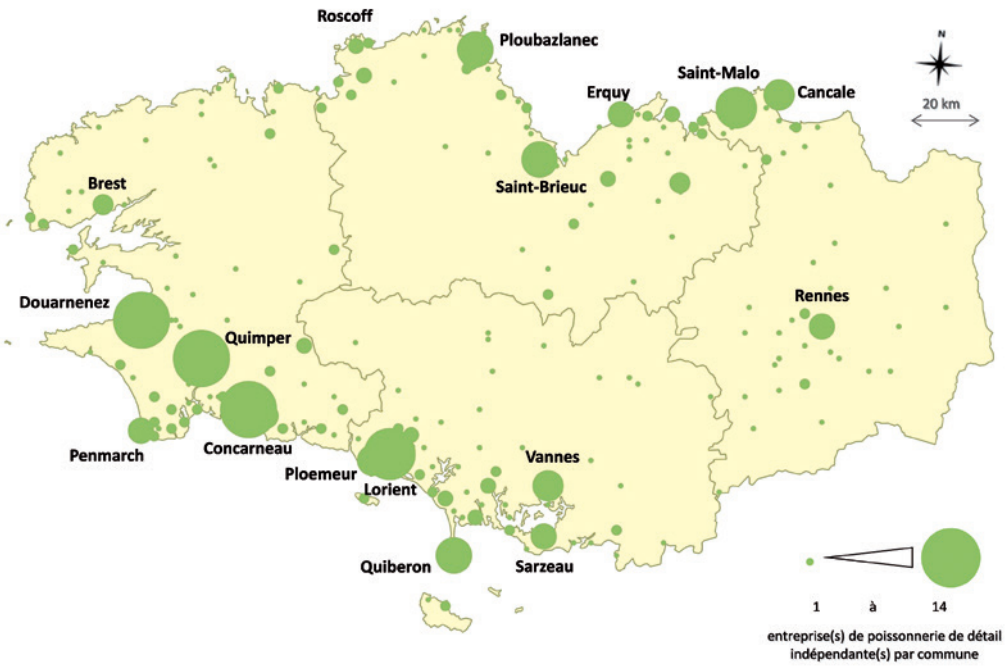
En Bretagne dans les halles à marée, les principaux premiers acheteurs sont les mareyeurs, puis les poissonniers détaillants indépendants. Concernant l'activité de mareyage, la Bretagne est, en effet, la principale région française : elle concentre plus d'un tiers des entreprises, des emplois et du chiffre d'affaires dégagé par le secteur.

La centaine d'entreprises de mareyage bretonnes est située principalement dans les ports cornouaillais et Lorient. Le mareyeur breton s'approvisionne principalement en halle à marée, qui lui fournit en moyenne plus de 80 % de ses volumes d'achat.



Répartition des entreprises de mareyage en Bretagne *(Vidie et al., 2013a)*

La poissonnerie de détail indépendante est une activité également très développée en Bretagne : près de 400 entreprises y ont été recensées, inégalement réparties sur le territoire régional : Finistère et Côtes d'Armor sont les départements les mieux pourvus. 85 % d'entre elles sont situées en zone littorale. La densité bretonne de points de vente est parmi les plus fortes de France, avec 10 poissonneries fixes pour 100 000 habitants, pour une moyenne nationale de 4 magasins pour 100 000 français (Insee, 2010).



Répartition des entreprises de poissonneries en Bretagne *(Vidie et al., 2012)*

UN ENJEU IMPORTANT POUR LA FILIÈRE : L'ACHAT EN HALLE À MARÉE ACCESSIBLE À TOUS

L'achat en halle à marée était jusqu'il y a peu soumis à plusieurs conditions : *« Le règlement local d'exploitation de chaque halle à marée prévoit l'agrément de droit des acheteurs qui satisfont à la condition de dépôt d'un cautionnement prévue à l'article 3 du décret du 26 avril 1989 susvisé, ainsi qu'à l'une des deux conditions suivantes :*
- un engagement d'achat minimum sur une période donnée, exprimé en tonnage ou en valeur, au choix de l'acheteur, ou
- un engagement sur un nombre minimum de jours d'achat, sur une période similaire »

Arrêté du 8 juillet 1991 relatif aux conditions d'admission des acheteurs en halle à marée

Cet article a été abrogé par l'article 5 de l'Arrêté du 13 décembre 2013 fixant les dispositions communes aux règlements d'exploitation des halles à marée permettant un accès ouvert et plus libre pour tous les opérateurs qui souhaiteraient acheter, même de façon ponctuelle, une part de leurs produits en halle à marée (sous réserve d'une caution bancaire).

A l'heure actuelle, les principaux acheteurs en halle à marée, en Bretagne, sont les mareyeurs et les poissonniers indépendants, implantés sur le territoire régional. La vente à distance avait déjà élargi le champ des acheteurs, mais la suppression des critères d'accès à l'achat en halle à marée pour les opérateurs remet en cause de manière plus profonde l'organisation et le fonctionnement actuel de l'achat en halle à marée. En effet, que des acheteurs puissent effectuer des achats ponctuels, opportunistes, sur des gros lots ou des gros volumes par exemple, pourrait déstabiliser le marché d'après les personnes rencontrées lors de Cogépêche.

La vente aux enchères, système dominant de première mise en marché en Bretagne, n'est pas le seul moyen pour un producteur de commercialiser les produits qu'il débarque. Il peut aussi opter pour la vente de gré à gré, qui correspond à la vente de produits de la mer sous contrat entre deux opérateurs de la filière.

Remarque : dans les deux parties suivantes, seule sera abordée la vente de gré à gré lors de la première mise en marché des produits de la mer.

LA VENTE DE GRÉ À GRÉ SOUS MANDAT D'UNE HALLE À MARÉE

La vente de gré à gré peut s'effectuer sous le mandat d'une halle à marée. Dans ce cas, les produits sont débarqués et pris en charge par les agents de la criée, pesés, déclarés, triés, puis vendus à un opérateur sans être proposés aux enchères. C'est alors la halle à marée qui peut gérer la contractualisation entre le producteur et l'acheteur.

C'est une pratique intéressante, souvent ciblée sur une espèce ou sur un opérateur. Elle est assez répandue en ce qui concerne la sardine par exemple, en pleine saison de pêche, quand les volumes débarqués sont très importants. Il s'agit souvent d'espèces emblématiques de certaines halles à marée représentant de gros volumes, et la commercialisation en partie par du gré à gré fluidifie le marché.

A Lorient, pour la production de l'armement Scapêche par exemple, la vente de gré à gré sous mandat de la halle peut concerner 70 % des volumes vendus. C'est une pratique qui peut donc dans certains cas être adaptée au marché, et correspondre à certaines demandes des acteurs de la filière. Elle permet d'écouler de gros volumes pour une espèce donnée, permet l'anticipation pour les premiers acheteurs, simplifie la logistique. De plus, il y a quand même une perception de la redevance portuaire, un paiement sécurisé du producteur chapeauté par la halle à marée, et un enregistrement des quantités vendues par la criée. Concernant ces ventes de gré à gré via la halle à marée, les pratiques sont vraiment très différentes d'une halle à marée à l'autre en Bretagne.

La première vente : quels sont les choix pour le producteur ?

LA VENTE DE GRÉ À GRÉ SANS PASSAGE DES PRODUITS EN HALLE À MARÉE

La première vente des produits par le pêcheur peut aussi se faire sans aucune intervention d'une halle à marée. Le producteur peut vendre ses produits directement à un opérateur de la filière des produits de la mer, en s'arrangeant directement avec lui. Dans ce cas, un décret en cours de validation, ayant pour cadre la Loi de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche, réglemente la transaction. Elle doit faire l'objet d'un contrat, et officiellement les quantités vendues doivent aussi être déclarées sur une plate-forme en ligne gérée par FranceAgriMer.

Cependant, dans les faits, cette plate-forme est aujourd'hui très peu utilisée et l'est de moins en moins, et la contractualisation est quasiment inexistante entre les producteurs et les acheteurs. Les transactions commerciales de gré à gré restent très informelles.
Pour de nombreux mareyeurs, la mise en place du décret contractualisation de la LMAP semble très difficile et une large majorité est favorable à la mise en place d'un contrat cadre par les halles à marée pour les ventes de gré à gré qui passent par son intermédiaire. Ils ne se sentent pas concernés par ce changement de la législation, pour eux le décret aura un impact limité, concernant seulement certains produits, même si, tant que le détail des clauses n'est pas connu, il semble difficile de porter un jugement objectif. Pour eux, encourager la contractualisation ne leur semble pas une solution pour une meilleure valorisation de la production bretonne : presque deux tiers craignent que des volumes significatifs soient captés par certains acteurs comme les grandes surfaces au détriment d'un accès général aux volumes débarqués. Certains d'entre eux pensent également que cette forme de vente diminuera globalement le prix payé aux pêcheurs. Les mareyeurs font partie des principaux opposants à la contractualisation (Région Bretagne, 2012). Les mareyeurs se positionnent clairement contre les achats en direct au pêcheur, car selon eux, ils manquent de transparence et concurrencent directement le fonctionnement des halles à marée. En Bretagne, les mareyeurs n'envisagent souvent les achats de gré à gré que pour certains produits particuliers, souvent coquillages et poissons bleus. Si la contractualisation est parfois envisagée comme une voie pour une meilleure valorisation des produits bretons, l'opinion des mareyeurs interrogés est réellement mitigée (Vidie *et al.*, 2013).

LA LOI DE MODERNISATION DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE (LMAP)

Loi n° 2010-874 votée en juillet 2010 • Décret d'application dans la filière pêche prévu pour 2014

Contenu de l'article 86 : *Obligation de contrats écrits pour les ventes de gré à gré (organisées par l'intermédiaire des halles à marée ou directement entre le producteur et son acheteur). Les transactions de gré à gré couvrent : les achats « directs bateaux », les préventes, les ventes sur stocks flottant, les ventes par écorage. Elles peuvent avoir lieu avant la criée, sous la halle à marée, après la criée.*

Clauses du contrat (article L 631-24 du Code rural et de la pêche) : *durée du contrat, volumes et caractéristiques des produits à livrer, modalités de collecte ou de livraison des produits, critères et modalités de détermination du prix, modalités de paiement et modalités de révision et de résiliation du contrat.*

Objectifs : *Sécuriser les approvisionnements en termes de volume et de qualité pour les acheteurs, garantir le revenu des pêcheurs, mieux ajuster l'offre à la demande.*

Cette voie de commercialisation n'est de toute façon, à l'heure actuelle, pas très pratiquée par les acteurs de la filière des produits de la mer. Quasiment aucun cas de contractualisation entre un producteur et un opérateur de la filière n'a été recensé au cours des enquêtes menées en Bretagne dans le cadre du programme Cogépêche auprès d'échantillons représentatifs de mareyeurs, poissonniers détaillants et des responsables de rayons marée de la grande et moyenne distribution.

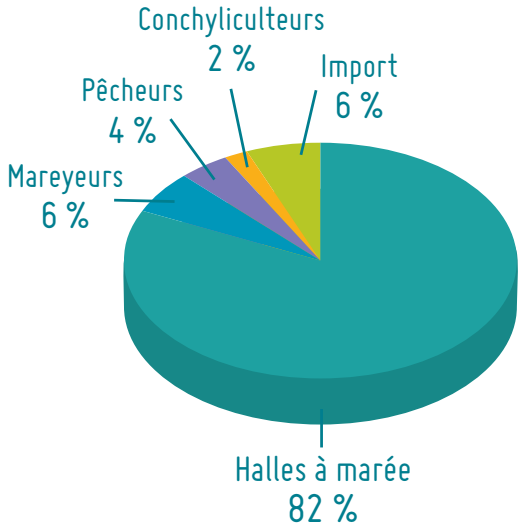
Globalement, tous ces échanges commerciaux se font à l'oral, sans aucune trace ou formalisation écrite. Les acteurs utilisateurs de ce mode d'achat apprécient ce fonctionnement informel, qui repose avant tout sur la confiance entre les acteurs. Au stade de la première mise en marché, afin d'envisager réellement la contractualisation comme une voie de valorisation des produits de la mer intégrée et acceptée par tous les acteurs de la filière, il est vital d'intégrer les halles à marée dans le processus. Cette instance incontournable de la commercialisation des produits de la mer, en tout cas en Bretagne, ne peut être écartée de la contractualisation. Elle permet loyauté et transparence des transactions, ainsi qu'une déclaration officielle des volumes qui satisfait les opérateurs de la filière et contribue à une réelle structuration de la filière.

Le commerce B to B : quels circuits de commercialisation pour les produits bretons ?

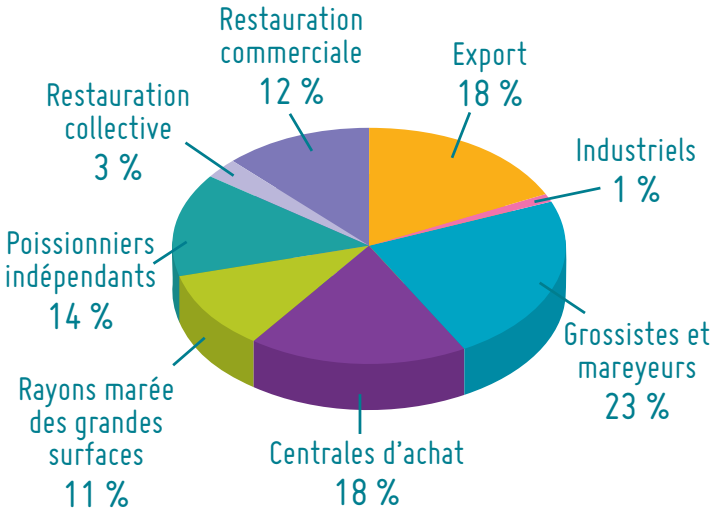
Le commerce B to B – business to business – correspond aux échanges commerciaux entre deux opérateurs de la filière une fois passé le stade de la première vente.

Dans les circuits de commercialisation des produits de la mer frais en Bretagne, le mareyeur est un acteur central. A la fois acheteur, transformateur et vendeur, il s'approvisionne en règle générale de manière très locale (halles à marée ou autres mareyeurs du territoire) et contribue à une dissémination et une expédition des produits à plus large échelle, dans toute la France et au-delà des frontières dans de nombreux pays européens. Les circuits de commercialisation sont en général assez courts : 40 % des produits achetés par les mareyeurs sont vendus à des circuits de distribution de détail (poissonneries indépendantes, rayons marées de grandes et moyennes surfaces ou encore restauration commerciale et collective).

Un approvisionnement local des mareyeurs bretons



Une large diffusion et expédition des produits bretons après première transformation



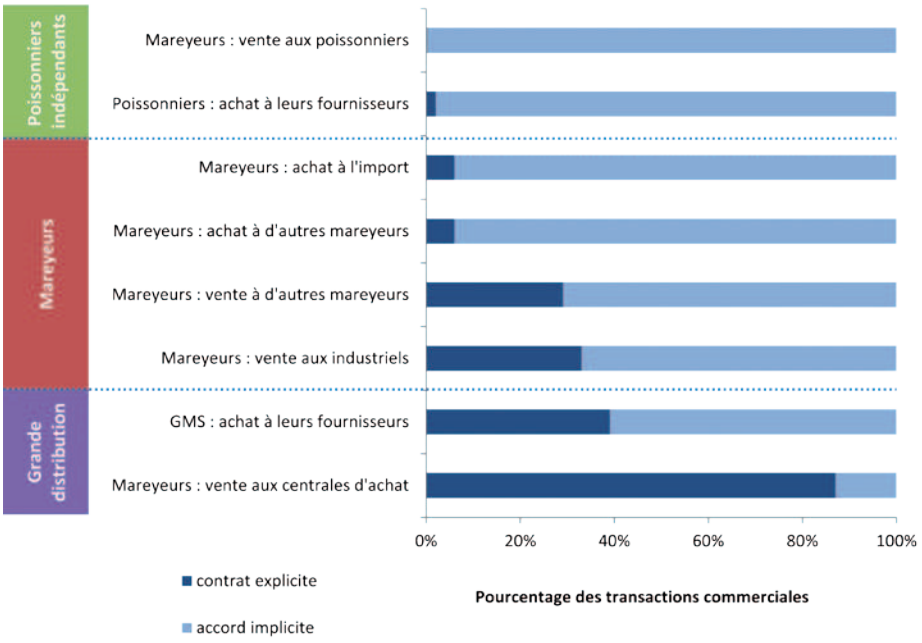
Répartition des approvisionnements et des ventes de produits de la mer au niveau du mareyage breton (% des volumes)
(Vidie et al., 2013b)

La contractualisation peut également être un mode d'échange qui intervient à ce stade de la commercialisation des produits, au niveau B to B. En Bretagne, c'est une voie peu utilisée dans la filière traditionnelle. Ni les mareyeurs, ni les poissonniers n'utilisent beaucoup la contractualisation avec leurs fournisseurs et/ou leurs clients.

Les relations commerciales informelles et un fonctionnement fondé sur une relation de confiance entre les opérateurs sont, en effet, des aspects caractéristiques de la marée fraîche en Bretagne. Les acteurs apprécient la liberté et la marge de manœuvre que leur permet l'exercice de leur métier, tout en restant très fidèles à leur réseau de partenaires commerciaux.

Cependant, dès lors que la grande distribution est impliquée, le fonctionnement par contrat explicite est beaucoup plus fréquent. C'est un secteur plus organisé et structuré que la filière classique de la marée fraîche, et les transactions commerciales sont habituellement encadrées par des contrats. Les mareyeurs s'adaptent donc à ce type de client et fonctionne par contrat avec les centrales d'achat, parfois même avec les rayons marée des magasins.

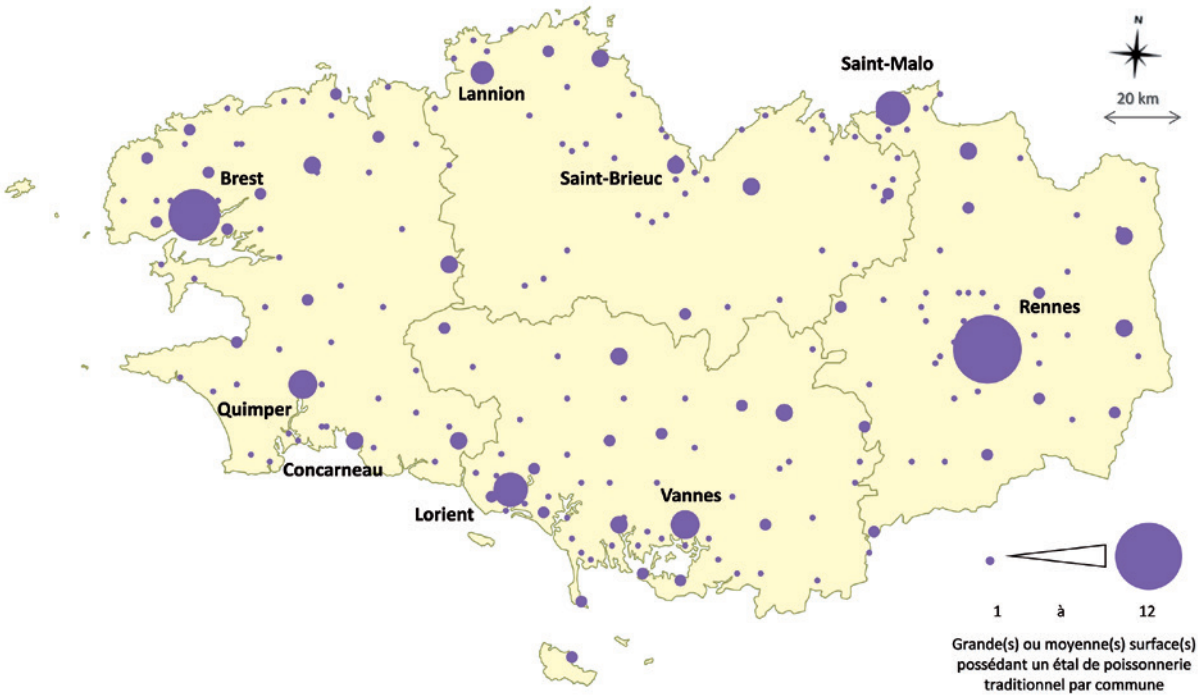
Le commerce B to B : quels circuits de commercialisation pour les produits bretons ?



Différents degrés de formalisme des transactions commerciales dans la filière du frais en Bretagne
(Vidie et al., 2013b)

La poissonnerie en grande distribution en Bretagne

Cinq groupes de la grande distribution sont implantés en Bretagne : Leclerc, Système U, Intermarché, Cora et Géant Casino. En 2012, 480 magasins ont été répertoriés en Bretagne. Intermarché, Système U et Carrefour dominent le marché régional : ces trois enseignes représentent trois quarts des magasins et un peu plus des deux tiers en termes de surface. 71 % des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) proposent à leurs clients un rayon traditionnel de poissonnerie, ce qui représente 340 poissonneries en GMS, soit 10 pour 100 000 habitants.



Répartition des grandes et moyennes surfaces en Bretagne *(Mesnildrey et al., 2013)*

Les modes de fonctionnement de la grande distribution

Le fonctionnement des groupes de grande et moyenne distribution peut être caractérisé par deux indicateurs importants.

Le degré de ***centralisation*** caractérise la gestion et l'approvisionnement des GMS. Les GMS centralisées achètent une grande partie voire la totalité de leurs produits à une centrale d'achat. Ces dernières tendent à une homogénéisation de leur approvisionnement. Les GMS décentralisées achètent également leurs produits à leur centrale mais une part non négligeable de leurs achats peut être réalisée de façon plus directe, soit en halle à marée soit auprès de producteurs, de mareyeurs ou encore de grossistes.

Le degré d'***intégration*** caractérise le référencement de l'étal des produits de la mer. Les GMS intégrées se doivent de respecter une homogénéité de l'offre entre tous les magasins à partir d'une politique merchandising uniforme. Ainsi, la part d'initiatives laissée au chef de rayon est assez faible. Les grandes et moyennes surfaces indépendantes peuvent quant à elles décider de la composition de tout l'étal sous réserve de rentabilité (progression annuelle de la marge brute et du chiffre d'affaires).

ENSEIGNES DE LA GRANDE DISTRIBUTION	Centralisées	Décentralisées
Intégrées	Carrefour, Auchan, Géant Casino	cora
Indépendantes	les Mousquetaires	E.Leclerc, U les nouveaux commerçants

Répartition des groupes en fonction de leur stratégie (Degré de centralisation et d'intégration)

Cependant, entre le fonctionnement « grande distribution » et le fonctionnement de la filière « traditionnelle », l'écart se creuse et on arrive à une filière qui fonctionne à deux vitesses. Au sein de la filière traditionnelle des produits de la mer frais, la grande distribution, secteur d'activité généraliste, a su trouver sa place. Elle reste toutefois un acteur à part, qui a son propre fonctionnement et n'est pas systématiquement adaptée aux particularités locales des filières de la pêche et des produits de la mer. A une échelle plus globale, c'est le fonctionnement de la grande distribution qui dénote totalement avec l'organisation traditionnelle et toujours d'actualité du secteur de la marée fraîche en France et, en particulier, en Bretagne. La grande distribution a des exigences de prix, de volumes, de délais de livraison, qui peuvent être difficiles à combler par les acteurs traditionnels de la filière. Par ailleurs, comme la grande distribution capte la majeure partie des produits débarqués et transformés en Bretagne (Région Bretagne, 2012), ils ont un pouvoir de négociation très fort et exercent une pression sur toutes les étapes en amont de la distribution en magasin : débarquement, première transformation, transport.

Globalement, tous maillons confondus, la majorité des acteurs de la filière des produits de la mer en Bretagne estiment que la contractualisation n'est que lourdeur et contraintes administratives supplémentaires. Certains estiment tout de même que cette voie de valorisation pourrait avoir des retombées positives pour leur activité ou même pour la filière. Un texte tel que le décret de la LMAP (Loi de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche) par exemple permet plus de clarté et de lisibilité dans les échanges commerciaux de gré à gré, ainsi qu'une meilleure traçabilité concernant les produits achetés. Il garantit la qualité des produits livrés. Enfin, il permet une vision à moyen ou long terme impossible à l'heure actuelle avec les produits de la pêche. A l'échelle de la filière, la contractualisation pourrait être un bon moyen de mieux réguler les prix, ainsi que de structurer le fonctionnement de la filière et de permettre une meilleure réactivité de la filière traditionnelle face au secteur de la grande distribution, particulièrement sur les espèces débarquées en masse et donc principalement de pêche hauturière.

Une filière en phase de structuration

Une des problématiques qui revient sans cesse quand on parle de la filière des produits de la mer bretonne, et même française est, le manque, voire l'absence, d'une réelle structuration.

L'association France Filière Pêche est une structure nationale relativement récente, sur laquelle il n'y a pas encore le recul nécessaire pour en évaluer l'impact en termes de fédération des acteurs. A l'échelle bretonne, Normapêche Bretagne s'est aussi positionnée comme une association de type interprofessionnelle, mais dans les faits cette mission s'est trouvée au second plan, après le rôle d'appui à la normalisation des produits en halle à marée. La filière n'a pas de lieu d'échanges et de dialogue, et ce n'est pas dans l'habitude des acteurs de travailler ensemble pour imaginer et réfléchir à l'organisation de la commercialisation de demain pour les produits de la mer locaux. Le Conseil régional de Bretagne a lancé un travail spécifique ayant pour objectif de susciter une réelle réflexion interprofessionnelle autour de la première mise en marché des produits de la mer, mais à l'heure actuelle il n'y a pas de concrétisation sur le terrain.

Concernant la contractualisation, il semble opportun de réfléchir à cette voie de commercialisation à l'échelle de toute la filière. La signature de contrats entre différents opérateurs de la filière, que ce soit au niveau de la première vente ou plus en aval dans le circuit de commercialisation, peut être un moyen d'aller vers une structuration réfléchie et concertée de la filière. La contractualisation dite « longue », de la première vente à la distribution en passant par le maillon industriel, implique tous les acteurs de la filière et est un moyen de répartir réellement la valeur entre tous les maillons. Elle s'oppose à la contractualisation « courte » qui concerne seulement les transactions entre le producteur et le premier acheteur. La contractualisation courte permet de fédérer la production, et de lui donner du poids face au reste et à l'aval de la filière, mais elle ne permet pas d'envisager une construction et un fonctionnement global de la filière. La contractualisation longue, pratiquée dans beaucoup d'autres filières, permet de donner de la visibilité à tous les acteurs, donc d'assurer un revenu stable aux producteurs, de permettre l'investissement pour les industriels et enfin de donner de la visibilité sur les apports aux distributeurs. Pour une filière, l'investissement dans un outil industriel peut être un facteur clé pour garder la valeur ajoutée d'une production.

Il y a dans la filière une réelle volonté de tirer la valeur ajoutée maximale tout au long de la filière, et la contractualisation est envisagée comme une solution parmi d'autres, qui peut très bien, dans certaines conditions, cohabiter avec la première mise en marché aux enchères. En aucun cas, elle ne doit court-circuiter la halle à marée, mais la Bretagne dispose de tous les ingrédients pour sa réussite.

BIBLIOGRAPHIE

INSEE, 2010. Le commerce en France, édition 2010, pp. 34-51.

REGION BRETAGNE, 2012. Amélioration des conditions de la première commercialisation des produits de la pêche fraîche en Bretagne. Direction de la mer, du développement maritime et du littoral, Service Pêche et Aquaculture. 62 p.

POUR ALLER PLUS LOIN

HENICHART L.-M., LESUEUR M., 2011. Synthèse : La vente directe au consommateur - stratégies et facteurs de développement dans le secteur de la pêche sur le littoral de la Manche. Programme Interreg Manche - CHARM 3. Cellule Études et Transfert, Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST, 6 p.

MESNILDREY L., VIDIE A., LESUEUR M., CHARLES E., GOUIN S., 2013. Analyse de l'approvisionnement et des relations entre acheteurs et vendeurs au sein de la filière pêche en Bretagne : La grande distribution. Rapport d'étude. Phase 2 du programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°13, 28 p.

VIDIE A., LESUEUR M., GOUIN S., 2013a. 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.

VIDIE A., LESUEUR M., GOUIN S. 2013b. Fonctionnement de la filière des produits de la mer frais en Bretagne. Rapport d'étude. Phase 2 du programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°18, 52 p.

VIDIE A., MESNILDREY L., LESUEUR M., GOUIN S., 2012. Analyse de l'approvisionnement et des relations entre acheteurs et vendeurs au sein de la filière pêche en Bretagne : Les poissonniers détaillants. Rapport d'étude. Phase 2 du programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST n°7, 50 p.

Ce cahier technique a été rédigé par l'équipe de la Cellule Études et Transfert du Pôle halieutique - AGROCAMPUS OUEST en collaboration avec NORMAPÊCHE BRETAGNE, porteur du projet et avec le soutien financier de la Région Bretagne.

La citation de ce document se fait comme suit :

VIDIE Anne, LETELLIER Isabelle, LESUEUR Marie, GOUIN Stéphane. 2014. *Les circuits de commercialisation des produits de la mer en Bretagne.* Cahier technique. Programme Cogépêche. Les publications du Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST, 16 p.

CONTACT

Marie LESUEUR
Pôle halieutique AGROCAMPUS OUEST
Cellule Études et Transfert
65 rue de Saint Brieuc - CS 84215 - 35042 Rennes Cedex
Tel : 02 23 48 58 62
marie.lesueur@agrocampus-ouest.fr

Le projet Cogépêche est porté par :

Le projet Cogépêche est labellisé par :

Avec le soutien financier de :

Réalisation et Impression : média graphic - Rennes - © AGROCAMPUS OUEST 2014