



# Savoir-faire

MARCHÉ INTERNATIONAL DE RUNGIS  
rapport annuel **2010**

La **qualité**  
passe par 

# Les produits de la mer et d'eau douce

Les ventes du pavillon de la marée de Rungis se sont stabilisées en 2010. Les prix soutenus n'ont pas nui aux bonnes performances de l'offre haut de gamme. Accueillant de nouveaux opérateurs, le secteur maintient son attractivité.

# 710 612 K€

chiffres d'affaires 2009

Estimation 2010/2009: + 11,7%



83% **Grossistes**

CA 2009: 586 933 K€  
Estimation 10/09: + 10,3%

17% **Courtiers  
et sociétés Import / Export**

CA 2009: 123 679 K€  
Estimation 10/09: + 18,3%



La mutation du comportement des acheteurs se poursuit. Leur visite se fait de plus en plus courte: une vingtaine de minutes dans deux cas sur trois contre plusieurs heures il y a quelques années.

L'année 2010 s'annonçait très positive pour le pavillon de la marée de Rungis, notamment entre le mois de mars et celui d'août, une période durant laquelle la hausse de tonnages s'avérait soutenue. Mais les grèves d'octobre ont mis à mal cette situation, que les intempéries climatiques de décembre ont fini de dégrader à l'approche de la période festive si importante pour ce secteur. Finalement, les arrivages enregistrés sur le pavillon sont restés à peu près stables: -0,6%, marquant une variation de 300 tonnes environ, soit l'équivalent seulement d'une bonne journée de vente.

### Un bon niveau de prix

Sans ces deux accidents, 2010 aurait donc été une bonne année pour les produits de la mer et d'eau douce sur Rungis, avec une hausse de volume de l'ordre du millier de tonnes. Et ce dans un contexte où les prix, malgré des variations suivant les produits, se montraient bien orientés pour les opérateurs, à l'image du saumon tiré sur le marché mondial par les difficultés chiliennes où les élevages ont été décimés par une épidémie de virus d'anémie infectieuse. Une fois n'est pas coutume, les zones annexes d'entrepôts ont connu une baisse légèrement plus forte, de 1,5%, mais qui semble cependant plus le résultat d'une réorganisation des flux menés par d'importants opérateurs que d'un fléchissement préoccupant de leur activité. La répartition entre les produits d'origine française et ceux d'importation suit toujours la même tendance, plutôt favorable aux seconds (58,6% de l'ensemble des arrivages, en hausse

de 3,2% en 2010). Après plusieurs années difficiles, la consommation semble s'être stabilisée, en dépit des prix soutenus constatés sur le marché. À ce titre, le cas du saumon est exemplaire: malgré une flambée des cours, il est parvenu à se maintenir à 10 000 tonnes sur Rungis. Plus généralement, on note peu d'évolutions marquantes au sein des catégories de produits, avec des variations de faible amplitude.

### La prime au haut de gamme

Ainsi, la baisse du thon (-7,9%) proviendrait des problèmes du thon rouge, bien qu'en l'occurrence, il s'agisse d'albacore. Inversement, les produits fins, fort prisés des restaurants, restent bien orientés comme le bar (+6,7%). On note aussi, au pavillon de la marée de Rungis, à l'instar d'autres secteurs du Marché, un vrai développement des produits biologiques d'élevage, notamment les crevettes de Madagascar ou les poissons comme le bar ou la daurade. Malgré les difficultés sanitaires à la production, les huîtres ont stabilisé leur tonnage, Rungis restant pour les mareyeurs un débouché haut de gamme à privilégier. Et les coquillages se sont bien portés, à commencer par les moules, dépassant les 6 000 tonnes avec une hausse de 6,8%. Certains crustacés ont également connu une bonne année, à l'instar du homard, américain généralement, en hausse de près de 35%. Malgré une hausse de 17,5%, la part des produits transformés reste faible sur le pavillon, tendant vers les 1 300 tonnes. Leur croissance peut provenir des périodes difficiles

où le poisson a pu manquer, durant le mois d'octobre notamment. Les poissons en filet restent en baisse (-4,6%), mais les statistiques d'arrivage ne reflètent qu'une partie de la réalité, les acheteurs - poissonniers ou restaurateurs - préférant faire fileter sous le pavillon un poisson entier qu'ils ont choisi lors de leur venue. Côté clients justement, la place de la restauration japonaise reste prépondérante, d'autant que ses acheteurs se montrent particulièrement actifs, en début de marché notamment. Ce concept de restauration s'est peu à peu imposé depuis quelques années, au point de compter près de 1 600 points de vente dans l'Hexagone.

### Une mutation des comportements d'achat

Enfin, signe d'optimisme pour la marée, le pavillon a accueilli deux nouveaux opérateurs l'an dernier et un autre y a agrandi sa surface. Certes, la mutation du comportement des acheteurs se poursuit. Leur visite se fait de plus en plus courte: une vingtaine de minutes dans deux cas sur trois, contre plusieurs heures il y a quelques années. C'est la conséquence d'une évolution de la nature des transactions - moins de négociations orales, plus de commandes -, de la baisse des effectifs qui augmente la charge de travail des acheteurs et aussi, sans doute, d'un changement de génération. Résultat: la vente démarre à deux heures du matin s'effectue plus rapidement, signifiant un écoulement plus efficace des marchandises. Et la fréquentation se maintient, comme les volumes achetés.

## CONJONCTURE

### ENTRE MAINTIEN DES VOLUMES ET REPRISE DES PRIX

«Après une année 2009 assez mauvaise, tant en termes de prix que de volumes, 2010 aura été une bonne année pour la filière pêche», explique Marion Fischer, chargée d'études économiques pour ce secteur chez FranceAgriMer. Au niveau de la production, «les prix ont observé une légère reprise et les volumes vendus ont augmenté avec la baisse des quantités retirées poursuit-elle, à l'exception

de très faibles captures de sardines et de maquereaux, en Méditerranée notamment». La pêche à l'anchois a été rouverte dans le golfe de Gascogne et les céphalopodes profitent toujours de bons volumes (+ 43% pour la seiche surtout) et de prix portés par une demande bien orientée, tant sur le marché intérieur qu'à l'export. «Cela compense la baisse d'autres espèces», remarque Marion Fischer.

Car 2010 aura également permis à la consommation de retrouver sa tendance de fond. Après un rebond en 2009, les produits frais repartent à la baisse (-4%), pénalisés par une hausse des prix de 7%. Le saumon pèse lourd dans cette tendance avec des prix en hausse de 17% et des volumes en baisse de 7%. Ces hausses de prix ayant été peu répercutées dans leur prix

de vente, les produits transformés – traiteur surtout, mais surgelés également – ont repris leur croissance, le surimi en tête avec des achats des ménages en hausse de 20%. Plus généralement, «ce sont les importations qui comblent le déficit entre une offre stabilisée et une demande croissante», conclut Marion Fischer.

48

entreprises

dont:

32 grossistes

16 courtiers et sociétés d'Import/Export

836

employés

dont:

768 chez les grossistes

68 chez les courtiers et sociétés d'Import/Export



#### ARRIVAGES

Produits de la mer  
et d'eau douce

(en tonnes)

Variation  
2010/2009

167 107

- 1,2%

Pavillon

63 030

- 0,6%

Zones annexes

104 077

- 1,5%

# SEMMARIS

1, rue de la Tour - BP 40316 - 94152 Rungis Cedex  
[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)



Imprimé dans le Val-de-Marne par SIO, sur papier Condat Silk, certifié FSC et PEFC. Conception et réalisation: **eurolap**. Photos: SEMMARIS, J.-P. Lefret, E. Frot, D. Bensard, A. Goulard. Rédaction: ICAAL.