

DOSSIER

Le secteur du mareyage se structure en France

« **N**ous devenons un véritable leader. Nous sommes des purs mareyeurs », commente Fabrice Guyot, président du tout nouveau groupe Océalliance-Mariteam (170 millions d'euros de chiffre d'affaires), qui se positionne sur le podium européen d'un secteur encore très atomisé. Vanant la complémentarité des deux acteurs, tout récemment unis, en termes de situation géographique et de produits (pêche hauturière chez Furic-Océalliance, pêche côtière chez Mariteam), il indique que le groupe possède dorénavant quatorze ateliers de mareyage, les vaisseaux amiraux étant Foro et Furic marée. « On enclenche une nouvelle ère de développement », affirme Fabrice Guyot, qui n'hésite pas à évoquer de nouvelles opérations dans les années qui viennent et une croissance de 50 % d'ici à 2020. En attendant,

Océalliance-Mariteam compte investir dans ses ateliers pour développer des produits de la mer, plus pratiques, plus quotidiens. « Mais cela restera dans la première transformation, nous n'irons pas dans les plats cuisinés », explique le dirigeant. Par ailleurs, il affirme vouloir développer ses ventes vers la restauration (environ 20 % du chiffre d'affaires du groupe) et vers l'export (un tiers de ses ventes, surtout vers l'Europe du Sud). Des marchés également convoités par la distribution. Depuis plusieurs années, les grossistes en fruits et légumes investissent la marée, pour diversifier leur offre, massifier leurs coûts et répondre à la demande de leurs clients. Enquête.



L'acquisition d'Océalliance-Furic par Mariteam représente la plus grosse opération enregistrée depuis plusieurs années dans le mareyage. L'occasion de faire le point sur une activité en évolution qui compte encore de nombreuses petites entreprises. L'arrivée de grossistes en fruits et légumes sur ce segment contribue à la restructuration du secteur.



ACQUISITION

Mareyage : les prémices d'une vague de concentration ?

Le rachat d'Océalliance-Furic par Mariteam vient de donner naissance à un leader européen du mareyage, secteur encore très atomisé. Cette opération pourrait en déclencher d'autres alors que les contraintes et aléas se multiplient.

L'évènement ne passe pas inaperçu dans la filière. La prise de contrôle exclusive du groupe Océalliance (holding de Furic Marée) par la société Perceva, qui détenait déjà Mariteam, vient de donner naissance au numéro un européen des produits de la mer frais. « Baptisé Océalliance-Mariteam, le groupe emploie quatre cents personnes et réalise un chiffre d'affaires de 170 millions d'euros pour un tonnage de 40 000 tonnes », explique Fabrice Guyot, auparavant membre du directoire de Pomona et ex-directeur général d'Alliomer, aujourd'hui à la présidence du nouveau groupe. Océalliance-Mariteam se détache du peloton dans un secteur encore très atomisé. « Le marché des mareyeurs représente 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires, selon France-AgriMer. Nous sommes à moins de 20 % du chiffre d'affaires », souligne toutefois le patron d'Océalliance-Mariteam. Une affirmation validée par l'Autorité de la concurrence qui a autorisé l'opération le 5 octobre, sans réserves.

Peu d'affaires supérieures à 50 millions d'euros

« La nouvelle entité restera confrontée à de nombreux mareyeurs, en particulier, Demarne Frères, Méricq, le groupe Vivier Béganton, Vives-Eaux, Alliance Marée, le groupe Fipêche (filiale du groupe Le Graët, ndlr), Gallen et Top Atlantique », est-il écrit dans la décision numéro 15-DCC-134. « Cette concurrence est d'autant plus vive que de nombreux opérateurs sont verticalement intégrés comme le groupe Intermarché qui détient des filiales de

mareyage intégrées (Capitaine Houat et Viviers la Méloine, ndlr) », ajoute-t-elle. La France compte environ trois cents entreprises de mareyage. Seulement vingt enregistrent un chiffre d'affaires de plus de 15 millions d'euros. « Si on cherche des affaires de 50 à 60 millions d'euros, il n'y en a quasiment pas », commente Fabrice Guyot.

À l'exception d'Alliomer, filiale mareyage du groupe Pomona qui ne souhaite pas communiquer sur cette activité. Tout juste, apprend-t-on sur son site Internet qu'Alliomer expédie chaque année 16 000 tonnes de produits de la mer frais des côtes françaises vers différents marchés pour un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros en 2014. À travers cinq implantations, le groupe emploie quelque cent cinquante salariés. Autres exceptions françaises, les filiales d'Intermarché : Capitaine Houat, qui pratique le mareyage dans ses sites de Lanester (56) et Boulogne-sur-Mer (62), et Viviers

“ Il faut atteindre une taille critique ”

de la Méloine. Ou encore le groupe Vives-Eaux qui emploie deux cent vingt personnes et commercialise près de 13 000 tonnes de produits de la mer pour un chiffre d'affaires de 75 millions d'euros (selon le magazine *Produits de la mer*).

La création d'Océalliance-Mariteam va-t-elle contribuer à accélérer la concentration dans le secteur ? « Je ne sais pas si ça va l'accélérer. Il y a déjà eu de la concentration. Mais des opérations de cette taille-là, non », ana-

lyse Ivy Guillou, directeur de Top Atlantique (25 millions d'euros de chiffre d'affaires), filiale du groupe Le Saint. Le grossiste nantais en fruits et légumes s'est investi dans la marée voilà près de quatorze ans pour répondre à la demande de ses clients et se diversifier. Nombre de ses confrères (aujourd'hui regroupés au sein des réseaux Creno ou Vivalya) ont fait de même.

« Plein de petites affaires »

Si le mareyage devrait rester régionalisé, proche des criées malgré le développement de la vente à distance, Ivy Guillou estime qu'un mouvement de concentration est bien en marche. « Il faut atteindre une taille critique », commente-t-il. Les contraintes liées au règlement européen Inco, avec la mise en place d'une traçabilité beaucoup plus fine, mettent en difficultés les entreprises de taille moyenne qui doivent investir dans l'informatique et les chaînes de production. Les aléas liés aux captures et à la vétusté des bateaux atteignent les plus petits, qui ont parfois du mal à faire tourner leur activité.

« Il y a plein de petites affaires, dirigées par des professionnels passionnés, mais sans successeurs. Cette situation créera des

“ Opportunités pour le groupe qui veut continuer à consolider le secteur, »

opportunités pour Océalliance-Mariteam qui veut continuer à consolider le secteur », affirme pour sa part Fabrice Guyot. Le groupe, présent dans vingt-neuf

criées de Boulogne à Saint-Jean-de-Luz, avoue regarder du côté de la Méditerranée. « *La Méditerranée au sens large* », pointe son président qui lorgne davantage l'Espagne que la France. « *Il faut raisonner au niveau de l'approvisionnement des marchés. Et le premier marché des produits de la mer en Europe, c'est l'Espagne* », souligne-t-il, alors qu'en

France « *les captures sont peu importantes* ». « *Si on veut devenir un acteur de référence, il faut dépasser les frontières* », ajoute-t-il et de préciser qu'Océalliance-Mariteam possède déjà le spécialiste de la langoustine Angelbond en Écosse, et est très présent à l'export dans l'Europe du Sud. Affaire à suivre...

Nathalie Marchand

