

## Edito

*C'est à la demande du Centre de Marée de Cherbourg-Cotentin que NFM a conduit en 2011 une étude sur le marché du congre. Il faut dire que le Nord Cotentin voit disparaître un à un, depuis plusieurs années, ses cordiers et leur pêche traditionnelle de congre !*

*A l'issue d'une enquête menée auprès des distributeurs, poissonniers et GMS, le constat dressé est assez alarmant : sans renouvellement de la clientèle actuelle, le marché du congre risque de périlcliter, voire de disparaître...*

*Le mode de commercialisation et de vente, traditionnellement entier, ne destine aujourd'hui le congre qu'à une clientèle âgée, habituée à ce type de présentation depuis son plus jeune âge ; ce qui n'est pas le cas des nouvelles générations, adeptes du tout élaboré !*

*L'attractivité d'un congre entier sur un étal profite plus à l'étal lui-même qu'à sa propre commercialisation !*

*Pourtant, il apparaît techniquement et économiquement possible d'initier de nouveaux modes de commercialisation, en commençant par le tronçonnage. 23% des GMS sont d'ailleurs déjà favorables à l'achat sous cette forme !*

*Mais la pérennité du congre sur les étals passe aussi par les conseils de vente des poissonniers à leurs clients...*



## Spécial Congre Un marché vieillissant à reconquérir !

pages 2 à 6

### PRODUCTION



Déclin de la pêche et baisse des prix en criée !

.....page 2

### MARCHE / ENQUETE POISSONNIERS & G.M.S.



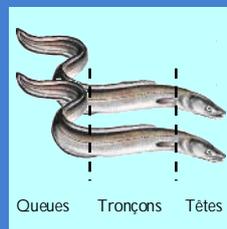
Une commercialisation très traditionnelle...

.....page 3



Une clientèle âgée, difficile à renouveler...

.....page 4



Têtes et queues invendues, une fois sur deux !

.....page 5

### MAREYAGE



La vente en tronçon, un début de solution ?

.....page 6

# Ventes en criées

Le congre, un marché en forte régression !

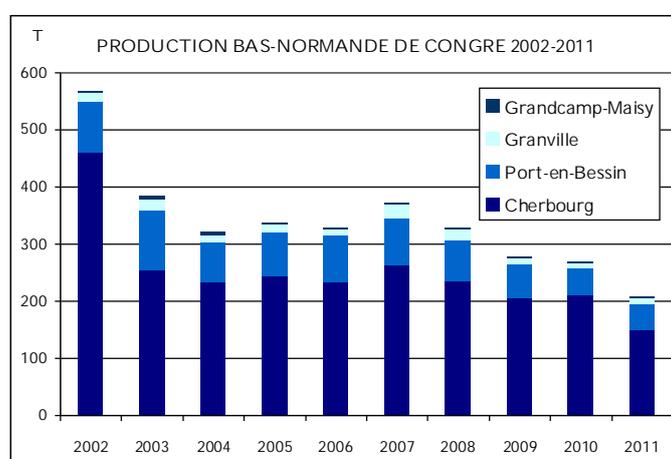
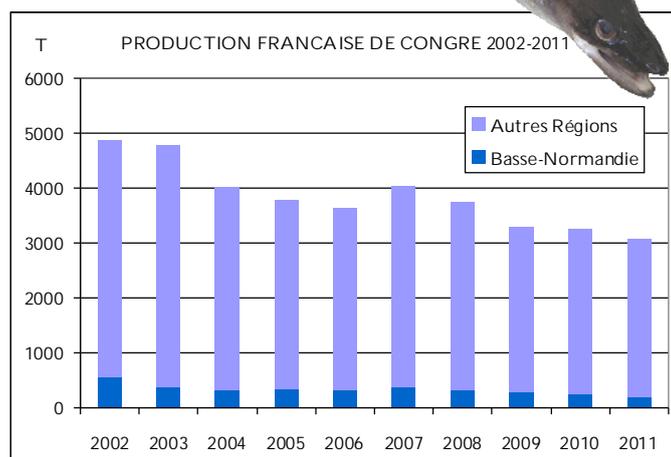
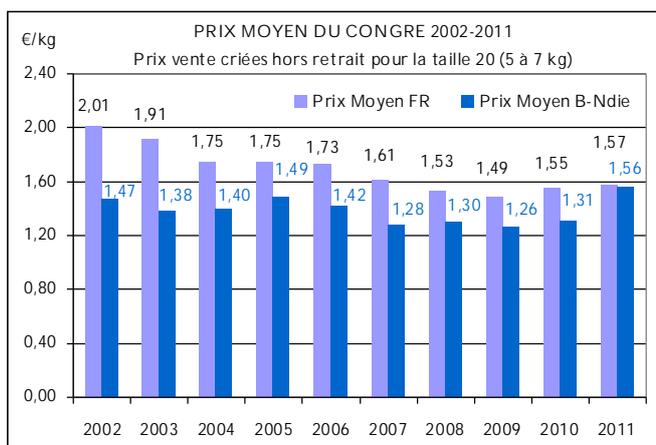
La forte régression de la commercialisation du congre apparaît de manière flagrante, dès les premiers regards portés sur les statistiques France AgriMer de ventes en criée.

On constate en effet, une baisse de 37% des volumes français depuis 2002, conjointement à une érosion du prix de vente, jusqu'en 2009.

Si l'on s'attache à la Basse-Normandie, le constat est même accentué. Les volumes commercialisés en criée y ont été divisés par près de 3 depuis 2002 pour un prix de vente qui a suivi la même tendance qu'à l'échelle nationale.

Ce constat, la progression des retraits<sup>1</sup> et la disparition progressive des cordiers<sup>2</sup> ont alertés le Centre de Marée de Cherbourg-Cotentin qui a sollicité NFM, fin 2010, pour mener une enquête auprès des distributeurs.

Conduite en 2011, dans l'objectif de déterminer les freins actuels du marché et les possibilités de le redynamiser, les résultats de cette enquête sont détaillés dans les pages suivantes de ce hors-série.



1 : cf. article en bas de cette page

2 : Une activité traditionnelle de pêche du congre, à la corde (palangre de fond) existe depuis de nombreuses années dans le Nord Cotentin ; de Cherbourg à Saint-Vaast la Hougue. Elle périclité malheureusement depuis plusieurs années, du fait de la pénibilité du métier et d'un déficit de rentabilité. D'après Daniel LEJUEZ, ancien Président du Comité des Pêches de Cherbourg, il y avait une vingtaine de palangriers à Cherbourg en 1961, dont 16 navires de 15-20m. Il en reste aujourd'hui 5, dont un seul palangrier de 13m. Plus petits, les autres pratiquent une double activité : cordes et casiers.

## Retraits de l'OPBN

Malgré la baisse des apports, les retraits de congre ont progressé, jusqu'en 2009 !

Si l'on s'attache aux bateaux adhérents de l'Organisation des Producteurs de Basse-Normandie, on constate que leur production et les retraits sont restés relativement stables jusqu'en 2009.

Mais comme la part relative de l'OPBN est passée de moins de 50% à plus de 80%<sup>1</sup> de la production régionale de congre, la part des retraits a doublée sur la même période.

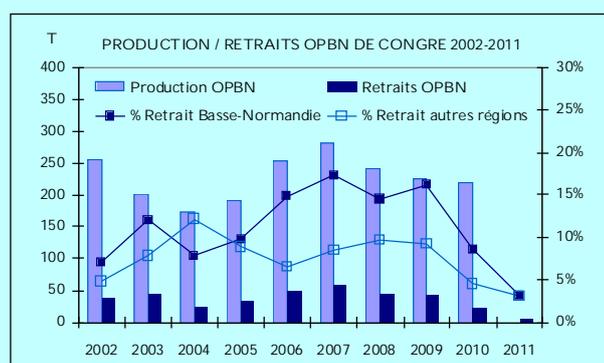
Ce n'est qu'à partir de 2010, que la baisse de production est associée à une baisse des retraits, ce qui laisse entrevoir une meilleure adaptation de l'offre à la demande.

Il aura donc fallu une division par 3 des volumes de congre en criées<sup>2</sup> de Basse-Normandie, pour voir enfin les prix du congre remonter, en 2010 et 2011<sup>3</sup> !

1 : Les producteurs de congre, adhérents de l'OPBN, semblent passer mieux l'épreuve du temps : leur production en Basse-Normandie représentait 257/566T en 2002 (45%) et 219/266T (82%) en 2010.

2 : Il est vraisemblable que la baisse de production ait été plus importante encore, étant donné qu'une part significative de congre, débarquée sur l'Est du Cotentin, ne faisait pas l'objet d'enregistrements en criée !

3 : Cf. article du haut de page



# Achats des points de vente

Le congre conserve un mode de commercialisation très traditionnel !

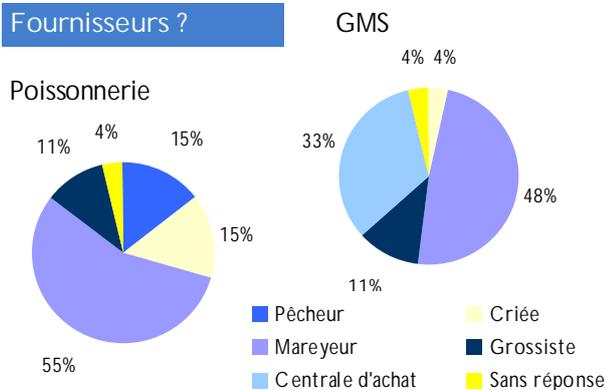
Quelques soient les distributeurs, qu'ils soient poissonniers ou GMS<sup>1</sup>, et quelques soient leurs fournisseurs et la filière de distribution, le mode de commercialisation du congre repose exclusivement sur un achat/vente sous sa forme entière.

Si ce n'est l'éviscération, quasi-systématique, aucune activité de transformation n'est encore exercée par le mareyage pour cette espèce.

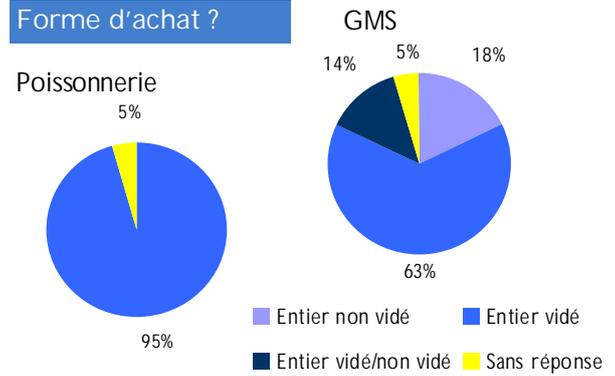
Le congre est ainsi une des rares espèces qui arrivent encore dans les points de vente, sous sa forme de vente la plus traditionnelle, conditionnée en vrac essentiellement en caisse polystyrène.

Les distributeurs privilégient, à plus de 75%, les grosses pièces, d'un poids supérieur à 5kg et leur prix moyen d'achat est relativement similaire entre les poissonniers (3,4€/kg) et les GMS (3,2€/kg) en 2011<sup>2</sup>. C'est ce qui explique que les congres de plus petites tailles soient essentiellement commercialisés à destination de la fabrication de soupe.

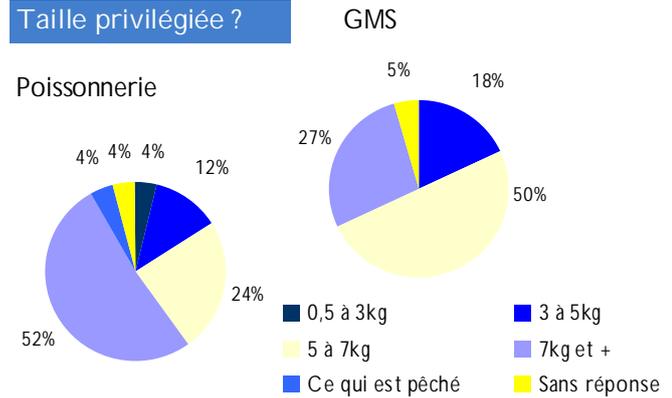
## Fournisseurs ?



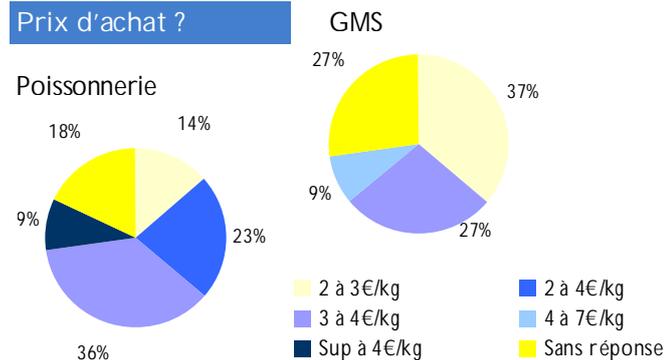
## Forme d'achat ?



## Taille privilégiée ?



## Prix d'achat ?



1 : GMS : Grandes et Moyennes Surfaces (supermarchés).  
2 : voir les modalités d'enquête dans l'article de bas de page.

## Modalités de l'enquête NFM

Distributeurs enquêtés et fréquence de vente de congre

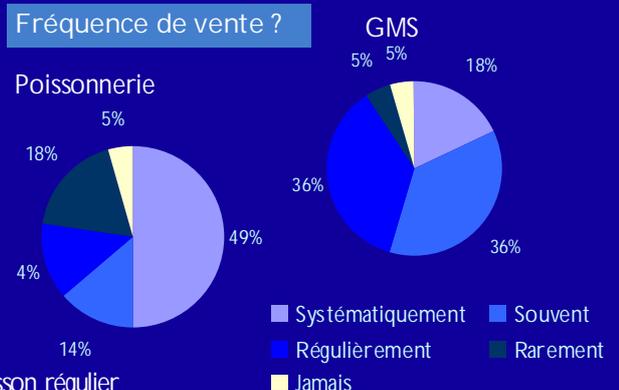
Cette enquête a été réalisée en mai 2011, auprès d'un échantillon limité de distributeurs, soit 22 poissonneries (15 en Basse-Normandie et 7 hors région) et 22 supermarchés (13 en Basse-Normandie et 9 hors région).

Les réponses ont été obtenues par le biais d'une diffusion de questionnaires à plus de 140 points de vente situés en Basse-Normandie et suite à la réalisation d'entretiens téléphoniques complémentaires, en particulier pour les autres régions françaises.

Bien sur, l'échantillonnage réalisé ne peut pas être considéré comme représentatif de l'ensemble du marché français. Toutefois, les résultats de cette enquête permettent d'en déterminer les grandes tendances.

Le congre apparaît ainsi un poisson régulier des étals de vente des distributeurs, puisque plus de la moitié en présente à la vente de manière fréquente (régulièrement ou systématiquement) et moins d'1/4 ne le présente que de manière irrégulière (rarement ou jamais).

## Fréquence de vente ?



1 : GMS : Grandes et Moyennes Surfaces.  
2 : voir les modalités d'enquête dans l'article de bas de page.

# Vente au consommateur

Le congre rend l'étal attractif, mais sa commercialisation reste limitée et destinée à une clientèle âgée, sans espoir de renouvellement...



Si la présence de congre est régulière sur les étals, elle ne consiste cependant majoritairement qu'en une à deux pièces par semaine ; un tiers à la moitié des distributeurs ne sachant pas exactement ce qu'ils commercialisent !

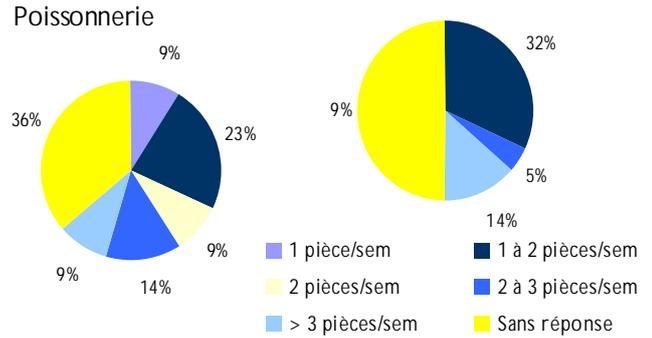
Il est présenté à la vente, sous deux formes à parts quasi égales quelque soit le type de distributeur ; soit entier, soit en morceaux (tête, tronçon et queue séparés), mais cette seconde découle de la vente privilégiée du tronçon<sup>1</sup>.

Ainsi, la commercialisation de congre entier apparaît plus comme un bon moyen de rendre attractif l'étal, qu'un bon moyen de le commercialiser.

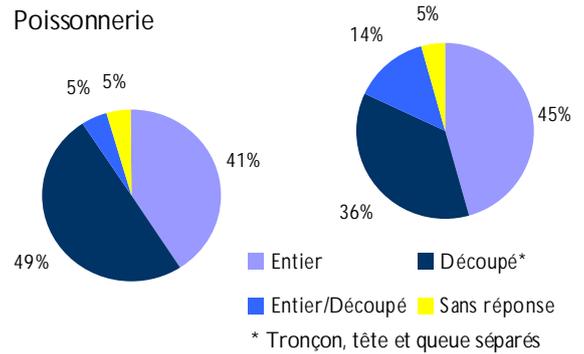
De part sa taille et son apparence, le congre apporte un caractère artisanal à l'étal, à côté des poissons découpés. Mais son aspect impressionnant est probablement aussi ce qui limite sa commercialisation à une clientèle plutôt âgée, habituée à ce mode de présentation, depuis sa tendre enfance : les 50 ans et plus représentent plus de 80% des acheteurs de congre en poissonnerie et plus de 50% en GMS.

De moins en moins confrontés à cette présentation traditionnelle, il est loin d'être évident que les jeunes clients d'aujourd'hui puissent devenir à l'avenir des acheteurs de congre vendus entier ! Le non renouvellement de la clientèle traditionnelle et la baisse de consommation<sup>2</sup> sont d'ailleurs très probablement ce qui expliquent les difficultés de marchés rencontrées sur l'espèce et la réduction des captures constatées précédemment<sup>3</sup>.

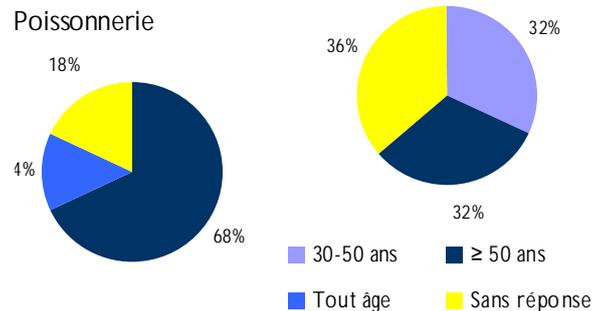
## Vente hebdomadaire ? GMS



## Présentation ? GMS



## Tranche d'âge des clients ? GMS



- 1 : Voir en page 5 de ce journal.
- 2 : Il n'existe pas de données France AgriMer de consommation des ménages pour cette espèce, qui puissent le confirmer.
- 3 : Voir en page 2 de ce journal.

## Dans l'œil d'un professionnel

Entretien avec Virginie LEVALLOIS, Responsable de la poissonnerie "Normandie Bretagne" à Equeurdreville (50)

Vendredi 03 février 2012

NFM: Que pensez-vous du marché du congre, de sa commercialisation actuelle et de son évolution ?

V.L.: Le congre se vend bien chez nous mais cela est plus difficile dans la ZUP (Octeville). Nous avons du congre tous les jours sur l'étal et nous en vendons aussi sur les marchés locaux.

Sur les marchés nous avons un gros débit

notamment lorsque nous réalisons une promotion.

La clientèle qui achète connaît le produit et elle sait bien qu'il y a des arêtes dans la queue.

A terme la commercialisation risque d'être de plus en plus difficile car la clientèle est plutôt âgée ; elle concerne des personnes de plus de 50 ans.

Mais je ne suis pas inquiète, c'est à nous de le faire connaître aux consommateurs. Nous avons un rôle de conseil à fournir auprès de nos clients.

Le congre a une texture de chair agréable et il se cuisine de plusieurs façons. Nous devons proposer le congre (dans le



V. Levallois (à gauche) et Fabienne, une employée

tronçon) aux acheteurs qui cherchent à faire un court bouillon et la tête et la queue pour la confection de soupe.

# Valorisation et pertes ?

Têtes et queues invendues dans un cas sur deux !

Moins de 20% des distributeurs déclarent réussir à valoriser, systématiquement ou souvent, l'ensemble des parties du congre.

Généralement données, voire jetées, la tête et la queue leur engendrerait une perte moyenne d'environ 30%, ce qui représente un peu plus de la moitié des têtes et queues achetées<sup>1</sup>.

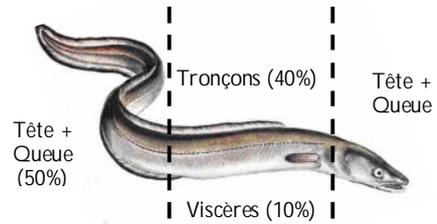
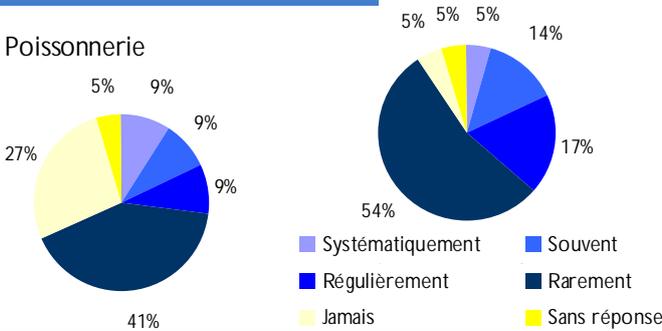
Quelques distributeurs arrivent néanmoins à valoriser ces parties : en préparation traiteur pour 14% des poissonniers et à petit prix (après avoir mis la queue en filet) pour quelques GMS, pour lesquelles la fabrication-traiteur est interdite.

Ainsi, pour près de 90% des poissonniers et GMS, le tronçon apparaît comme la partie la mieux commercialisée et le plus facilement (éventuellement avec la tête).

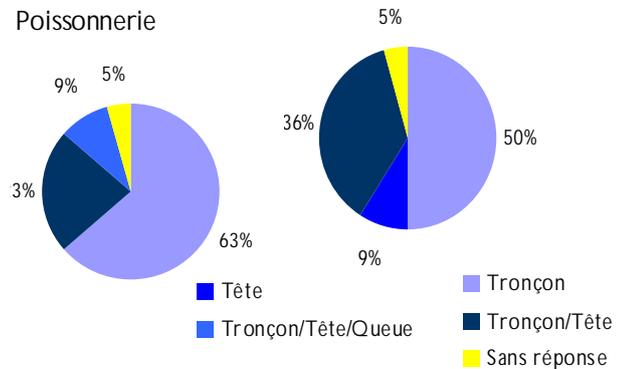
C'est ce qui a conduit NFM à les interroger sur l'intérêt qu'ils pourraient porter à l'achat de congre en tronçons<sup>2</sup> plutôt qu'entier. Cette pratique offrirait l'avantage de ne plus exposer sur les étals les parties non nobles de ce poisson, et de le rendre ainsi plus attractif auprès des nouvelles générations de clients.

- 1 : Têtes et queues représentent 55% des congres vidés, tels que les reçoivent les distributeurs (50% pour un congre entier).
- 2 : Voir article en bas de cette page et page suivante.

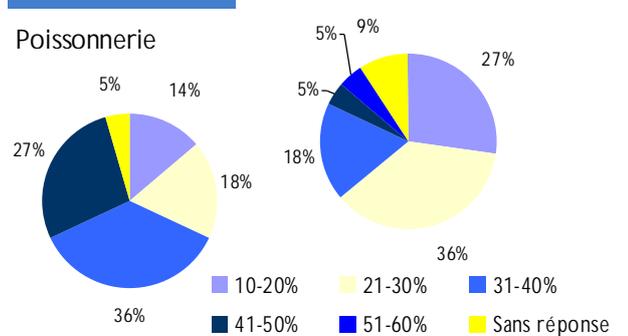
## Vente de toutes les parties ?



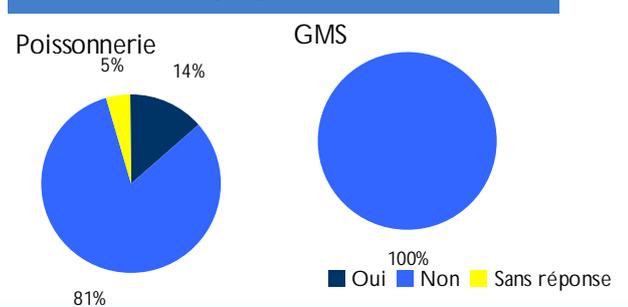
## Partie la mieux vendue ?



## Perte ?



## Valorisation en préparation traiteur ??



# Nouvelle voie de valorisation du congre ?

23% des GMS déjà prêtes à acheter le congre en tronçon !

Inscrits dans une logique de commercialisation plus traditionnelle, 86% des poissonniers ne souhaiteraient pas acheter de tronçons de congre. Ils restent attachés à l'achat de congre entier, car ils estiment :

- nécessaire, pour eux comme pour leurs clients, de voir le produit entier ;
- utile de fidéliser leurs clients en leur offrant la tête ou la queue ;
- le congre s'abîme plus vite en tronçon

qu'entier.

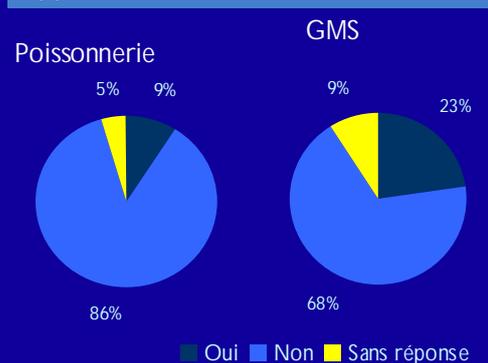
Pour les mêmes raisons, 68% des GMS n'apparaissent pas intéressés par ce mode de commercialisation.

Cependant, afin d'éviter la délicate gestion des pertes<sup>1</sup>, 23% des GMS et 9% des poissonniers s'affichent déjà favorables à un achat de congre en tronçon plutôt qu'entier.

Ils affichaient respectivement, en juin 2011, des prix moyen d'achat acceptables de 5 et 7€/kg, avant même qu'il ne leur en soit proposé sous cette forme<sup>2</sup>.

- 1 : Cf. article en haut de cette page.
- 2 : Voir opportunités économiques d'achat et de vente du congre en tronçon en page suivante.

## Opportunité d'un achat en tronçon ?



# Faisabilité économique

Qu'il soit vendu entier ou en tronçon, le congre garde la même valeur marchande !

Si des poissonniers et GMS ont exprimé une intention d'achat de congre en tronçon pour un prix entre 5 et 7 €/kg<sup>1</sup>, il convenait de s'intéresser à la faisabilité économique de cette commercialisation pour le mareyage.

NFM a conduit une approche, en reprenant l'exemple du prix d'un congre de 5kg, du Journal de Bord n°3 de juin 2010<sup>3</sup>.

Avec un prix d'achat en criée de 1,3€/kg<sup>2</sup>, il apparaît qu'après éviscération (10% de perte), le mareyage puisse le vendre à 2,15€/kg (prix départ) ; soit 9,7€ pour 4.5kg de produit.

Après éviscération, étêtage et équeutage (60% de perte) et sur la base des intentions d'achat des poissonniers et GMS, le mareyage pourrait vendre le tronçon de congre 4€/kg (prix départ) ; soit 8€ pour 2kg de tronçon.

Il semble possible que les bas morceaux (tête et queue) soient alors vendus par le mareyage au même prix que le prix de vente<sup>2</sup> du congre (taille 30) destiné à la fabrication de soupe et de terrine ; soit 0,5€/kg<sup>2</sup>, une fois éviscéré. Le prix de la tête et de la queue avoisinerait alors 1,25€, pour 2,5kg de tête et queue.

Le prix global de vente du tronçon, plus de la tête et de la queue séparées, équivaldrait alors à 9,25€ ; soit une valeur très légèrement inférieure au congre vendu entier éviscéré !

Le calcul détaillé, en bas de cette page, des coûts de matière première, des charges d'emballage et de main d'œuvre montrent pour autant tout l'intérêt de la vente en tronçon...

### Les Prix de Vente du Congre

<p>EX 1</p> <p>Taille 2 (5kg) Entier vidé Eviscération</p>	<p>Taille 2 (5kg) Tronçon Eviscération Etêtage/Equeutage</p>
<p>Pêcheur</p> 1,2 €/kg HT	<p>Pêcheur</p> 1,2 €/kg HT
<p>Criée</p> 1,3 €/kg HT	<p>Criée</p> 1,3 €/kg HT
<p>Mareyeur (10% pertes)</p> 2,2 €/kg HT	<p>Mareyeur (60% pertes)</p> 4,0 €/kg HT
<p>Grossiste + transport</p> 3,5 €/kg HT	<p>Grossiste + transport</p> 5,6 €/kg HT
<p>Poissonnier (45% pertes)</p> 9,7 €/kg HT	<p>Poissonnier (0% pertes)</p> 9,7 €/kg HT
<p>Consommateur</p> 10,4 €/kg HT	<p>Consommateur</p> 10,4 €/kg HT

Pour un même prix de vente au consommateur, le poissonnier peut acheter plus cher le congre déjà tronçonné, dès lors qu'il n'assume plus de perte !

1 : Voir article au bas de la page 5.  
 2 : Prix-Moyens en criées de Basse-Normandie de 2010.  
 3 : Journal téléchargeable sur <http://www.nfm.fr/html/journal.html>

## Faisabilité économique (bis)

Plus de marge en tronçon, car moins de frais d'emballage et de transport !

En poursuivant l'exemple d'un congre de 5kg<sup>1</sup>, au prix moyen d'achat en criée de 1,3€/kg, le coût matière première totale revient à 6,5€ ; soit un coût matière du tronçon de 5,25€ (2 kg à 2,63€/kg), une fois déduit le prix de revente estimé de 0,5€/kg pour les 2,5kg de tête et de queue<sup>1</sup>.

Or, d'après les intentions d'achat des distributeurs, les capacités de revente du congre en tronçon seraient de 4€/kg<sup>1</sup>.

Aussi, malgré les coûts supplémentaires de main d'œuvre, liés aux opérations supplémentaires d'étêtage et d'équeutage, la division par plus de 2 des frais d'emballage permettrait au mareyage de dégager une meilleure marge.



C'est aussi un bon moyen de réduire les frais de transports que doivent supporter en sus les clients !

1 : Cf. article en haut de cette page.

Comparatif coûts matières 1ères, charges et marges du Mareyage pour un congre entier de 5kg

	CONGRE ENTIER VIDE	TRONCON CONGRE
Poids Matière 1ère	4,5 kg	2,0 kg
Coût Matière 1ère	1,44 €/kg 6,50 €	2,63€/kg 5,25 €
Frais d'emballage	0,3€/kg 1,35 €	0,3€/kg 0,60 €
Frais Main d'œuvre	0,25 €/kg 1,12 €	0,40 €/kg 0,80 €
Coûts Total	1,99€/kg 8,97 €	3,12€/kg 6,25 €
Prix revente	2,15 €/kg 9,7 €	4 €/kg 8 €
Marge	0,16 €/kg 7% 0,72€	0,88 €/kg 22% 1,76€



NFM, Groupement Qualité des Marins Pêcheurs, Criées et Mareyeurs de Basse-Normandie  
 10, Avenue du Général De Gaulle – BP27 – 14520 PORT EN BESSIN – Tél. : 02 31 51 21 53  
 Mail : [lettre@nfm.fr](mailto:lettre@nfm.fr) – Site Internet : [www.nfm.fr](http://www.nfm.fr)  
 Directeur de publication : D. ROGOFF - Responsable de rédaction : A. MANNER  
 Enquête : R. TESSERON - Rédaction / Illustration : A. MANNER, R. TESSERON  
 Mise en page : C. LEVALLOIS - Crédit Photos : NFM, CCICC/CdM, [www.piski.free.fr](http://www.piski.free.fr)

