

Cours du séminaire du DEA Economie quantitative et économétrie

Marseille, 24 Avril 1991

Hélène PITIOT

## LE MARCHÉ DES PRODUITS DE LA MER

PRELIMINAIRE : Description du marché des produits de la mer

(Cf. documents distribués)

INTRODUCTION : Marché et/ou organisation et/ou institution

Le marché un "non - défini " économiquement :

Du point de vue de l'économie au sens strict, influencée par la théorie économique dominante, le marché ne donne pas lieu à une définition précise (1). La notion de marché est rarement définie dans les traités d'économie, alors qu'elle occupe une place centrale dans le raisonnement (Malinvaud, Varian, Henderson et Quandt, Arrow et Hahn). P. Picard (2) propose une conception du marché qui ne nous fournit pas d'élément pour le définir explicitement mais souligne ce qu'il permet de réaliser : "Le marché d'un bien ou d'un service réalise la confrontation des offres et des demandes et il conduit à la détermination d'un prix". **Nous nous proposons donc dans la première partie de ce cours d'appréhender l'offre et la demande de produits de la mer.** Dans la vision orthodoxe, en effet, l'objet même de l'économie est le marché ; le marché ne peut ainsi être défini comme un sous ensemble d'une totalité qu'il constitue en même temps. "En fait si les ouvrages d'économie esquivent ainsi le problème des marchés, c'est parce qu'une étude de ce que sont effectivement les marchés demande de sortir du cadre strict de l'économie" (3), de sortir du cadre exclusif du marché. Il ne peut dès lors être véritablement conçu et défini qu'à partir d'une situation extérieure ; c'est à dire à partir d'un position soit différente soit critique par rapport à l'économie orthodoxe. Parce qu'ils ne se situent plus dans le cadre strict de l'économie dominée par le concept de rationalité substantielle (4), qu'ils intègrent des traditions, des normes sociales, des conventions. Il n'est pas rare en effet que les sociologues, les ethnologues proposent des

(1) Cf. B. Guerrien, "La théorie économique : mythe et réalité", *Revue du MAUSS* n°9, 1991, p.143.

(2) P. Picard, *Eléments de Microéconomie*, Montchrestien, Paris 1990.

(3) op. cit. B. Guerrien, p.143.

(4) selon le terme propre à H. Simon, utilisé pour définir la rationalité conçue dans la théorie néoclassique lorsqu'il s'agit de maximiser une espérance de profit ou d'utilité.

définitions bien précises du marché (). Les économistes présentant des points de vue hétérodoxes, voient eux aussi la nécessité de définir le marché. Il le définissent en effet par rapport à d'autres notions centrales dans leurs préoccupations, en particulier les notions d'organisation et d'institution. Dans la littérature récente en économie des organisations, le marché s'affirme souvent comme un assemblage de personnes voulant procéder à un échange de droits de propriété (5). Le transfert des droits de propriété donne lieu soit à un contrat formel soit à un accord contractuel informel. Dans le cadre des marchés des produits de la mer, l'accord peut être obtenue suivant différentes procédures. On souhaiterait rendre compte ainsi d'un cadre d'analyse permettant d'appréhender des modes de négociations divers pour des produits identiques. Le merlan à Sète ne se négocie pas comme le merlan à Marseille. La différence géographique ne fournit pas une information suffisante car à Lorient, le hareng peut se négocié aux enchères comme de gré à gré durant la même séance de marché. c'est à cette étape du raisonnement et des interrogations que la notion d'organisation nous fournit un outil approprié.

L'organisation repose sur des règles du jeu, mais à la différence des institutions, ces règles'font l'objet de choix, elles sont négociées. Le cadre qui définit l'organisation comporte une composante volontaire contribuant à la flexibilité. dans le court terme, l'adaptabilité des règles du jeu est ainsi rendue possible. Avec cette notion d'organisation susceptible d'adapter les règles du jeu, on est en mesure de concevoir que sur le marché des produits de la mer plusieurs modes de négociations peuvent prévaloir simultanément rendant compte de forme alternatives d'organisation. On peut s'interroger alors sur les éléments contribuant à l'établissement pour une période donnée d'une forme plutôt qu'une autre ; De quoi doit-on tenir compte de l'importance du marché, des type d'intervenants, des moyens informatiques disponibles ? Aux regards d'étude du fonctionnement de différents marchés des produits de la mer (j'aurais même tendance à généraliser mon point de vue ayant travaillé sur d'autres marchés de matières premières et surtout sur les marchés financiers) il me semble que les marchés où toute la gamme d'acheteurs est présente sont plutôt des marchés d'enchères, ceux plus restreints quelque soit leur importance en volume- donnent lieu à des négociations de gré à gré (entre spécialistes de "même gabarit"). La raison de cette dichotomie n'est pas éloignée de considérations sur la diffusion de l'information. Une démonstration théorique pourrait certainement intégrer cet élément. Le marché

---

(5) Les droits de propriété se fondent sur le droit de disposition d'un bien ou d'un service. A. Alchian et H. Demsetz, cités par C. Ménard, considèrent que le droit de propriété est un droit, reconnu et protégé par la société, d'user librement d'un bien économique, sous certaines contraintes et restrictions.

A. Alchian et H. Demsetz, "the property Right Paradigm", Journal of Economic History, vol. 33 n°1, 1973 , pp. 16-27.

C. Ménard, L'économie des organisations, Paris, la découverte, 1990.

d'enchères par le rôle central du crieur qui socialise l'information et la diffuse sur l'ensemble des intervenants constitue un moyen de réguler le flux d'informations, de l'égaliser entre des acheteurs. A priori, du fait de leur différences ces acheteurs se présentent au marché avec une asymétrie d'information forte. Le marché des produits de la mer, ainsi décrit en terme d'organisations susceptibles

de s'adapter à l'identité des intervenants afin de limiter les asymétries informationnelles, sera notre hypothèse de travail. **Il conviendra ainsi de décrire deux exemples de fonctionnement des marchés au débarquement dans notre seconde partie** (le marché de la criée de Sète et le marché de gré à gré de Marseille). La formalisation abstraite, qui pourrait être empruntée dans le contexte de marché dans sa perception traditionnelle à l'approche ludo-théorique, nous apparaît ici loin du propos. Comme l'on insiste sur les modes d'organisations qui prévalent on est conduit à privilégier les comportements des intervenants. **Les éléments de modélisation qui seront introduits dans ce cours privilégient en effet l'approche détaillées des comportements, l'analyse de données et les études empiriques au niveau très désagrégé** (pour un marché, une espèce, transaction par transaction).

Les institutions contribuent à définir les conditions socio-économiques dans lesquelles les mécanismes de coordination peuvent s'instaurer. Comme le définit Coase ou Alchian, le marché n'est rien d'autre qu'une institution particulière. Cette définition illustre bien le marché des produits de la mer, véritable produit institutionnel. Dans le contexte économique de la pêche, des institutions existent tant au niveau national qu'europpéen ; les relations économiques, les organisations des différents marchés sont structurées par le cadre institutionnel (6). Elles s'apparentent véritablement aux institutions définies par C. Ménard (7), mettant en place "des mécanismes régulateurs de fonctions économiques caractérisées par des relations où intervient nécessairement une composante de pouvoir, de rapport de force, entre individus ou entre groupes d'individus". Leur position est dans le secteur de la pêche particulièrement exacerbée parce qu'elles cristallisent les préoccupations sur le renouvellement de la ressources (8). Leurs rôle est déterminant dans la politique de soutien des prix (instauration de prix de retrait pour des espèces "difficiles") d'aide à l'investissement ou à la reconversion afin de soutenir l'activité et les emplois du secteur de la pêche. Tant au niveau national qu'au

(6) Cf. autres cours du séminaire

(7) op. cit., "Par institutions, on entendra un ensemble de règles socio-économiques, mises en place dans des conditions historiques, sur lesquelles les individus ou les groupes d'individus n'ont guère de prise, pour l'essentiel, dans le court et le moyen terme. du point de vue économique, ces règles visent à définir les conditions dans lesquelles les choix, individuels ou collectifs, d'allocation et d'utilisation des ressources pourront s'effectuer".

(8) Ce qui se traduit par la volonté de limiter l'accès à la ressource (instauration de quota de pêche, de normes de maillages, etc.) Cf. Introduction du séminaire.

niveau européen, les autorités institutionnelles manifestent un vif intérêt pour les études sur la formation des prix, les comparaisons sur différentes façades maritimes. L'enjeu de ces enseignements est de fournir une aide dans l'orientation des politiques communautaires dans la perspective de propositions régionalisées. Dans le cadre de ce cours, le rôle de ces institutions ne sera pas plus développé puisqu'il constitue l'objet précis d'autres enseignements de ce séminaire. Nous envisagerons en revanche les modélisations qui peuvent être effectuées afin d'orienter les décisions et les choix des institutions dans les réglementations du secteur. Ainsi on se proposera **d'étudier les éléments méthodologiques d'une modélisation sur données mensuelles** ; le préalable est aussi de comprendre comment s'articule les marchés tout au long de la commercialisation, c'est à dire lorsque se succède différents modes d'organisation (étude de causalité).

## PLAN DU COURS

### **PREMIERE PARTIE : L'OFFRE ET LA DEMANDE DE PRODUITS DE LA MER**

#### **II/ Les caractéristiques de l'offre des produits de la mer :**

- une ressource renouvelable compte tenue de limites biologiques.
- des produits non stockables sans transformation préalable (surgélation, etc.)

#### **I/ les facteurs influençant la demande :**

- Les tendances longues de la demande de produits de la mer
- l'Impact des prix sur la demande
- l'Impact des prix des produits substitués sur la demande
- l'Impact des modification de revenu sur la demande.

### **SECONDE PARTIE : FONCTIONNEMENT DE MARCHE ET FORMATION DES PRIX AU DEBARQUEMENT**

#### **I/ Le fonctionnement d'un marché de gré à gré : Le marché du poisson à Marseille (SAUMATY)**

#### **II/ Le fonctionnement d'un marché en criée : La Criée de Sète**

#### **III/ Perspectives de modélisation :**

- Les éléments d'une modélisation des prix, transaction par transaction rendant compte du fonctionnement de marché (le recours à l'analyse de données).
- La modélisation de prix moyens mensuels (au débarquement, à la consommation, la nécessité d'étude de causalité).