

Stanislas Martin
Chef du service de la protection des consommateurs
et de la régulation des marchés
Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation
et de la Répression des Fraudes
Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie

à

Monsieur le Président
Mesdames et Messieurs les membres
De l'Observatoire des Prix et des Revenus de Mayotte

sous couvert de

Monsieur le Préfet de Mayotte

RAPPORT

Sur la formation des prix des produits de première nécessité

à

Mayotte

Table des matières

	Page
Introduction	3
1. La formation du prix de la viande de bœuf	4
1.1. Les spécificités des habitudes alimentaires à Mayotte	4
1.2. La structure de la distribution à Mayotte	5
1.3. La hausse du prix de la viande de boeuf	6
1.4. Les importations de viande de bœuf à Mayotte	8
1.5. La formation des prix de détail de la viande de boeuf	8
1.6. Conclusion : perspectives sur les prix de la viande de boeuf	18
2. La formation du prix du gaz	22
2.1. Le marché	22
2.2. Les coûts	23
2.3. Les marges	24
2.4. Les perspectives	25
3. La formation du prix du sable	27
3.1. Le caractère symbolique du produit « sable »	27
3.2. Les prix de la tonne de sable à Mayotte	27
3.3. L'appréciation du niveau du prix du sable à Mayotte	28
3.4. L'exploitation des carrières à Mayotte	29
Conclusion	34
Annexe 1 – Lettres de la Ministre aux secrétaires généraux relatives à la mission du médiateur	
Annexe 2 – Liste des personnes rencontrées lors de la mission	
Annexe 3 – Accord du 17 octobre 2011 sur la vie chère à Mayotte et la maîtrise des prix des produits de première nécessité	
Annexe 4 – Rapport d'enquête du 23 octobre 2011 sur le marché de la viande bovine à Mayotte	
Annexe 5 – SMART – Tarifs manutention	
Annexe 6 – Insee, Antenne de Mayotte – Note de travail sur les prix et les salaires (mai 2011)	
Annexe 7 – Autorité de la concurrence – Avis n°09-A-45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer	

INTRODUCTION

Par lettre en date du 22 octobre 2011 adressée aux secrétaires généraux et présidents des organisations syndicales mahoraises, la Ministre de l'outre-mer m'a désigné en qualité de médiateur, chargé de mener des discussions approfondies sur le niveau des marges à Mayotte et d'établir un rapport faisant un diagnostic sur la formation des prix des produits de première nécessité.

Cette mission s'inscrit dans le prolongement des accords du 17 octobre 2011, qui avaient identifié 10 produits de première nécessité, en insistant tout particulièrement sur la nécessité de traiter en priorité la question de la formation des prix de la viande de bœuf. Elle répond également à la demande formulée par les autres membres de l'intersyndicale le 20 octobre 2011, qui avait demandé la nomination d'un médiateur chargé de mener des discussions sur le sujet des marges à Mayotte.

Pour l'accomplissement de ma mission, j'ai rencontré en tout premier lieu les représentants des syndicats et associations de consommateurs, signataires ou non de l'accord du 17 octobre. Nous sommes convenus de faire porter l'analyse en tout premier lieu sur la viande de bœuf, mais aussi sur le gaz et le sable.

J'ai pu ensuite rencontrer l'ensemble des parties prenantes, et notamment les responsables des entreprises concernées.

Un point d'étape a été fait avec les représentants de l'intersyndicale à l'issue de ces premiers entretiens.

J'ai été assisté avec efficacité par les services de l'État, sous l'autorité de Monsieur le Préfet de Mayotte, et notamment par la Dieccte, dont le directeur s'est impliqué personnellement tout au long de la mission, ainsi que le responsable du pôle concurrence et consommation de la Dieccte.

Je tiens à souligner la qualité des échanges que j'ai pu avoir, tant avec les représentants des syndicats et des associations, qu'avec ceux des entreprises. Il y a eu de part et d'autre une volonté marquée de coopérer avec le médiateur désigné par la Ministre, et d'appréhender les problèmes tout à la fois complexes et urgents que rencontrent les mahorais de manière dépassionnée, rationnelle et argumentée.

Certains des documents qui ont été transmis à ma demande par les entreprises contiennent des informations commercialement sensibles et sont couverts par le secret des affaires. Le présent rapport a donc dû trouver un équilibre entre une nécessaire transparence et le respect, tout aussi nécessaire, du secret des affaires, et ce tout particulièrement dans une petite économie où les acteurs économiques sont relativement peu nombreux.

L'ensemble des informations confidentielles transmises est conservé à la Dieccte de Mayotte.

1. La formation du prix de la viande de bœuf

1.1. Les spécificités des habitudes alimentaires à Mayotte

Le conflit s'est à l'origine cristallisé sur les ailes de poulet congelées, conditionnées en cartons de 10 kilos, qui constituent avec le riz la base alimentaire d'une partie de la population mahoraise.

L'accord du 17 octobre 2011, conclu entre les organisations syndicales et associations de consommateurs, d'une part, et les représentants des entreprises de l'île, et notamment la grande distribution, a permis d'obtenir une baisse significative du prix de ces produits jusqu'au 31 décembre 2011.

Les négociations ont permis d'aboutir sur l'ensemble des produits alimentaires de première nécessité identifiés, sauf sur la viande de bœuf. Or, ainsi que les membres de l'Intersyndicale l'ont exposé au Médiateur lors de la première réunion de travail qui s'est tenue le mardi 25 octobre, une partie de la population ne consomme pas de poulet, pour des raisons d'ordre culturel ou religieux. Le principal apport protéinique pour cette partie de la population est la viande de bœuf, ce qui explique la nécessité d'une issue rapide sur ce point.

L'accord du 17 octobre exposait « *En ce qui concerne la viande de bœuf, les parties signataires constatent un désaccord sur la proposition du maintien des prix actuels, indiquée par les distributeurs qui ne peut donc être validée en l'état, notamment en l'absence d'informations sur la formation du prix de ce produit (...) Il est convenu que la formation des prix de ce produit, fera l'objet d'une analyse en priorité (...)* ».

Cette affirmation peut être résumée par une formule utilisée par la grande distribution qui considère qu'avec 20% des produits, on réalise 80% du chiffre d'affaire.

Ainsi, la consommation basique à Mayotte est constituée par le riz (vendu par sacs de 10 et 20 kg), les mabawas (ailes de poulets vendues congelées par cartons de 10 kg) et les sardines à l'huile.

En outre, la viande est pour l'essentiel vendue congelée par sac de 10 kg (découpés en cubes avec les os).

Les mahorais complètent ce « panier basique », par des productions locales telles que bananes vertes et manioc qui sont soit auto produits soit achetés dans les marchés de villages.

Il faut donc considérer que le « panier de la ménagère mahoraise » est très éloigné des habitudes de consommation de la métropole et même des autres DOM.

Précisément, la viande bovine importée arrive à l'état congelé. Il s'agit essentiellement de quartiers avant et de CAPA (poitrine – plats de côtes). Sur place, ces quartiers sont découpés en cubes dont le poids varie entre 500 g et 1 kg.

Le conditionnement unitaire du produit est le sac de 10 kg. Ceci a pour conséquence que les consommateurs mahorais appréhendent la notion de prix, tout particulièrement sur ce produit,

en terme de « déboursé ». Concrètement, cela revient à dire qu'il faut dépenser au moins 45 euros pour acheter un sac de viande.

Au sens de la nomenclature de la découpe traditionnelle de la viande, il s'agit de produits appartenant à la seconde catégorie et ils sont destinés à une utilisation en cuisson longue.

La consommation de viande de bœuf est particulièrement importante à Mayotte.

Il n'y a pas de production locale et la totalité de la consommation est importée, en provenance d'Amérique de Sud et d'Europe (voir *infra*). En 2010, 3.698.619 kilos de viande de bœuf ont été importés sur l'île¹. En 2007, l'île comptait 186.452 habitants². Sur cette base, la consommation moyenne s'élève à 19,84 kilos par habitant et par an et à 18,49 kilos par habitant et par an si l'on estime la population 2010 de Mayotte à environ 200.000 habitants.

Cette consommation est de 50% supérieure à celle des ménages métropolitains. En métropole, la consommation de bœuf s'élève à 12 kilos par habitant et par an³.

Si l'on se fonde sur les volumes vendus dans le circuit de distribution de la Sodifram, principal importateur de viande à Mayotte (voir *infra*), l'avant de bœuf représente la plus grosse consommation de viande de bœuf (environ 48%).

La carcasse de bœuf représente 29% de la consommation, le Capa de bœuf 14% et la cuisse 9%.

1.2. La structure de la distribution à Mayotte

1.2.1. La grande distribution est représentée par trois groupes

➔ **BDM (BOURDON DISTRIBUTION MAYOTTE)**. Il s'agit d'une filiale du groupe réunionnais BOURBON.

Elle est affiliée à la centrale d'achat CASINO. Elle exploite deux hypermarchés (un sur Grande-Terre, "JUMBO SCORE" et un sur Petite-Terre, "SCORE") et 8 supérettes sous l'enseigne SNIE.

Les deux hypermarchés sont assez proches des standards métropolitains (avec néanmoins une gamme de produits beaucoup plus réduite). Les supérettes SNIE proposent une gamme également très réduite avec une offre de prix remisés pour des achats en quantités (au carton). Leur aspect est similaire aux "*hard discount*" de type LIDL.

➔ **le groupe SODISCOUNT SODIFRAM** exploite un hypermarché sous l'enseigne HD et 17 supérettes : 3 sous l'enseigne SHOPI, 3 sous l'enseigne SODIFRAM et 11 sous l'enseigne SODICASH.

¹ Source : Douanes

² Source : INSEE, recensement général de la population de la population de Mayotte, été 2007

³ Source : CREDOC, 2005

Les gammes de produits proposés sont réduites: il s'agit des produits "premiers prix" négociés auprès des centrales LECLERC ou INTERMARCHE, ainsi que des produits achetés dans des pays tiers (Turquie, Maroc ou Tunisie).

Seules 3 supérettes de l'enseigne SHOPI SODIFRAM disposent d'un rayon viande fraîche en traditionnel. Dans tous les autres cas, la viande est proposée en congelé.

Ce groupe exploite plusieurs autres enseignes de distribution non alimentaire.

→ le **groupe SOMACO** exploite 20 supérettes (8 en propre et 12 en franchise) sous son enseigne. Ces magasins sont de petite taille, d'une surface inférieure à 300 m². Les gammes de produits sont également réduites et il s'agit pour l'essentiel de produits en provenance d'Extrême-Orient ; les marques sont de ce fait parfaitement inconnues en métropole.

Lors de son audition par le Médiateur, le dirigeant de Somaco a indiqué avoir d'ambitieux projets de développement. Un nouveau magasin de 800 m² devrait ouvrir début 2012, un autre de 3.000 m² en septembre 2012 et un de 2.500 m² fin 2012.

Le groupe Somaco, jusque-là centré sur le commerce de proximité, devrait se développer ainsi dans un futur très proche sur les formats supermarché, voire petit hypermarché. Ce groupe est multi activités : immobilier, hôtellerie, fabrication de tôles, matériaux de construction etc.

1.2.2. Le commerce de proximité

Les épiceries localement désignées sous le terme "doukas" sont très nombreuses (*selon la CCI plus de 1000 déclarées et probablement 500 informelles*). Elles s'approvisionnent auprès des établissements des grands distributeurs (achats au carton) dans la mesure où il n'y a pas de grossiste sur le territoire. Leurs achats se réalisent de ce fait à un prix proche du prix de détail de la grande distribution, ce qui leur laisse peu d'espace économique.

Bien qu'important par le nombre, au plan économique, ces points de vente pèsent très peu. En effet, le chiffre d'affaires annuel moyen courant est de l'ordre de 35 000 euros (*observations faites par la Dieccte lors de l'examen des dossiers d'aide à la modernisation du commerce mahorais*).

1.3. La hausse du prix de la viande de bœuf

1.3.1. Comparaison des prix entre Mayotte et La Réunion

Afin de procéder à une comparaison des prix constatés à Mayotte avec ceux pratiqués à La Réunion, le Service de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes de Mayotte, accompagné de trois représentants des associations de consommateurs, s'est rendu sur place le 11 octobre 2011.

Il a été procédé aux constats suivants⁴ :

- la viande de bœuf congelée n'est pas commercialisée sous la présentation « sacs de 10 kg ». De plus les responsables de magasins entendus, ont tous déclaré ne pas commercialiser de viande sous cette forme qui ne correspond pas aux standards de consommation locaux ;
- 3 des 4 établissements visités proposaient de la viande congelée mais en conditionnements de 500 g ou 1 kg ;
- les prix constatés variaient entre 4,25 et 9,95 euros le kg ce qui représente un prix moyen de 6,73 euros.

1.3.2. Evolution des prix de vente au détail de la viande de bœuf

L'INSEE Mayotte relève mensuellement le prix de la viande en sac de 10 kg. En janvier 2007, ce prix moyen était de 3,42 euros.

En septembre 2011, ce prix est passé à 4,88 euros ce qui représente une hausse de 41,62%.

Ce prix et son évolution peut être mis en perspective avec le prix CAF (c'est-à-dire le prix d'achat, auquel s'ajoutent les frais d'assurance et de transport jusqu'à Longoni) au kg à l'importation à Mayotte de la viande de bœuf congelée, toutes origines confondues.

Ce dernier, communiqué par le Service des Douanes de Mayotte, était de 2,04 euros en janvier 2007. En juin 2011, ce prix est passé à 3,17 euros ce qui représente une hausse de 51,92%.

Cette comparaison est mise en évidence dans le tableau de synthèse en annexe du rapport d'enquête établi le 23 octobre 2011 par le service de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes de Mayotte⁵.

1.3.3. Evolution des cotations du bœuf sur le MIN de RUNGIS

Afin de situer les prix constatés à l'importation à Mayotte et leur évolution, une comparaison est possible à partir des cotations relatives au marché de la viande à Rungis, publiées par « France Agri Mer » Cotations et Informations de conjoncture.

De la lecture du tableau de synthèse⁶, il ressort que :

- les cours des carcasses « jeunes bovins », classes U et R, ont évolué sur la période, à travers une hausse de l'ordre de 10% ;

⁴ Rapport d'enquête CCRF 976 du 12/10/2011 -Comparaison des prix de produits-de 1ère nécessité- Mayotte / La Réunion

⁵ Rapport d'enquête Le marché de la viande bovine à Mayotte du 23 octobre 2011

⁶ idem

- les cours des carcasses « vache », ont évolué dans des proportions moindres (5,41% classe U et 1,45% classe R) ;
- sur la même période, les cours des quartiers avant, quelles que soient les classes, ont évolué d'au moins 50% ;
- les prix moyens de vente au détail ont évolué dans des proportions similaires à celles observées par l'Insee (au maximum 10%).

1.4. Les importations de viande de bœuf à Mayotte

L'essentiel de la viande consommée à Mayotte est importé, soit à l'état frais soit à l'état congelé.

Pour l'année 2010, à partir des statistiques communiquées par le Service des DOUANES, ce marché peut être ainsi défini :

- ↳ 109,5 tonnes - valeur CAF 679 784 euros, pour la viande fraîche ;
- ↳ 3 724,1 tonnes - valeur CAF 10,669 millions d'euros, pour la viande congelée.

Depuis 2007, en terme de valeur CAF (prix d'achat et transport), l'année 2010 apparaît comme la plus importante.

En terme de quantité, c'est au contraire l'année 2007 qui fut la meilleure avec 3.891 tonnes.

Sur la période 2007 / 2011, la provenance des viandes congelées est ainsi répartie :

- 45% Union Européenne 6 620 tonnes,
- 55% Amérique du Sud 7 988 tonnes.

Pour l'année 2011, on constate un rééquilibrage par moitié entre les provenances UE (1 866 208 €) et Amérique du Sud (1 832 411) €

1.5. La formation des prix de détail de la viande de bœuf

1.5.1. L'approvisionnement sur le marché mondial

La viande consommée à Mayotte est essentiellement importée, car l'absence d'abattoir sur le marché local ne permet pas une commercialisation de la viande dans des conditions conformes à la législation. Pour l'année 2010, 109,5 tonnes de viande fraîche et 3 724,1 tonnes de viande congelée ont été importées à Mayotte⁷, l'avant de bœuf congelé étant le produit le plus acheté. Les volumes importés étaient plus importants en 2007, avec 3 891 tonnes de viande importée, toutes catégories confondues. La hausse des prix d'achat constatée sur les marchés mondiaux a donc exercé une influence notable sur le niveau actuel de

⁷ Source : Douanes

consommation.

Sur la période 2007-2011, 45% de la viande congelée importée provient de l'Union européenne, tandis que les 55% restants sont issus d'Amérique du Sud. Durant ces dernières années, l'évolution des parts de marché a évolué en faveur de l'Union européenne, compte tenu du renchérissement du prix de la viande sud-américaine, qui résulte de la hausse de la demande des pays émergents vers cette zone. Le prix moyen au kg de la viande importée origine non Union européenne, est passé de 1,94 euros en janvier 2007 à 3,45 euros en juin 2011, soit une hausse de 77,83%, tandis que le prix moyen au kg de la viande importée origine Union européenne est passé de 2,37 euros en janvier 2007 à 3,07 euros en juin 2011, soit une hausse de 29,53%.

Sodifram et BDM sont les deux principaux importateurs de viande de bœuf à Mayotte. Les achats sont effectués le plus souvent par des sociétés mandataires, structures indépendantes (*traders*) qui font les avances de trésorerie, prennent en charge la logistique et sont payées en contrepartie. L'intérêt pour les deux distributeurs est de déléguer la fonction d'achat à des sociétés qui sont mieux à même d'établir un contact permanent avec les producteurs. Ces sociétés ont, selon les cas, leur siège en Amérique du Sud, en France, en Suisse, ou à l'île Maurice. Les distributeurs se contentent de fixer le prix d'achat souhaité de la viande de bœuf, puis la société mandataire joue le rôle de négociant en charge d'acheter le produit au meilleur prix et de l'acheminer à Mayotte. Le prix facturé est un prix CAF rendu Longoni, c'est-à-dire un prix prenant en compte le coût du fret et des assurances.

Sodifram traite directement avec les traders, sans intermédiaire. La société SEPA, maison mère de Sodifram, implantée en métropole, exerce une fonction de centrale d'achats mais n'intervient pas sur la viande de bœuf pour le compte de Sodifram, sauf de manière exceptionnelle et marginale (voir *infra*).

BDM s'appuie sur sa filiale Sofimex pour des services d'affacturage (gestion des comptes clients) et le portage financier de la cargaison jusqu'à son arrivée à Longoni. Le rôle de Sofimex est décrit *infra*.

1.5.2 Les coûts d'importation

Entre l'arrivée de la viande de bœuf au port de Longoni et son acheminement vers l'entreprise de traitement de la viande, des coûts de différentes natures sont supportés par le distributeur. Il s'agit en premier lieu des charges fiscales ou douanières, notamment la taxe sur la consommation prélevée par les Douanes et reversée au Conseil général (elle représente 8% du prix d'achat de la viande de bœuf) et la redevance sur marchandises (au niveau plus modeste de 15,24 euros par tonne). La redevance est perçue à 50% pour le Conseil général, l'autre moitié revenant à parts égales à la Chambre de commerce et d'industrie et à la Chambre des métiers et de l'artisanat.

L'acheminement des produits du bateau à l'entreprise de traitement de la viande a également un coût. L'aconage est assuré au port de Longoni par la société SMART, seule présente sur ce marché. Les frais pour le débarquement d'un conteneur lourd atteignent en moyenne 700 euros à Mayotte, alors qu'ils sont nettement inférieurs à la Réunion (de l'ordre de 350 à 500 euros en fonction des sociétés). Cela s'explique en premier lieu par les faibles volumes arrivant au port de Longoni, à hauteur de 14 000 conteneurs par an, alors que 250 000

conteneurs arrivent à la Réunion chaque année⁸. En raison de ce faible niveau d'activité, le personnel de la SMART n'est mobilisé que 17 jours par mois en moyenne, mais rémunéré pour un mois de travail, le nombre d'agents étant défini pour faire face aux pics d'activité. Jusqu'à présent, les contrats de travail intérimaires ne constituaient pas un recours possible à Mayotte pour remédier à cette difficulté et réduire en conséquence les frais de main-d'œuvre.

Le cas de la SMART montre aussi les effets positifs de la concurrence sur les prix. En effet, l'acconage des 14 000 conteneurs captifs annuels, pour lequel la SMART est en position de monopole, s'effectue à des prix élevés qui contribuent à l'essentiel du taux de marge nette de la société, qui a atteint 9,6% en 2010. Le coût de l'acconage pour 10 kilogrammes d'avant de bœuf est en moyenne de 40 centimes d'euros, un prix relativement élevé par rapport à celui pratiqué à la Réunion. La SMART dégage en revanche une marge très faible sur les activités de transbordement (36 000 conteneurs par an), activité pour laquelle Mayotte est soumise à la concurrence d'autres ports de transbordement, ce qui contraint la SMART à pratiquer des prix compétitifs, à très faible marge, mais contribuant à la couverture des coûts fixes. Cet exemple confirme l'intérêt, souligné par plusieurs membres de l'intersyndicale, d'un renforcement de la concurrence à Mayotte. Celle-ci doit toutefois s'exercer sur des marchés où le volume d'activité permet l'existence de deux acteurs. Au vu des investissements requis pour effectuer l'acconage (la SMART vient de se procurer quatre *stackers* supplémentaires pour répondre aux exigences grandissantes des compagnies), les 14 000 conteneurs captifs et 36 000 conteneurs en transbordement annuels semblent constituer, pour l'heure, un volume d'activité n'incitant guère à l'émergence de nouveaux acteurs dans ce domaine, sur un secteur d'activité où les coûts fixes (*stackers* et frais de personnel qui peuvent être assimilés en partie à des coûts fixes) prédominent. Le développement de la concurrence sur ce marché impliquerait probablement d'examiner si certains coûts fixes ne peuvent pas être mutualisés, par l'intermédiaire d'un GIE par exemple.

Aux frais d'acconage s'ajoutent les frais dus à la Chambre de commerce et d'industrie, qui gère le transport, la mise à disposition et l'entreposage des conteneurs sur le port. Lorsque les marchandises restent au port pendant plus de 5 jours, les propriétaires paient également une redevance pour occupation de terre-plein, d'un montant de 38 euros par jour dégressifs.

Le transit doit enfin être assuré jusqu'à l'entreprise de transformation de la viande, à un coût moyen d'environ 30 centimes d'euros pour 10 kg de viande de boeuf : pour l'effectuer, les distributeurs recourent à une société prestataire de transport ou, moyennant un effort financier plus important, à des moyens internes.

Au total, les coûts d'importation sont inférieurs à 5 euros pour 10 kilogrammes d'avant de bœuf.

On notera que lors de sa réunion du 24 octobre 2011, l'Observatoire des Prix et des Revenus de Mayotte a décidé de lancer un appel d'offres pour la réalisation d'une étude relative aux coûts de transport à Mayotte. Cette étude constituera une base de travail très utile pour prolonger la réflexion pour optimiser les coûts de transport sur l'île, dont l'approvisionnement est largement tributaire des importations.

⁸ Conteneurs dits « captifs », c'est-à-dire qui ont Mayotte (ou La Réunion) pour destination finale. Si l'on ajoute les conteneurs en transbordement, ce sont au total 50.000 conteneurs qui sont traités à Mayotte annuellement, et 400.000 à La Réunion.

1.5.3 Les coûts de production

BDM/UTV et Sodifram exercent une activité de découpe et conditionnement. L'entreprise de transformation de la viande constitue le lieu de destination du produit à la sortie du port. Il s'agit d'une usine, appartenant souvent à près de 100% au distributeur, qui assure la transformation de la viande sortie de l'abattoir en produits prêts à être commercialisés à destination des consommateurs.

Les coûts de production, s'ils sont inférieurs aux coûts d'importation, n'en demeurent pas moins significatifs dans la formation du prix. Tout d'abord, la découpe de la viande engendre des pertes correspondant aux morceaux coupés qui ne pourront être commercialisés. Selon les distributeurs, la part de la viande perdue après découpe représente entre 4 et 8% de la viande achetée. A titre d'exemple, à raison de 10 kg d'avants de boeuf achetés 35 euros par le distributeur, une perte de 6% de la viande à la suite de la découpe engendre une perte de 2,10 euros pour le distributeur.

Les frais pour la mise sous emballage et le collage des étiquettes constituent la dernière étape permettant d'obtenir un sachet de 10 kg, prêt à être vendu dans les rayons. On notera qu'il s'agit d'un point sensible pour les membres de l'intersyndicale, très demandeurs d'un sac transparent pour les sachets de viande de 10 kg afin que les consommateurs puissent contrôler la qualité et l'homogénéité du produit avant achat. L'article R. 112-1 du Code de la consommation ne prévoit certes pas de disposition obligeant les distributeurs à rendre leurs emballages transparents, mais BDM et Sodifram ont rappelé lors de la réunion de l'Observatoire des prix et des revenus du lundi 24 octobre 2011 qu'ils cherchaient actuellement à développer un sac transparent suffisamment résistant pour supporter les 10 kg de viande de bœuf. Si le projet aboutit, cela pourrait, toutefois, augmenter le coût de l'emballage et de l'étiquetage, qui atteint en moyenne 50 centimes d'euros pour 10 kg de viande de bœuf à l'heure actuelle.

Les coûts de production incluent également les frais de main-d'œuvre supportés par les distributeurs pour rémunérer les salariés de leurs filiales.

Au total, les coûts de production représentent un peu moins de 3 euros sur un sac de 10 kilos d'avant de boeuf.

1.5.4 Les coûts d'exploitation

Cette question est traitée *infra*, dans la partie relative aux marges nettes.

1.5.5. Les marges

1.5.5.1. L'hypothèse d'une marge « cachée » en amont

De manière générale, et en dépit de leurs organisations logistiques différentes et de la disparité de leurs fournisseurs, on constate, sur la base de l'ensemble des factures 2010 et

2011 qui ont été remises à la Dieccte de Mayotte dans le cadre du présent rapport⁹, que les deux principaux importateurs actuellement actifs – Sodifram et BDM/UTV – s’approvisionnent en viande de bœuf congelée à des prix CAF arrivée à Mayotte/Longoni équivalents.

Somaco, concurrent potentiel qui envisage de revenir sur le marché du bœuf congelé début 2012 a produit une facture d’approvisionnement d’un trader basé à l’Ile Maurice, sans lien capitalistique avec Somaco. Cette facture fait apparaître un prix d’achat de la viande de bœuf rendu à Mayotte (Prix CAF Longoni) également très proche du prix CAF Longoni de Sodifram et BDM/UTV.

Cet élément permet d’écarter l’hypothèse d’un gonflement artificiel des marges qui serait lié à l’intervention de filiales en cascade entre le producteur et le distributeur mahorais.

Par ailleurs, le bœuf fait partie des produits assujettis à la taxe à la consommation, prélevée par les Douanes au profit du Conseil général. Cette taxe représente 8% de la valeur CAF (à l’arrivée au port de Mayotte Longoni) de la viande de bœuf importée sur l’île. Une stratégie de gonflement artificiel des marges à l’amont de la filière, dans l’hypothèse où elle viendrait majorer le prix CAF à l’entrée à Mayotte, aurait pour effet de gonfler également artificiellement la part taxée de la viande¹⁰. Les importateurs ont donc plutôt intérêt à compresser au maximum les marges sur l’amont et à les reporter autant que possible vers l’aval.

Enfin, indépendamment de la taxe à la consommation, qui inciterait les importateurs à marger à l’aval plutôt qu’à l’amont, la localisation de la marge dans la chaîne de valeur est *a priori* neutre sur le prix de détail. La marge est en principe déterminée par trois facteurs : la somme des coûts, l’intensité de la concurrence à l’aval et l’élasticité-prix de la demande, c’est-à-dire la disponibilité à payer des consommateurs. Une marge plus importante à l’amont, qui vient gonfler les coûts à l’aval, a pour conséquence de réduire la marge à l’aval à due proportion, sans impact sur le prix de détail¹¹. Selon la théorie économique, l’intégration verticale le long de la chaîne de valeur, de l’amont vers l’aval, a même pour effet d’éliminer la « double marginalisation » (c’est-à-dire une marge sur la marge) et contribue à une diminution des prix de détail.

Au début de sa mission, les représentants de l’intersyndicale ont demandé au Médiateur de se pencher sur la question de l’existence de « sociétés écrans » dans la chaîne de valeur à l’amont et d’apprécier l’impact que ces sociétés pourraient avoir sur les prix de détail.

Outre le fait que, ainsi qu’il a été exposé ci-dessus, une approche théorique de la question ne permet pas de supposer qu’un tel système serait économiquement rationnel et profitable,

⁹ Ces documents ont été obtenus sur la base de l’article L. 450-3 du code de commerce et sont couverts par le secret des affaires. Ces documents confidentiels figurent au dossier sous cotes détenu par la Dieccte.

¹⁰ Il est cependant possible de contourner cette difficulté en recourant à un commissionnement, voir *infra*.

¹¹ Ce raisonnement ne fonctionne en revanche pas dans le cas d’un prix de détail régulé, où les opérateurs économiques peuvent avoir intérêt à gonfler artificiellement les coûts à l’amont pour biaiser l’information du régulateur. Il peut également ne pas être valide dans le cas de grands groupes qui laissent une large autonomie à leurs filiales : chaque filiale cherche à maximiser son propre profit, parfois au détriment des autres filiales et au détriment de l’intérêt collectif du groupe. La structure des groupes de distribution à Mayotte ne correspond pas à cette hypothèse.

l'enquête menée sur place n'a pas permis de confirmer l'hypothèse que l'intersyndicale a demandé au Médiateur de vérifier.

Le rôle des sociétés SEPA (Sodifram) et Sofimex (BDM/UTV) a été explicité au point 1.5.1. ci-dessus.

La SEPA a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 23.463.900 euros pour un résultat net de 444.500 euros, soit une rentabilité commerciale, ou taux de marge, relativement modeste de 1,9%¹². En tout état de cause, la SEPA ne fournit de la viande de bœuf à Sodifram que de manière exceptionnelle. Aucune facturation de la SEPA à Sodifram n'a de fait été constatée en 2011.

Ainsi, pour ce qui concerne la viande de bœuf, la SEPA ne joue aucun rôle dans la formation des prix pratiqués par Sodifram.

En ce qui concerne BDM/UTV, la Sofimex intervient dans les achats de viande de bœuf et assure notamment l'affacturage et le financement des achats de viande réalisés. La Sofimex est propriétaire de la marchandise jusqu'à son arrivée à Mayotte : les fournisseurs facturent Sofimex et Sofimex facture BDM/UTV, au prix CAF, sans marge. Ce montant est assujéti à la taxe sur la consommation.

En contrepartie du service rendu par Sofimex, celle-ci reçoit de BDM/UTV une commission de 2%. Sofimex facture une commission de 2% à UTV en fin de mois, non assujéti à la taxe à la consommation. Cette commission permet de couvrir les coûts supportés par Sofimex – coûts qui auraient été supportés en tout état de cause à un stade ou un autre de la chaîne de valeur.

Sofimex a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 33.071.800 euros pour un résultat net de 301.600 euros, soit un taux de marge très modeste, de 0,9%¹³. Selon les déclarations de BDM/UTV, la commission est dimensionnée pour que le résultat net de Sofimex soit proche de 0, ce qui est le cas en l'espèce, à moins de 1% près.

Même si l'on fait l'hypothèse que le profit réalisé par Sofimex ait un impact sur le prix de détail, ce qui en théorie ne se justifie pas à l'évidence, cet hypothétique impact représenterait 31 centimes sur un sac de 10 kilos d'avant de bœuf congelé vendu 48 euros, soit un hypothétique impact sur le prix de 0,64%.

Ainsi, il ressort de l'enquête menée par le Médiateur, avec l'appui des services de la Dieccte, qui ont fait usage des pouvoirs de l'article L. 450-3 du code de commerce, et des documents comptables fournis par les entreprises, qu'il n'y **pas de marges à l'amont, logées dans des filiales, maisons mères ou sociétés sœurs, susceptibles d'avoir une incidence sensible sur le prix de vente au détail à Mayotte.**

Par ailleurs, l'enquête a permis de confirmer qu'il n'y a pas sur ce produit de « marges arrières » hors facture, telles que coopération commerciale, ristournes de fin d'année, etc. Les montants figurant sur les factures remises à la Dieccte reflètent bien les coûts d'approvisionnement, sans éléments hors facture qui viendraient les minorer.

¹² Source : Greffe du Tribunal de Commerce de Paris, via www.societe.com

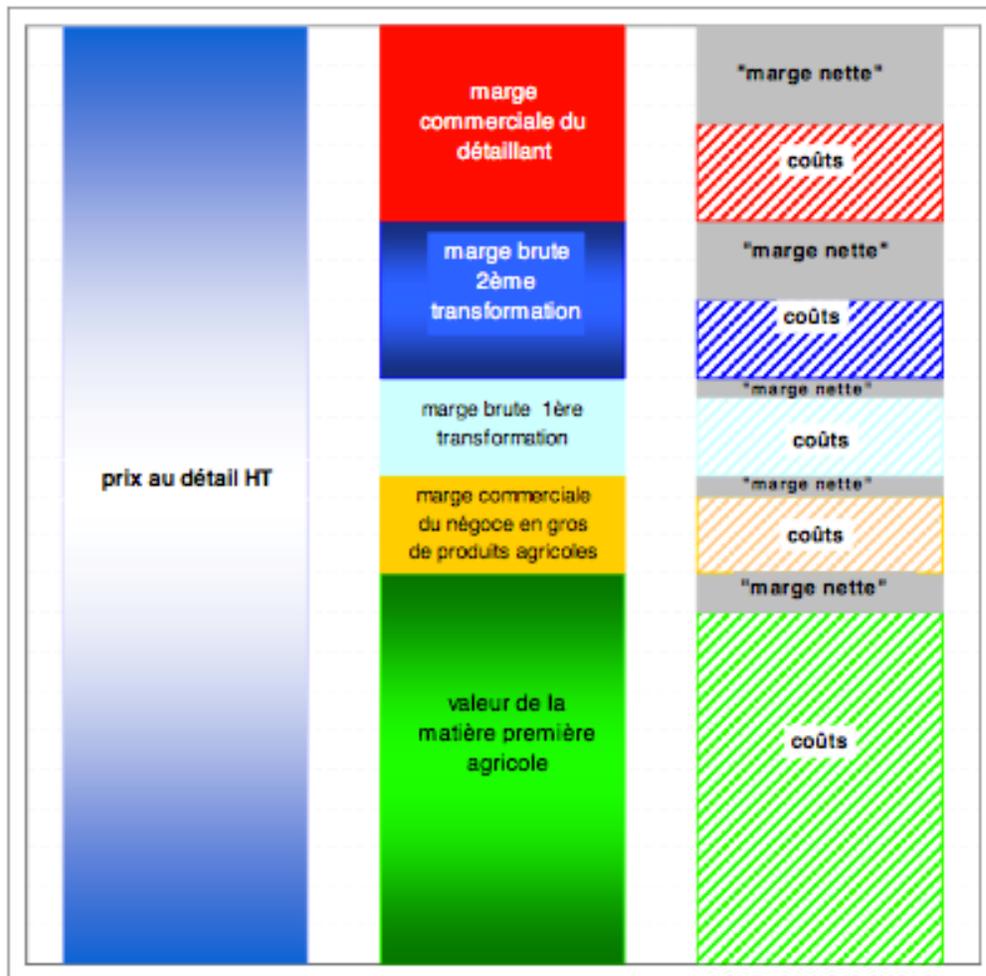
¹³ Source : Greffe du Tribunal de Commerce de Créteil, via www.societe.com

1.5.5.2. Les marges brutes

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (Ofpma) a défini ainsi la marge brute dans son rapport de 2011 sur le prix de la viande bovine¹⁴ : « Nous appelons marge brute de distribution, la différence entre le prix de vente hors taxe et le prix d'achat du produit hors taxe. ».

Dans cette acception, la marge brute n'est pas un bénéfice, un solde net de toutes charges, mais un montant correspondant à des charges autres que celle de l'approvisionnement en matière première, dont les « consommations intermédiaires », les frais de personnel (salaires et charges sociales), loyers, honoraires, etc.

La décomposition de la chaîne de valeur, de la production à la consommation, peut se présenter comme suit :



Source : Ofpma, Rapport au Parlement 2011

¹⁴ Ofpma, Rapport au Parlement, juin 2011 (http://www.franceagrimer.fr/Projet-02/04infos_eco/observatoire/110627/2011_04_11_Rapp_Parlt_Proj_21.pdf)

Sur ce schéma, le rectangle rouge « marge commerciale du détaillant » (ou marge brute) représente la part du prix de détail que maîtrisent BDM et Sodifram¹⁵. Encore cette maîtrise n'est-elle que partielle, les coûts étant peu compressibles sur le court terme.

Selon l'Ofpma, en métropole, de juillet 2010 à mars 2011, la marge brute de la distribution représente 29 % du prix au détail de la viande d'une « vache moyenne ». Cette marge métropolitaine constitue un point de référence utile, même si les conditions économiques entre la métropole et Mayotte ne sont pas directement comparables.

En particulier, les charges salariales restent à Mayotte inférieures à la Métropole, même si l'écart tend à se resserrer très rapidement. Le Smig a plus que doublé entre décembre 2003 et janvier 2011. Entre le 1er janvier 2010 et le 1er janvier 2011, le Smig a augmenté de 8,4% et représente 85% du Smic mensuel net de base national.

A l'inverse, la viande de bœuf importée à Mayotte est une viande d'entrée de gamme, moins coûteuse que la viande d'une « vache moyenne » au sens de l'étude de l'Ofpma. Les charges, exprimées en pourcentage du prix d'achat du produit, pèsent mécaniquement plus sur le prix de vente final du produit.

Enfin, les distributeurs mahorais exercent une activité de découpe-désossage, et non une seule activité de distribution. Les données métropole de l'Ofpma ne distinguant pas entre la 1^{ère} et la 2^{ème} transformation, il n'y a pas de comparaison directe possible permettant d'intégrer cette activité de 2^{ème} transformation, qui pèse sur la marge brute.

L'écart entre la marge brute sur la viande de bœuf en métropole et à Mayotte est donc un indicateur qui doit être manipulé avec précaution, des facteurs spécifiques à Mayotte pouvant avoir un impact sur cet écart. En particulier, pour la suite du raisonnement, on raisonnera sur la comparaison avec les seules marges de distribution en métropole. Il convient de conserver à l'esprit que les écarts qui seront constatés à certaines périodes seraient moins importants en réalité, après prise en compte de la marge brute de 2^{ème} transformation.

Entre décembre 2009 et septembre 2011, le prix d'achat de la viande de bœuf (Avant de bœuf, CAF Mayotte) a augmenté de 40 à 50%¹⁶. Cette hausse très importante des coûts d'approvisionnement reflète les tensions sur les cours mondiaux.

Sur la même période¹⁷, le prix de vente au détail a cru d'environ 12% chez l'un des opérateurs et 9% chez l'autre. C'est sans conteste une hausse très sensible du point de vue des consommateurs, mais les distributeurs n'ont pas répercuté sur les consommateurs la totalité des hausses de coût, vraisemblablement parce que la disponibilité à payer des consommateurs (élasticité-prix de la demande) ne le permettait pas.

¹⁵ Ces opérateurs exercent également une activité de découpe et emballage, qui s'apparente plus à une 3^{ème} transformation, mais aussi une activité de désossage, sur certains produits, dont l'avant de bœuf, qui constitue une activité de 2^{ème} transformation. Les coûts de production pèsent sur la marge brute. Par ailleurs, ces activités de découpe étant intégrées ou filialisées, il y a des coûts associés mais pas de marge nette (élimination de la double marginalisation).

¹⁶ Source : Factures fournisseurs BDM et Sodifram – Les données exactes sont couvertes par le secret des affaires

¹⁷ De janvier 2010 à août 2011 pour BDM et de janvier 2010 à octobre 2011 pour Sodifram

Cet écart entre la hausse des coûts d’approvisionnement (+49%) et la moindre hausse des prix au détail (+12%) a conduit à une contraction très sensible de la marge brute, qui a baissé de plus de 30% sur la période¹⁸.

On retrouve le même phénomène sur le Capa de bœuf, mais de manière moins accentuée. Les coûts d’approvisionnement augmentent d’environ 20 à 30%¹⁹, les prix de vente augmentent d’environ 10% et les marges brutes se contractent, avec une baisse d’environ 10%²⁰.

En valeur absolue, suivant les morceaux (avant ou Capa) et la période, la marge brute de BDM et Sodifram se situe dans une fourchette comprise entre 1 et 2 euros le kilo²¹.

Tout en conservant à l’esprit les limites d’une comparaison avec les données métropolitaines, on constate que le niveau de marge brute pratiqué à Mayotte n’est pas supérieur à la métropole (colonne 4, « marge brute GMS »), et est même sensiblement inférieur au niveau de marge métropolitain au 1^{er} trimestre 2011, période à partir de laquelle les marges brutes ont commencé à décrocher à Mayotte alors qu’elles restaient globalement stables en métropole.

Composantes en euros courants par kg équivalent carcasse du prix moyen au détail du 3^{ème} trimestre 2010 au 1^{er} trimestre 2011

Tableau 22

	carcasse entrée abattoir	marge brute 1 ^{ère} et 2 ^{ème} transf. industrielles	marge brute 3 ^{ème} transf. industrielle	marge brute GMS	TVA sur prix au détail
	(1)	(2)	(3)	(4)	
Vache moyenne					
3 ^{ème} trim. 2010	2,80	0,87	0,67	1,83	0,34
4 ^{ème} trim. 2010	2,84	0,78	0,67	1,90	0,34
1 ^{er} trim. 2011	2,85	0,77	0,67	1,86	0,34
Vache type lait					
3 ^{ème} trim. 2010	2,54	0,88	0,77	1,69	0,32
4 ^{ème} trim. 2010	2,57	0,87	0,77	1,71	0,33
1 ^{er} trim. 2011	2,58	0,80	0,78	1,74	0,32
Vache type allaitant					
3 ^{ème} trim. 2010	3,17	0,85	0,52	2,05	0,36
4 ^{ème} trim. 2010	3,25	0,65	0,52	2,17	0,36
1 ^{er} trim. 2011	3,27	0,73	0,52	2,03	0,36

Valeurs moyennes trimestrielles.

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Source : Ofpma, Rapport au Parlement, 2011

Si l’on compare le taux de marge brute des opérateurs mahorais au taux moyen métropole constaté par l’Ofpma – **et en conservant à l’esprit, une fois encore, les limites d’une telle**

¹⁸ Données exactes couvertes par le secret des affaires

¹⁹ Données exactes couvertes par le secret des affaires

²⁰ Données exactes couvertes par le secret des affaires

²¹ Données exactes couvertes par le secret des affaires

comparaison, qui majore les écarts entre Mayotte et la métropole – on constate que le taux de marge brute mahorais a été supérieur d'environ 5 à 10 points²² au taux métropolitain sur l'année 2010.

Le taux de marge brute a ensuite rejoint le taux moyen métropolitain au 1^{er} trimestre 2011, pour continuer de baisser jusqu'en octobre 2011 et s'établir légèrement en dessous du taux métropolitain pour l'un des opérateurs et très sensiblement en dessous pour l'autre.

Ainsi, sur les six derniers mois, la marge brute pratiquée à Mayotte est inférieure à la moyenne métropole 2010/2011 calculée par l'Ofpma.

1.5.5.3. Les marges nettes

Le calcul des marges nettes sur un produit spécifique est un exercice délicat. L'Ofpma s'est trouvée confrontée à cette difficulté : son rapport au Parlement, établi en six mois de travail avec des moyens importants mobilisés, et notamment les services de FranceAgriMer, s'est à ce stade limité à l'examen des marges brutes. L'Ofpma a commencé seulement en septembre la collecte des données nécessaires à une étude des marges nettes.

Par ailleurs, la notion même de marge nette soulève des questions méthodologiques. Ainsi que l'expose l'Ofpma : « *La notion de « marge nette » est plus floue, avec autant de définitions que d'usages... Une marge nette est généralement une marge brute (au sens 1, 2 ou 3 ci-dessus) diminuée de tout ou partie des autres charges. Ainsi, le résultat net comptable de l'exercice (solde comptable entre l'ensemble des produits et l'ensemble des charges, y compris opérations exceptionnelles) est parfois appelé « marge nette », notamment dans le ratio dit « de marge nette » (résultat net comptable de l'exercice / chiffre d'affaires) utilisé en analyse financière (COHEN^oE., 1997).* »

Le résultat net comptable permet ainsi d'approcher la marge nette dans le cas d'une entreprise mono-produit. En revanche, le ratio résultat net / chiffre d'affaires est inopérant pour apprécier la marge réalisée sur un produit au stade de la distribution, commercialisé par des entreprises multi-produits.

Les entreprises ont fourni des décompositions de leurs coûts, dont la cohérence a pu être comparée et vérifiée.

Les prix de revient production (coût de la viande découpée et ensachée, prête à être livrée en magasin) des deux entreprises sont relativement proches et laissent apparaître une structure de coûts cohérente.

Une fois couverts ces coûts de production et d'emballage, et sur la base d'un prix de vente au consommateur à 48 euros les 10 kilos (avant de bœuf) il reste environ 5 euros pour couvrir les coûts communs (entrepôts, logistique, frais d'exploitation du magasin).

Si, pour les besoins du raisonnement, on faisait l'hypothèse que ces coûts communs sont nuls – hypothèse d'école, il faut payer les camions, les salaires des chauffeurs, les salaires des caissiers, l'immobilier... - la marge nette serait d'environ 10%.

²² voire 10 à 15 points en début de période, sur le premier semestre 2010, pour l'un des opérateurs. Mais cet écart est plus faible en réalité, les marges brutes de 2^{ème} transformation réalisées en métropole devant être prises en compte.

Sur cette base, on peut à ce stade affirmer avec certitude que la marge nette sur l'avant de bœuf congelé est très sensiblement inférieure à 10%.

Pour affiner encore le niveau de marge nette, il faut déterminer des clés de répartition pour chacun des coûts communs et en imputer une fraction à un produit déterminé, le bœuf congelé conditionné en sacs de 10 kilos au cas d'espèce.

Cet exercice de détermination des clés de répartition implique de faire des choix comptables et recèle une part de subjectivité. Dans le cadre de sa mission, le Médiateur n'avait ni les moyens de, ni la légitimité à, substituer sa propre subjectivité à celle des opérateurs.

L'imputation des frais d'exploitation fait apparaître des différences très sensibles, pouvant parfois aller du simple au double, entre les approches retenues par chacun des deux opérateurs.

Si l'on prend l'approche la plus conservatrice – c'est-à-dire l'approche la plus favorable aux consommateurs mahorais – on constate que la marge nette est légèrement négative sur l'avant de bœuf et légèrement positive sur le Capa (entre -5% et +5%).

Pour la suite du raisonnement, on retiendra l'hypothèse conservatrice d'une marge nette nulle sur ces produits à l'heure actuelle (octobre 2011).

Sur la base de cette hypothèse – **qui n'est, rappelons-le qu'une hypothèse de travail, qui a tendance à surévaluer l'éventuel profit des opérateurs** – on constaterait un profit de l'ordre de 5 euros par sac de 10 kilos sur l'année 2010 (soit un taux de marge nette légèrement supérieur à 10%) et un profit égal à zéro (et probablement négatif en réalité) à partir de la fin du 1^{er} trimestre 2011.

En ce qui concerne le Capa, sous les mêmes hypothèses, et avec les mêmes réserves d'interprétation que pour l'avant de bœuf, la marge nette serait encore légèrement positive aujourd'hui, en hypothèse conservatrice, avec un gain de l'ordre de 2 euros par sac de 10 kilos. Sur l'année 2010 et le 1^{er} trimestre 2011, le gain par sac serait de l'ordre de 5 euros en moyenne, avec cependant de fortes variations, à la hausse ou à la baisse, selon les périodes et les opérateurs. En moyenne, le taux de marge nette serait légèrement supérieur à 10% en 2010 et ne dépasserait pas 5% en 2011, notamment en fin de période.

Ce constat est cohérent avec le fait que deux facteurs ont impacté la structure de coûts début 2011 : la hausse des coûts d'approvisionnement (cours mondiaux de la viande de bœuf) et la hausse des coûts salariaux (hausse du Smig au 1er juillet 2010 et au 1er janvier 2011).

1.6. Conclusion : Perspectives sur le prix de la viande de bœuf

Conformément à son objectif, la mission a permis d'objectiver les différentes composantes de la formation du prix et des marges sur la viande de bœuf commercialisé à Mayotte.

Il est tout d'abord apparu qu'il n'y avait pas, dans le circuit d'approvisionnement à l'amont de l'arrivée à Mayotte, de marges cachées ou d'inflation liée à une cascade de marges entre

filiales. Le coût CAF Longoni correspond à un prix de marché concurrentiel, dans un contexte de tension sur le cours des matières premières.

Les coûts liés aux opérations portuaires (CCI, acconage, transit) représentent environ un euro sur le prix de vente au détail d'un sac d'avant de bœuf de 10 kilos, soit environ 2,5%. Ces coûts sont sensiblement plus élevés qu'à La Réunion, ce qui peut s'expliquer par la faiblesse des volumes traités à Mayotte par rapport à La Réunion, qui ne permet pas d'économies d'échelle sur des activités constituées pour une large part de coûts fixes. En dépit de l'étroitesse du marché, des réflexions pourraient être menées pour examiner s'il est possible d'introduire plus de concurrence sur ces activités et notamment sur l'acconage. Il ne s'agit en tout état de cause pas d'une perspective immédiate et les opérations portuaires ne pèsent qu'à la marge sur le prix de détail.

Les taxes (taxe à la consommation et redevance sur marchandise) représentent un peu plus de 3 euros sur le prix de vente au détail de l'avant de bœuf. En l'état actuel des finances publiques du Conseil général de Mayotte, il n'apparaît pas nécessairement opportun d'agir immédiatement sur ce paramètre, sauf à établir des contreparties sur le niveau de taxation sur les autres produits.

Les distributeurs ont peu de marge de manœuvre pour agir à court terme sur leurs coûts, notamment dans un contexte de croissance régulière des charges salariales.

Sur le très court terme, le seul levier d'action repose sur les marges. D'ici environ trois mois, et au long de l'année 2012, la dynamisation de la concurrence sur le marché devrait pouvoir prendre le relais.

1.6.1. A court terme : la perspective d'une action sur les marges

Le taux de marge brute sur la viande est inférieur au niveau moyen pratiqué en métropole, et la marge nette, nonobstant les difficultés pour l'appréhender de manière précise, est probablement proche de zéro, voire négative. Cette situation perdure depuis environ six mois.

Si l'on prend un peu plus de recul, sur 2010, les marges brutes étaient supérieures de 5 à 10 points au taux pratiqué en moyenne en métropole et la marge nette, sous les mêmes réserves que précédemment, était vraisemblablement légèrement supérieure à 10%.

Rien ne permet de qualifier ces marges d'abusives et force est de constater que, sur les six derniers mois, les distributeurs ont absorbé la hausse des coûts sans la répercuter sur les consommateurs.

En dépit de ces efforts, la hausse des prix est très sensible pour les consommateurs : de 9 à 12% sur 2010/2011 et de 41% sur la période 2007/2011²³.

Les consommateurs salariés ont pu absorber ces hausses sans difficulté majeure : en 2010, le Smig a augmenté de 6,75% et l'indice des prix à la consommation de 2,7%, soit un gain

²³ Source : Rapport Dieccte à l'OPR de Mayotte

sensible de pouvoir d'achat²⁴. Les consommateurs non salariés ont en revanche subi ces hausses de plein fouet.

Sans préempter la négociation à venir, et dans une perspective de sortie de crise, il semblerait concevable que les distributeurs consentent un effort supplémentaire à celui qu'ils consentent déjà depuis la fin du 1^{er} trimestre 2011.

Il serait envisageable de « restituer » aux consommateurs une partie des profits de 2010, profits qui en eux-mêmes n'étaient toutefois pas d'un niveau abusif, sous forme d'une nouvelle baisse temporaire des prix. Cette « restitution » est en réalité déjà entamée depuis la fin du 1^{er} trimestre 2011, période à partir de laquelle les marges brutes sont passées sous la moyenne métropolitaine et les marges nettes ont tendu vers zéro.

Il pourrait être envisagé d'accélérer le mouvement ainsi entamé, en consentant une baisse de prix qui ne saurait probablement pas excéder 5 à 10% pendant 3 mois. Au-delà, et en prenant en compte le niveau des marges proches de zéro depuis mars 2011, la totalité des profits de 2010, qui n'avaient une fois encore rien d'illégitime, serait annulée.

Par ailleurs, on peut espérer que les perspectives de dynamisation de la concurrence et du pouvoir d'achat en 2012 soient susceptibles de prendre le relais d'un accord sur les prix qui expirerait début 2012.

1.6.2. A partir de 2012: la perspective d'une dynamisation de la concurrence

Sans préjudice de l'évolution des cours mondiaux, qui restent le déterminant essentiel des prix, trois éléments sont susceptibles de conduire à une amélioration à partir de début 2012.

Tout d'abord, la mise en place du RSA et l'évolution du Smig devraient contribuer à atténuer l'effet de ciseau entre prix et revenus que subissent les consommateurs non salariés.

Ensuite, la SOMACO, qui s'était retirée du marché de la viande de bœuf, devrait y revenir début 2012. La SOMACO (Maharadjah Logistique) a investi dans une unité de découpe qui est en cours d'agrément par les services de l'Etat (Service d'alimentation de l'agriculture). De ce point de vue, il serait souhaitable que la demande de Maharadjah Logistique soit traitée avec toute la diligence possible, pour que son activité puisse démarrer en janvier 2012, si les conditions réglementaires sont remplies.

Cette troisième unité de traitement sur l'île permettra de dynamiser la concurrence entre opérateurs. L'unité de traitement travaillera pour la Somaco (les commandes ont déjà été passées), mais offrira également un service de dédouanement, dépotage, stockage, découpe et livraison aux petits commerçants, qui aujourd'hui s'approvisionnent auprès des deux principaux distributeurs à un prix proche du prix de vente aux consommateurs, ce qui leur laisse très peu d'espace économique.

Enfin, à l'aval, la SOMACO, qui est aujourd'hui cantonnée à un réseau de petites surfaces (120 m² en moyenne) va investir le segment des supermarchés et hypermarchés, avec trois

²⁴ Source : INSEE Mayotte – Note de travail – Mai 2011

ouvertures prévues en 2012, de 850 m², 2500 m² et 3000 m². Ces ouvertures sur des formats permettant de réaliser des économies d'échelle devraient contribuer à stimuler la concurrence entre opérateurs à l'aval, ce qui, toutes choses égales par ailleurs, et sans préjudice de l'évolution des cours mondiaux, qui constitue une donnée exogène déterminante, devrait conduire à une baisse des prix.

Pour l'ensemble de ces raisons, il apparaît que les perspectives pour 2012 sont plus favorables que la situation prévalant en 2011, ce qui incite à justifier la pertinence d'une solution basée sur la limitation dans le temps d'un éventuel accord sur les prix qui pourrait être négocié, le cas échéant sur la base du présent rapport.

2. La formation du prix du gaz

2.1. Le marché

Le marché du gaz en bouteille à Mayotte représente 2.300 tonnes par an. On peut comparer ce volume à celui de La Réunion, dix fois plus important avec environ 20.000 tonnes par an. Cet écart dans les volumes se reflète sur le prix de la bouteille, commercialisée auprès des détaillants à 28,85 euros à Mayotte contre seulement 18,94 euros à La Réunion²⁵. Le marché mahorais est cependant en croissance, de 10 à 15% par an.

Le marché mahorais se caractérise par l'existence d'un duopole qui présente trois caractéristiques remarquables : l'asymétrie des parts de marché, les différences de modèle économique et de stratégie, les barrières au développement de l'un des opérateurs.

Somagaz livre 2090 tonnes de gaz par an, soit une part de marché de 85 à 90%. L'autre opérateur, Total, ne détient qu'une part marginale du marché, à peine supérieure à 10%.

Le modèle économique de chacun de ces deux opérateurs est très différent, tant au stade de la production que de la distribution.

Somagaz a investi dans une unité d'embouteillage située à Longoni. Les méthaniers accostent à un quai dédié, financé pour l'essentiel par le Conseil général. Le terminal gazier reçoit ainsi 3 à 4 méthaniers par an.

La Sigma (société industrielle gazière de Mayotte) réalise l'embouteillage. Cette activité d'embouteillage est filialisée et juridiquement distincte de Somagaz, entité active sur la distribution, dans la mesure où il est prévu depuis l'origine que Sigma puisse travailler pour des tiers, concurrents de Somagaz sur le marché aval de la distribution.

Sigma a représenté 5,6 millions d'investissements, financés avec une aide du Conseil général et par l'emprunt pour l'essentiel. Celui-ci doit être remboursé sur dix ans dans le cadre d'une convention de défiscalisation. Cette durée d'amortissement, très courte pour ce type d'activités, pèse lourdement sur la structure, qui doit déboursier près de 500.000 euros par an pour rembourser les emprunts contractés.

Total a opté pour un modèle différent. Elle achète des bouteilles pleines à Total Maurice et réexpédie les bouteilles vides à Maurice pour remplissage. Ce modèle induit des contraintes logistiques fortes, ce qui selon Total limite en tout état de cause son développement, les rotations de navires ne lui permettant pas d'accroître significativement ses volumes, sauf à changer de modèle économique et à effectuer le remplissage de ses bouteilles sur place, chez Sigma.

Ainsi, sauf à remettre en cause son modèle économique, le développement de Total est en tout état de cause très contraint, ce qui limite très fortement sa capacité à animer la concurrence et exercer une pression concurrentielle sur l'opérateur dominant Somagaz, à supposer qu'il le souhaite.

²⁵ Source : Dieccte

Total ne conçoit en effet pas à ce stade le gaz comme une activité stratégique, mais plus comme une activité d'appoint destinée à apporter un service aux clients de ses sept stations-services réparties sur l'île, qui constituent son seul réseau de distribution.

En l'état actuel de son modèle économique et de ses choix stratégiques, Total n'est donc pas en mesure de peser significativement sur le marché du gaz en bouteille à Mayotte. Il est d'ailleurs frappant de constater qu'en dépit d'un écart sur le prix de vente au détail de 5 euros par rapport à Somagaz (26 euros contre 31 euros, avant les accords du 17 octobre), la part de marché de Total n'a pas décollé et la position de Somagaz n'a pas été contestée.

Contrairement à Total, qui a une distribution limitée à ses seules stations-services et a peu de possibilités de croissance, Somagaz a de fortes capacités de croissance, grâce à Sigma, et a un réseau de distribution très capillaire, sur l'ensemble de l'île. De manière surprenante, le réseau de distribution de Somagaz ne s'appuie pas du tout sur la grande distribution, mais sur le tissu très dense des « doukas ». Par rapport aux 7 points de vente de Total, Somagaz dispose ainsi de plusieurs centaines de points de vente, avec en conséquence des coûts de distribution élevés pour gérer la livraison et la reprise des bouteilles, ce marché se caractérisant en outre par la nécessité de financer un circuit aller-retour.

2.2. Les coûts

En dépit de leur modèle économique très différent, le prix de revient de la bouteille de gaz départ Longoni est très proche entre Total et Somagaz, aux alentours de 20 euros²⁶.

Pour Total, le coût d'achat à Maurice, même s'il inclut une marge « interne » facturée par Total Maurice, est relativement faible (aux alentours de 10 euros²⁷) mais le fret conduit à doubler le prix CAF à l'arrivée à Longoni.

Pour Somagaz, le prix CAF Longoni du gaz en vrac est relativement peu élevé (entre 11 et 13 euros²⁸), mais les frais d'embouteillage représentent 60% du prix CAF, ou encore 37% du prix de revient sortie Longoni (hors marge Sigma).

Cette efficacité encore insuffisante de l'outil d'embouteillage s'explique par le coût d'amortissement de l'outil industriel et la faiblesse des volumes traités, avec un fort impact des coûts fixes sur le prix de revient. Le coût d'embouteillage pourrait être diminué à la marge par l'apport des volumes de Total, mais plus significativement, ainsi que le soulignait à juste raison l'intersyndicale, par l'accroissement du taux d'équipement des ménages en appareils de cuisson à gaz. La consommation de gaz à La Réunion est 10 fois plus importante qu'à Mayotte pour une population seulement 4 fois supérieure.

Si, en dépit de leurs modèles économique divergents, les coûts d'approvisionnement de Somagaz et Total sont similaires, en revanche les coûts de distribution sont très différents entre les deux opérateurs.

²⁶ Données exactes par opérateur couvertes par le secret des affaires

²⁷ Donnée exacte couverte par le secret des affaires

²⁸ Donnée exacte couverte par le secret des affaires

En ayant fait le choix d'une faible capillarité (7 points de livraison) et de la maîtrise de son réseau de distribution, Total a des coûts de distribution significativement inférieurs à ceux de Somagaz, qui a une capillarité très importante avec beaucoup de petits distributeurs.

Total a ainsi des coûts de distribution près de deux fois inférieurs à ceux de Somagaz, qui paye son choix de la capillarité par une forte perte de compétitivité sur la distribution, perte de compétitivité qui se répercute sur le prix de vente aux détaillants, et *in fine* aux consommateurs.

Les coûts de distribution représentent ainsi entre 25 et 35%²⁹ du prix de vente aux détaillants de Somagaz (prix de 28,85 euros antérieur à l'entrée en vigueur des accords du 17 octobre).

Enfin, à l'aval, il ne semble pas que le choix de la capillarité fait par Somagaz se traduise par une forte concurrence entre détaillants à l'aval : il semble – mais une enquête plus détaillée serait nécessaire pour le confirmer – que la marge détaillant de 1,50 euros soit communément admise et appliquée et que les prix conseillés par Somagaz sont généralement suivis.

2.3. Les marges

Contrairement à la viande de bœuf, marché sur lequel intervenaient des entreprises multi-produits, on a ici affaire, à tout le moins dans le cas de Somagaz, à une entreprise mono-produit. Le recours à la comptabilité analytique n'est pas nécessaire et on peut se fonder sur la comptabilité générale. Au demeurant, les éléments de comptabilité analytique transmis par Somagaz sont en ligne, à quelques nuances près, avec les informations directement accessibles par la comptabilité générale.

Le ratio résultat net sur chiffre d'affaires représente ainsi, dans le cas de Somagaz, assez fidèlement la marge nette.

En se fondant sur les comptes trimestriels arrêtés au 30 juin 2011 (avant, donc, l'entrée en vigueur des accords du 17 octobre), on raisonne ici sur la base d'un fonctionnement « normal » du marché et non sur la base du fonctionnement du marché tel qu'il résulte des accords), la marge nette de Sigma, au stade de la production, est de 4,79%, tandis que celle de Somagaz, au stade de la distribution, est de seulement 1,07%.

S'agissant d'un groupe intégré, il serait possible d'éliminer cette double marginalisation, au stade de la production, puis au stade de la distribution, qui prélève alors « une marge sur la marge », mais il y a peu d'enjeu derrière cette question compte tenu de la faible marge prélevée par Somagaz à l'aval. La double marginalisation n'a donc qu'un impact négligeable sur le prix de détail.

Par ailleurs, le choix de réaliser une marge, pour le moment interne, au stade de Sigma se justifie par le fait que Sigma a vocation à terme à travailler pour des opérateurs tiers, concurrents de Somagaz à l'aval.

On peut cependant relever que l'entité Sigma/Somagaz a fait le choix de loger l'essentiel de sa marge nette – au demeurant d'un niveau qui n'est pas déraisonnable – à l'amont, ce qui

²⁹ Donnée exacte couverte par le secret des affaires

peut avoir pour effet une moindre incitation pour les tiers – que ce soit Total ou un nouvel entrant – à recourir aux services de Sigma.

Avant l'entrée en vigueur des accords du 17 octobre, Total, avec un prix de vente de 26 euros, très inférieur à celui de Somagaz compte tenu de la plus grande efficacité de sa distribution, travaillait également avec une marge positive modérée, inférieure à 5%.

Dans le cadre de la mise en œuvre des accords du 17 octobre, les deux opérateurs travaillent à marge nette négative. Les progrès que les consommateurs mahorais attendent doivent passer par d'autres voies qu'une prolongation ou une amplification des accords du 17 octobre.

2.4. Les perspectives

Au-delà des accords du 17 octobre, les voies d'amélioration au bénéfice des consommateurs mahorais passent par des solutions structurelles.

La régulation des prix du gaz, annoncée par la ministre de l'outre-mer le 14 octobre 2011, prendra dans l'immédiat le relais des accords. Les services de la Dieccte de Mayotte et de la DGCCRF ont entamé les travaux préparatoires pour établir un projet de décret en Conseil d'Etat, qui sera soumis à l'avis de l'Autorité de la concurrence.

La régulation devra notamment prêter attention à la répartition entre la marge de gros et la marge de détail. Une marge de gros limitée serait de nature à contribuer à inciter des opérateurs – à commencer par Total - à procéder à leurs opérations d'embouteillage localement chez Sigma, ce qui viendrait contribuer à la couverture des coûts fixes et à la réduction du prix sortie usine. L'étalement de la durée des investissements liés au site d'embouteillage pourrait également apporter une contribution à une baisse des coûts, si un tel étalement est juridiquement et financièrement possible.

Il conviendra également de communiquer auprès des détaillants sur le fait que le prix régulé est un prix maximum, et non un prix imposé. Un prix de détail régulé a toujours tendance à constituer un point focal pour les distributeurs, ainsi que l'Autorité de la concurrence a eu l'occasion de le relever dans son avis sur le prix des carburants outre-mer. C'est peut-être encore plus vrai à Mayotte, où il n'est pas certain que le fait que la concurrence continue de jouer son rôle en dessous du prix régulé soit toujours clairement perçu.

L'amélioration du taux d'équipement des ménages mahorais en appareils de cuisson à gaz serait également de nature à accroître la demande et réduire les coûts et les prix, ainsi que l'a souligné l'intersyndicale.

Enfin, et sans que le médiateur ait la légitimité et la compétence pour se substituer aux décisions d'un opérateur économique, le réseau de distribution de Somagaz ne semble pas spontanément optimal du point de vue de l'efficacité économique.

Le choix de la capillarité, via le réseau des « doukas », est certainement positif pour les consommateurs du point de vue de l'accessibilité.

C'est toutefois un choix extrêmement coûteux, qui a un impact très significatif sur les prix. Sans nécessairement renoncer intégralement au réseau des « doukas », qui apporte un service de proximité aux consommateurs, il semblerait économiquement efficace que Somagaz s'appuie sur la grande distribution pour pouvoir être compétitif en prix par rapport à Total, qui s'appuie sur son réseau intégré de 7 stations-services, avec des coûts de distribution et des prix de détail beaucoup plus bas. Cette concurrence par les prix de Total n'a toutefois que peu d'impact sur la concurrence sur le marché, les volumes de Total étant plafonnés par son organisation logistique à l'amont, qui n'est pas nécessairement plus optimale que celle de Somagaz à l'aval.

En termes de trésorerie, le réseau des « doukas » paye comptant, ce qui n'est pas le cas de la grande distribution. Toutefois, la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a encadré les délais de paiement, qui sont plafonnés à 45 jours ou 30 jours fin de mois. La Dieccte de Mayotte est chargée de veiller à la bonne application de cette législation, dont le non-respect est sanctionné.

Le recours à la grande distribution permettrait de réduire les coûts logistiques aujourd'hui très élevés de Somagaz. En contrepartie, la grande distribution, qui dispose d'une puissance de négociation que n'ont pas les « doukas », pourrait obtenir des remises, qui seraient ensuite répercutées sur les consommateurs, pour peu qu'il y ait une concurrence suffisante à l'aval, ce qui devrait être de plus en plus le cas à Mayotte, compte tenu des projets de nouvelles implantations des différents distributeurs.

A l'heure actuelle, tous les distributeurs de Somagaz achètent la bouteille de gaz au même prix, et la revendent vraisemblablement au même prix. Cette absence totale de différenciation tarifaire dénote l'insuffisance de la concurrence sur ce marché.

En conclusion, le marché du gaz est aujourd'hui handicapé par une double inefficacité, celle de Total à l'amont, sur l'approvisionnement, qui limite ses volumes, et celle de Somagaz à l'aval, sur la distribution, qui pénalise sa compétitivité-prix. Une action sur ces deux leviers permettrait d'améliorer l'efficacité économique des opérateurs et de relancer la concurrence.

Sans une telle évolution structurelle, une amélioration de la situation au bénéfice des consommateurs – et des opérateurs eux-mêmes – est peu envisageable, ceux-ci travaillant actuellement à marge négative, ce qui n'est pas soutenable sur le moyen terme.

3. La formation du prix du sable

Dans le cadre de la mission, marquée par l'urgence, il n'a pas été possible au Médiateur d'approfondir cette question autant qu'il l'aurait souhaité. Les dirigeants d'IBS étaient en déplacement et n'ont pu être contactés que par téléphone. Le médiateur a pu rencontrer le dirigeant d'ETPC à Mamoudzou, mais, par la suite, l'accès à Kougou a été très difficile en raison des événements sur l'île, ce qui fait que les documents demandés n'ont pu être communiqués que tardivement, sans que les entreprises n'en soient responsables.

Néanmoins, les entretiens et documents obtenus ont permis de dégager un certain nombre d'éléments, exposés ci-dessous, qui devront être approfondis ultérieurement.

3.1. Le caractère symbolique du produit « sable ».

Le prix «du sable de construction » a été classé sur la liste des produits de 1^{ère} nécessité.

De l'extérieur, ce choix peut apparaître comme peu lisible. Mais il faut considérer qu'il s'agit d'un symbole emblématique qui est une dépense obligée pour accéder à la propriété de son logement.

Il existe une aspiration forte des mahorais à accéder à un logement décent dans un contexte où, jusqu'alors, les programmes de logements sociaux se heurtent à des difficultés très spécifiques qui empêchent leur développement.

Ainsi dans la tradition locale, la construction du logement revêt un caractère vital. Le chantier de la construction pourra prendre plusieurs années car son financement sera très rarement assuré par un concours bancaire mais sera réalisé par un auto financement.

L'avancement des travaux sera alors cadencé par les rentrées d'argent et l'on peut facilement concevoir l'importance du prix du produit « tonne de sable de construction ». Dans cette logique, il s'agit bien d'un produit de 1^{ère} nécessité pour les consommateurs mahorais.

Enfin, la population a développé l'argument consistant à affirmer que le sable était la ressource primaire quasi unique de Mayotte et, de ce fait, elle considérait pouvoir bénéficier, pour l'achat de celle-ci, de prix favorables.

L'accord du 17 octobre 2011, conclu entre les organisations syndicales et associations de consommateurs, d'une part, et les représentants des entreprises de l'île, et notamment les exploitants des carrières, a permis d'obtenir une baisse significative du prix de la tonne de sable, ceci jusqu'au 31 décembre 2011.

3.2. Les prix de la tonne de sable à Mayotte

Il existe actuellement 4 carrières en exploitation à Mayotte : trois sont exploitées par la SARL ETPC, société filiale du groupe COLAS Mayotte et une par la SAS IBS, société filiale du groupe local, HOLDINVEST.

Les prix pratiqués pour la vente de la tonne de sable (hors frais de livraison) ainsi que ceux résultant du protocole du 17 octobre 2011 par les deux entreprises concurrentes sont détaillées ci-dessous :

Sable à la Tonne – 0/4	Prix en vigueur	Prix au 17/10/2011
ETPC carrière de Koungou	31,40	29,00
ETPC carrière de Mtsamoudou	41,45	36,00
ETPC carrière de Pamandzi Petite Terre	41,45	35,00
ETPC dépôt de Combani	39,40	36,00
ETPC dépôt de Iloni	39,50	36,00
ETPC dépôt de Handerma	39,50	36,00
IBS carrière de Kangani	26,50	24,00

3.3. L'appréciation du niveau du prix du sable à Mayotte

L'enquête d'observation des prix des matériaux réalisée en Mai 2010 par le service de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes de la DIECCTE de Mayotte avait permis d'évaluer le niveau des prix pratiqués localement notamment pour la tonne de sable de construction et les comparer avec ceux pratiqués en métropole.

		prix Mayotte	Prix métropole	Ecart
parpaing l'unité	10 * 20 *50	1,57	0,62	153,2%
	15 * 20 *50	1,72	0,91	89,0%
	20 * 20 *50	1,99	1,09	82,6%
sable - grave /tonne	sable à maçonner (0/4,0/6)	33,61	17,53	91,7%
	gravier à béton	33,78	25,93	30,3%
Béton prêt à l'emploi (le m3)	dosage 150	168,83	98,58	71,3%
	dosage 350	225,60	148,00	52,4%
	mortier 400	238,60		
	prix de la livraison au m3		211,69 les 7 m3	

Les résultats de cette enquête ont été présentés lors de la réunion du 15 juillet 2010 de l'Observatoire des prix. Le différentiel en défaveur de Mayotte ressortant comme très

important et non expliqué, une réunion de travail avait été organisée le 4 novembre 2010 par le Secrétaire général aux affaires économiques et régionales.

Participaient à celle-ci, les représentants des entreprises d'exploitation des carrières et de négoce des matériaux et l'association de consommateurs ASCOMA.

Invitées à s'expliquer au sujet de ce différentiel notamment sur le prix de la tonne de sable, les entreprises développaient une série d'arguments rappelés ci-après :

- la production annuelle à Mayotte est de l'ordre de 650 000 tonnes, répartie entre ETPC pour les deux tiers et IBS pour un tiers. Elle est à considérer comme restreinte au regard des rendements d'exploitation en métropole (de l'ordre de 2 000 000 tonnes par site) ;
- dès lors, les matériels d'exploitation sont surdimensionnés et donc sous-utilisés. Les investissements pèsent alors d'autant plus dans les structures de prix ;
- l'insularité et l'éloignement nécessitent, afin de ne pas subir d'arrêt d'exploitation en cas d'avarie ou de casse, de posséder en double les matériels essentiels ce qui alourdit également les coûts ;
- la structure géologique des terrains nécessite, pour parvenir à la roche exploitable, le décapage d'une couche de terre d'une épaisseur de 5 à 6 mètres, ce qui est un facteur significatif d'alourdissement des coûts d'exploitation ;
- la productivité est moindre qu'en métropole.

Enfin, les entreprises affirmaient que la comparaison des prix avec ceux pratiqués à la Réunion, n'était pas pertinente : il s'agit à La Réunion d'une production ne nécessitant pas, comme à Mayotte, de tir à l'explosif, mais se limitant à la mise en concassage de roches alluvionnaires déjà éclatées.

3.4. L'exploitation des carrières à Mayotte

3.4.1. Les entreprises du secteur

Il existe deux entreprises qui exercent une activité d'exploitation de carrières et de production de sables et granulats à Mayotte :

→ La SARL ETPC KOUNGOU à (97600) MAMOUDZOU

Il s'agit d'une filiale de la société COLAS Mayotte. Elle exploite 3 carrières (KOUNGOU, PAMANDZI et MTSAMOUDOU) avec conjointement, auprès de chacune, un comptoir de vente. Elle dispose par ailleurs de 4 dépôts (Combani, Iloni, Kaweni, Handrema) répartis sur la moitié nord du territoire de Mayotte.

Lors des deux derniers exercices comptables, la SARL « ETPC » a réalisé les résultats suivants :

	2009	2010
○ Chiffre d'affaires	22,284 millions d'€	25,662 millions d'€
○ Résultat avant impôt	2,569 millions d'€	2,593 millions d'€
○ Résultat net après impôt	1,836 millions d'€	2,987 millions d'€

ETPC n'est pas une entreprise mono-produit, outre les granulats, elle commercialise notamment du béton prêt à l'emploi et des produits préfabriqués en béton. Dès lors, le ratio

résultat net avant impôt / chiffre d'affaires (marge commerciale) n'est pas nécessairement représentatif de la marge nette réalisée sur la vente de sable aux particuliers.

Sous cette réserve, la marge commerciale d'ETPC, tous produits confondus, a été de 11,5% en 2009 et 10,1% en 2010.

ETPC pratique une grille de prix discriminée en fonction des points de vente et de leur éloignement relatif des lieux de production. Elle justifie ce modèle par la volonté de se rapprocher de la clientèle en lui apportant un service de proximité, lequel engendre un surcoût.

La clientèle d'ETPC sur le sable est composée à 50% de particuliers (Koungou), voire 70% (Mtsamoudou).

→ SAS IBS à KANGANI

Il s'agit d'une filiale du groupe local HOLDINVEST, qui exploite une seule carrière située à KANGANI, dans le nord de l'île, à proximité immédiate de Koungou, où se situe la principale carrière d'ETPC.

Elle pratique, sur le sable et plus généralement les produits de construction, une tarification sensiblement inférieure à celle pratiquée par son concurrent d'ETPC au regard des prix du marché (15% de moins que le prix le plus compétitif d'ETPC sur Koungou).

La carrière de Kangani produit environ 400.000 tonnes d'agrégats, soit 150 à 200.000 tonnes de sable.

La clientèle d'IBS sur le sable est composée à 50% de particuliers.

En 2010, IBS a réalisé un chiffre d'affaires de 17.387.136 euros et un résultat net avant impôt de 634.504 euros, soit une marge commerciale, tous produits confondus, de 3,6%.

3.4.2. L'examen de la situation concurrentielle

Même si les raisons invoquées par la SARL « ETPC », raisons qui sont confirmées par IBS, pour justifier des coûts de revient élevés pour l'exploitation des carrières apparaissent comme recevables, il n'en demeure pas moins que le fonctionnement du marché soulève un certain nombre d'interrogations.

Tout d'abord, les écarts de prix entre Koungou (ETPC) et Kangani (IBS) ne sont pas parfaitement expliqués, ou s'expliquent par des raisons extérieures au sujet d'étude du présent rapport. Le prix de vente du sable au détail à Kangani est 15% moins cher qu'à Koungou. Compte tenu de la proximité géographique de ces deux carrières, un tel différentiel de prix ne devrait pas être soutenable pour la carrière de Koungou : les clients devraient désertir Koungou au profit de Kangani. Cela ne semble pas être le cas : Koungou produit 400.000 tonnes d'agrégats, soit 150 à 200.000 tonnes de sable, une production équivalente à celle de Kangani.

Aucune explication satisfaisante n'ayant été avancée, on peut envisager deux hypothèses :

- Soit il y a un différentiel de qualité du sable, qui n'est pas *a priori* lié à la géologie, compte tenu de la proximité des deux carrières. Cet hypothétique différentiel de qualité viendrait alors du processus de production, ce qui pourrait expliquer les prix plus bas pratiqués par IBS. Cette hypothèse n'a pas été confirmée par IBS, qui considère qu'il peut y avoir des différences de qualité conjoncturelles, liées à la couche géologique traitée à un moment donné par une carrière, mais pas de différence de qualité structurelle entre les deux carrières ;
- Soit le sable extrait à Koungou n'est pas commercialisé sur place, compte tenu de la concurrence frontale d'IBS, mais est commercialisé plus loin, dans les dépôts de Kaweni, Combani et Handrema, l'éloignement géographique permettant alors de se soustraire en partie à la pression concurrentielle d'IBS.

Si l'on raisonne à l'échelle de Mayotte, les parts de marché semblent relativement équilibrées entre les deux opérateurs, ETPC contrôlant 50 à 55% du marché et IBS 40 à 45%³⁰.

Il n'est cependant pas certain qu'un raisonnement à l'échelle de l'île soit pertinent. Dans le cas des clients particuliers, le sable n'est pas livré. Les clients viennent le chercher eux-mêmes, avec le cas échéant leur propre transporteur, dans les carrières ou les dépôts.

Le fait que ETPC ait ouvert des dépôts, dans la seule partie nord de l'île, où il subit le plus significativement la concurrence d'IBS, et le fait que ces dépôts parviennent à soutenir un prix plus élevé que celui de la carrière³¹, démontre que la proximité est valorisée par les clients, qui sont prêts à payer plus chers pour parcourir une distance moindre.

Par ailleurs, si Mayotte constituait un seul marché géographique, on devrait en principe, à qualité égale de sable, trouver des prix homogènes sur le territoire. Or on constate des écarts de prix très importants entre les trois carrières d'ETPC, Petite Terre et Mtsamoudou affichant des prix supérieurs de 35% à ceux de Koungou.

Enfin, à partir de sa carrière de Kangani, dans le nord de l'île, IBS indique ne pas fournir de clients au-delà de Bandrélé.

Il semble donc, en première approche, que l'on ait plutôt affaire à trois marchés géographiques distincts, Grande-Terre Nord, où IBS et ETPC sont en concurrence, Grande-Terre Sud et Petite Terre³², où ETPC ne subit qu'une concurrence marginale de la part d'IBS.

L'examen des marges brutes par carrière [couvertes par le secret des affaires] confirme en partie cette hypothèse. La marge brute pratiquée à Mtsamoudou est plus élevée que celle pratiquée à Koungou. En revanche, la marge brute de Pamandzi (Petite Terre) n'est pas très différente de celle de Koungou.

³⁰ En tonnage d'agrégats extraits

³¹ 8 euros de plus à la tonne (avant les accords du 17 octobre), ce qui se justifie par les coûts de transport et les frais d'exploitation du dépôt. Les marges brutes réalisées par les dépôts [donnée couverte par le secret des affaires] sont par ailleurs relativement faible.

³² Peu éloignée en distance, mais subissant une « double insularité », avec des coûts de transport renchérissés par les frais de barge.

Ainsi, et sauf s'il était démontré que le sable de Mtsamoudou et Petite terre est d'une qualité très supérieure à celui de Kongou, il apparaît, en première analyse, qu'il y a trois marchés géographiques distincts en ce qui concerne le marché du sable à Mayotte.

Sur le marché de Petite Terre Nord, ETPC et IBS sont en concurrence. C'est le marché le plus important en volume : Koungou et Kangani produisent à elles deux environ 800.000 tonnes d'agrégats, soit environ 85% de la production de l'île.

Les écarts de prix qui existent entre ces deux opérateurs démontrent qu'il n'y a pas d'entente entre eux. ETPC compense son handicap en prix par un meilleur maillage du territoire, via ses dépôts (et possiblement par une meilleure qualité de son sable, mais cela n'a pas été établi avec certitude). Si l'on admet qu'il y a bien une situation de concurrence entre ces deux opérateurs, le prix pratiqué à Koungou correspond à un prix de marché concurrentiel. C'est certes une concurrence imparfaite, puisque duopolistique. Mais un oligopole étroit est difficilement évitable, les carrières ne pouvant se multiplier à l'infini, et la couverture des coûts fixes nécessitant des volumes importants, qui sont déjà très inférieurs aux standards métropolitains³³. Par ailleurs, il peut y avoir des situations de duopole dans lesquelles la concurrence est vive (par exemple Airbus/Boeing) et l'agressivité tarifaire d'IBS dénote un certain degré de concurrence de ce point de vue.

Sur Petite Terre et dans le sud de Grande Terre, les marchés sont beaucoup moins concurrentiels, ce que le niveau des prix tendrait à confirmer.

Il serait cependant très prématuré de conclure à ce stade que les prix pratiqués sur ces deux marchés sont abusivement élevés.

Les carrières de Mtsamoudou (100.000 tonnes d'agrégats extraits) et Petite Terre (50.000 tonnes d'agrégats extraits) sont beaucoup plus petites que celle de Koungou (400.000 tonnes d'agrégats extraits). Les coûts fixes, et notamment le coût des machines, pèsent beaucoup plus lourdement sur le prix de revient de la tonne de sable.

Le niveau de la marge brute à Petite Terre, équivalent à celui pratiqué à Koungou³⁴, ne suggère pas un prix abusivement élevé, reflétant l'exercice d'un pouvoir de marché.

La marge brute de Mtsamoudou est un peu plus élevée qu'à Koungou et Petite Terre. D'autres facteurs que le pouvoir de marché peuvent expliquer ce différentiel, qui n'est au demeurant pas considérable. Ainsi, la clientèle de Mtsamoudou est composée de 70% de particuliers, alors que Koungou a une clientèle équilibrée entre particuliers et professionnels. Or, il est vraisemblable que les professionnels bénéficient de remises, compte tenu des volumes achetés, dont ne peuvent bénéficier les particuliers.

Les volumes traités à Mtsamoudou, deux fois plus importants qu'à Petite Terre, et le différentiel de marge brute, qui pour n'être pas considérable existe néanmoins, invitent à

³³ Une carrière métropolitaine traite 2.000.000 de tonnes d'agrégats au minimum, et uniquement dans de la « veine bleue », là où Koungou et Kangani traitent chacune 400.000 tonnes, dans des conditions géologiques plus aléatoires.

³⁴ Ce qui est assez contre-intuitif, on se serait attendu à ce que la marge brute soit plus élevée à Petite Terre qu'à Koungou, compte tenu des différences de situation concurrentielle. L'explication pourrait résider dans une plus grande élasticité-prix de la demande à Petite Terre, ou tout simplement une moindre demande globale sur Petite Terre, qui exerce une pression sur les marges, compensant le pouvoir de marché, dans une économie de coûts fixes.

approfondir les raisons pour lesquelles les prix au détail à Mtsamoudou ne sont pas inférieurs à ceux de Petite Terre.

En définitive, s'agissant du sable, la prolongation des accords du 17 octobre au-delà du 31 décembre ne semble pas être la solution la mieux appropriée pour faire évoluer favorablement la situation.

Sur le Nord de Grande Terre, la situation est à ce jour raisonnablement concurrentielle ; il semble que le jeu normal du marché puisse fonctionner.

Sur Petite Terre, les marges brutes constatées en 2010, avant l'entrée en vigueur des accords du 17 octobre, ne sont pas significativement supérieures à celles constatées sur le Nord de Grande Terre. En dépit de la faiblesse de la concurrence, les prix, tels qu'ils étaient pratiqués avant le 17 octobre, n'apparaissent pas abusifs et semblent plus liés à l'importance des coûts de production. La perspective de l'extension de la carrière de Pamandzi pourrait en outre permettre d'accroître la production, de réduire ainsi les coûts, et de baisser les prix à marge constante.

Sur le Sud de Grande-Terre, l'analyse mérite d'être approfondie : les marges sont un peu plus élevées que dans le sud de l'île et les coûts de production devraient logiquement être plus bas qu'en Petite-Terre. La Dicccte – ou le cas échéant l'Autorité de la concurrence – pourra approfondir cette question, le cas échéant dans une perspective plus large portant sur l'ensemble des matériaux de construction, y compris au stade de la distribution.

Les interrogations qui subsistent sur le Sud de Grande Terre devront être levées, après une étude rapide, mais approfondie et sereine. Cette question est importante, mais ne doit pas constituer un point de blocage pour une finalisations des accords. Les agrégats extraits à Mtsamoudou représentent 10% de la production de l'île : la question est sensible, mais pas structurante.

CONCLUSION

Le présent rapport, qui s'inscrit dans le prolongement des accords du 17 octobre 2011 et pourra constituer, si les différentes parties prenantes le souhaitent, la base de la finalisation des accords sur les prix, ne constitue pas une conclusion, mais, bien au contraire, une première étape.

Sur la question urgente de la viande de bœuf, le rapport parvient à la conclusion qu'il n'y a pas de marges cachées ou de profits abusifs. Si des marges ont pu être dégagées en 2010, celles-ci n'atteignent pas des proportions anormales. Si les marges brutes de distribution semblent optiquement plus élevées qu'en métropole en 2010, une grande partie de cet écart peut être dû à un effet d'optique, lié au fait que les distributeurs mahorais exercent une activité de 2^{ème} transformation que n'exercent pas les distributeurs métropolitains. Si les comparaisons avec la métropole peuvent servir de base de discussion, celles-ci doivent être manipulées avec la plus grande prudence.

En tout état de cause, les marges dégagées en 2010 ont été en partie annulées par la compression des marges observée en 2011. Les distributeurs travaillent aujourd'hui à marge nette proche de zéro, voire négative, sur la viande de bœuf.

Pour autant, le rapport reconnaît l'importance des hausses de prix subies par les consommateurs : +41% sur la période 2007-2011, dans un contexte de hausse du cours mondial de la matière première (+51%).

Compte tenu de la sensibilité de ce produit pour les consommateurs mahorais, et tout en reconnaissant les efforts consentis par les distributeurs, qui ont considérablement réduits leurs marges depuis six mois, il pourrait être envisagé d'accélérer le mouvement de « restitution des marges » aux consommateurs en accentuant sur la fin de l'année 2011 l'effort déjà consenti.

Cette baisse des prix, qui correspond à une baisse supplémentaire des marges par rapport à ce qui a déjà été consenti par les distributeurs, ne pourrait être que **d'une ampleur raisonnable et d'une durée limitée**, faute de quoi il y aurait un risque de surcompensation des profits de 2010.

Par ailleurs, la perspective de l'arrivée d'un nouvel opérateur sur le marché début 2012 devrait redistribuer les cartes et contribuer à stimuler la concurrence, ce qui incite à laisser le marché jouer son rôle à partir de l'année prochaine.

Sur le gaz, les marges dégagées par les opérateurs ne semblent pas permettre une prolongation ou une amplification des accords du 17 octobre.

En revanche, le rapport identifie une double inefficacité économique, liée à la structure du marché et aux choix stratégiques des opérateurs.

Au stade de la production, le choix de Total de ne pas recourir à l'embouteillage sur place plafonne mécaniquement ses volumes, qui n'ont pas de réserves de croissance, compte tenu des contraintes logistiques liées à son approvisionnement à Maurice. Compte tenu de cette limite, Total ne peut exercer qu'une pression concurrentielle restreinte sur Somagaz, pression concurrentielle qui ira en outre en s'amenuisant au fur et à mesure de la croissance du marché.

De ce point de vue, la tarification de Sigma sur l'embouteillage pourrait être légèrement plus incitative, en basculant une partie de la marge de Sigma, à l'amont, sur Somagaz, à l'aval. Cela pourrait contribuer à augmenter le plan de charge de Sigma, et donc à réduire le coût moyen d'embouteillage, au bénéfice de tous les opérateurs, y compris Somagaz. Cela permettrait également de supprimer la principale barrière au développement qui pèse sur le concurrent actuel de Somagaz, à supposer que celui-ci souhaite se développer.

Au stade de la distribution, il apparaît que le choix de Somagaz d'un réseau de distribution très capillaire pèse lourdement sur les coûts de distribution, et *in fine* sur le prix de vente au détail. La rééquilibrage du réseau de distribution, en s'appuyant notamment sur la grande distribution, qui ne distribue pas de gaz actuellement, permettrait une meilleure maîtrise des coûts de distribution et une baisse des prix de détail.

Sur le sable, enfin, il n'a pas été possible d'approfondir l'analyse aussi loin qu'il aurait été souhaitable, les barrages érigés sur l'île à certaines périodes de la semaine rendant très difficiles les communications avec Koungou et Kangani.

Cependant, sur la base des premiers entretiens avec les dirigeants des entreprises et des documents qui ont pu être remis, certaines orientations et questions se dégagent.

Il apparaît tout d'abord qu'un raisonnement appréhendant Mayotte comme un seul marché géographique serait probablement erroné. Il semble plutôt, et les écarts de prix constatés semblent le confirmer, qu'il faut traiter trois marchés distincts : Grande Terre Nord, Grande Terre Sud et Petite Terre.

Sur Grande Terre Nord, le marché – qui concentre l'essentiel des volumes - apparaît en première approche raisonnablement concurrentiel. Certaines questions demeurent toutefois, comme l'explication de l'écart de prix entre les deux opérateurs, qui, en théorie, ne devrait pas être soutenable à qualité de sable identique.

Sur Petite Terre, le marché est monopolistique, ou à tout le moins la concurrence ne s'exerce qu'à la marge, compte tenu du coût des barges. En première approche, le prix élevé sur Petite Terre semble néanmoins découler plus des coûts de production que de l'exercice d'un pouvoir de marché, la marge brute étant équivalente à celle constatée sur Grande Terre Nord.

Sur Grande Terre Sud, le marché est également monopolistique, ou en tous cas très peu concurrentiel. Les marges brutes sont légèrement plus élevées que sur les deux premiers marchés, et les coûts de production devraient logiquement être inférieurs à ceux de Petite Terre, compte tenu des volumes traités.

Au regard des volumes traités, on pourrait en effet s'attendre à ce que le prix dans le Sud soit supérieur à celui pratiqué dans le Nord, ce qui est le cas, et inférieur à celui pratiqué à Petite Terre, ce qui n'est pas le cas.

Il apparaît donc nécessaire d'approfondir l'analyse sur les prix pratiqués dans le Sud, pour déterminer si ceux-ci révèlent l'exercice d'un pouvoir de marché ou sont liés à d'autres facteurs.

Les enjeux liés à cette question, pour important qu'ils soient, ne semblent pas justifier une cristallisation des négociations sur ce point, qui pourra être traité par la suite, rapidement mais sereinement : les agrégats produits à Mtsamoudou représentent seulement 10% de la production mahoraise.

Sur la base des éléments recueillis dans la cadre de la mission du médiateur, il sera utile que la Dieccte de Mayotte, ou, le cas échéant, l'Autorité de la concurrence, approfondisse l'analyse de ce marché, notamment en clarifiant les points évoqués ci-dessus.

*
* *

La mission confiée par la Ministre au médiateur visait à donner une réponse rapide à l'urgence économique et sociale exprimée par les mahorais. Le présent rapport a pour vocation d'apporter aux membres de l'Observatoire des Prix et des Revenus un regard neutre, fondé sur des éléments objectifs et vérifiés, qui pourra nourrir la finalisation des négociations sur les prix.

Mais ce rapport, dans le prolongement des accords du 17 octobre, constitue également une première étape vers un travail plus approfondi et moins contraint par l'urgence, avec pour objectif plus de concurrence au service du consommateur mahorais.

Lors de sa réunion du 24 octobre 2011, l'Observatoire des Prix et des Revenus a lancé un certain nombre de chantiers et groupes de travail en ce sens.

Cette action pourrait être complétée par un avis de l'Autorité de la concurrence. L'Autorité de la concurrence s'est déjà penchée sur le fonctionnement concurrentiel des marchés ultra-marins³⁵.

Toutefois, à l'époque, l'avis de septembre 2009 précisait que « *Le présent avis ne concerne que les départements et régions d'outre-mer au sens de l'article 73 de la Constitution, à savoir les départements de la Guadeloupe, de la Martinique, de la Guyane et de La Réunion. Il ne concerne donc pas les collectivités d'outre-mer et en particulier Mayotte, qui n'adoptera le statut de département et de région d'outre-mer qu'en 2011.* »

Les avis de 2009 donnent des grilles de lecture utiles pour analyser et comprendre la situation mahoraise. Toutefois, l'économie mahoraise présente des spécificités par rapport aux quatre DOM qui ne rendent pas les analyses menées en 2009 totalement transposables.

En particulier, à Mayotte, la question de l'équilibre à trouver entre concurrence et économies d'échelle se pose avec encore plus d'acuité qu'ailleurs.

A présent, l'avis de l'Autorité de la concurrence pourrait donc être utilement sollicité, notamment, mais pas seulement, sur les sujets qui n'ont pu qu'être esquissés dans le cadre du présent rapport : distribution, activités portuaires, gaz, sable...

Si cette proposition était accueillie favorablement par les membres de l'Observatoire, son Président, avec l'appui technique de la Dieccte, pourrait saisir l'Autorité de la concurrence sur le fondement de l'article L. 462-1 du Code de commerce.

³⁵ Avis n° 09-A-45 du 8 septembre 2009 et 09-A-21 du 24 juin 2009 (www.autoritedelaconcurrence.fr)