

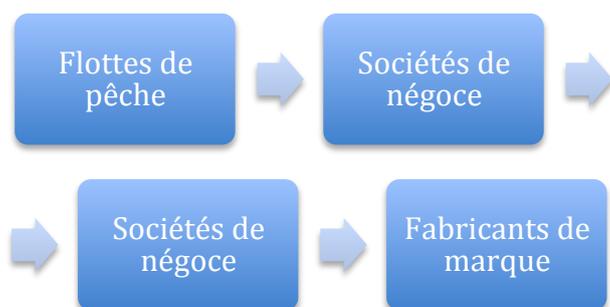


Les chaînes d'approvisionnement du thon

Les conserves de thon sont une source de protéines peu coûteuse et extrêmement populaire qui constituent, après les crevettes roses et les crevettes grises, le deuxième produit de la mer le plus vendu dans le monde en termes de valeur et de volume : en 2008, la consommation mondiale totale de thon se chiffrait à 7,5 milliards de dollars US.

La grande majorité des conserves de thon est produite pour les marchés américain et européen, qui dépendent d'importations du monde entier, et les fabricants ont tendance à s'approvisionner en thon dans différents océans afin de garantir la constance des approvisionnements. En conséquence, **la consommation de thon aux États-Unis et en Europe dépend des chaînes d'approvisionnement mondiales**, qui mettent en jeu divers acteurs dont :

- Les flottes de pêche
- Les négociants qui jouent le rôle d'intermédiaires entre les flottes de pêche et les fabricants
- Les fabricants qui assurent la transformation et le conditionnement du thon
- Les distributeurs qui vendent le thon au consommateur final



Les travailleurs et travailleuses des transports jouent un rôle capital dans ces chaînes d'approvisionnement. Chacun de ces stades, ou maillons de la chaîne, est relié aux autres par l'intermédiaire des travailleurs des transports qui acheminent le thon par transport routier, ferroviaire, maritime et aérien entre les entreprises et les sites.

Les entreprises leaders dans les chaînes d'approvisionnement du thon

Les chaînes d'approvisionnement des conserves de thon sont **menées par les acheteurs** parce que les entreprises leaders qui exercent un pouvoir sur les acteurs de la chaîne d'approvisionnement sont les grands supermarchés qui dominent les marchés de la distribution alimentaire aux États-Unis et en Europe. Des sociétés comme Walmart (USA), Tesco (RU) et Carrefour (France) dominent à présent le marché pour les biens de consommation courante dans leur pays respectif. Dans les chaînes d'approvisionnement de conserves de thon, cela a créé une situation que l'on appelle « oligopsonie », c'est-à-dire un marché sur lequel il y a un petit nombre d'acheteurs puissants et un très grand nombre de vendeurs. Ces distributeurs utilisent leur pouvoir d'achat considérable pour exercer une pression sur les autres entreprises dans la chaîne d'approvisionnement afin d'influer sur les prix et les normes.

Structure des chaînes d'approvisionnement du thon

Le pouvoir exercé par les distributeurs a plusieurs effets importants sur le reste de la chaîne d'approvisionnement.

Premièrement, cela entraîne la **concentration des fabricants dans quelques grandes marques**. Par exemple, les « trois grandes » marques (StarKist, Bumble Bee et Chicken of the Sea) représentent plus de 80 % de la valeur du marché américain, ceci parce que les grands supermarchés ne vendent que les deux ou trois marques les plus demandées, et que seules les plus grandes marques réalisent les économies d'échelle nécessaires pour répondre à la demande de bas prix des supermarchés. Un petit nombre de grandes multinationales détiennent les marques principales de conserves de thon et cette concentration dans ce domaine s'accroît de plus en plus. En outre, le marché en termes d'approvisionnement en thon auprès des flottes de pêche et de fourniture de thon aux fabricants est généralement dominé par les grandes sociétés de négoce. Par exemple, trois sociétés dominent le commerce du thon dans l'océan





Pacifique occidental et central : FCF, Tri Marine et Itochu. De ce fait, bien que les distributeurs soient les entreprises leaders dans ces chaînes d'approvisionnement, les fabricants de marque et les sociétés de négoce sont également relativement puissantes.

En revanche, les entreprises de pêche qui fournissent la matière première aux fabricants de marque sont dispersées à travers le monde, la propriété de ces entreprises est extrêmement fragmentée, et la concurrence est féroce entre les flottes. Ceci permet aux supermarchés, aux fabricants de marque et aux sociétés de négoce **d'opposer les fournisseurs les uns aux autres, faisant ainsi baisser les prix de la matière première.**

Les grands supermarchés s'engagent dans des guerres des prix pour conquérir les clients de leurs concurrents, et le thon est souvent vendu en promotion. **Les fournisseurs doivent donc absorber les coûts de ces remises et font ainsi l'objet d'énormes pressions.** Ces pressions sont transmises dans la chaîne d'approvisionnement aux propriétaires de bateaux qui, pour y faire face, cherchent des moyens de réduire les coûts en

- réduisant les salaires de leur équipage et en exigeant qu'il travaille plus et plus longtemps en gagnant moins
- évitant les réglementations nationales en battant pavillon de complaisance au lieu du pavillon national

En conséquence, **la pression exercée sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement par les distributeurs a un effet négatif sur les conditions de travail en amont de la chaîne.**

Qu'est-ce que cela signifie pour les travailleurs et travailleuses des transports et leurs syndicats ?

Dans les chaînes d'approvisionnement mondiales du thon, des travailleurs sont employés dans

la pêche, le commerce, le transport et la distribution de ce produit. Afin d'améliorer leurs conditions de travail, il est nécessaire de lutter contre l'immense pouvoir d'achat des entreprises leaders. Ceci est possible uniquement si les différents types de travailleurs impliqués dans les chaînes d'approvisionnement du thon coopèrent pour améliorer leur pouvoir de négociation collectif. Toutefois, malheureusement, un faible pourcentage seulement des travailleurs dans l'industrie de la pêche est syndicalisé.

Afin de remédier à cette situation, l'ITF s'est unie à l'UITA, qui unit les travailleurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de l'hôtellerie du monde entier, pour créer **l'initiative « du pêcheur au vendeur »**. Cette initiative s'attache à traiter le manque de réglementation et l'activité syndicale, et ses objectifs sont les suivants :

- Accroître les effectifs syndicaux
- Augmenter le pouvoir des syndicats
- Standardiser les conditions de travail dans l'ensemble des différentes entreprises
- Travailler à l'amélioration des conditions d'emploi et de travail
- Garantir les conditions des travailleurs et travailleuses
- Instaurer un processus pour s'assurer que la pêche ne soit pas illicite, non déclarée et non réglementée

Ces objectifs peuvent uniquement être atteints en organisant tout le secteur dans son ensemble – du pêcheur au vendeur – et **en encourageant la coopération entre les syndicats qui représentent différents types de travailleurs employés dans les chaînes d'approvisionnement de la pêche.**

