

<http://www.meretmarine.com/article.cfm?id=108906>

## Mer et Marine

### Marfret

## Interview : Raymond Vidil, président de Marfret

27/11/2008

A la tête de la compagnie familiale, fondée en 1951 à Marseille, Raymond Vidil est aujourd'hui à la barre d'une flotte de 8 navires en propriété et deux autres affrétés. Alors que la crise économique mondiale fait trembler le secteur du transport maritime, la famille Marfret, qui compte 250 employés, dont une centaine de marins, célèbre aujourd'hui dans le port phocéén le baptême du Marajo, dernier né des porte-conteneurs de la compagnie. Un évènement heureux donc, qui vient trancher avec une actualité souvent morose ces dernières semaines. Face à cette situation difficile, Raymond Vidil et son entreprise font un « pari sur l'avenir » et se veulent « optimistes ». C'est ce que le président de Marfret nous explique dans cette interview.



crédits : MARFRET

***Mer et Marine* : Pour une compagnie comme Marfret, le baptême d'un nouveau navire est un évènement exceptionnel. Que représente pour vous l'entrée en flotte de ce porte-conteneurs ?**

*Raymond Vidil* : C'est beaucoup d'émotion et le choix de Marseille pour ce baptême est un symbole fort de notre relation historique avec la ville et le port, où le renouveau des bassins Est doit signifier la relance du marché intra-méditerranéen, tant au niveau des marchandises que des passagers.

Par ailleurs, un navire, compte tenu de sa durée de vie, c'est un pari sur l'avenir qui traduit un optimisme. On se projette sur 20 ans à un moment où l'on n'a pas beaucoup de visibilité. C'est un acte de foi dans la capacité de l'entreprise à inventer son avenir. C'est tout le problème des armateurs, qui doivent aujourd'hui réaliser des investissements à long terme mais pour qui la visibilité a disparu. Nous considérons toutefois qu'il faut investir et parier sur le renouveau.

**Le Marfret Marajo, qui a une capacité de 1700 EVP, va être déployé sur la ligne Méditerranée - Caraïbes, que vous exploitez depuis près de 30 ans, aujourd'hui en partenariat avec CMA CGM...**

La ligne a atteint un niveau de maturité et est suffisamment pérenne pour que nous décidions d'y affecter des navires en propriété, et non plus des affrétés, qui étaient vieillissants, moins rapides et plus faibles en capacité. Nous avons donc déployé, avec CMA CGM, une flotte calibrée, avec une vitesse de 20 noeuds.

**Le marché est-il porteur sur ce segment ?**

Pas au sens où on l'a utilisé en parlant de l'Asie, quand les taux de croissance étaient exceptionnels. Pour moi, c'est un marché traditionnel, qui correspond au commerce extérieur de l'Europe du sud vers ses anciennes zones coloniales ou ses territoires d'outre-mer. La France, l'Italie et l'Espagne nourrissent des relations de longue date avec les Caraïbes et les Antilles françaises. Ce n'est pas le moteur des pays émergents comme l'Asie, où on va chercher des produits faits dans des entreprises délocalisées. Ici, il est question de produits concernant l'habitat, le textile ou l'agroalimentaire. Il s'agit de café, de poisson, de viande, de ferronickel, de produits parapétroliers... On ne constate pas sur ce marché de formidables taux de croissance, mais pas non plus une chute. C'est un marché stable et même en progression grâce, notamment, à l'activité touristique.

**Quels sont les autres secteurs géographiques où Marfret se positionne ?**

Notre métier c'est la ligne régulière, avec des porte-conteneurs et des rouliers. Nous sommes prioritairement positionnés sur l'Algérie et la Tunisie, avec un très fort renforcement puisque nous avons acheté deux bateaux. Nous avons également les lignes au départ de l'Europe du Nord et à destination des Antilles, de la Guyane et de l'Amazonie, ainsi que nos services sur le Pacifique Sud. Marfret dispose aujourd'hui de huit navires en propriété et deux autres affrétés, mais avec les accords de consortia et le partage d'espaces, nos marchandises circulent sur une trentaine de bateaux.

**Avec une activité en dehors des grandes routes maritimes Est-Ouest où de nombreux armateurs se sont rués ces dernières années et où on constate aujourd'hui le ralentissement économique, estimez-vous que Marfret est protégée des conséquences de la crise ?**

Nous sommes sur des marchés plus stables. Nos lignes sont, il est vrai, en dehors des grandes routes maritimes, sur des marchés plus petits, où les ports font que les bateaux doivent être gréés (dotés de grues pour les chargements et déchargements, ndr). Mais dire que nous sommes protégés ce serait optimiste, voire excessif. Nous sommes face à un bouleversement maritime mondial et ce qui va se passer va modifier toute la géographie maritime. Tous ces bateaux qui ont été commandés, vont sortir et ne vont pas trouver de travail, cela va impliquer des changements d'itinéraires et de nouvelles alliances. C'est pourquoi nous nous préparons, en interne, à faire face à cette nouvelle donne, par une présence sur le terrain et un travail sur les itinéraires et auprès de nos clients.

**Dans ce contexte, pensez-vous que le fait d'être un armement familial est, aujourd'hui, un atout face à d'autres groupes qui sont structurés différemment ?**

Chez Marfret, cela fait longtemps que nous considérons qu'à l'incertitude de la visibilité répond une identité forte. Aujourd'hui, il y a des gens qui ne savent pas où ils vont mais ne savent pas non plus qui ils sont. Les valeurs d'une entreprise familiale c'est la culture du long terme, pas des actions pour répondre à la cupidité des spéculateurs. On n'échange pas du papier pour acheter des entreprises qui ne valent rien.

Ce ne doit pas être la revanche de la PME familiale mais il faut reconnaître qu'on ne se retrouvait pas dans cette économie virtuelle, face aux petits princes de la finance, qui sont finalement allés dans le poteau.

**Est-il difficile, pour une compagnie comme Marfret d'exister à côté des géants du transport maritime ? Peut-on craindre, avec le contexte économique actuel, que les petites compagnies se fassent absorber ?**

Je n'ai jamais considéré qu'il était difficile de vivre à côté des grands mais qu'il fallait construire avec eux des partenariats. Toute la stratégie de l'entreprise a d'ailleurs été fondée sur ces partenariats, dès 1995.

Ceux qui sont exposés, ce sont les entreprises cotées, qui dépendent des marchés financiers. Ce n'est pas une question de grand ou petit, c'est une question de prudent ou d'imprudent.

Toutefois, même si nos marchés sont moins exposés, ils peuvent aussi être touchés. Prenons par exemple le Venezuela, dont l'économie repose beaucoup sur le pétrole. Est-ce que la baisse du prix du baril va modifier sa politique d'importation ? C'est une question mais, face à cela, nous répondons par une ligne couvrant 15 destinations, ce qui permet de répartir les risques.

**Vous voyez même, dans la crise, des opportunités ?**

Oui, par exemple dans l'achat de navires. Aujourd'hui, nous avons réalisé notre plan stratégique avec l'achat de cinq bateaux entre 2003 et 2008. Là, nous n'avons plus de besoin, sauf si notre activité devait se développer.

**Vous vous êtes également diversifiés, à partir de 2005, dans le fluvial, avec la création de votre filiale FluvioFeeder. Qu'en est-il actuellement ?**

Nous avons quatre automoteurs en exploitation, dont trois en propriété, et deux autres en construction pour des livraisons en 2009. Le Thalès, qui est affrété, est positionné sur la Seine, tout comme le Marfret Merivel, alors que le Marfret La Lys assure un service entre Anvers, Dunkerque et Lille. Le Marfret Gabare va, quant à lui, commencer prochainement son activité en Loire, avec une nouvelle liaison entre Montoir et Cheviré. C'est un nouveau modèle logistique, l'idée étant d'acheminer les conteneurs du terminal de Montoir jusqu'à la zone logistique de Cheviré, à Nantes, où les boîtes repartiront ensuite par la voie terrestre.

**Quelles sont vos priorités actuelles ?**

La consolidation de nos lignes et le développement du reefer pour transporter les fruits, le poisson et la viande. Il y a en effet de plus en plus de trafic de produits frais et nous avons considérablement augmenté le nombre de conteneurs réfrigérés. Ainsi, par rapport au Marfret Guyane, qui a été livré en 2007, j'ai fait ajouter 54 reefer sur le Marajo, soit un total de 294.

**Comment et où voyez-vous l'avenir ?**

Dans le fluvial et la Méditerranée. Nous nous sommes dotés de très bons outils et nous devons renforcer nos alliances. Marfret reste positionné sur le commerce extérieur de l'Europe avec des destinations traditionnelles. Nous nous plaçons aussi dans le sillage du président de la République et de l'Union pour la Méditerranée. La Tunisie, l'Algérie, le Maroc et la Lybie connaissent un véritable décollage. Marfret, et Marseille, doivent trouver toute leur place dans ce développement.

---

*Interview réalisée par Vincent Groizeleau - © Mer et Marine, 2008*

© Mer et Marine | [mentions légales](#) | [données personnelles](#) | [contact](#)