

*que
sais-je?*

LES MARCHÉS AGRICOLES

**PIERRE LELONG
ET ROBERT DE WILDE**



UNIVERSITAIRES DE FRANCE

Imprimé en France, à Vendôme
Imprimerie des Presses Universitaires de France
1979 — N° 26 225

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
CHAPITRE PREMIER. — Caractéristiques générales des marchés agricoles	5
I. L'offre sur les marchés agricoles, 5. — II. La demande, 8. — III. Marchés agricoles et marchés de produits industriels, 9.	
CHAPITRE II. — Les différentes formes de marchés agricoles	13
I. Du marché traditionnel aux méthodes modernes de fixation des prix, 13. — II. Description sommaire de quelques circuits de transformation et de commercialisation, 17.	
CHAPITRE III. — Les marchés internationaux de produits agricoles	23
I. Principaux produits, 25. — II. Principaux courants, 40. III. Principales règles, 43.	
CHAPITRE IV. — L'intervention sur les marchés agricoles nationaux	50
I. Classification des interventions, 51. — II. Les organismes d'intervention, 64.	
CHAPITRE V. — L'organisation des marchés agricoles	72
I. Pourquoi organiser les marchés agricoles ?, 73. — II. Le développement des organisations de marché, 77. — III. Les types d'organisation des marchés agricoles, 90. — IV. L'organisation professionnelle des marchés, 101.	
CHAPITRE VI. — Le soutien des marchés agricoles ...	104
I. Critique de la politique de soutien des marchés agricoles, 104. — II. Réponse aux critiques contre le soutien des marchés agricoles, 108. — III. Conditions d'une bonne politique de soutien des marchés agricoles, 117.	
BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE	126
	127

QUE SAIS-JE ?

Les marchés agricoles

PIERRE LELONG

Membre de la Cour des Comptes des Communautés Européennes
Ancien Directeur du Fonds d'Orientation et de Régularisation
des Marchés Agricoles

ROBERT DE WILDE

Deuxième édition refondue 

16^e mille

puf

ISBN 2 13 035824 1

2^e édition : 1^{er} trimestre 1979

© Presses Universitaires de France, 1970
108, Bd Saint-Germain, 75006 Paris

INTRODUCTION

Les problèmes agricoles sont complexes ; leurs relations avec un certain nombre de données externes, d'ordre économique, financier, technique ou démographique, le sont également. Fût-il aussi modeste que celui-ci, un ouvrage sur les marchés agricoles doit donc nécessairement aborder des questions très diverses.

Tout d'abord, qu'est-ce qu'un marché agricole ? Quelles en sont les caractéristiques techniques ? Comment s'organisent les échanges internationaux, pour les principaux produits agricoles ? Pourquoi ces échanges sont-ils, dans beaucoup de cas, déséquilibrés ?

Mais aussi, par quelles procédures et quelles institutions les pouvoirs publics et les professionnels opèrent-ils les ajustements quotidiens auxquels, du fait de ces déséquilibres, il est nécessaire de procéder ? Selon quelles méthodes les principaux marchés agricoles sont-ils organisés, en France notamment ?

Enfin, comment ces mesures s'insèrent-elles dans l'ensemble de la politique agricole ? Quelle est l'incidence de la situation des marchés sur le revenu des agriculteurs ? L'effort d'organisation des marchés agricoles, très coûteux et dont les effets semblent souvent mal répartis, ne doit-il pas être abandonné,

au profit d'autres méthodes de soutien de ce revenu ? Le soutien des marchés agricoles n'est-il pas incompatible avec la modernisation des structures, indissociable, à terme, de l'élévation du revenu des agriculteurs, et de la diminution des aides budgétaires consacrées à l'agriculture ?

Ces quelques pages montrent qu'il n'y a pas de réponses absolues et définitives à ces questions. Aussi, tous les pays développés sont-ils conduits à modifier constamment leurs programmes et leurs procédures d'intervention sur les marchés.

Ceci est si vrai que, six ans après la parution de la première édition, le texte initial a dû être profondément refondu pour tenir compte d'évolutions qui peuvent passer inaperçues au jour le jour mais dont un regard porté quelques années en arrière montre l'ampleur.

CHAPITRE PREMIER

CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DES MARCHÉS AGRICOLES

Le terme de marché est employé dans deux sens distincts ; il peut désigner soit le lieu où se déroule une transaction (je vais au marché...), soit les conditions de cette transaction (le marché des valeurs est en baisse...).

Il y a un marché, dans les deux sens du terme, chaque fois qu'une marchandise change de propriétaire : une offre a été présentée, une demande s'est manifestée, et la transaction a été conclue, dans des conditions, concernant notamment les prix, qui ont reçu l'accord des deux parties.

Dans le cas des produits agricoles, l'offre et la demande présentent la plupart du temps des aspects caractéristiques qui expliquent pourquoi, dans la quasi-totalité des pays industrialisés, les pouvoirs publics se sont trouvés contraints d'intervenir sur l'une ou l'autre.

I. — L'offre sur les marchés agricoles

1. Sur les marchés agricoles, l'offre est *atomisée*. Pendant longtemps, la majeure partie de la population était agricole ; elle travaillait principalement pour se nourrir et accessoirement pour échanger

son surplus de production contre d'autres types de marchandises. Si la situation est aujourd'hui très différente dans les pays industrialisés, le nombre de producteurs reste encore important : en France, par exemple, près d'un million d'exploitants sont producteurs de viande. Ce sont donc, pour garder ce même exemple, un million d'offres distinctes auxquelles les acheteurs font face.

2. L'offre est quantitativement *irrégulière*. A côté des variations à moyen ou à long terme (culture qui se développe dans de nouvelles régions ; rendements en augmentation ; désaffection pour une production trop contraignante, etc.), l'offre présente des irrégularités soudaines, *d'autant plus fortes que le produit est moins conservable*. Le cas des légumes et de certains fruits est évidemment le mieux connu : quelques jours de soleil accélèrent la maturité, et le producteur se voit obligé de cueillir un tonnage accru de tomates qu'il ne peut stocker et qu'il doit donc apporter rapidement sur le marché. S'il s'agit de pommes, il peut les conserver quelque temps et régulariser ses apports. Enfin, dans le cas de produits destinés à la conserve, l'effet des conditions climatiques peut être largement, mais non entièrement, contrôlé : une récolte pléthorique pourra être écoulée au rythme choisi, mais l'absence de récolte ne pourra être compensée que si des stocks se trouvent disponibles.

Le volume de la production, d'autre part, est fonction de données techniques — dont certaines, d'ordre climatique ou biologique, sont d'ailleurs aléatoires — et dont, dans tous les cas, l'intervention est *antérieure* au moment où l'agriculteur dispose de renseignements précis sur le volume de la demande. Il se produit donc un décalage important

entre le moment où se met en route le processus de production et la présentation des denrées sur le marché. Par exemple, il faut de douze à quinze mois pour que l'offre de porcs réagisse à une variation de prix. L'existence de ce délai de réaction est à l'origine d'un certain nombre de phénomènes cycliques, de surproduction ou de pénurie, auxquels les interventions des professionnels et des pouvoirs publics essaient de porter remède.

L'irrégularité de l'offre n'est pas toujours inévitable. Des procédures de concentration du pouvoir de décision entre quelques mains à travers des accords d'intégration horizontale ou verticale peuvent permettre, dans une large mesure, et pour certains produits, des apports à un niveau déterminé.

3. Il résulte de ce qui précède que l'offre de produits agricoles est peu sensible, au moins à court terme, aux variations de prix. Parfois même, une baisse de prix est susceptible de provoquer une augmentation de production. On dit alors que l'offre est *inélastique* par rapport aux prix (voir plus loin : inélasticité de la demande par rapport au prix : loi de King).

4. L'offre, enfin, est *hétérogène*. Plus vrai pour certains produits que pour d'autres, ce caractère qualitatif conditionne les structures du marché. Pour acheter un produit normalisé, il n'est pas nécessaire de le voir au préalable ; des formes de commercialisation telles que les bourses de marchandises sont alors possibles. En revanche, en l'absence de normalisation, l'acheteur a besoin de voir le produit ; en outre, il sera souvent obligé d'acheter de nombreux petits lots ayant chacun leurs caractéristiques.

II. — La demande

La demande de produits agricoles des pays industrialisés est caractérisée par son *inélasticité*. Cela revient à dire que, dans ces pays, les niveaux de vie atteints sont tels que la très grande majorité des citoyens mangent à leur faim et ne sont pas très tentés de manger plus. Ainsi, leurs achats (en quantité) varient peu : si les prix agricoles baissent, ce sera toute économie ; si leurs revenus augmentent, les achats supplémentaires se feront essentiellement hors du secteur alimentaire.

Cette observation, capitale, comporte deux conséquences. La première est que l'accroissement du débouché intérieur ne va pas de soi. Lorsque les agriculteurs, grâce à l'évolution des techniques surtout, augmentent leur production, ils doivent savoir que l'écoulement des quantités supplémentaires suppose, à défaut d'innovations suffisantes pour créer un besoin nouveau, soit que l'on chasse des concurrents, nationaux ou étrangers, avec ou sans aide de l'Etat, soit que l'Etat accepte de prendre l'excédent à sa charge, soit enfin qu'on soit prêt à accepter une forte diminution des prix unitaires.

En effet, et c'est là l'autre conséquence, *l'apparition sur le marché d'excédents, même limités, entraîne une baisse de prix telle que la recette totale décroît*. Un exemple simple illustrera cette loi, connue sous le nom de loi de King.

Supposons que sur un marché donné l'équilibre pour un produit donné se réalise au niveau suivant : 1 000 unités sont offertes et trouvent preneur à 10 F chacune. Les recettes représentent alors 10 000 F. Supposons également que toute baisse de 10 % du prix de vente unitaire se traduise par une aug-

mentation de 5 % seulement des quantités vendues. Si 1 050 unités sont offertes, le marché se conclura à un prix unitaire de 9 F et la recette tombera à 9 450 F. En d'autres termes, une variation donnée du prix n'entraîne qu'une variation proportionnellement inférieure de la demande. Le « coefficient d'élasticité » de la demande par rapport au prix, dans l'exemple théorique qui précède, n'est que de 0,5. Tel est le cas de tous les produits agricoles : la demande de blé, en France par exemple, a un coefficient d'élasticité de l'ordre de 0,7 par rapport au prix.

Le phénomène, dont la loi de King est l'expression, justifie certaines interventions sur le marché, visant à diminuer les quantités offertes, que l'on aura l'occasion d'étudier plus loin.

La demande est également influencée par de nombreuses considérations de tous ordres, religieuses (alcool, porc, chez les musulmans ; poisson du vendredi, chez les catholiques, en dépit des réformes récentes), climatiques (la consommation des produits frais augmente quand il fait chaud), traditionnelles (la dinde de Noël), plus ou moins médicales (baisse de la demande de produits susceptibles de donner du cholestérol), de coquetterie (demande pour des produits apportant peu de calories), etc.

III. — Marchés agricoles et marchés de produits industriels

Les caractéristiques qui précèdent sont celles des marchés agricoles encore peu touchés par le processus de l'industrialisation. Mais, plus ce processus se développe, plus des caractéristiques nouvelles apparaissent. On constate ainsi, du côté de l'offre,

même au stade du produit brut, une normalisation des productions, qui s'explique par leur destination industrielle (blé), ou par leur fabrication désormais industrielle (beurre, poudre de lait), laquelle favorise leur fongibilité, et, atténuant l'étroitesse du marché, atténue également les phénomènes d'excédent ou de pénurie. A cet égard, le rôle de l'industrie de transformation ne saurait être sous-estimé, du fait des exigences techniques que cette industrie est conduite à formuler, tant en ce qui concerne les prix auxquels elle se fournit, que les variétés de culture et les quantités homogènes qui sont nécessaires.

Du côté de la demande, le fait que celle-ci soit satisfaite, pour une large part, par l'intermédiaire de l'industrie de transformation entraîne une évolution vers les produits conditionnés, souvent même vendus sous marque. Le rôle de la concurrence s'en trouve accru, et les caractéristiques du marché modifiées.

Il existe, le plus souvent, une interdépendance très forte entre le marché du produit non transformé (sac de pommes de terre) et celui du produit transformé (sachet de « chips »). Cette interdépendance n'est pas la même dans le cas de la plupart des produits industriels, sur lesquels s'effectuent des transactions bien séparées, selon le stade de la transformation (laine - tissu - vêtement), ni dans celui de quelques produits alimentaires, depuis longtemps industrialisés (blé - farine - pain). Elle est, au contraire, la règle pour tous les produits alimentaires dont la transformation, imparfaitement industrialisée, s'effectue encore principalement au stade du commerce de détail, et de la ménagère (partie des produits laitiers, viande, fruits et légumes). Plus cette interdépendance est forte,

plus les caractéristiques d'un marché agricole donné s'écarteront de celles d'un marché « normal » — de type industriel.

Enfin, on notera que les prix agricoles sont véritablement des prix de marché, pour la formation desquels, face à une demande inerte, au moins à court terme, les variations de l'offre jouent le principal rôle. Le niveau des prix industriels, au contraire, est généralement déterminé, même à court terme, par la notion de prix de revient. Ainsi, ils constituent des « prix d'adhésion » davantage que des prix de marché : le vendeur fixe le prix d'après le prix de revient, et l'acheteur se borne à adhérer ou à se retirer.

*
* *

Comme on le verra plus loin, le marché, compris comme le lieu où cette demande, somme toute capricieuse, rencontre une offre instable, a des formes très diverses. Le cas où le consommateur achète directement au producteur est l'exception. En règle générale, entre ces deux bouts de la chaîne (si l'on considère le producteur comme étant à un bout, alors qu'il est souvent un assembleur travaillant sur des produits qu'il achète), de nombreuses séries d'opérations interviennent dans le but de transporter, distribuer, mais aussi transformer le produit. En effet, à quoi sert au consommateur que du riz soit produit en Camargue, du poisson pêché en mer du Nord, ou des arachides récoltées au Sénégal, si ces produits ne sont pas mis à sa portée sous une forme directement utilisable ?

Au cours de ces opérations, le produit peut changer de propriétaire plusieurs fois. A chaque fois, il y a marché. Si le circuit emprunté par le produit

est « transparent », l'offre et la demande confrontées à chaque étape refléteront fidèlement l'offre du producteur et la demande des ménagères. Dans le cas contraire, les intermédiaires pourront faire tantôt de gros bénéfices, tantôt des pertes (cas d'achats à prix fixés), soit éviter les uns et les autres (ventes à la commission).

CHAPITRE II

LES DIFFÉRENTES FORMES DE MARCHÉS AGRICOLES

Les développements qui précèdent font ressortir le fait qu'il est souvent difficile de « situer » — non seulement géographiquement, mais aussi dans le circuit qui va du producteur au consommateur — les différents points où s'effectuent les transactions. Aussi emploie-t-on, dans le langage courant, le mot de « marché » de deux façons différentes. Tantôt ce terme évoque le lieu où sont groupées les marchandises à échanger (Rungis, etc.). Tantôt, il concerne l'ensemble des opérations d'échange, pour un produit déterminé. Ainsi parle-t-on, s'agissant de la viande bovine, par exemple, de « marché de la viande », pour évoquer un ensemble de transactions, de points de vente travaillant aussi bien « en parallèle » qu'en « série » les uns par rapport aux autres. Une certaine classification est cependant possible.

I. — Du marché traditionnel aux méthodes modernes de fixation des prix

1. **Marchés de producteurs.** — Parmi les formes traditionnelles, on distingue d'abord les marchés de producteurs : situés le plus souvent dans des régions de production, ils permettent aux exploitants de vendre directement aux consommateurs

et d'obtenir la totalité du prix payé par ces derniers. Ils sont fréquents dans les pays les moins développés, à population essentiellement rurale. Mais on les trouve aussi dans les pays industrialisés, à proximité directe des grands centres urbains.

Les marchés de groupage se trouvent également dans les régions de production ; ils sont alimentés par les apports des exploitations ou coopératives locales ou régionales. A proximité des centres de consommation se situent, en revanche, des marchés de gros sur lesquels des transactions s'effectuent, en général, entre grossistes (mandataires ou commissionnaires) d'une part, et détaillants, de l'autre.

2. Marchés aux enchères. Foires à bestiaux. — A ces formes traditionnelles se juxtaposent désormais, aux différents stades, des formes nouvelles. C'est le cas, au stade des producteurs, des marchés aux enchères, tel celui géré, depuis 1962, à Saint-Pol-de-Léon, par la Société d'Intérêt Collectif Agricole (SICA) du « Marché aux Enchères du Nord-Finistère » pratiquant le système de la vente au cadran et des enchères dégressives, selon le modèle hollandais. C'est aussi le cas, en Irlande, des foires à bestiaux modernisées, au sein desquelles la confrontation des offres et des demandes est clarifiée par l'application de toute une série de procédures strictes et, notamment, par la pratique des enchères publiques.

3. Marchés d'intérêt national. — Dans les régions de production, mais aussi, parfois, dans les zones de consommation, s'est également développé, en France, depuis 1953, le réseau des « marchés d'intérêt national », dont, à Paris, le marché de Rungis (fruits et légumes, produits laitiers, etc.) est un élément.

On a parfois contesté l'utilité de ce réseau. En