

Edito

Le monologue du

G20



Le Général De Gaulle parlait de l'ardente obligation du plan. L'État français a toujours eu une logique économique très interventionniste.

En matière agricole cette approche a eu son heure de gloire avec la mise en place de la PAC (jusqu'à la réforme Mac Sharry de 1992). Cet héritage du Colbertisme est-il toujours d'actualité et du moins est-ce un élément de cette vision que nous essayons de faire passer dans la gouvernance économique mondiale que nous appelons de nos vœux ?

À l'occasion de sa présidence tournante du G20, la France réunit en juin et pour la première fois de l'histoire, une conférence ministérielle consacrée à la régulation des marchés agricoles. L'objectif, censé résoudre une partie du marasme agricole national, est annoncé ou plutôt martelé à chaque discours devant les paysans de France.

S'agit-il d'un véritable axe de négociation pragmatique avec une perspective d'avancée internationale ou simplement d'un monologue franco-français ? Cette question semble légitimée par le silence de nos dirigeants après que leurs discours très engagés sur la gouvernance de la finance mondiale lors de la crise financière de 2008 n'aient débouché sur aucune conclusion positive.

Régulation ou intervention ?

Aujourd'hui notre gouvernement annonce **quatre objectifs opérationnels** pour cette négociation

- Une meilleure connaissance de l'état des marchés et des stocks mondiaux des produits agricoles pour une meilleure transparence des marchés.
- Une déclaration des transactions sur les marchés à terme des produits dérivés entre les opérateurs financiers et les opérateurs commerciaux, également dans un souci de transparence
- La coordination des stocks internationaux et la mise en place de stocks d'urgence alimentaire
- La gestion des crises par une coordination des politiques

On remarquera que les axes de négociation proposés ne relèvent pas d'un volontarisme interventionniste à la française mais bien davantage d'une vision régulationniste anglosaxonne (confert : article de Philippe Boulet).

Ce décalage entre les discours engagés tenus sur la scène agricole française et les propositions modérées mises sur la table du G20 peut sembler un manque d'ambition ou relever du double langage. Il faut sans doute y voir le fruit d'une "real politic".

Les décisions au G20 sont prises à l'unanimité Pour avancer dans une telle négociation et que ce ne soit pas une juxtaposition de monologues il faut s'entourer d'alliés. Le Ministre français de l'agriculture mène actuellement un véritable marathon diplomatique des capitales (Moscou, Brasilia, Pekin, Rome...).

Mais où sont aujourd'hui nos alliés ? Nos partenaires européens, membre du G20, font preuve d'un silence assourdissant. Il est vrai qu'en terme de régulation des marchés physiques nos visions européennes ne sont pas convergentes notamment au sein du couple franco allemand.

Le Royaume-Uni pour sa part est farouchement opposé à une régulation des marchés financiers.

La recherche d'alliés

Notre alliance avec le Brésil, nouée lors de la crise financière de 2008, a volé en éclat devant la dénonciation française "des flots de produits agricoles déversés par le Brésil sur l'Union Européenne" et les réticences françaises à

un accord commercial entre l'Union et le Mercosur. Aujourd'hui, le Brésil et l'Argentine, les deux poids lourds exportateurs agricoles sud américains, se sont clairement exprimés contre toute idée de régulation des marchés agricoles.

S'agissant de mettre en place des stocks de sécurité alimentaire, la France tente de convaincre la F.A.O. (présidée par L. Guyau) qui ne manifeste pas un grand enthousiasme. Il faut dire qu'un des candidats à la succession de Jacques Diouf à la direction générale est l'Autrichien Frantz Fischler, ancien commissaire européen à L'Agriculture dont le mandat a plutôt été marqué par le démantèlement des outils de gestion publique des marchés que par des avancées régulationnistes significatives.

Alors verrons-nous en Juin à Paris une avancée significative vers une gouvernance mondiale des marchés agricoles ? Ce serait alors une très belle victoire diplomatique française.

À l'inverse, la guerre éclair qui ressemble fort à celle menée contre des moulins à vents contraires sera-t-elle conclue par la mise en scène savante d'un consensus mou vide de toute réalité concrète. Dans ce cas nous aurions bien assisté pendant un an à un monologue français vraisemblablement ciblé sur l'opinion agricole française.



Prix des produits BIO : valorisation durable ?

Cette question est récurrente côté producteurs. Le différentiel de prix entre les produits conventionnels et les produits BIO va-t-il se maintenir ? Pour ceux dont l'exploitation est déjà labellisée bio, c'est un point de vigilance majeur car ce différentiel conditionne évidemment la pérennité de ces systèmes.

Le risque de réfaction des prix agricoles BIO est-il réel ? Concerne-t-il de la même manière les différentes filières et les principaux circuits de distribution ?

Le bon sens marketing milite pour le maintien d'un différentiel entre bio et conventionnel

Le consommateur se méfie en effet, d'un produit peu cher avec de nombreuses promesses produits. Pour exemple, une bouteille de champagne à 5 € n'annonce pas nécessairement la bonne affaire.

De la même manière, les produits labellisés BIO bénéficient d'une notoriété élevée auprès des consommateurs : 89 % des français connaissent le logo AB. De la même manière, les produits labellisés Bio bénéficient d'une notoriété élevée auprès des consommateurs : 89 % des français connaissent le logo AB, et le sens porté par ce label (modes de production respectueux de l'environnement et du bien être animal). Ainsi les produits BIO sont logiquement commercialisés avec prix supérieurs aux produits conventionnels de 20 à 30% selon l'Agence BIO, jusqu'à 74 % selon le magazine Linéaires...

Le principe du différentiel entre BIO et conventionnel semble donc acquis, même si le débat reste entier sur son amplitude !

La grande distribution brouille les cartes avec "le BIO accessible pour tous"

La grande distribution alimentaire a réalisé en 2009 et 2010, 45 % du chiffre d'affaires des produits alimentaires BIO sur le marché français.

Elle est le principal circuit de distribution, devant les magasins spécialisés (Biocoop, Satoriz...) et la vente directe.

Son influence sur les marchés alimentaires est considérable et l'axe stratégique retenu unanimement par les 5 enseignes françaises ("le BIO accessible pour tous"), amène une pression forte sur les prix à la production.

"Pour que les prix des produits BIO baissent partout, il faut qu'ils soient moins chers quelque part" : cette phrase slogan de l'enseigne E. LECLERC donne le ton.



Site internet comparateur de prix bio (www.lebiomoinsher.com), développement rapide de gamme MDD BIO (U BIO, "Mieux vivre BIO", "Agir BIO"...), action promotionnelle agressive récurrente sur les produits BIO (-10 % tous les jeudis sur le BIO pour Auchan City), les enseignes de la grande distribution regorgent d'innovation pour garder "une image prix bas" sur les produits BIO.

Ces enseignes représentent des opportunités de marchés importantes, et le rapport de force dans la négociation avec les fournisseurs reste encore en leur faveur, y compris pour les produits BIO pour lesquels pourtant l'offre nationale peut parfois être inférieure à la demande. En effet, la grande distribution n'hésite pas à recourir à l'importation pour soigner son image prix auprès des consommateurs. Dans ce contexte, la pression sur les prix des produits BIO français est inévitable.



Les consommateurs mettent aussi la pression sur les prix

Les statistiques l'attestent (source : Agence BIO) : seulement 36 % des français trouvent normal de payer plus cher des produits labellisés BIO ; et plus étonnant, 55 % des acheteurs réguliers, c'est-à-dire ceux qui privilégient les produits BIO aux produits conventionnels, souhaiteraient un positionnement prix plus bas.

Le prix reste un critère d'achat majeur et l'élargissement de cible des consommateurs acheteurs des produits BIO devrait renforcer cette tendance.

Aujourd'hui, les acheteurs militants de la première heure côtoient les consommateurs soucieux de l'environnement et de leur santé, mais pas à n'importe quel prix !

L'offre en bio progresse

Les chiffres de l'observatoire 2009 de l'Agence BIO se veulent très encourageants sur l'évolution à la hausse des surfaces agricoles en conversion (+86 %) et la progression du nombre d'exploitations labellisées AB (+24 %).

Ces éléments traduisent effectivement une croissance de l'offre française en produits BIO mais pas nécessairement dans les mêmes proportions selon les filières, et surtout pas nécessairement adaptée à la capacité des marchés à absorber cette offre supplémentaire. L'exemple souvent cité est la production laitière BIO dont un peu moins de 20 % des volumes n'est pas valorisé sous le label.

L'offre en produits BIO progresse également en Europe. Ce développement s'appuie de plus en plus sur des systèmes qui industrialisent le processus de production pour limiter les coûts. Ils sont par ailleurs adaptés aux marchés GSM (*Grandes et Moyennes Surfaces*) avec une recherche de massification de l'offre. C'est le cas notamment de certains modèles de production maraîchère BIO d'Espagne ou de Hollande, organisés pour servir des marchés nationaux et européens (ex : Bionest en Espagne).

Ces nouveaux opérateurs sont parfois remis en cause de manière radicale par les garants de "l'éthique première de l'agriculture biologique" pour qui, la monoculture, les cultures de contre saison sont à proscrire du label BIO. Mais le poids de ces nouveaux acteurs et leur rôle dans la structuration des filières BIO sont indéniables et vont sans doute croître.

Dans ce contexte, l'adéquation offre/demande en produits BIO semble une hypothèse tangible à moyen terme. Davantage d'achats sur les marchés GSM, moins de situations de tension de marché, amèneraient une pression inévitable sur les prix à la production BIO.

Reste une inconnue de taille, le rôle à court ou moyen terme, des circuits de distribution spécialisés qui représentent aujourd'hui 38 % des parts de marché du BIO en France. Avec un chiffre d'affaires en croissance significative, ces circuits de distribution spécifiques de la production biologique jouent l'alternative à la grande distribution alimentaire.

Ils privilégient encore à ce jour, l'approvisionnement local pour limiter l'empreinte carbone de leur activité. Leur axe de différenciation repose sur des valeurs "locavores" et développement durable, valeurs qui pourraient constituer des critères d'achat dominants au même titre que le prix.

Les futures stratégies d'approvisionnement de ces circuits de distribution spécialisés, signeront ou pas la réfaction plus rapide du différentiel prix entre produits BIO et conventionnel.



Gamme de produits bio



Christine PELLOUX
cpelloux@74.cerfrance.fr

Yoplait : un cas d'école

Le secteur laitier mondial est en pleine ébullition depuis quelques mois : les reconstitutions capitalistiques sont nombreuses.

Ainsi, Lactalis s'attaque à Parmalat au moins autant pour ses marchés internationaux que pour ses positions en Europe.

Les grandes manœuvres se font de plus en plus au Brésil, en Chine, en Nouvelle-Zélande et elles concernent souvent des opérateurs peu connus en Europe.

Dans ce grand mouvement, Yoplait est-il un cas à part ?

Un poids lourd qui repose sur un capital immatériel

La spécificité de Yoplait, c'est sa marque : un coup de génie, la petite fleur. Ce mot français "lait" est connu dans le monde entier grâce à un marketing très réussi.

Pourtant, il y a quelques années Yoplait était mal en point. Et surtout, Sodiaal avait besoin de trésorerie, ce qui l'a amené à céder la moitié du capital : ainsi Sodiaal ne perdait pas le contact sur le devenir de sa filiale.

PAI partners : des financiers très opérationnels

L'entrée d'investisseurs financiers dans le capital d'une société laitière a de quoi faire craindre le choc des cultures. Pourtant, le "flirt" a fonctionné et PAI a apporté son expérience, ce qui a profité à Yoplait en renforçant sa stratégie.

L'objectif de ce type d'investisseurs est de revendre avec une forte plus-value. C'est ce qui vient d'être fait. Et au passage, Sodiaal bénéficie de la revalorisation de sa "moitié" ce qui lui permet de se refinancer plus facilement.

La vente à des "américains"

Décidemment, le dossier Yoplait ne ressemble pas à la "norme" laitière française. Là où Lactalis est toujours présent en racheteur potentiel et où la fibre nationale est souvent citée comme garante d'un avenir pour les producteurs, c'est General Mills qui a emporté les enchères.

Et finalement, il n'y a guère eu de levée de bouclier. Est-ce parce que Yoplait ne collecte pas directement du lait en France ? Ou bien parce que PAI était déjà considéré comme hors de la filière française ? Ou alors parce que le candidat Lactalis n'était pas souhaité ni par Sodiaal, ni par les pouvoirs publics qui craignaient un leader trop puissant ?

Quel avenir pour Yoplait ?

L'accord qui devrait être validé distingue deux parties : la marque et la partie industrielle.

La marque assurera des revenus réguliers à Sodiaal qui garde 50 % des droits ; quant à la partie industrielle (en France), Sodiaal laisse la majorité et garde 49 % mais surtout renouvelle pour 10 ans le contrat de fourniture de lait aux usines Yoplait françaises. Mais l'avenir de la marque Yoplait se joue sur d'autres continents.

Ce n'est pas un hasard si un laitier chinois et un laitier mexicain étaient sur les rangs : le marché de demain se joue dans les pays émergents.



Quels enseignements ?

Une marque cela vaut de l'or, lorsqu'elle est valorisée sur un marché en croissance. Et finalement dans cette affaire, c'est la marque qui était l'enjeu N°1, pas les usines. Sodiaal sort renforcé de cet accord, même si la coopérative n'a plus la majorité dans la fabrication française : elle conserve des royalties (en hausse) et un marché garanti sans avoir pour le moment à investir pour le développement.

Évidemment, elle a aussi perdu l'occasion de s'internationaliser ; mais cela ne semble pas être dans ses moyens financiers actuels, ni dans sa stratégie.

Le cas Yoplait : une exception ?

Assurément oui, Yoplait est un cas unique : les sociétés leaders dans le secteur laitier (ultra frais ou autre) sont généralement propriétaires de leurs marques et opérateurs industriels. Pourtant, a contrario, le cas Nestlé est intéressant à étudier : on y retrouve la logique de valoriser au maximum la marque (en France : La Laitière, Yoko...) quitte à passer un joint-venture avec Lactalis pour les opérations industrielles en France.

Une comparaison qui s'arrête là, tant il est vrai, par ailleurs, que tout sépare Sodiaal et Nestlé.



Delights
PARFAIT

Marc VARCHAVSKY
mvarchavsky@cerfrance.fr





Régulation ou Regulation¹ 1 : Prononcez "re-gyø-lä-shøn"

Le débat qui s'instaure au G20 sur la régulation des marchés des matières premières agricoles réveille-t-elle le combat des régulationnistes et des néoclassiques ? Peut-être pas là où on l'attend. En premier lieu parce que les uns comme les autres ont dans leur vocabulaire le terme de régulation. Ensuite parce que ceux qui mettent de l'emphase sur ce mot dans leurs discours jouent délibérément sur l'ambiguïté d'un mot identique dans deux langues mais aux connotations bien différentes.

En français, le mot est couramment associé à une action qui vise à maintenir une grandeur constante alors que l'environnement varie. La référence implicite est celle de l'intervention publique sur les marchés ou les monnaies, qui porte sur les quantités, les flux et les valeurs.

Les anglo-saxons quant à eux, s'attachent plus volontiers aux acteurs. "The regulation", c'est le contrôle des comportements humains ou sociétaux par des règles ou des restrictions. Ce que nous appellerions couramment "réglementer". Cette acception du terme en matière d'action publique sectorielle vise à prévenir des évolutions aux effets indésirables, par exemple la dérive monopolistique du fonctionnement des marchés. On cherche ainsi plus l'encadrement des acteurs que la stabilité des prix.

Ce versant réglementaire d'une problématique économique sectorielle s'accompagne généralement de l'instauration d'autorités, indépendantes tant des acteurs économiques que des gouvernements. Elles sont chargées de mettre en œuvre des dispositions, classiquement constituées de normes de bonnes pratiques, d'octroi de licence, de transparence ou d'inspection.

De quoi est-il question au G20 pour les marchés de matières premières agricoles ?

Au G20, il est question de classification des acteurs économiques pour encadrer ceux qui ne sont pas "vraiment" du secteur et pourraient tirer un parti exorbitant en entrant et sortant du marché à leur guise ; d'obligation pour les acteurs gouvernementaux de notifier à l'avance les mesures de suspension d'exportations ; de transparence des transactions.

C'est typiquement ce qui relève d'une autorité indépendante. Il n'y a donc pas d'ambiguïté sur la déclinaison du terme régulation : c'est l'anglo-saxonne qui est sur le métier. L'enjeu est de savoir comment construire l'autorité indépendante...

Pour autant, nous n'avons pas fait le tour des ambiguïtés du travail du G20. Parmi les sujets abordés figure aussi la gestion humanitaire des crises alimentaires. Et en l'occurrence, une action concertée sur les marchés, limitée à cet objectif, est envisagée.

La question n'est donc pas seulement une ambiguïté entre réglementation des acteurs et intervention sur les marchés, querelle de pays riches ou en passe de le devenir. La question concerne la façon de traiter la situation engendrée par la spécialisation actuelle des rôles entre ceux qui produisent et ceux qui consomment et... ne sont pas membres du G20.

L'équilibre entre offre et demande est réputé les réunir. Mais lorsque ceux qui consomment ne produisent plus et sont trop pauvres pour consommer, la fatalité désespérément stable s'installe, celle qui ne permet plus la prise d'initiative économique. Est en cause l'universalité bienveillante de la main invisible du marché chère aux néoclassiques ; précisément la main invisible réfutée par la théorie de la régulation.



Philippe BOULET
phboulet@cerfrance.fr

Pour **la théorie néoclassique**, l'objet de l'économie est l'étude de l'allocation de ressources rares entre des usages alternatifs. À l'aide d'instruments mathématiques (raisonnement à la marge), elle formalise le processus d'interaction des individus sur les marchés, à partir du postulat de rationalité économique des acteurs et de la théorie de l'équilibre.

La théorie de la régulation considère l'économie comme un champ où prévaut la loi de l'accumulation du capital. Elle met en évidence la pluralité des régimes d'accumulation observables dans le temps et dans l'espace. Elle postule que c'est le système institutionnel qui permet la coordination des agents économiques. La théorie de la régulation reconnaît l'importance du rôle de l'Etat qui apparaît comme un vecteur de développement.

