CIHEAM
Options Méditerranéennes

Observations relatives aux échanges internationaux centrés sur les produits alimentaires

Gontan M.

Les échanges méditerranéens

Paris : CIHEAM
Options Méditerranéennes; n. 18

1973
pages 29-31

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI010284

To cite this article / Pour citer cet article

Gontan M. **Observations relatives aux échanges internationaux centrés sur les produits alimentaires.** *Les échanges méditerranéens.* Paris : CIHEAM, 1973. p. 29-31 (Options Méditerranéennes; n. 18)

CIHEAM

http://www.ciheam.org/
http://om.ciheam.org/

CIHEAM

CIHEAM - Options Mediterraneennes

Maurice GONTAN

Ministère de l'Agriculture, France

Observations relatives aux échanges internationaux centrés sur les produits alimentaires

Les produits bruts destinés à l'alimentation de l'homme ont longtemps constitué un élément important des échanges et ils tiennent encore une place non négligeable dans la balance commerciale des pays à vocation d'émergence mais leur part relative a considérablement diminué dans les transactions internationales des pays développés au profit des produits alimentaires transformés. Ces derniers représentent environ 10 à 12 millions de tonnes, boissons non comprises, alors que le volume des produits de base, objet de commerce international, avoisine 200 millions de tonnes par an pour les céréales, sucres, oléagineux, fruits et légumes, café, cacao...

La disproportion est beaucoup moins sensible dans les comparaisons en valeur : 110 milliards de francs pour les matières premières et produits semi-bruts dont le tiers pour les céréales. En 1970, le commerce extérieur des pays de l'OCDE où la part des produits transformés est très large s'est élevé à 14 milliards de dollars à l'importation et 8 à l'exportation, c'est-à-dire à 110 milliards de francs — boissons comprises — ce qui correspond à plus des 3/4 du commerce international.

A poids égal, la valeur des produits transformés est donc de 15 à 20 fois supérieure à celle des produits de base, du moins en ce qui concerne les transactions reprises dans les statistiques douanières au titre des produits alimentaires. Ces modifications dans la nature des transactions ont tendance à prendre de l'ampleur avec l'effort de diversification qui conduit nombre de pays développés à rechercher l'implantation à l'étranger soit par la construction d'usines, la constitution ou le rachat d'un réseau commercial soit par des relations plus subtiles revêtant la forme de vente de « savoir faire ». Esquisser une description du commerce international centré sur les industries alimentaires nécessite tout d'abord de dégager les caractères de l'échange traditionnel avant d'essayer de cerner les modalités nouvelles des courants commerciaux.

CARACTÈRES DE L'ÉCHANGE

Les raisons du développement du commerce international

Si l'échange a toujours existé comme conséquence d'une certaine division du travail et de la complémentarité des climats, son développement tient autant à des facteurs techniques qu'économiques.

L'échange international de produits agricoles et alimentaires à grande distance a été rendu possible lorsque les problèmes de transport et de conservation des denrées périssables ont trouvé des solutions. Qu'on se souvienne de l'apparition du navire à vapeur dans les dernières décennies du 19e siècle permettant un transport volumineux et rapide des céréales du Nouveau Monde et les répercussions sur les économies européennes, danoises en particulier.

L'avion permet de consommer en plein hiver, aux U.S.A., les cerises de la région pyrénéenne de Ceret ; les conserves, la congélation, la chaîne du froid et les techniques plus modernes de surgélation et lyophilisation rendent possible le commerce international portant sur les produits agricoles transformés et la distance n'apparaît plus comme un facteur limitant du point de vue technique.

L'échange des produits élaborés s'est développé avec l'accroissement général du niveau de vie qui conduit à rechercher une nourriture variée, sophistiquée, présentant un caractère de novation ; chaque pays ayant ses traditions culinaires, l'habitude des voyages à l'étranger, la possibilité de se procurer aisément un bien non habituel conduisent à des échanges multiples : le bœuf mode, vulgaire en France est recherché aux Etats-Unis. Le succès des produits tropicaux, la vogue dont jouissent certains produits considérés comme nouveaux traduisent un besoin d'alimentation variée.

La libération des échanges, le développement technologique, la multiplica-

tion des innovations, la multinationalité des firmes ont conduit à accélérer ce phénomène.

Champ géographique

Compte tenu du coût du produit transformé, le commerce est circonscrit aux nations développées, essentiellement : Europe Occidentale, U.S.A., Canada, Japon. Les transactions avec les autres pays sont peu importantes pour des raisons qui tiennent soit à la démographie, soit aux capacités de payement, soit au désir de maximiser l'auto-suffisance.

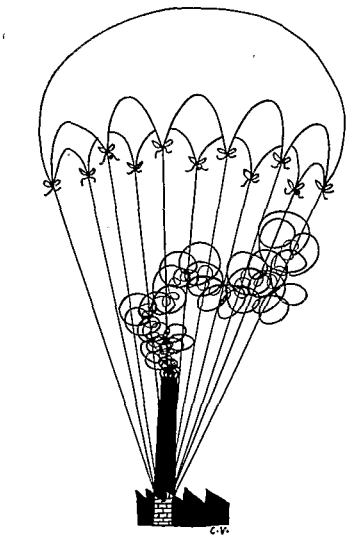
Si l'on prend l'exemple de la France, l'exportation de produits agricoles et alimentaires à l'exclusion du tabac et des oléagineux se situe autour de 14 milliards, dont plus de 9 sur la C.E.E. des Six, et dans ce total les produits transformés en représentent une part importante. Tandis que les ventes vers la C.E.E. triplaient dans les six dernières années, l'exportation vers les pays tiers n'augmentait que de 25 %, dont une partie vers des pays associés ou en voie d'entrer dans la C.E.E. élargie.

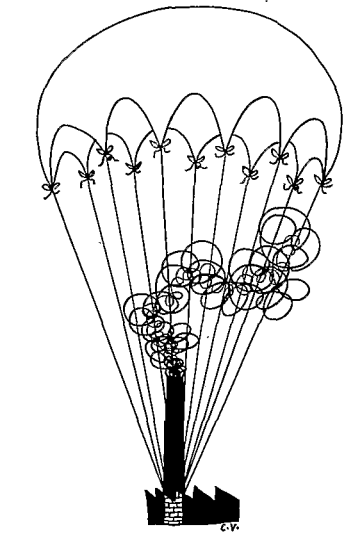
L'élasticité des biens à usage alimentaire est d'une manière générale faible ainsi que l'a montrée Engel. Souvant inférieure à l'unité, voire même négative pour certains produits banals, qu'elle soit mesurée par rapport aux prix ou par rapport aux revenus, elle peut s'élever sensiblement pour des aliments considérés comme nobles, comme les pâtisseries, les conserves de luxe, les apéritifs, les eaux minérales, les jus de fruit, les plats cuisinés et exéder le coefficient 2. La marque, l'originalité, le service rendu sont autant de facteurs qui conduisent à un accroissement de la commercialisation des biens alimentaires, mais qui, dans l'espace, le limitent à ceux qui peuvent payer. Si le commerce international de ces biens est encore le fait de quelques nations seulement, son développement est inéluctable dans les prochaines décennies tant en volume qu'en valeur, et intéresse la *quasi totalité des nations.*

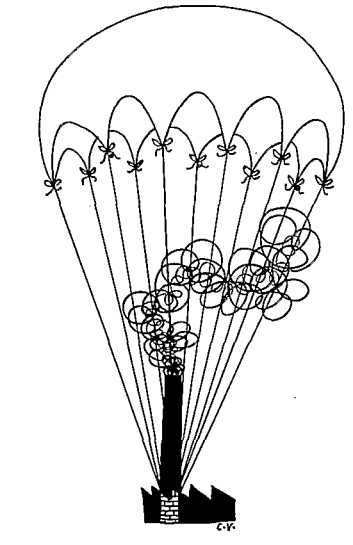
Les produits, objet du commerce international

Les produits de conservation difficile, c'est-à-dire essentiellement les fromages et les beurres, les fruits frais ne pouvant être repris dans la catégorie des produits agricoles transformés, représentent un mouvement commercial d'environ 1,5 à 2 millions de tonnes dont plus d'un million sur l'Europe Occidentale.

Le commerce mondial des conserves porte sur plus de 6 millions de tonnes dont près de la moitié pour les seules conserves de fruits. Chocolaterie, confiserie, produits de boulangerie; biscotterie, semi-conserves correspondent à un volume de transactions proche des 2 millions de tonnes. Une part également appréciable du commerce mondial concerne les vins et liqueurs mais les courants géographiques en sont limités.







Il serait hasardeux de vouloir dégager les tendances marquées par l'évolution des cours car la « personnalisation » du produit par la marque rend difficile les comparaisons dans l'espace ou dans le temps, les catégories étant par trop hétérogènes.

Les progrès de présentation, l'incorporation de services, les caractères de nouveauté sont autant de facteurs qui jouent dans le sens de la hausse tandis que la banalisation, plus lente, produit un effet inverse. Mais outre ces facteurs, les variations d'échange en particulier, mais aussi certains « effets de marketing » rendent aléatoire toute extrapolation.

MODALITÉS NOUVELLES DES TRANSACTIONS INTERNATIONALES

Le commerce international portant sur les matières premières revêt la forme d'un mouvement de marchandises et il en a longtemps été ainsi pour la quasi totalité des transactions touchant les produits alimentaires mais des formes nouvelles d'échanges internationaux où la part du facteur financier devient prépondérante tendent à se développer. Elles rendent plus difficile à saisir la part imputable à l'industrie alimentaire.

Quelles en sont les raisons ?

Depuis longtemps, les économistes ont cherché à déterminer les facteurs qui commandent l'échange international : théories des coût absolus de Smith, des coût comparés de Ricardo, des valeurs internalionales de S. Mill, des débouchés de J.B. Say... Aucun n'a pu donner une explication pleinement satisfaisante des processus du commerce international et à la lumière des faits contemporains, on peut constater que les échanges obéissent à des motivations variées. Du côté des pays en voie de développement obligés de vendre des produits bruts à des prix particulièrement instables pour se procurer un minimum de biens de consommation, est ressentie la nécessité d'accéder à un début d'industrialisation, seul capable de les conduire au « seuil d'envol ». En conséquence, l'installation d'usines est vivement souhaitée, ces entreprises pouvant d'abord satisfaire des besoins locaux puis à partir d'un certain degré de développement, aider à l'exportation du pays hôte et favoriser sa croissance.

Les pays développés sont obligés de « repenser » leurs problèmes d'exportation car les industries incorporent, selon les technologies utilisées, plus ou moins de main-dœuvre. Or celle-ci coûte cher dans les pays à haut niveau de vie et si le progrès technique masque en partie le phénomène, les réserves de productivité à court terme ne sont pas inépuisables. Dans ces conditions, il peut être intéressant financièrement d'installer une usine dans une nation où la rémunération de la main-d'œuvre est moins élevée.

Les deux phénomènes se conjuguent

et expliquent le développement des réseaux de filiales. D'autres formes de coopération plus subtiles peuvent également se faire jour et coexister.

Vente d'outils de transformation

On se trouve dans ce cas sur une frange marginale entre industrie agro-alimentaire et construction mécanique. L'opération qui consiste à vendre un équipement comme une tour de séchage du lait, une usine « clé en mains », l'installation d'un complexe type sucrerie parfois en coopération avec des nationaux du pays d'implantation, relève autant de l'une ou l'autre branche que du secteur des services lorsqu'il y a recours à l'ingénierie ou aux ensembliers. Pourtant dans la mesure où l'objet du contrat porte sur un outil dont la finalité consiste en la production de biens destinés à l'alimentation, une part au moins doit être imputée aux activités agro-alimentaires qui ont joué un rôle d'entraînement même si les statisques douanières ne permettent pas, dans leur imprécision, de mesurer celle qui est imputable à chacune des branches intéressées.

Vente de « savoir-faire »

Ce système peut revêtir des formes diverses :

— Accords de *fabrication* sur *licence* entre sociétés de nationalité différente : équipement de cristallisateur et de fermentation par exemple ;

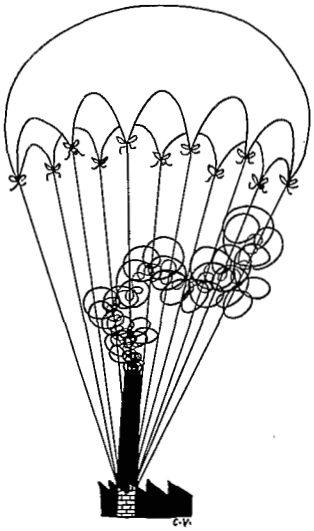
— Cession de *licences* ou de *brevets*. Cet élément constitue parfois un poste non négligeable de la balance de payements ;

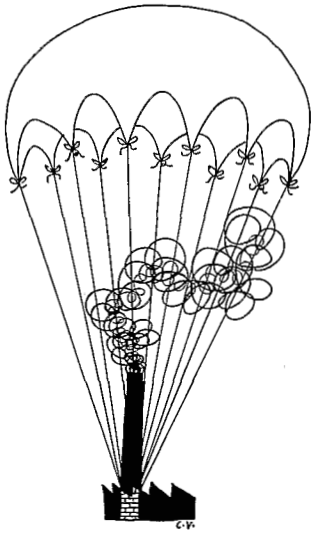
— Ventes de « *procédés* » valables dans tous les secteurs. La branche des industries agro-alimentaires commence à y recourir ;

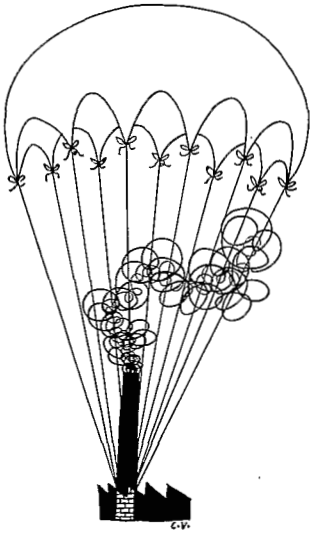
— Plus complexe apparaît le système de la *franchise* ou vente de « *savoir-faire* » valable tant dans le domaine de l'industrie que du commerce (enseigne). Le franchiseur aide de ses conseils les entreprises franchisées qui peuvent utiliser la marque. La contrepartie réside dans le payement de redevances par le franchisé, généralement basées sur le chiffre d'affaires. Des effets indirects peuvent en résulter pour le franchiseur, la marque pouvant servir de « locomotive » à d'autres produits qu'il voudrait exporter. Le yaourt fabriqué en franchise à l'étranger peut favoriser l'appel d'autres produits sous même marque. Le système de la franchise présente des avantages pour les produits de conservation difficile et onéreux ou lorsque l'importation est entravée par une réglementation rigide.

Implantations à l'étranger

Plus nouveau, du moins dans sa systématisation, apparaît le phénomène qui consiste pour une entreprise à acheter







ou à construire une usine à l'étranger, voire même à s'implanter commercialement. Dans le premier cas, les services douaniers du pays d'origine enregistrent éventuellement l'équipement exporté mais la matière première sera presque toujours trouvée sur place. Le mouvement de marchandises sera apparemment limité mais un effet second induit résultera souvent de la percée réussie et les bénéfices rapatriés pourront constituer par la suite une entrée de de devises appréciable. La possession à l'étranger d'une usine de poudre de lait peut créer, au profit de la marque, une possibilité ultérieure de vente de fromages.

La vague d'investissements anglo-saxons dans la Communauté des 9, le développement des firmes multinationales témoignent de cette forme d'action nouvelle.

L'implantation commerciale — qu'elle soit le fait d'une entreprise de transformation ou d'une firme de distribution — outre qu'elle peut conduire à des rapatriements de bénéfices, constitue aussi un relais pour la vente de marchandises du pays de ses promoteurs, reprises dans les statistiques douanières, mais l'incidence de l'opération d'investissement commercial à l'étranger est difficile à mesurer.

Les conséquences économiques de ces différentes actions n'apparaissent pas toujours clairement, les opérations figurant soit dans la balance commerciale, soit dans la balance des comptes et il est souvent difficile de déterminer la part qui en revient au secteur de l'agro-alimentaire. Sans doute ne couvrent-elles encore qu'une fraction du domaine du commerce extérieur, mais leur développement apparaît inéluctable à moyen terme.

*
* *

Dans sa structure actuelle comme dans ses méthodes, le commerce extérieur centré sur les produits agricoles transformés se différencie de celui portant sur les matières premières et une évolution rapide rend difficile un bilan des échanges internationaux. Les jeunes nations tendent peu à peu à s'intégrer dans ces courants tandis que les pays industrialisés dont les traditions dans l'alimentaire sont anciennes, cherchent à s'adapter à cette situation nouvelle.

Ce double courant conduit à un développement du commerce international qui apparaît de plus en plus complexe et ce caractère ne pourra que s'amplifier dans l'avenir.