

**L'ALIMENTATION DEMAIN :
L'EVOLUTION DES MARCHES DE L'ALIMENTATION VERS LA
QUALITE DANS LE CONTEXTE DE LA MONDIALISATION**

Exposé dans le cadre de l'Office Parlementaire d'Evaluation des Choix Scientifiques et Technologiques. Palais du Luxembourg. Paris. 15 avril 2004.

Michel Griffon. Cirad.

Le marché mondial de l'agroalimentaire se déplace historiquement des « *commodities* » vers les produits finis. La mondialisation s'est développée depuis longtemps à partir de matières premières « commodes » à transporter : blé, orge, fèves de cacao, cerises de café vert, balles de coton... Le commerce des produits semi transformés s'est ensuite développé rapidement dans les trente dernières années : farines de blé, tourteaux de soja, huiles... Aujourd'hui, le commerce des produits transformés prêts à la consommation connaît un essor important : viande congelée, biscuiterie, fruits et légumes frais... Cet essor est très lié au développement partout dans le monde des supermarchés et des grandes entreprises internationales de distribution. Ce mouvement déplace la compétition vers les produits transformés à haute valeur ajoutée, notamment ceux qui sont issus des pays industriels.

Le commerce agroalimentaire participe donc fortement à la mondialisation de l'économie. Quelles sont les principales forces qui commandent cette évolution ?

- Le premier des moteurs est la concurrence entre grands bassins de production sur les marchés internationaux en fonction des avantages compétitifs. Ces avantages compétitifs ne prennent pas en compte les éventuels effets négatifs de la production sur l'environnement, ni les conditions de travail des ouvriers.
- Le deuxième facteur d'évolution est la stratégie des grandes firmes de la transformation qui, pour chaque secteur, sont en situation d'oligopole restreint. Dans les dernières années, les accords internationaux de matière première agricole ayant été supprimés, ces firmes sont souvent en situation de monopole d'achat dans la plupart des pays en développement, créant ainsi une très forte asymétrie de pouvoir de négociation dans la fixation des prix.
- Le troisième facteur d'évolution est la stratégie des grandes firmes de la distribution. Elles aussi se trouvent en situation de quasi monopole d'achat dans les pays industriels et peuvent ainsi faire pression à la baisse sur les prix des produits, cette pression se répercutant ensuite jusqu'aux maillons les plus faibles de filières que sont les producteurs.
- Enfin, les goûts des consommateurs et leurs exigences, révélés par les associations de consommateurs et relayés par les médias, contribuent à créer une nouvelle force qui peut influencer les comportements des consommateurs et s'impose lentement à la distribution et aux producteurs.

Ces forces font évoluer la géographie de la production et des échanges. Pour les « *commodities* », les marchés d'Asie deviennent les principaux importateurs de blé pour la fabrication de pains et produits de boulangerie, d'orge et de maïs pour la production de bière, de soja et de maïs ainsi que de tourteaux pour l'alimentation animale, et de viandes pour faire face à l'extraordinaire accroissement de la demande des classes moyennes de ces pays. Les Etats Unis, les pays dits « du Groupe de Cairns » (les grands exportateurs de céréales), l'Union Européenne, et de plus en plus le Brésil (et dans l'avenir la Russie) sont en concurrence vive pour l'approvisionnement de ces marchés émergents, comme pour celui

des pays du Maghreb et du Moyen Orient qui connaissent de sévères limitations écologiques à leur propre production. Les pays tropicaux sont eux mêmes de plus en plus en concurrence pour approvisionner les marchés mondiaux en oléagineux, et les marchés des pays du Nord en produits exotiques. L'Europe, dans cette nouvelle géographie, n'a plus d'avantages compétitifs pour les matières premières ; elle cherchera sans doute de plus en plus à exporter des produits finis de qualité issus de sa tradition culinaire et de ses capacités d'invention technique.

Mais le fait le plus important est celui de la montée partout dans le monde des exigences des consommateurs. Ces exigences créent une nouvelle concurrence entre ceux qui peuvent assurer et garantir les qualités requises, et ceux qui ne peuvent pas.

Quelles sont ces nouvelles demandes de qualité ?

- 1. La forte sensibilité à la sécurité sanitaire.** Cette exigence sociale est née dans les pays industriels à l'occasion de différentes crises sanitaires fortement médiatisées et ayant fait l'objet de controverses : la maladie de la « vache folle », la présence de dioxine dans des produits élaborés à proximité de sites industriels, la présence de résidus d'engrais et de résidus de pesticides qui sont de plus en plus décelables au fur et à mesure qu'évoluent les techniques d'analyse, la présence d'OGM, la présence de toxines de champignons due aux techniques de conservation (arachide, cacao), plus classiquement la présence de bactéries dans les produits laitiers ou les viandes. Ces nouvelles peurs s'observent dans beaucoup de pays et ne sont pas seulement celles des pays industriels. La demande est celle d'une innocuité absolue.
- 2. La sensibilité à la commodité d'usage.** Elle existe depuis que les femmes ont accès à des emplois hors du foyer et cherchent à réduire le temps de préparation des repas. Cela détermine le développement d'une offre sans cesse renouvelée d'aliments précutés (riz, pâtes) et de plats préparés. Dans les grandes villes, la restauration collective prend une grande importance et les grandes chaînes de restauration collective innovent sans cesse en matière de conditionnement et de conservation pour servir des plats préparés de qualité en réduisant la quantité de main d'œuvre au niveau de la préparation et de la distribution.
- 3. La sensibilité à la connaissance de l'origine comme gage de confiance.** La traçabilité des produits, c'est à dire la mise à disposition de l'information sur le circuit d'un produit de son origine jusqu'au distributeur a un effet psychologique important. A l'origine destinée à confirmer que le produit n'avait pas une origine interdite (maladies à prions), la traçabilité permet d'identifier très rapidement les sources et circuits d'éventuelles épidémies et donnent peut être aujourd'hui l'impression rassurante que l'on peut responsabiliser tous les « maillons » des circuits alimentaires.
- 4. La sensibilité à la qualité nutritionnelle.** Aujourd'hui en plein développement dans les pays industriels, cette demande va vite être celle des classes « bien nourries » des pays en développement. La suralimentation étant à l'origine de maladies cardiovasculaires, les consommateurs tendent à préférer des produits appropriés à leur régime (préférence pour les viandes maigres) ou conçus pour leur régime (plats allégés). A l'opposé, il reste à l'échelle de la planète une population très importante souffrant de carences nutritionnelles graves en nutriments fondamentaux et en oligoéléments. Leur demande n'étant pas solvable, celle-ci doit avant tout faire l'objet de politiques publiques.
- 5. La sensibilité aux qualités sensorielles et en particulier gustatives.** Elle existe partout dans le monde sur une très grande quantité de produits. La production d'aliments industriels a réduit le spectre des qualités sensorielles pour chaque produit, mais n'a cessé

de produire des produits ayant des qualités **sensorielles** nouvelles. C'est sur cette demande que beaucoup de firmes assoient leur politique de marque.

6. **La sensibilité au contenu culturel et à l'enracinement au terroir.** Longtemps « réservée » aux consommateurs européens, cette demande semble s'étendre dans de nombreux pays. La conservation du souvenir des sociétés rurales et de la typicité de ses produits est sans doute un mouvement universel lié au rapide développement urbain. La préservation des caractéristiques spécifiques des produits concernés peut faire l'objet « d'appellations géographiques » reconnues par les accords ADPIC.
7. **La sensibilité à la nature des techniques de production.** Certaines techniques de production industrielles sont suspectées d'induire des risques non encore identifiés. Ce fut le cas avec l'utilisation de farines animales par des herbivores. Les mêmes suspicions atteignent par exemple les élevages de poisson ou de volaille. Outre la volonté de limiter les risques de maladie, les consommateurs souhaitent que les conditions de production soient les plus proches possibles des situations préindustrielles (poulets élevés en plain air). A cela s'ajoutent les préoccupations de l'ordre du bien être animal qui constituent un mouvement de fond dans les sociétés occidentales. Cette demande suscite la création de labels.
8. **La sensibilité au *dumping* social et à l'équité.** La révélation que certains produits textiles pouvaient être produits par des enfants afin de réduire les coûts de production a entraîné des campagnes de boycott redoutées par les firmes. De même, la connaissance des revenus extrêmement bas des producteurs agricoles de café et de cacao a déterminé chez certains consommateurs la volonté de consommer des produits garantis « équitables » c'est à dire assurant une rémunération décente aux producteurs les plus en amont.
9. **La sensibilité au *dumping* environnemental.** Certains consommateurs enfin, souhaitent ne pas consommer des produits issus de systèmes de production ayant des effets négatifs sur l'environnement. par exemple : de la viande de bœuf issue de pâturages amazoniens soustraits pas brûlis à la forêt tropicale, ou la consommation d'espèces en voie de raréfaction.

Toutes ces demandes conduisent l'offre de produits à présenter les signes de qualité qui sont réclamés. Ces signes de qualité sont nombreux. Quels sont ils ?

1. **Le label officiel A.O.C.** Les appellations d'origine contrôlée ont été créées en 1966. Elles définissent des zones d'exploitation et des cahiers des charges définis par décret sur la base de la tradition et de techniques modernes adaptées notamment du point de vue de l'hygiène. Ils représentent un marché important d'environ 17 mds d'Euros. La qualité se limite à la garantie du lien avec un terroir donné et des techniques spécifiques parfaitement codifiées.
2. **Les Indications Géographiques Protégées** ont été créées dans le cadre des accords ADPIC négociés dans le cadre des négociations commerciales internationales. Là aussi, la qualité se limite à la garantie de production dans un lieu donné.
3. **Les Marques de Distribution faisant référence aux terroirs** ne disposent d'aucune garantie sur l'origine et les techniques de fabrication. Elles sont simplement des signes à caractère publicitaire sans garantie que ce qui est annoncé corresponde à une quelconque réalité. Cela n'empêche pas que leurs autres qualités peuvent surpasser celles d'un produit dont l'identité géographique est contrôlée.
4. **Le label officiel de Certification de Conformité** garantit le respect d'un cahier des charges élaboré par les professionnels. Les critères peuvent porter sur les conditions de production, le conditionnement ou l'origine.

5. **Le Label Rouge** est aussi un label officiel. Le cahier des charges est public. Il fait l'objet d'un arrêté ministériel après des tests d'experts et de représentants de consommateurs. Les qualités gustatives sont prises en compte.
6. **Le label officiel Agriculture Biologique** correspond aux produits qui sont composée au moins de 95% d'ingrédients peu traités chimiquement et exempts d'OGM.
7. **Le label Max Havelaar comme le label FLO** (fairtrade labelling org.), est un label privé qui garantit que la matière première est payée à un prix acceptable au producteur primaire.
8. **Le logo Produit de l'année** correspond à un prix d'innovation. Il est défini par un échantillon de 10 000 foyers de consommateurs qui choisissent sur la base d'une présélection. C'est une initiative privée.
9. **Le logo Saveur de l'Année** correspond aussi à un prix décerné sur la base de la qualité gustative par un panier de 9000 consommateurs testant les produits en laboratoire.
10. **Les appels aux consommateurs pour modifier leurs préférences sur des points précis** peuvent jouer un rôle très important dans certaines circonstances : boycott d'importations issues de pays dont le régime est honni, préférences nationales,...

A tout cela, il faut ajouter les normes et autres certifications:

- Les normes des accords SPS (accords Sanitaires et Phytosanitaires) et TBT (Technical Barriers to Trade)** qui imposent des arguments de santé publique aux importations.
- Les normes sanitaires européennes** établies sur la base de doses toxicologiques « admissibles » (DJT : dose journalière tolérable, et DHT : dose hebdomadaire tolérable).
- La certification ISO 9001 et 14001** (environnement)
- La certification de conformité produit (CCP)** créée par la loi.
- La directive Européenne de 1993 sur l'utilisation de la méthode HACCP** (Hazards Analysis of Critical Control Point) pour les entreprises de transformation alimentaire
- La démarche Agri-confiance** fondée sur une norme française « Qualité environnement »
- La qualification Agriculture Raisonnée** définie par décret
- Enfin** : des démarches volontaires comme **Terra Vitis** (viticulture), des chartes de bonnes pratiques diverses (Ecoculture en Champagne, La Route du Lait,...)

Au total, la variété des signes de qualité de toutes natures montre que le pouvoir des consommateurs s'étend. On peut cependant se demander si ce grand nombre de signes ne mène pas à une certaine confusion dans l'apprentissage par le consommateur. Il est certes le résultat de la liberté de celui-ci de réclamer une information correspondant à ses critères de préférence. Cependant le Conseil National de l'Alimentation a appelé les pouvoirs publics à établir plus de cohérence et d'ordre dans les signes de qualité. Une éventuelle rationalisation aurait à combiner les informations correspondant aux normes réglementaires et celles qui correspondent aux signes que les consommateurs peuvent demander en toute liberté aux filières de production, d'une manière assez pédagogique pour que la formation des préférences se réalise dans les meilleures conditions possibles d'information.

Quelques références utiles:

- Guide Qualité environnement Sécurité en Agriculture.** SAF, Ademe, CER . Edité par la Société des Agriculteurs de France www.agriculteursdefrance.com
- Pratiques agricoles et sécurité sanitaire des aliments en production végétale.** Synthèse réalisée par T. Doré et alii. Cahiers Agricultures 2002 ;11 :177-85
- Food safety management in Developing Countries.** E. Hanak et alii. FAO , Cirad, 2002.
- Le risque alimentaire.** La recherche. Numéo spécial février 2001.
- SYAL Les systèmes agroalimentaires localisés.** Cirad TA60/15 34398 Montpellier Cedex5