

Comment répondre aux souhaits des consommateurs ?

Par André Neveu

Chaque année, l'offre de produits agricoles varie en fonction des aléas climatiques et des anticipations des agriculteurs. Toutefois, grâce à la mondialisation des marchés, ces variations de volumes et donc de prix, restent le plus souvent faibles (sauf sur les marchés intérieurs des pays en développement). Car quelle que soit son importance, la production d'un pays donné ne suffit pas à modifier profondément l'équilibre général des marchés.

En revanche, c'est la demande des consommateurs qui s'impose maintenant aux agriculteurs et à l'ensemble des différentes filières agro-alimentaires. Ce sont bien les consommateurs qui fixent les quantités qu'ils désirent consommer et les caractéristiques des produits qu'ils souhaitent acquérir¹. Certes, les industriels et les commerçants s'efforcent d'orienter cette demande en fonction de leurs propres intérêts et jouent ainsi un rôle d'amortisseur entre l'offre et la demande afin d'en assurer l'équilibre.

Les agriculteurs sont donc contraints de s'adapter à la demande des consommateurs telle que les marchés la leur transmettent. Leur réponse est simple lorsqu'il s'agit des « commodities », c'est-à-dire de produits banaux comme le blé, le soja, le sucre, le beurre ou la poudre de lait. Les prix sont ceux des marchés internationaux qui s'affichent chaque jour, chaque heure ou chaque minute sur les écrans des ordinateurs que les agriculteurs, les coopératives ou les négociants peuvent consulter avant de prendre une décision. Les marchés à terme permettent même de garantir les prix de vente avec quelques mois d'avance.

Mais le problème est beaucoup plus délicat pour d'autres produits moins standardisés ou au marché plus confidentiel. Les producteurs sont obligés d'anticiper quelle sera la demande des consommateurs potentiels, en particulier pour tous les produits destinés à une clientèle très ciblée. Or il est de plus en plus difficile de répondre à la diversité de cette demande et ceci d'autant plus que, au moins dans les pays industrialisés, les désirs des consommateurs se modifient rapidement et sont même parfois contradictoires. Par exemple, que souhaitent concrètement les consommateurs dans nos pays d'Europe occidentale ?

Une demande très composite

- Des prix bas ?
- Une réelle qualité gustative ?
- Des produits protégeant la santé ?
- La protection de l'environnement, de la biodiversité, du bien-être animal, des paysages... ?
- La proximité des lieux de production ?

¹ Dans les périodes de pénurie, c'est le contraire qui se produit : l'économie de l'offre impose ses règles (et ses prix) aux consommateurs qui n'ont qu'à s'incliner.

- Ou tout à la fois ?

Evidemment les consommateurs modestes privilégient les prix les plus bas. Ils s'approvisionnent donc chez les commerçants offrant les produits les moins chers. Mais ils ne sont pas les seuls : les négociants, les industriels de l'agroalimentaire et la grande majorité des restaurateurs, sont eux aussi très attentifs aux prix de leurs approvisionnements.

Dans des pays comme la France ou l'Italie, les consommateurs sont traditionnellement attachés à la qualité gustative des produits qu'ils peuvent consommer. Même si ces achats sont réservés à des moments particuliers de la vie, il n'est pas question d'y renoncer. Ces productions sont d'ailleurs l'objet de marques, de signes de qualité reconnus ou de labels garantissant leur origine et les méthodes de production utilisées.

Depuis de nombreuses années, les consommateurs sont préoccupés par leur santé et celle de leurs proches. Les industriels et les commerçants sont contraints d'en tenir le plus grand compte. Ils portent donc une attention constante sur la qualité sanitaire des process industriels, notamment le respect de la chaîne du froid, car tout accident peut leur coûter très cher. En outre, tous les supermarchés disposent maintenant de rayons conséquents de produits issus de l'agriculture biologique et les magasins spécialisés se sont multipliés.

Le souci de la protection de l'environnement, sous ses différentes facettes, est très présent chez de nombreux citoyens européens. La Commission de l'Union européenne est désireuse d'intégrer ces préoccupations dans la future Politique Agricole Commune. Car jusqu'ici, les incitations passées, quoique complexes et contraignantes pour les agriculteurs, n'ont pas eu beaucoup d'effets. En sera-t-il de même avec la future réforme ?

Enfin les produits locaux sont recherchés par certains consommateurs. Lorsque c'est possible, ceux-ci s'approvisionnent directement à la ferme, sur les marchés du voisinage et pour quelques urbains par les AMAP. Ce n'est encore qu'un mouvement récent et limité. Et d'ailleurs, qu'est-ce qu'un produit local ? Car la proximité n'a évidemment pas le même sens en Europe ou aux Etats-Unis par exemple. C'est encore plus vrai si on y inclut un critère de taille de l'exploitation. Ce concept relativement nouveau est donc encore flou.

La grande distribution s'efforce d'anticiper les évolutions de la demande

La grande distribution a bien senti percer ces nouvelles demandes, et elle s'efforce d'y répondre à son tour et à son profit.

Chaque grande enseigne est à l'affût des tendances nouvelles qu'elle cherche à s'approprier par une offre nouvelle. Outre les produits issus de l'agriculture biologique de plus en plus banalisés, chacun s'interroge sur la tendance de demain, quitte à la susciter par la publicité avec des offres de plus en plus ciblées. On propose des produits sans OGM, d'autres indemnes de résidus de pesticides ou encore locaux.

Ainsi le groupe de surgelés Picard en association avec la fédération de l'agriculture biologique va lancer le label « bio, français et équitable ». Carrefour, les Magasins U, Casino et la coopérative Terrena prévoient de proposer un étiquetage unique certifiant que le bien-être animal est respecté...

Un sérieux embarras pour les agriculteurs

Dans un contexte à la fois très diversifié et très évolutif, le positionnement des agriculteurs est évidemment de plus en plus compliqué. Car ils doivent se déterminer et, le cas échéant, investir en fonction du ou des marchés qu'ils visent.

C'est relativement facile pour ceux qui sont en mono-production surtout si celle-ci est destinée à un marché de masse comme un céréalier américain, un producteur de tomates marocain ou un éleveur de bovins argentin. Les caractéristiques des produits évoluent peu au cours du temps. Ils doivent seulement répondre aux critères qui sont la règle sur les marchés internationaux. Ceux-ci exigent l'application de normes de qualité bien précises, le strict respect des délais de livraison et un volume minimum à la vente. Mais une fois ces obligations respectées, c'est le prix qui va déterminer la transaction.

Dans un pays à l'agriculture diversifiée comme la France, la situation des agriculteurs est beaucoup plus délicate. Certes nous exportons de grandes quantités de céréales, notamment à destination des pays tiers. Les céréaliers traitent avec leur coopérative, un négociant privé ou parfois directement avec un trader. Mais pour beaucoup de productions qui font l'objet d'une transformation industrielle ou qui sont livrées à une grande coopérative, les producteurs sont contraints de faire confiance aux commerciaux de ces entreprises qui sont chargés de prospecter les marchés. Ainsi un éleveur qui livre son lait à l'entreprise Besnier n'a aucun moyen d'action pour adapter sa production à la demande des consommateurs. C'est l'entreprise qui en décide.

Enfin la France est aussi un pays où les produits de qualités sont nombreux, où les consommateurs se soucient de leur santé et où les opportunités de s'approvisionner directement auprès des producteurs sont encore fréquentes. C'est pourquoi beaucoup d'agriculteurs sont « multicartes » : Par exemple, pour un agriculteur de la Sarthe, ses céréales sont sans doute destinées aux marchés internationaux par l'intermédiaire d'une coopérative, ses poulets sont vendus avec un label de qualité et une petite partie de sa production est peut-être commercialisée auprès d'une clientèle particulière.

Bien évidemment, la plupart de agriculteurs français ne sont pas dans une situation aussi compliquée. Ils sont néanmoins face à des exigences très diverses, provenant des consommateurs parfois très lointains. Les choix qu'ils doivent opérer ne sont pas simples. Ils le sont d'autant moins que la plupart d'entre eux n'ont pas de contact direct avec les consommateurs. Sont-ils alors contraints de se soumettre aux seules initiatives des industriels de l'agroalimentaire, ou peuvent-ils encore espérer jouer un rôle réel dans les décisions à prendre afin de maximiser leurs propres intérêts ?

A défaut, les pouvoirs publics sont-ils en mesure d'aider les agriculteurs dans leur approche des marchés ?

L'action des pouvoirs publics en faveur des agriculteurs

Dans notre économie libérale, il n'est pas dans les habitudes que les pouvoirs publics incitent directement les agriculteurs dans le choix de leurs productions afin de les ajuster aux besoins des consommateurs. De plus, il est évident qu'aucune instance nationale, régionale ou locale ne serait en mesure d'agir avec la rapidité de la grande distribution. Leur action devrait se situer sur un autre plan.

S'ils souhaitent intervenir, les dirigeants politiques doivent d'abord examiner le cadre géographique concerné, les circuits commerciaux existants et l'intérêt de préserver les marchés existants. Surtout, avant d'encourager les agriculteurs à modifier leurs productions et peut-être leurs modes de production, il est nécessaire de s'interroger sur leur capacité à y répondre positivement.

La PAC pourrait évidemment constituer le cadre d'une intervention publique visant à orienter les productions des agriculteurs. Et d'ailleurs, dans le passé, l'Europe a effectivement encouragé le

développement de certaines d'entre elles comme les oléagineux ou les protéagineux. Mais jamais il n'a été envisagé de lier les aides communautaires à tel ou tel mode de commercialisation.

Il est vrai que, dans les années 1960-1970, les gouvernements français de l'époque ont fait creuser le canal du Bas-Rhône-Languedoc pour développer les cultures fruitières. Ils ont aussi financé les bateaux de la compagnie Brittany Ferry pour exporter vers la Grande Bretagne les artichauts et les choux fleurs bretons. Ils incitaient alors directement les agriculteurs de ces régions à choisir ces productions ainsi que les circuits de commercialisation correspondants. Dans ces cas particuliers, l'ensemble de ces politiques proposées étaient cohérent. Mais l'époque n'est plus aux grands projets structurants.

En revanche, d'autres initiatives se multiplient quoique souvent sans beaucoup de réflexion. Ainsi lorsque de nombreuses collectivités décident que leurs cantines scolaires seront approvisionnées avec des produits bio ou locaux, elles n'ont pas du tout la certitude que les agriculteurs de la région pourront répondre à ce nouveau marché, surtout s'ils cultivent du blé et des betteraves à sucre. Il est alors à craindre que l'objectif ne soit pas atteint ou que les produits bio viennent de très loin. Il y a tout de même des exceptions comme la ville de Rennes dont les élus s'efforcent de maîtriser la croissance urbaine et d'installer des agriculteurs sur les espaces ainsi préservés. Ils ont vocation à approvisionner la ville avec des produits locaux et éventuellement biologiques.

Vers de nouvelles relations entre les agriculteurs et leurs clients

Ainsi les communes urbaines pourraient effectivement être les promotrices d'une nouvelle forme de relations avec certains agriculteurs, en particulier dans leur environnement proche. L'approvisionnement en fruits et légumes par exemple pourrait faire l'objet de contrats d'un nouveau genre. Pour les autres productions, c'est beaucoup plus compliqué.

Bien qu'il n'y ait pas de définition d'une production locale, ce concept est a priori facile à comprendre. Encore que les promoteurs des usines verticales qui offrent des légumes cultivés de manière totalement artificielle peuvent se vanter de produire localement, ce dont ils ne se privent pas. Or il n'existe aucune réglementation informant les consommateurs sur le mode de production des produits mis en marché.

En revanche, l'agriculture biologique et les produits de qualité font l'objet d'une réglementation administrative très précise, au moins pour les agriculteurs et les commerçants français, ainsi que, dans une certaine mesure, européens.

Mais la protection de la santé ou celle de l'environnement sont beaucoup plus difficiles à définir de manière objective. Or ce sont des concepts fréquemment mis en avant par les consommateurs lors de leurs choix alimentaires. Ce flou n'empêche pas les commerçants de proposer un grand nombre de produits censés être bénéfiques pour la santé.

Il reste l'arbitrage en faveur, ou non, des produits les moins chers. Le marché reste alors le seul guide des consommateurs, avec toutes ses imperfections, pour attirer les clients potentiels.

Et bien entendu, lorsque l'on ajoute plusieurs critères, il devient à peu près impossible de procéder à un choix rationnel. Le consommateur est donc contraint de faire des compromis entre ses différents souhaits. Ces compromis ne sont pas toujours bien rationnels.

En **Loire atlantique**, le département s'est engagé avec le Groupement d'agriculteurs biologiques (GAB 44), la chambre d'agriculture et la plate-forme d'achats « Manger bio 44 ». L'objectif est que les cantines scolaires offrent le plus souvent possible des produits bio ou locaux. Le département a donc lancé un appel à projets « Manger local et bio au collège ».

Ainsi les cuisiniers du collège Anita-Conté à Saint-Nazaire ont introduit des légumes et des produits laitiers bio à la cantine avec un impact financier assez faible par rapport à la nourriture habituelle. C'est avec la viande que le surcoût est vraiment sensible. Aujourd'hui 45 % des produits sont biologiques. Les repas sont tarifés 3 euros aux familles alors qu'ils coûtent 8 à 9 euros mais y compris les frais de personnels, de matériel et d'entretien du restaurant scolaire.

Dans **les Alpes maritimes**, la ville de Mouans-Sartoux (10 000 habitants) va plus loin encore : elle offre des plats 100 % bio depuis 2012. A cet effet, une régie agricole a été créée avec un nouveau plan d'urbanisme protégeant 120 hectares de terres qui assurent 80 % de la consommation de légumes des cantines scolaires. C'est un double choix à la fois écologique et d'appui à l'économie locale.

La demande émanant des consommateurs est un véritable casse-tête pour les agriculteurs car elle est très diverse et évolue rapidement. Or pour y répondre, il est nécessaire de procéder à des modifications profondes des systèmes de productions, ce qui implique des investissements importants qu'il n'est pas possible de remettre en cause en permanence.

Pour les agriculteurs, cette perplexité s'accompagne d'une réelle incapacité d'agir lorsqu'ils dépendent des entreprises auxquelles ils livrent leurs produits. C'est une forme d'intégration économique, sans les garanties d'un contrat fixant les droits et les devoirs de chacune des parties.

Seuls un petit nombre d'agriculteurs sont en relation directe avec les consommateurs. Mais leur situation reste fragile, sauf lorsque des contrats sérieux et de longue durée peuvent être négociés, avec une collectivité locale par exemple.