

PERMETTRE L'OFFRE ET LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS AGRICOLES*

L'histoire millénaire de la Méditerranée et sa vocation de carrefour culturel et civilisationnel ont fait de cette aire géographique un réservoir formidable de traditions culinaires. Au cours de ces siècles d'expérimentation et d'échanges (souvent forcés) s'est peu à peu construit un patrimoine alimentaire méditerranéen aussi singulier que riche en diversités. Cet héritage semble pourtant fragilisé par les nouvelles dynamiques démographiques et agro-alimentaires actuellement à l'œuvre en Méditerranée.

Comme les civilisations, les modes alimentaires ne sont pas éternels. Plus que la transformation inévitable qu'elles pourraient subir – le temps est forcément un facteur de modification –, les traditions culinaires méditerranéennes pourraient être menacées de disparition dans le contexte inédit de globalisation qui tend à disqualifier les zones peu compétitives. Pis, c'est tout l'environnement social et paysager de la Méditerranée qui se trouve aujourd'hui en danger alors que, paradoxalement, le monde (occidental) découvre l'intérêt gustatif et sanitaire de l'alimentation méditerranéenne, et que les tentatives d'imitation de ses produits se multiplient.

La filière agricole et agro-alimentaire de la région présente des caractéristiques contrastées, associant, d'un côté, des énergies et des savoir-faire mobilisant le potentiel de l'agriculture régionale et, de l'autre, des déficiences importantes en termes de logistique et de mise en marché des productions. Tout se passe comme si la zone méditerranéenne ne parvenait pas à exploiter efficacement le réservoir agricole et alimentaire, qui pourrait se révéler sans doute avec une coopération plus intense et plus solidaire. C'est pourtant là un enjeu majeur pour l'avenir socio-économique, politique et environnemental de la région. Il en va également de son image à travers le monde, puisque son alimentation et ses produits phares représentent pour la Méditerranée de puissants vecteurs identitaires.

* - Ce chapitre a été rédigé sur la base de documents élaborés par Annarita Antonelli (Ciheam-IAM Bari), Omar Bessaoud (Ciheam-IAM Montpellier), Giulio Malorgio (Université de Bologne) et Patrizia Pugliese (Ciheam-IAM Bari).

Tendances et dynamiques de l'organisation de l'offre agro-alimentaire en Méditerranée

Des filières sous influence de l'industrie et de la distribution

Le secteur agro-alimentaire méditerranéen affiche depuis quelques années, sous des formes et à des degrés différents selon les pays, un dynamisme affectant tous ses segments, à commencer par les consommations alimentaires, considérées d'ailleurs comme le moteur du processus de transformation d'un système économique donné. Les préférences des consommateurs ne sont pas figées, mais déterminées par de nombreux facteurs, comme l'évolution du tissu socio-économique et les habitudes culturelles des populations. La taille de la famille, l'augmentation du travail féminin, le pluralisme ethnique croissant, le processus d'urbanisation, la répartition des revenus et, en dernier lieu, le niveau de scolarisation et d'éducation alimentaire ont des répercussions importantes sur les goûts, les attitudes et donc sur la consommation. Les préférences vont aujourd'hui davantage vers les produits alliant un contenu nutritionnel satisfaisant à des services répondant aux besoins diversifiés d'un marché toujours plus segmenté. Ces facteurs ont des effets sur les aspects structurels, organisationnels et économiques des stades en aval de la filière agro-alimentaire comme la distribution et l'industrie, sans oublier que l'ensemble suppose une logistique de transports et de conservation souvent élaborée et précise.

L'importance fondamentale des processus de distribution au sein du secteur agro-alimentaire est particulièrement vérifiable en Méditerranée du Nord. La distribution – dans ses formes d'organisation moderne, avec le développement des technologies d'information et de logistique, la croissance de sa position dans l'économie agro-alimentaire et l'utilisation de leviers marketing toujours plus sophistiqués – joue un rôle de premier plan. Elle garantit la qualité des produits et la sécurité alimentaire du consommateur tout en exerçant une influence sur le développement en amont de la filière. Dans les PSEM, le faible niveau technologique et les contraintes structurelles, à commencer par les raréfactions foncières et hydriques, ont ralenti le rythme de la transformation et provoqué une faible intégration et une croissance inefficace du secteur agro-alimentaire, peu soutenue par ailleurs par des facteurs plus immatériels. Le rôle des connaissances scientifiques et des applications technologiques comme l'information, la logistique et les biotechnologies sont en effet une composante potentielle de l'atout compétitif pour les systèmes d'entreprise dans la mesure où elles permettent de répondre plus vite et mieux aux sollicitations du marché, et de réduire les écarts de productivité et de revenus entre les systèmes agro-alimentaires du nord et ceux du sud de la Méditerranée.

Où en est l'industrie agro-alimentaire ?

L'industrie alimentaire constitue une activité économique importante de coordination et de développement du secteur agro-alimentaire. À travers la standardisation des processus et la transformation des produits, elle parvient à s'adapter aux changements de la demande, et à assurer le transfert des biens dans le temps et dans l'espace, tout en entraînant la modernisation du secteur agricole. L'évolution des exigences des consommateurs, la concurrence internationale croissante, la globalisation des marchés et l'introduction d'innovations technologiques sont les facteurs déterminants de la

dynamique de l'industrie alimentaire, toujours plus orientée vers un processus de spécialisation et de différenciation.

Elle présente en Méditerranée une forte hétérogénéité. Dans ce secteur, l'Italie, l'Espagne et la France représentent environ 75 % du chiffre d'affaires des pays méditerranéens, contre 5 % seulement pour un grand pays comme la Turquie. Plusieurs tendances semblent à l'œuvre :

- une concentration au sein du secteur agro-alimentaire afin de profiter des économies d'échelle et gagner en compétitivité ;
- des stratégies de différenciation pour réagir à la segmentation du marché ;
- des investissements en publicité pour renforcer la réputation de la marque du producteur et utiliser de façon plus efficace les stratégies de marketing ;
- des dépenses dans les domaines de la R & D et de l'innovation, orientées vers l'amélioration de la qualité et les TIC ;
- une croissance de la compétition à la fois horizontale entre les industries et verticale entre l'industrie et la distribution ;
- la création d'opportunités pour les PME à travers la diffusion, par les entreprises de la grande distribution, des stratégies de différenciation et le développement des systèmes locaux agro-alimentaires.

En dépit de ces tendances communes, les transformations et le dynamisme du secteur n'ont pas le même rythme d'une rive à l'autre, et les performances varient fortement. Pour les mesurer, le Ciheam a construit un indice synthétique qui inclut la productivité du travail, le taux de valeur ajoutée et sa croissance, et la capacité productive. L'indice moyen est de 3, tous les pays du Sud étant en dessous, à l'exception d'Israël, ceux du Nord au-dessus.

Dans les pays du Nord, l'industrie agro-alimentaire connaît une augmentation de la production annuelle en volume et en valeur, une croissance de la valeur ajoutée par emploi et une augmentation des investissements tangibles. Dans les PSEM, elle est entravée par des contraintes qui ralentissent le développement et l'efficacité de son rôle dans l'émergence d'un système agro-alimentaire global : un profil artisanal (atomisation de l'offre, équipements obsolètes, etc.), un bas niveau de compétitivité des industries publiques (protégées dans certains cas par des situations de monopole), de faibles investissements dans la recherche et l'innovation, une main-d'œuvre insuffisamment qualifiée, des insuffisances liées à la qualité et à la standardisation du produit, des chaînes logistiques incomplètes, des coûts élevés et des pertes des produits aux segments de la conservation et de la distribution. D'autres handicaps connexes se greffent par ailleurs : la faible productivité du secteur agricole bien entendu mais également le faible développement des secteurs de l'emballage et des équipements industriels, l'absence d'intégration commerciale entre les PSEM et un climat général des affaires peu propice.

Toutefois, quelques signes de modernisation du secteur peuvent être identifiés grâce à la présence croissante de grandes entreprises privées. Issus souvent des rachats des

propriétés publiques (Cevital en Algérie, Poulina en Tunisie, le groupe ONA en Maroc, Lakah, Orascom et Ghabbour en Égypte, Koç Holding et Sabanci Holding en Turquie, etc.), ces groupes sont très diversifiés et investissent dans l'industrie agro-alimentaire par le biais d'entreprises subsidiaires spécialisées. Des partenaires étrangers leur permettent de bénéficier de leurs compétences techniques et commerciales. Cette coopération est en particulier fréquente dans le secteur laitier et des eaux embouteillées (avec Danone et Nestlé notamment). À côté de ce tissu d'entreprises nationales, il faut aussi signaler l'implantation croissante d'entreprises multinationales (installations directes, partenariats ou alliances)¹ et l'effort de modernisation poursuivi par les PME locales souvent encouragé par des programmes publics locaux². Ce dynamisme, somme toute récent, paraît confirmé par l'analyse des indicateurs économiques dans la période 1998-2003 : une augmentation significative de la valeur ajoutée de l'industrie agro-alimentaire a été enregistrée en Égypte (+ 35,4 %) et en Turquie (+ 22,4 %), ainsi qu'une autre, très significative, de la valeur ajoutée par emploi au Maroc (+ 22,5 %) et en Turquie (+ 14,7 %).

Et la grande distribution ?

La grande distribution agro-alimentaire a connu ces dernières années un changement remarquable au niveau structurel et organisationnel. Ce secteur n'est plus un simple canal pour le transfert des produits du producteur au client final, mais une contribution stratégique à la création de valeur pour le consommateur. Cette distribution moderne, guidée par des stratégies de différenciation, dynamisée par des concentrations opportunes et enrichie par l'introduction des technologies de l'information occupe aujourd'hui une position de force par rapport aux autres agents du système et se permet même d'introduire des signes officiels de qualité des produits à destination des consommateurs. Sa priorité, basée principalement sur la connaissance des préférences du consommateur et le rapport de confiance qui en résulte, la place en situation d'exercer une action de gouvernance sur l'offre alimentaire.

Dans les pays nord-méditerranéens, la part de marché des hyper- et supermarchés dans les systèmes de distribution connaît une croissance soutenue, au détriment des petits magasins. En France, cette part est passée de 63 % en 1994 à 70 % en 2004 alors que celle des magasins traditionnels s'est réduite de 19 % à 16 %. Au Portugal, elle s'est accrue de 25 % sur la période 2001-2005. En Grèce, le nombre des supermarchés a augmenté de 16 % entre 1999 et 2003. Sur la même période en Espagne, la croissance est encore plus nette puisque la part de la grande distribution a augmenté de 60 %. Simultanément, on observe une croissance du chiffre d'affaires pour ces grands opérateurs commerciaux.

L'approvisionnement des grandes surfaces est réalisé par les importateurs en Grèce et en Espagne, pour une partie au Portugal (le reste se fait chez les grossistes). La France et l'Italie ont recours aux centrales d'achat. Les grands distributeurs ont également créé des canaux d'importation préférentiels et développé les relations directes avec leurs fournisseurs pour mettre en place de nouvelles démarches de qualité des produits alimentaires et créer ainsi une série de labels privés au sein de l'enseigne.

1 - Les cent premières multinationales contrôlent cent soixante entreprises subsidiaires dans la région du Sud (Tozanli, 2004).

2 - Ce phénomène observé notamment en Tunisie et Maroc se traduit par une modernisation des équipements, la présence d'une main-d'œuvre qualifiée, l'amélioration de la qualité des produits et l'adhésion aux systèmes de certification européens.

L'internationalisation des entreprises est relativement forte en Espagne (31 % des grands magasins sont de propriété française, 10 % de propriété hollandaise et 6 % de propriété allemande). Au Portugal, la plupart sont de propriété mixte, avec des partenaires français, hollandais, allemands ou espagnols. En Grèce, 14 % des supermarchés sont de propriété conjointe belge et grecque, et 8 % allemande et grecque.

Dans les PSEM, plusieurs contraintes (culturelles, économiques et administratives) ont limité les développements de la distribution moderne. On observe cependant une corrélation positive entre les investissements directs étrangers et le développement des grandes surfaces (Reardon *et al.*, 2003). Les stratégies de la grande distribution sont des stratégies de différenciation³ et de renforcement des processus d'intégration verticale (Codron *et al.*, 2004)⁴.

Reardon et Swinnen (2004) ont identifié certains effets du développement des grandes surfaces sur les petites entreprises agro-alimentaires, comme la création de marchés de produits de qualité supérieure à haute valeur ajoutée commercialisant de grands volumes. Ces grandes et moyennes surfaces offrent une opportunité, en termes de qualité et de volumes, aux PME dont la marge d'action n'est plus limitée aux marchés locaux caractérisés par des prix bas et des contrôles de qualité insuffisants. Leur accès aux grandes surfaces est cependant difficile à cause des exigences plus contraignantes de la grande distribution, en matière de caractéristiques des produits et de transactions (grands volumes, stabilité de l'approvisionnement en quantité et en qualité, efficacité, sécurité alimentaire, etc.). La sélection des fournisseurs se fait sur la base de critères de plus en plus stricts impliquant en amont des investissements lourds.

Le nombre de grandes surfaces n'a cessé d'augmenter : il passe en Égypte de 2 à 7 entre 2000 et 2003 ; en Turquie, de 1996 à 2002, les supermarchés et les hypermarchés augmentent respectivement de 202 % et de 278 %, alors que le nombre de *bakkals* a diminué de 26 %. Les entreprises de la grande distribution tendent également à s'internationaliser, la propriété des grandes surfaces étant souvent étrangère dans les PSEM. Le niveau d'internationalisation varie en moyenne entre 20 % pour l'Égypte et la Turquie et 50 % pour les pays du Maghreb⁵.

Des filières sous la pression des échanges : l'émergence des standards de qualité

Deux éléments contribuent à la transformation des échanges commerciaux dans la région. Les changements de comportement des consommateurs modifient considérablement la nature de la compétition économique et commerciale, les sources de l'avantage compétitif et les rapports entre les entreprises de la filière agro-alimentaire. De

3 - Dans le secteur des fruits et légumes, par exemple, les distributeurs traditionnels offrent un prix bas et des produits frais alors que les grandes surfaces focalisent leurs stratégies sur d'autres caractéristiques (par exemple, la sécurité sanitaire des aliments et produits alimentaires).

4 - La nécessité de mettre sur le marché un produit de haute qualité au même prix que dans les souks et les bazars a souvent pour effet le développement des relations verticales d'approvisionnement.

5 - Par exemple, en Turquie, on retrouve des entreprises de propriété mixte turque et française (Carrefour, Champion, Dia), ou anglaise, allemande et américaine. En Égypte, on a seulement deux entreprises faisant parties d'une *joint venture* internationale (Shoprite et Carrefour). Au Maroc, la présence internationale est très puissante (notamment française et hollandaise). Celle-ci se retrouve dans les grandes surfaces (Marjane, Metro) aussi bien que dans les petits supermarchés. En Tunisie aussi, la présence internationale est très forte, notamment française (Carrefour et Casino).

nouvelles possibilités de différenciation des produits et services apparaissent notamment, en fonction des besoins plus élaborés des consommateurs, ce qui permet de surmonter en partie la contrainte de la concurrence fondée sur le seul prix. Parallèlement, les négociations multilatérales en cours au sein de l'OMC imposent une diminution des barrières commerciales et la réduction du soutien interne aux politiques agricoles, notamment à l'égard des pays en développement. À la lumière de ces éléments, on comprend mieux les nouveaux enjeux posés aux échanges des produits agricoles en Méditerranée.

Les différences structurelles, économiques et sociales des pays méditerranéens conduisent à une hétérogénéité des niveaux qualitatifs et des normes en vigueur dans les différents systèmes productifs. La libéralisation des échanges et l'ouverture du marché posent l'impératif d'une convergence et d'une harmonisation de la réglementation des normes de qualité des produits agro-alimentaires et de la sécurité alimentaire.

Les pays européens de la rive nord portent une attention grandissante à la qualité et à la sûreté sanitaire des aliments. Ce contexte a fortement pesé sur les réformes récentes de la PAC, plus soucieuse de l'environnement et de la protection du consommateur, mais stimulé l'émergence d'agences spécialisées en matière de sécurité sanitaire alimentaire. Cette recherche de qualité se traduit par le développement des labels (AOC, IGP, AOP) certifiant les produits agricoles et alimentaires. Dans le cas des PSEM, les politiques agro-alimentaires sont surtout tournées vers l'aspect quantitatif de la production et vers la modernisation des entreprises par l'intensification et l'amélioration de la compétitivité des prix. Peu à peu, des mesures d'amélioration de la qualité ont été introduites dans le cadre du fonctionnement des marchés locaux et d'exportation. Toutefois, les retards institutionnels relatifs aux procédures de certification et de contrôle sont encore nombreux en raison du manque de ressources financières allouées aux innovations, au management des exportations et au développement des infrastructures commerciales. L'implantation de procédures de certification de qualité requiert en effet des investissements considérables et spécifiques et des connaissances technologiques et organisatrices dont beaucoup de PSEM ne disposent guère. Elles exigent aussi de perfectionner la connaissance des normes existantes appliquées dans les différentes phases de la chaîne alimentaire et de promouvoir des programmes de formation des opérateurs économiques et d'information des consommateurs.

Une série de négociations relatives aux accords sur l'évaluation de la conformité des produits et sur l'harmonisation des standards et des caractéristiques techniques devrait être ouverte de manière à réduire les coûts de transaction et à faciliter le processus de libéralisation des échanges. De cette manière, la région méditerranéenne pourrait tirer des avantages du développement et de l'application des systèmes de certification partagés et de standards qualitatifs reconnus, et jeter ainsi les bases d'une croissance maîtrisée des échanges et d'un développement coordonné de la filière agro-alimentaire le long de l'axe Nord-Sud.

La coopération internationale : l'expérience du Couloir vert et de la *Green Trade Initiative*

Le Couloir vert, programme de coopération entre l'Italie et l'Égypte signé en 2002, a pour but de renforcer la collaboration entre ces deux pays dans le secteur agro-alimentaire. En vue de tirer des bénéfices communs dans le contexte de la globalisation des marchés, l'objectif est à la fois d'augmenter les exportations de produits maraîchers égyptiens vers l'Italie et à travers ce pays vers l'Europe, et d'ouvrir les marchés égyptiens à certains produits italiens. Ce dispositif intègre un principe de saisonnalité et de contingentement pour éviter une concurrence entre les deux pays. Cette idée d'un couloir préférentiel entre l'Égypte et l'Europe *via* l'Italie doit notamment satisfaire la demande européenne croissante en produits frais, liée à la réduction de la capacité de production de l'Europe, elle-même due aux changements climatiques en cours mais également à la réduction constante de la fertilité des terres arables et aux coûts de plus en plus élevés de la main-d'œuvre qui dissuade certains producteurs. L'initiative a été financée par le Programme de conversion de la dette (*Debt for Development Swap*), dont le fonds est utilisé pour le financement de projets pour la promotion du développement socio-économique et pour la sauvegarde environnementale du pays. L'Italie a ainsi été le premier pays à reconvertir les dettes de l'Égypte.

Très récemment, cette initiative a évolué dans le cadre de la *Green Trade Initiative* qui, sur la base des résultats du projet pilote financé par le Couloir vert, confirme la vision originale de l'initiative, en donnant plus de relief aux thématiques du contrôle phytosanitaire et de la traçabilité des productions égyptiennes destinées à l'export. La *Green Trade Initiative* se propose en particulier d'améliorer la logistique dans les ports de départ, de soutenir la création d'une ligne de navigation *ad hoc* qui puisse répondre aux exigences des volumes plus importants au départ de l'Europe et de mettre en place un système de contrôle phytosanitaire intégré, efficace et réel. Ce système doit permettre la création de guichets de contrôle uniques (pour les aspects phytosanitaires, douaniers et autres) dans le pays d'origine des produits, dans le but d'accélérer l'expédition des formalités dans les deux pays, mais aussi de coordonner et d'harmoniser les procédures et les règles entre pays exportateur et pays importateur.

L'objectif du projet pilote était de produire et d'exporter, en dix-huit mois, environ 3 000 tonnes de produits frais par le contrôle de toute la filière, y compris les phases de post-récolte comme le packaging, la chaîne du froid, le transport interne et l'envoi vers l'Europe *via* les ports italiens, tout en augmentant les standards de qualité des productions égyptiennes et en appliquant les principes de saisonnalité. Son existence a déclenché une série d'initiatives privées entre l'Italie et l'Égypte qui vont favoriser le développement de l'organisation de l'offre des petits producteurs égyptiens, en améliorant leurs conditions socio-économiques.

Système local, terroir et valorisation des produits méditerranéens

Produits de qualité, diversification des activités et gouvernance dans les territoires locaux

Les dynamiques de marché semblent marquées ces dernières années par une forte croissance de la demande de produits de qualité. En France, les trois types de marché dans le secteur de la distribution connaissent une tendance tout à fait significative de cette évolution : les marchés des produits standards qui assurent 75 % de la distribution voient leur croissance annuelle atteindre à peine 0,1 %, tandis que les aliments-santé, qui certes

ne représentent que 5 % du marché, ont une croissance de 15 à 20 % selon les années. Les produits « authentiques et/ou les produits gourmands », qui représentent 20 % de part de marché, ont quant à eux un taux de croissance annuel de 5-10 % (Rastoin, 2006; de Sainte-Marie et Bérard, 2005). Celui du marché des produits biologiques s'élève à 10 % depuis 1999, soulignant également l'aspiration à la qualité. Actuellement, sur les 650 000 agriculteurs français, 180 000 sont plus ou moins liés à des démarches de qualité (soit plus de 27 %). La mise en place de législations et le cadre organisationnel (organisations de producteurs) ont favorablement impulsé ces dynamiques de marché dans les pays d'Europe comme dans les PSEM. L'UE s'est dotée en 1992 d'une série de textes réglementaires relatifs aux systèmes de protection et de valorisation des produits agro-alimentaires (AOP, IGP, STG).

Les différents systèmes de protection des produits

L'*appellation d'origine protégée* (AOP) désigne la dénomination d'un produit dont la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté. Dans le cas de l'*indication géographique protégée* (IGP), le lien avec le terroir demeure à l'un des stades au moins de la production, de la transformation ou de l'élaboration, et le produit peut jouir d'une grande réputation. La mention *spécialité traditionnelle garantie* (STG) ne fait pas référence à une origine mais a pour but de mettre en valeur une composition du produit ou un mode de production traditionnel. D'autres signes de qualité se sont développés autour des processus de production comme l'*agriculture biologique* (AB) et l'*agriculture raisonnée*. La notion de « *label de qualité* » est plus large et englobe tout signe apposé sur un produit destiné à fournir une information sur la qualité intrinsèque du produit.

Le règlement (CE) n° 383 / 2004 a introduit davantage de transparence dans la politique de protection des appellations des produits agricoles. Outre le fait qu'il complète la législation en vigueur, ce règlement tente de répondre à d'autres préoccupations, au sujet du risque d'entraves à la libre circulation sur le marché intérieur ainsi que des difficultés causées aux exportateurs des pays en développement. Il ouvre des perspectives de coopération avec les exploitants agricoles et les autres acteurs des pays en développement en proposant une assistance technique dans l'élaboration des régimes ayant une incidence sur les importations.

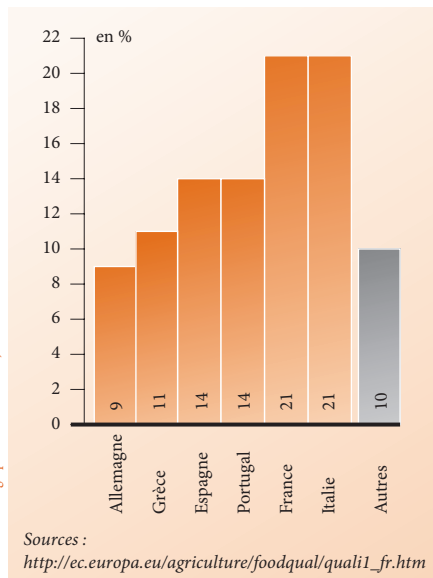
Au-delà de ces règlements, les productions de qualité constituent une composante majeure de la politique de modernisation agricole en Europe. Des aides sont prévues dans le cadre de la PAC en vue d'assurer un positionnement stratégique par la requalification et la valorisation des produits agricoles ou alimentaires⁶. De son côté, le nouveau Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader) offre désormais l'opportunité d'un soutien pour perfectionner la qualité de la production et des produits agricoles, améliorer l'environnement et le paysage rural, encourager les activités touristiques dans le cadre de la diversification de l'économie rurale, mener des études et engager des investissements pour l'entretien, la restauration et la revalorisation du patrimoine culturel⁷.

6 - Décision du Conseil, du 20 février 2006, relative aux orientations stratégiques de la Communauté pour le développement rural (période de programmation 2007-2013). Cf. Loi d'orientation française : titre IV chapitre 1 relatif à la coopération agricole et à la valorisation des produits agricoles ou alimentaires.

7 - Cf. Règlement CE n° 1698-2005 du 20 septembre 2005. Les différents aspects du soutien sont étroitement liés entre eux,

En 2007, plus de 700 produits ont bénéficié d'une autorisation d'enregistrement en AOP, IGP dans l'UE à vingt-sept. Près de 600 d'entre eux sont originaires des pays méditerranéens, soit plus de 80 % des produits inscrits (cf. graphique 1). Quinze produits dont quatre spécialités méditerranéennes ont fait l'objet d'une inscription en STG (spécialité traditionnelle garantie). Fromages, fruits et légumes représentent la moitié de ces enregistrements suivis par l'huile d'olive (15 %).

Graphique 1 - Répartition des AOP-IGP en Europe, 2007



Dans le domaine de l'agriculture biologique, la Commission a lancé en juin 2004 un nouveau plan d'action européen issu d'une vaste consultation associant les États membres, les institutions communautaires, les acteurs et toutes les parties prenantes au processus de développement de ce type d'agriculture (Commission européenne, 2006, p. 3). Plus récemment, un nouveau règlement a été publié, qui tient compte des évolutions récentes, tant en termes de principes que de besoins⁸. L'agriculture biologique a connu un développement spectaculaire ces dernières années dans les pays d'Europe méridionale qui représentent environ 50 % des surfaces en 2005. Les fruits et légumes constituent la catégorie la plus importante (25 % du marché européen total en 2005) de ce secteur. Essentiellement produits en Italie, en Espagne et en Grèce, ils sont exportés dans les pays du Nord qui s'approvisionnent aussi dans les pays tiers.

Les marchés mondiaux de produits biologiques explosent et dépassent 30 milliards de dollars en 2005. Les prévisions de l'Organic Monitor (2006) montrent que la demande est aujourd'hui bien supérieure à l'offre dans les pays européens en particulier⁹. À l'échelle mondiale, le dynamisme de la filière se vérifie : les produits biologiques représentent 26 milliards de dollars en 2003 et les projections pour 2012 estiment un volume d'échanges à 71 milliards de dollars.

À côté des signes officiels de qualité conçus dans un cadre réglementaire européen, d'autres se développent notamment par le biais de la grande distribution. Une convention établie entre un distributeur et un groupement de producteurs, sur la base d'un cahier des charges, garantit alors la qualité des produits et le respect de bonnes pratiques agricoles pour une meilleure valorisation du produit auprès des consommateurs (ainsi Carrefour avec le label « Qualité Carrefour »). Ce souci de la qualité transparait

⁸ L'offre de produits de qualité accompagne ou précède selon les cas le développement des activités touristiques par exemple. Il y a formation d'une offre de type « lancastérienne », et toute la question se ramène à un processus à engager pour fédérer, structurer et valoriser conjointement l'offre de loisirs, le tourisme, la ferme auberge, la table d'hôte, etc.

⁸ - CE n° 834/2007 et n° 2092/91.

⁹ - Les consommateurs ont de plus en plus une image positive des produits biologiques (huit Français sur dix selon les études) et plus d'un Français sur deux a consommé des produits en 2006 alors qu'ils n'étaient que 37 % en 2003.

Tableau 1 - Inventaire des AOP-IGP pour les pays d'Europe méridionale, 2006

Produits/pays	Grèce	Espagne	France	Italie	Portugal	Total/ produits
Fromages	20	19	42	31	12	124
Produits à base de viande	-	10	4	28	31	73
Viandes (et abats frais)	-	13	50	2	25	90
Poissons-mollusques	1	-	2	-	-	3
Autres produits d'origine animale (miel, lait...)	1	2	6	2	10	21
Huiles et matières grasses-huile d'olive	25	16	-	37	5	83
Olives de table	10	-	3	2	1	16
Fruits, légumes et céréales	22	28	24	45	19	138
Produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie, biscuiterie	1	6	2	3	-	12
Produits non alimentaires divers	4	-	2	3	-	9
Autres produits de l'annexe	-	3	-	-	-	3
Autres boissons	-	-	5	2	-	7
Total	84	97	140	155	103	579

Sources: UE.

également au Nord avec l'augmentation de la consommation de fruits et légumes, qui permet de lutter contre l'obésité et contre les maladies chroniques, et représente par ailleurs, dans de nombreux pays d'Europe, l'un des principaux objectifs des politiques alimentaires et sanitaires¹⁰. L'objectif de la réforme de l'organisation commune des marchés (OCM) fruits et légumes, préconisée en 2007 par la Commission européenne, est explicitement « la transformation d'une position qui était celle d'une rente commerciale en une rente de qualité¹¹ ».

Dans le secteur du vin, la recherche de la qualité est aussi une priorité évidente. Les marchés ne sont plus dominés en volume par les seuls vins de table, et l'attention à la qualité devient dominante dans tous les segments du marché où se côtoient les signes

10 - Une Alliance internationale des fruits et des légumes a été créée à l'occasion de l'ouverture du 18^e Congrès international de la nutrition qui s'est déroulé à Durban, en Afrique du Sud, du 19 au 23 septembre 2005. Son objectif est de développer des programmes qui a pour but de favoriser la consommation de fruits et légumes pour combattre l'obésité et les maladies chroniques liées à une mauvaise alimentation. Des plans gouvernementaux sont pris en charge par les instituts de nutrition pour encourager le commerce de fruits et légumes (voir la stratégie Interfel-Europe).

11 - La production de fruits et légumes représente 3,1 % du budget de l'UE et 17 % de la production agricole totale de l'UE en 2005.

officiels de distinction (appellations, indications géographiques de provenance, cépages) et de nouvelles règles institutionnelles ou organisationnelles (certification de qualité ISO 9000, certification environnementale ISO 14000 et traçabilité)¹². La réforme OCM vin préconisée par Bruxelles a pour but d'affirmer la réputation des vins de qualité européens afin de reconquérir des parts de marché accaparées par les pays de l'hémisphère sud¹³. Cette réforme recommande que la politique de qualité-indications géographiques doit être « mise en adéquation avec les dispositions de l'accord ADPIC », « valoriser le concept de VQPRD dans le monde », et « renforcer le rôle des organisations interprofessionnelles pour que la qualité des vins produits sur le territoire qu'elles couvrent puisse être gérée et contrôlée ».

D'importantes initiatives publiques et privées, locales et nationales, ont été entreprises pour améliorer le cadre institutionnel et organisationnel de la qualité des produits, développer les produits locaux et l'agriculture biologique. Dans les PSEM, le nouveau cadre légal et les politiques agricoles mises en place ont amélioré l'offre de produits méditerranéens, tandis que l'on assiste à une augmentation des surfaces dédiées à l'agriculture biologique. Dans cette perspective de promotion de la qualité, le rapprochement commercial avec une Europe qui y est très attachée est à l'évidence un vecteur supplémentaire de transformation des pratiques.

Dans le cadre de l'exigence européenne accrue en matière de normes de qualité et de sécurité, le concept de qualité se développe à l'instar du référentiel européen de la bonne pratique en agriculture (Eurepgap). On peut souligner le considérable effort entrepris, aussi bien par les institutions publiques que privées, pour la mise en œuvre de programmes destinés à améliorer les systèmes de qualité dans différents secteurs de production avec la coopération des pays européens en vue de maintenir un dialogue commercial avec l'UE. Cet effort concerne en particulier l'accréditation d'organismes pour la certification ISO et la création d'organismes de contrôle de la qualité pour l'agriculture biologique. Un tel processus ne constitue pourtant pas une pratique très répandue car au sein des systèmes productifs, il y a une fragmentation de la filière d'approvisionnement. En particulier, les relations avec les exportateurs sont moins directes et les relations verticales inexistantes.

Il existe, dans tous les PSEM, une nette distinction entre les produits alimentaires destinés au marché interne et ceux destinés à l'exportation. Ces derniers font l'objet des plus gros efforts en termes de procédures d'application des critères qualitatifs et des mécanismes de certification qui, outre le respect des minima sanitaires et qualitatifs, permettent d'atteindre les marchés de l'UE et d'y être relativement appréciés. Certains opérateurs, dans le secteur fruits et légumes ou bien dans l'industrie alimentaire au Maroc, en Turquie, en Tunisie et en Égypte ont déjà adopté des systèmes de certification, par exemple Eurepgap et HACCP, avec l'utilisation d'un système de traçabilité qui répond aux dispositions de la réglementation UE 178/2002.

La Tunisie tente de promouvoir ces orientations dans le cadre de la stratégie de développement de ses marchés (exportations et marchés intérieurs associant notamment le

12 - Les plantations de vignes AOC ont augmenté de près de 30 % ces vingt dernières années en France.

13 - La Commission européenne annonce la libéralisation totale des droits de plantations à l'horizon 2013 afin d'accélérer la restructuration des exploitations.

secteur du tourisme)¹⁴. Une politique de label « huile d'olive de Tunisie » est actuellement initiée et un référentiel « Fruits et légumes » a été défini afin d'obtenir l'Eurepgap¹⁵. Un Fonds de promotion de l'huile d'olive conditionné vient d'être créé dans le cadre du XI^e plan (2007-2011)¹⁶. Au Maroc, outre les dispositifs arrêtés dans le cadre de la stratégie de développement rural 2020 et ceux affichés dans les différents programmes agricoles, des réglementations sont en cours d'élaboration et des activités de formation définies pour améliorer la qualité et diversifier les services. Un inventaire des produits de terroir a également été réalisé. Les mêmes principes sont fixés dans les politiques agricoles et rurales algériennes. Le gouvernement algérien s'est doté d'un Institut de normalisation (loi 04-04 du 23 juin 2004) et a défini le cadre légal relatif à la protection des consommateurs (loi 89-02 relative à la consommation). Un inventaire des produits de terroir est en cours et un cadre législatif réglementant les procédures de certification et de labellisation des produits agricoles est annoncé. En 2006, sous la pression des organisations de producteurs d'huile d'olive, des certificats déterminant la qualité et un label commercial ont été délivrés par le ministère de l'Agriculture et du Développement rural.

La Turquie, s'inspirant des règlements européens de 1992, s'est engagée très tôt dans une politique offensive de protection. Entre 1995 et 2003, elle a confié à l'Institut des patentes le soin d'appliquer les règles relatives aux indications géographiques (IG), ce qui lui a permis d'obtenir la reconnaissance de 67 produits protégés dont 30 produits de l'IAA (fruits secs). Le pays dispose aujourd'hui de ses propres organismes de certification pour les produits biologiques.

Le développement actuel de cette filière biologique traduit aussi le basculement dans une stratégie de qualité. Elle est encouragée dans tous les PSEM, et les taux de croissance des surfaces sont partout élevés, que ce soit en Tunisie, au Maroc, en Turquie, en Égypte et plus récemment en Algérie, au Liban et en Syrie. Les productions biologiques se caractérisent dans ces pays par de fortes spécialisations : arganier et plantes condimentaires et aromatiques au Maroc, oliviers en Tunisie et dattes en Algérie. Si les productions sont destinées pour partie au marché intérieur en Égypte (40 % de la production), dans les pays du Maghreb en revanche, les marchés extérieurs constituent la principale cible des producteurs et des exportateurs.

Malgré ces signes encourageants, quelques pesanteurs se font sentir au sein des PSEM. Le cadre légal et institutionnel y est en effet inachevé. Les référentiels de bonnes pratiques agricoles ne sont pas définis et les instruments de certification, de traçabilité des produits et de contrôle des normes sanitaires ne sont pas toujours opératoires, loin s'en faut. Faute d'une gestion insuffisante du risque sanitaire, des conflits peuvent se produire entre les pratiques routinières et les nouvelles régulations hygiéniques définies pour des marchés européens. Cela conduit des opérateurs économiques extérieurs à imposer aux producteurs ou aux distributeurs locaux des « règles du jeu ». Le déficit

14 - Cf. les orientations du XI^e plan (2007-2011).

15 - Ce référentiel « Fruits et légumes » contient 14 chapitres et 214 points de contrôle qui doivent être audités, dont 49 sont des exigences majeures à respecter dans le cadre d'Eurepgap. À titre d'exemple, la société Exploitation agricole Douala a été certifiée par Eurepgap. Cette certification lui permet de pénétrer les marchés européens avec son produit certifié « Pomme de terre ».

16 - 1 % de l'huile d'olive est conditionnée (2 000 tonnes en 2007). Les prévisions de production du XI^e plan sont de 210 000 tonnes contre 142 000 tonnes pour le X^e plan (2002-2006).

d'infrastructures commerciales, de moyens de communication et de transport, de chaînes du froid ou de conditionnement fait également obstacle au développement de nombreux marchés locaux et régionaux.

Tout n'est pas parfait non plus en Europe où le cadre législatif est complexe (multiplication des critères de qualité, des labels et des filières) et n'est pas unifié. Aussi la Commission a-t-elle beaucoup de mal à faire valoir et à protéger ses modes de production et ses dénominations face aux nouveaux pays producteurs. Les réformes initiées par la Commission en plaçant les producteurs agricoles au cœur de la législation alimentaire (*food law*), et en les rendant ainsi responsables des produits mis sur le marché ou fournis à toute la chaîne alimentaire¹⁷, accroissent le poids juridique sur leurs épaules. Dans le cadre de la *food law* européenne, chaque exploitant doit ajuster ses pratiques de production en fonction des risques sanitaires éventuels. Les agriculteurs sont ainsi de plus en plus soumis aux outils juridiques d'organisation qui caractérisent les entreprises commerciales.

Le cadre organisationnel s'améliore

En Europe, la puissance publique, les associations de consommateurs (s'inspirant des principes et des valeurs fondant le commerce équitable), les syndicats professionnels, les organismes de recherche et les collectivités territoriales ont encouragé les démarches visant à valoriser les productions locales et à améliorer les modes de distribution des produits (circuits courts et circuits directs, appui aux marchés d'agriculture paysanne avec l'AMAP, marchés de proximité, vente par correspondance, auprès des restaurateurs, des détaillants spécialisés, des grandes surfaces, à l'exportation). La réforme de l'OCM fruits et légumes met par ailleurs l'accent sur la nécessité de renforcer l'interprofession avec des aides qui accompagnent le renforcement des organisations professionnelles (OP) (aide de 700 millions d'euros)¹⁸.

En France, dans le cadre de cette nouvelle OCM, organisations professionnelles et comités de bassin ont été créés. Les unions professionnelles de commerce de gros de fruits et légumes y intègrent des stratégies d'approvisionnement de plus en plus ouvertes aux produits de terroir. Les coopératives agricoles impliquent directement les producteurs de fruits et légumes de qualité dans les processus de labellisation et de traçabilité des produits. L'association Agri-confiance qui regroupe 132 coopératives agricoles françaises et 30 000 exploitations agricoles accroît d'année en année son offre de produits de qualité aux consommateurs¹⁹. France-Bio, quant à elle, pratique la vente directe au consommateur (à la ferme, dans les foires ou salons...) pour 20 % de la totalité de ses produits.

17 - Cf. la *food law*. Le règlement 178/2002 du 28 janvier 2002 pose les principes et les obligations des acteurs de la chaîne alimentaire. Son champ d'application couvre les denrées alimentaires et l'alimentation animale. Principe de précaution, de transparence, d'innocuité et principe de traçabilité (principe majeur) figurent dans la réforme de la législation alimentaire. Ce dispositif est complété par un ensemble de textes en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2006.

18 - Ces aides aux OP veulent compenser les surcoûts induits par le respect des règles très précises en matière de bien-être des animaux, de protection de l'environnement, de main-d'œuvre et d'emploi. Un soutien supplémentaire (cofinancement communautaire de 60 % au lieu de 50 %) sera mis à disposition dans les zones où la production commercialisée par l'intermédiaire des OP représente moins de 20 %, et dans les nouveaux États membres afin d'encourager la création d'OP. Le projet propose qu'une aide additionnelle sera accordée pour les fusions et les associations d'OP.

19 - Élaborée par la participation des acteurs publics et privés représentatifs d'un secteur, Agri-confiance est le résultat d'une négociation entre les divers métiers ou secteurs concernés par la norme.

Dans les PSEM, les handicaps sont particulièrement lourds, en dépit des progrès enregistrés. Le Maroc a connu au cours de ces dernières années un développement sans précédent des organisations de producteurs. Plus de 250 associations et groupements de producteurs, 37 chambres d'agriculture et 6 000 coopératives étaient recensés en 2006. Une association professionnelle de la filière bio (Maghreb-Bio) et de nouvelles confédérations, comme la Confédération marocaine de l'agriculture et du développement rural (Comader), regroupant 35 associations professionnelles, ont été créées. Les contraintes identifiées (organisationnelles, réglementaires, institutionnelles ou commerciales) restent toutefois fortes. Outre les différentes fédérations constituées en Tunisie au cours des années 1990, les producteurs de la filière « agriculture biologique » ont créé leur propre fédération, et les producteurs de dattes se sont regroupés au sein du Groupe interprofessionnel des dattes (GID). Des industriels passent des conventions d'achat avec des producteurs agricoles pour assurer la transformation des produits livrés et leur mise sur le marché²⁰. En Algérie, 1 300 associations professionnelles et plus de 800 coopératives de services rassemblent les professionnels de l'agriculture. Les agents des IAA, organisés par filière, s'activent au sein des chambres de commerce et d'industrie et de syndicats patronaux. En Égypte, 5 717 coopératives regroupaient 4 millions d'adhérents en 2002, avec un chiffre d'affaires estimé à 25 milliards de livres égyptiennes (soit l'équivalent de 4 milliards d'euros). Ces coopératives soutiennent la production et assurent la commercialisation des produits agricoles. Elles se heurtent cependant aux difficultés liées à la redéfinition de leur rôle dans le nouveau contexte de libéralisation, de désengagement de l'État et d'ajustement structurel. Il existe aujourd'hui au Liban autour de 600 coopératives. Rarement respectueuses de l'esprit mutualiste et souvent mises en place par opportunités de financement, elles souffrent d'un grand déficit de gestion administrative et financière. Elles sont au mieux des structures de services en commun mais ne permettent pas toujours le regroupement de l'offre, ce qui tend à fragiliser les producteurs par rapport aux grossistes. En Turquie, les organisations de producteurs semblent être plus étroitement liées au gouvernement qui leur fournit une aide financière et leur accorde un soutien dans les approvisionnements et la commercialisation.

Même si ces formes d'organisation sont plus avancées dans les pays d'Europe méridionale, des contraintes institutionnelles et économiques souvent communes à l'ensemble des pays méditerranéens pèsent sur leur efficacité. Aussi, en étant encore en position de force face à une offre atomisée, la grande distribution se trouve-t-elle dans la capacité d'être le *price maker*. Partant, les gains de productivité de l'agriculture se situent en aval de l'agriculture et les agriculteurs n'en bénéficient pas toujours (Lipchitz, 2005 ; Butault, 2006 ; Purseigle 2005). La construction d'un nouveau paradigme productif, fondé sur une offre ajustée au modèle de consommation méditerranéen, pose en définitive la question cruciale du perfectionnement du cadre légal et de l'organisation des producteurs. Même s'il convient d'enregistrer des progrès au plan organisationnel, la coordination entre des acteurs structurés et informés reste cruellement déficiente. C'est l'un des problèmes majeurs à résoudre pour faire face aux concurrences des produits originaires des pays de l'hémisphère sud et assurer l'avenir des paysanneries de la région.

20 - L'Union tunisienne de l'agriculture et de la pêche (Utap) a encouragé en 2006 la réalisation de contrats entre les propriétaires d'usines de transformation des produits alimentaires et les producteurs de tomates fraîches. Le but de ces conventions est « de raffermir les liens entre l'agriculteur et le transformateur, pour que le système de production du concentré de tomate fonctionne parfaitement, tout en évitant à la fois les pertes de tomates et le manque d'approvisionnement de la chaîne de transformation ».

Enjeux et hypothèses de base : acteurs, leviers d'action, ressources et facteurs de blocage

Organiser la filière et promouvoir l'intégration

L'organisation de l'offre représente l'un des enjeux principaux dans la production méditerranéenne. Des enjeux importants pour la construction d'une offre intégrée et compétitive en Méditerranée se profilent à travers les éléments de diagnostic et de tendance déjà exposés.

Entre coordination horizontale et concentration de l'offre

Dans une économie de marché, basée sur le rapport contractuel des échanges de produits, les décisions en matière de quantité, de qualité et de prix des produits nécessitent un équilibre de négociation entre les différents partenaires. La concentration et le contrôle de l'offre au niveau agricole deviennent des facteurs importants pour gérer les relations avec l'industrie et la distribution et pour organiser les échanges dans le marché. La coopération agricole et les regroupements de producteurs sont deux formes d'organisation qui permettent à la fois d'augmenter la masse de volume mise sur le marché en vue d'en tirer des avantages communs mais aussi de valoriser les produits par les instruments du marketing, de choisir le temps et la modalité de vente, d'investir dans la recherche et l'innovation, et de planifier l'offre par rapport à la demande. Cette concentration horizontale facilite également le lien administratif avec les pouvoirs publics ou parapublics et le lien consultatif auprès des décideurs politiques pour peser sur les politiques agricoles, et assure la mise en place d'une structure capable de s'ajuster aux exigences du marché et de dialoguer avec les opérateurs en aval à travers des accords interprofessionnels.

PME agro-alimentaires et relations verticales: effets sur l'amont agricole

Le développement des industries alimentaires contribue au développement économique des régions rurales et à une spécialisation du travail qui s'appuie sur des programmes de formation continue et de recherche-développement. Celui de PME agro-alimentaires, qui représentent la base d'un tissu industriel endogène, doit être encouragé pour faciliter le développement et l'intégration au niveau territorial. Il s'agit en particulier de favoriser la première transformation liée aux productions primaires pour mieux valoriser la production agricole régionale et répartir ainsi de façon plus équitable la chaîne de la valeur. La croissance des PME va alimenter un réseau d'activités complémentaires, comme l'emballage, la logistique et les services aux entreprises – formation, communication, informatique représentent un levier de la compétitivité sur le marché et la condition du développement socio-économique de la région. L'ensemble concourt non seulement à la satisfaction des besoins des consommateurs, mais aussi à la modernisation de l'activité agricole. La mise à niveau et la promotion de petites entreprises peuvent jouer un rôle d'appoint en valorisant les produits performants et traditionnels pour lesquels il existe une demande dans les pays de l'UE (huile d'olive, fromages, cultures biologiques, fruits et légumes primeurs).

Pour l'heure, la présence en Méditerranée d'un système agricole fragmenté et individuel, face à une industrie concentrée, détermine un marché aléatoire avec des coûts de

transaction élevés. Pour rétablir l'efficacité et l'équité du marché, il est nécessaire de créer des formes d'organisation qui permettent de coordonner les échanges et, dès lors, de réaliser une meilleure allocation des ressources. À cette fin, le développement d'une coordination verticale entre les industries agro-alimentaires et les entreprises agricoles, ou bien entre les opérateurs de la grande distribution et leurs fournisseurs, permet à travers un système de contrats une stabilisation de l'offre en termes de quantité et de qualité et une préservation des revenus des entreprises en amont, celles-ci bénéficiant de meilleurs débouchés. De leur côté, les entreprises en aval profitent d'une garantie d'approvisionnement en qualité et en quantité, ce qui favorise leurs investissements en marketing et, par là même, une certaine pénétration des marchés.

Le développement des relations contractuelles peut inciter les entreprises en amont à poursuivre une stratégie de concentration de l'offre et, dans le même temps, renforcer des formes de coopération interentreprises, les organisations professionnelles jouant dans ce contexte un rôle très important dans la coordination entre les acteurs privés aussi bien qu'avec l'État. En garantissant aux entreprises un débouché pour leurs produits et les formes de coopération horizontale en amont, il permet également la conservation de la structure des PME et favorise leur mise en réseau. Partant, la création d'un système de production et de commercialisation utilisant les technologies et les compétences locales est encouragée. Ainsi, en principe, la petite et moyenne taille des entreprises localisées en amont ne constitue ni une contrainte au développement ni une barrière à l'entrée dans la filière.

Grande distribution et développement territorial concerté

Les stratégies de différenciation de la grande distribution sont de plus en plus fondées sur des relations verticales qui imposent des conditions spécifiques de production agricole en amont. Le développement de relations directes entre la grande distribution et les entreprises, en favorisant les contrats sur les standards de qualité et la transparence de l'information, pourrait mettre un terme aux marchés intermédiaires et marchés de gros et réduire la prolifération des étapes intermédiaires. Cette réduction ne constitue pas le seul enjeu, il est aussi très important de changer les situations en amont et en aval de l'étape de la commercialisation. En amont, l'importance d'un développement des organisations de producteurs a déjà été soulignée. En aval, la distribution moderne, à travers des processus d'internationalisation et de concentration, peut entraîner un accroissement des activités économiques tout au long de la filière agro-alimentaire, au niveau du marché interne de chaque pays, et garantir un approvisionnement plus complet de produits à des coûts inférieurs pour les consommateurs. Ce mouvement devra être toutefois accompagné par des règles concertées encadrant la création d'un processus intégré de développement territorial à travers l'approvisionnement des productions et des activités économiques au niveau local. Dans les PSEM en particulier, des programmes spécifiques d'assistance par les distributeurs pourraient permettre aux PME d'effectuer les investissements de long terme nécessaires à l'accès aux grandes surfaces, celles-ci étant de plus en plus exigeantes sur les caractéristiques des produits et les transactions (grands volumes, stabilité de l'approvisionnement en quantité et en qualité, efficacité, sécurité alimentaire, etc.).

Dans le domaine de l'approvisionnement des points de vente, la distribution moderne se tourne de manière croissante vers des fournisseurs étrangers qui lui offrent l'occasion

d'achat à des prix bas et une différenciation de l'assortiment pour ses propres clients. Cette politique est toujours plus influencée, notamment dans le domaine des fruits et légumes frais au niveau méditerranéen, par la disponibilité des marchés substitutifs et/ou complémentaires (au marché national), capables de fournir des bons produits à des prix inférieurs et d'allonger les calendriers productifs. On est bel et bien dans des organisations de *global sourcing*. Toutefois, si ce déplacement des approvisionnements vers les marchés étrangers offre des opportunités significatives, il comporte également, tout au long de la chaîne de distribution, des risques potentiels élevés par rapport aux acquisitions domestiques. Ces risques peuvent concerner l'éventuel non-respect des clauses contractuelles sous divers aspects (technique, financier et juridique) et, de fait, conduire la distribution moderne à privilégier des systèmes commerciaux d'approvisionnement basés sur des contrats à moyen et long terme et à engager des relations fortes avec leurs propres fournisseurs internationaux.

Relations transfrontalières commerciales et de production entre entreprises nord-sud

La création ou le renforcement de zones interrégionales de production et de commercialisation sont nécessaires dans le secteur agro-alimentaire afin de valoriser le processus productif, de réaliser des économies de gamme capables d'augmenter les spécificités territoriales et de gagner de nouveaux marchés. Elles demandent une organisation d'entreprises qui puissent concentrer en une seule offre les productions des différents territoires méditerranéens à l'aide de règles communes de production et de commercialisation. En fonction de leur situation, les pays méditerranéens peuvent tirer des avantages, certes différents, de cette intégration. Au Nord, les avantages résident dans la possibilité d'expansion commerciale et dans le complément de gamme qu'elle permet. L'accès au marché local du Sud et de l'Est méditerranéens oblige parfois à des implantations locales, et ce pour diverses raisons : productions à coûts de transport élevés par rapport à la valeur ajoutée (boissons gazeuses) ou produits frais à faible durée de vie (laitage, etc.). Dans les PSEM, la stratégie d'accueil des IDE permet de bénéficier de nouvelles technologies, et donc entraîne une acquisition de connaissances tout en contribuant à la qualification des productions et à la croissance de leur propre potentiel professionnel.

Dans ce processus d'intégration, l'information joue un rôle très important dans le développement des relations entre entreprises des différentes régions. On peut par exemple noter, parmi les informations stratégiques dans le secteur fruits et légumes, les données nationales, les calendriers, les zones et les techniques de production, ainsi que les exploitations leaders et les rapports commerciaux. S'il est à développer, il en est de même pour la logistique qui permet un contrôle efficace et une gestion tout au long de la filière de la production agro-alimentaire méditerranéenne. Le maintien de la chaîne du froid requiert ainsi l'utilisation de vecteurs et de plateformes de distribution. De même, le système de transport terrestre, portuaire et aéroportuaire, globalement déficient dans les PSEM, exerce une grande influence sur le développement des échanges avec les autres pays de la Méditerranée.

Institutions et valorisation des produits méditerranéens : définition d'un modèle alternatif

La construction de l'offre de produits en Méditerranée doit concerner particulièrement les produits pariant sur la typicité et la qualité. C'est à l'évidence là que se situent de belles opportunités de développement ou au moins de résistance dans un commerce agricole de plus en plus ouvert. En premier lieu, plusieurs facteurs technico-économiques conduisent à penser que les PSEM se trouvent dans l'incapacité de généraliser le modèle productiviste et intensif mis en œuvre dans les pays d'Europe septentrionale²¹ : l'état de leurs ressources et leur faible dotation en facteurs naturels (eau et sol) et techniques, des structures agraires où prévalent surtout de petites et moyennes exploitations agricoles, etc. Il est utile ici de rappeler que ce modèle productiviste n'a pu être développé dans les PSEM que sur les terres les plus fertiles et dans des zones irriguées où se concentrent aujourd'hui les productions d'exportation, les techniques et les investissements (publics et privés, nationaux et étrangers). Il pose par ailleurs dans les pays d'Europe méridionale de nouvelles questions liées aux risques sanitaires, à l'occupation des territoires, à l'emploi et à la protection de biens environnementaux.

Les consommateurs tendent à relier qualité du produit et qualité de l'environnement, « standards de qualité sanitaire » et « goût-authenticité » des produits. Dans les pays européens, la qualité renvoie aux particularités gustatives spécifiques des produits en relation avec le terroir ou le mode de production traditionnel, mais aussi aux caractéristiques biologiques et à l'absence de contamination des produits. Comme le montre de nombreuses études (cf. chapitre 9 « Assurer la sécurité alimentaire des populations »), les consommateurs des pays du nord de la Méditerranée ne subissent plus l'offre mais prennent une part active dans le maintien de la diversité, par une implication dans la demande. Selon certaines prévisions, les produits identitaires et les signes de qualité (*food safety*, qualité, environnement, bien-être des animaux) pèseront davantage dans les décisions d'achat des consommateurs européens. Face aux crises sanitaires et aux « peurs alimentaires », les consommateurs urbains ont en outre besoin de repères et de confiance et expriment leurs préférences pour des produits où l'aire de production et les savoir-faire sont plus clairement identifiés. Enfin, l'alimentation constitue, notamment dans les pays d'Europe, le support d'une identité forte face à la crainte de l'uniformisation des produits et des pratiques alimentaires.

Plus largement, les racines, les traditions, l'authenticité sont très sollicitées, et nombreux sont les acteurs impliqués dans l'appropriation d'une image évoquant ces notions (Bérard et Marchenay, 2004). La globalisation a paradoxalement poussé les acteurs de la vie rurale et agricole à renforcer leur ancrage dans le local, dans un territoire et une tradition réinventée (Hobsbawm et Terence, 1983). Elle ne provoquerait pas la disparition, mais plutôt la renaissance ou la reconstruction, de produits locaux et régionaux. L'identité

21 - Au Maroc, le nombre d'exploitations agricoles recensées en 1996-1997 était de près de 1,5 million, avec une moyenne de 5,8 hectares par exploitation. Les deux tiers des exploitants privés, et donc des familles agricoles, disposaient d'exploitations de moins de 5 hectares. En Tunisie (recensement de 1996), les exploitations de moins de 5 hectares représentaient 53 % des exploitations et 9 % de la superficie. En Algérie (RGA de 2001), 72 % du total des exploitations recensées avaient alors moins de 10 hectares (55,7 % ont moins de 5 hectares). Le recensement effectué en Égypte en 1997 révélait que les petites exploitations de moins de 3 feddans prédominaient dans le paysage agricole (42 % des exploitations et 26,3 % des terres). La quasi-totalité sont des exploitations individuelles et familiales (99 % des exploitations et 91 % des surfaces). En Turquie, le dernier recensement agricole montre que 85 % des exploitations ont moins de 10 hectares.

alimentaire participe donc bien de « la prolifération de particularismes de toute nature, contrepoints à l'accélération de la délocalisation » (Augé, 1992, p. 48). Si les produits locaux font l'objet d'une forte demande en Europe, l'attrait pour les produits dits « *beldi* » ou « *baladi* » (que l'on peut traduire par produits fermiers ou locaux) dans les PSEM est de plus en plus fort au sein des groupes de consommateurs urbains disposant d'un pouvoir d'achat élevé. Les variables hygiène et goût interviennent davantage dans les décisions d'achat des classes intermédiaires et supérieures de la société et la variable prix ne reste déterminante qu'au sein des classes populaires à faible pouvoir d'achat.

Dans ce contexte de redécouverte des particularismes, le processus de qualification des produits agricoles joue lui aussi un rôle dans la construction des territoires ruraux. Ce processus constitue un levier de développement ou un moyen de résistance face au déclin économique de nombreuses zones rurales méditerranéennes. Il a offert, dans le cadre de la politique agricole commune, des programmes qui ont profité aux zones de montagne et à celles défavorisées qui présentaient de nombreux handicaps et qui risquaient d'être abandonnées. Des soutiens spécifiques (ISM et ICHN²², prime à la vache allaitante, prime ovine, mesures agri-environnementales, équipements), une politique de promotion de la qualité (segmentation, politiques de développement de filières locales originales) et une diversification des activités dans une dynamique de développement local ont permis à de nombreuses régions rurales en difficulté de créer les conditions d'accumulation d'une rente de qualité territoriale assurant une valorisation de leurs ressources²³.

Associer la qualité spécifique des produits de terroir à la qualité de l'environnement écologique et à celle des paysages, vendre les services d'un territoire à travers les produits qui en sont issus, sont dorénavant des préoccupations essentielles pour ces zones rurales qui ont progressivement découvert l'intérêt des synergies entre les produits et les services répondant aux attentes de la société (Béranger, 1999). Les expériences de coopération internationale mises en place ces dernières années entre pays européens et pays du sud de la Méditerranée vont justement dans cette direction. Elles cherchent à mettre en relation différents territoires pour valoriser leurs ressources à partir d'une approche systémique. Parmi ces expériences, le projet Leader Med revêt un intérêt particulier.

La promotion de la qualité ouvre un espace pour penser différemment le développement agricole, qui s'écarte des systèmes fondés sur une logique purement productiviste et qui offre l'opportunité aux producteurs de définir des modèles alternatifs de production selon d'autres critères. La stratégie de différenciation et de promotion de la qualité permet aux acteurs économiques (exploitations agricoles, entreprises privées, coopératives) d'échapper à des formes de concurrence directement influencées par les coûts ou par les écarts de productivité²⁴.

22 - Indemnité spécifique de montagne et indemnité compensatoire pour le handicap naturel.

23 - La politique de qualité permet à des exploitations agricoles mal dotées en facteurs de production (petites exploitations, zones difficiles) de se maintenir. En France, les zones fromagères AOC sont souvent des zones de montagne où les coûts de production sont élevés. De même, les exploitations fruitières ou viticoles sous signes officiels de qualité (AOC, IGP, Label rouge, agriculture biologique) sont généralement des petites structures.

24 - Comme le notent J.-L. Rastoin et F. Fort, « la tension entre global et local dans le domaine de l'alimentation conduit à l'apparition de deux tendances dans le secteur agro-alimentaire en France et en Europe. D'un côté, les tentatives de massification des produits et de modelage des comportements alimentaires menées par les grandes firmes multinationales, de l'autre, le courant de différenciation des produits à partir du concept de terroir » (Femise, 2005).

La coopération internationale : l'expérience du projet Leader Med

Dans le cadre du programme Leader +, la région des Pouilles a mis en place des initiatives qui mettent en relation des regroupements d'acteurs du sud et de l'est de la Méditerranée et des groupes d'action locale (GAL) pour entamer un processus de dialogue et de croissance. Les pays impliqués sont la Turquie, Malte, le Liban et la Syrie. Ces projets de coopération ont pour but de favoriser l'échange de savoir-faire entre pays européens et pays tiers méditerranéens en vue de promouvoir de nouvelles méthodes de «gouvernance locale» facilitant les synergies entre entreprises locales. Neuf GAL des Pouilles ont été identifiés comme partenaires, et avec eux des partenaires institutionnels situés dans les quatre pays tiers méditerranéens. L'un d'eux, le GAL Alto Salento en Italie, a été nommé leader du projet et responsable de la préparation et de la gestion du projet. L'Institut agronomique méditerranéen de Bari opère comme structure de soutien technique de la région des Pouilles pour favoriser les activités institutionnelles et les contacts entre les différentes institutions et pays.

Ce projet de coopération prévoit d'organiser un événement de présentation des territoires et des producteurs de façon à mettre en relation les acteurs des différentes zones, de créer un catalogue des produits typiques (agricoles, artisanaux, etc.), de construire un site Web et de réaliser une étude pour identifier les priorités du développement rural des pays méditerranéens partenaires. L'importance du projet relève avant tout d'actions pilotes qui ont pour but de déployer des parcours de valorisation intégrée des zones rurales en utilisant comme élément catalyseur les produits typiques, et par là, de développer un réseau de relations entre territoires et au sein des différents territoires pour parvenir à un système économique intégré. Parmi les actions pilotes, le cas de la Syrie est un exemple intéressant : le GAL Alto Salento et la communauté d'Idleb en Syrie ont réalisé un parcours thématique autour de l'huile d'olive (Route du parc des oliviers millénaires de l'Alto Salento et la Route de l'huile d'Idleb). Dans chacun des deux territoires, un parcours a été identifié qui met en relation la production agricole, les ressources naturelles, culturelles, archéologiques et touristiques.

Au cœur de la typicité : les produits biologiques et de montagne

Presque tous les efforts consentis en Méditerranée en matière de promotion de la qualité des produits agro-alimentaires ont concerné les produits destinés à l'exportation. Ce choix délibéré est lié, entre autres, aux objectifs de redressement de la balance commerciale agro-alimentaire de la région. Plus largement, l'agriculture biologique et les signes de qualité comme les indications géographiques peuvent également être des instruments de préservation et de promotion de la tradition agricole et alimentaire méditerranéenne.

Bien que l'export reste dans les PSEM le débouché principal des produits de l'agriculture biologique, l'attention pour un développement du marché intérieur semble de plus en plus affirmée. Il est certain qu'on ne peut promouvoir une politique de qualité sans inclure le marché intérieur et sans intégrer les préférences collectives. Plusieurs produits traditionnels, consommés habituellement par les populations locales, respectent déjà d'une façon totale ou partielle les principes de l'agriculture biologique. Le tableau 2 dresse un bilan global des progrès enregistrés dans chacun des pays de la Méditerranée au plan des productions, des surfaces, des législations, des politiques de soutien et de l'état des marchés. Il recense les organisations de producteurs en charge de la filière.

Tableau 2 - L'agriculture biologique en Méditerranée, 2007

	Pays	Superficie totale	Pro-ducteurs	Législation nationale	Politique à soutien du secteur		Organismes de contrôle et certification	Association des producteurs	Marché	
		Ha	N°		Soutien financier	Plan d'action			Local	Export
Maghreb	Algérie	2.400	61	Draft	Oui	Non	2 étrangers	2	Inexistant	Limité
	Maroc	104.216	n. d.	Draft	Non	Non	2 étrangers	2	Inexistant	Développé
	Tunisie	220.476	515	Oui	Oui	Oui	4 étrangers	9	Limité	Développé
Mashrek	Égypte	13.955	500	Draft	Non	Non	3 étrangers 2 locaux	8	Croissant	Développé
	Jordanie	1.024	25	Non	Non	Non	1 étranger	n. d.	Inexistant	Limité
	Liban	2.500	330	Draft	Non	Non	1 étranger (siège local) 1 local	2	Croissant	Limité
	Territoires Palestiniens	641	303	Non	Non	Non	1 étranger	n. d.	Inexistant	Limité
	Syrie	30.493	3.256	Draft	Non	Non	n. d.	n. d.	Inexistant	Limité
	Turquie	192.789	14.737	Oui	Oui	Oui	7 étrangers 3 locaux	5	Croissant	Développé
Balkans occidentaux	Albanie	1.201	93	Oui	Non	Oui	2 étrangers 1 local	3	Limité	Limité
	Bosnie-Herzégovine	488.804	60	Oui, Rép. Srpska Draft, Féd. BH	Oui	Non	4 étrangers 1 local	n. d.	Inexistant	Limité
	Croatie	23.670	342	Oui	Oui	Non	7 étrangers	30 assoc. 15 coop.	Croissant	Inexistant
	Macédoine	2.101	104	Oui	Oui	Oui	3 étrangers	6	Inexistant	Inexistant
	Monténégro	158.851	15	Oui	Oui	Non	5 étrangers 1 étatique	3	Inexistant	Limité
	Serbie	1.105.608	48	Oui	Oui	Non	6 étrangers 2 locaux	4	Inexistant	Croissant
Pays de l'UE	Chypre	1.979	305	Oui	Oui	Draft	1 étranger 1 local	2	Limité	Inexistant
	France	552.824	17.477	Oui	Oui	Oui	1 étranger 5 locaux	78	Développé	Développé
	Grèce	302.264	24.666	Oui	Oui	Non	7 locaux	n. d.	Limité	Croissant
	Espagne	926.390	18.318	Oui	Oui	Oui	2 étrangers 25 locaux	36	Croissant	Développé
	Italie	1.148.162	51.411	Oui	Oui	Oui	16 locaux	6	Développé	Développé
	Malta	20	11	Oui	Oui	Non	1 local	n. d.	Limité	Limité
	Portugal	269.374	1.660	Oui	Oui	Non	2 étrangers 4 locaux	n. d.	n. d.	n. d.
	Slovénie	26.831	1.992	Oui	Oui	Oui	1 étranger 1 local	10	Croissant	Inexistant

Sources: Al Bitar et Pugliese (à paraître); Al Bitar (à paraître).

Au sud de la Méditerranée, l'agriculture biologique est essentiellement initiée par des opérateurs privés étrangers et locaux qui prennent en charge presque tous les stades de la filière, de la production au marché. Ils fournissent aux producteurs tous les intrants et les services nécessaires, assistance technique et certification. Les études produites sur le secteur montrent que les producteurs sous contrat enregistrent des bénéfices en termes de revenu et de réduction du risque commercial grâce aux débouchés garantis. Pour autant, ce constat ne préjuge pas de la validité de relations équitables entre les parties contractantes.

Cette orientation à l'export de l'agriculture biologique ne l'empêche pas d'être au cœur du développement rural durable. S'il ne fait aucun doute que ce type d'agriculture ménage les ressources foncières, certaines initiatives et / ou projets (« Village bio » de Rapuntzel en Turquie par exemple) révèlent le potentiel intéressant de l'agriculture biologique pour le développement économique et social des communautés rurales. Le bio peut en particulier contribuer au renforcement de l'assise économique des femmes vivant en milieu rural (exemple des coopératives de l'argan biologique au Maroc), offrir des opportunités d'emploi aux jeunes ruraux bénéficiant d'une instruction, favoriser le processus d'apprentissage collectif au niveau des groupements des producteurs (vulgarisation, certification de groupe et initiatives collectives de marché).

À l'échelon régional, l'agriculture biologique fait l'objet d'une attention particulière. Dans le cadre du partenariat euro-méditerranéen, lors de la première Conférence des ministres de l'Agriculture qui s'est tenue à Venise en 2003, une mention spécifique a été accordée au développement rural durable, à l'agriculture biologique et aux indications géographiques. Ces questions ont d'ailleurs été incluses comme aspects non commerciaux dans la feuille de route euro-méditerranéenne pour l'agriculture censée guider le processus de libéralisation des échanges. L'agriculture biologique et les indications géographiques sont également citées ensemble dans le chapitre sur l'agriculture durable et le développement rural de la stratégie méditerranéenne de développement durable (SMDD) approuvée en 2005 par la Commission méditerranéenne sur le développement durable (CMDD) des Nations unies. Il convient par ailleurs de noter que les synergies potentielles et multiples entre agriculture biologique et indications géographiques sont de plus en plus prises en compte par les bailleurs de fonds, les gouvernements nationaux, les opérateurs privés, les ONG qui sont intéressés aux opportunités de renforcement des capacités, individuelles et institutionnelles et de pénétration des marchés.

Dans le contexte d'une libéralisation progressive des échanges agricoles, les producteurs des régions de montagne méritent une attention toute particulière. Confrontés aux coûts élevés des transports, au manque d'infrastructures, aux technologies inadéquates et aux difficultés d'accès aux marchés, ils doivent faire face à une concurrence croissante des systèmes et des zones de production bénéficiant de meilleures conditions. Il existe néanmoins d'immenses possibilités d'améliorer les moyens d'existence des habitants de la montagne en mettant à profit les avantages comparatifs des ressources de ces zones et en valorisant un vaste éventail de produits et de services uniques (aliments, boissons, médicaments, cosmétiques, textile, artisanat et tourisme). Pour pénétrer les marchés, les producteurs en zone de montagne doivent toutefois se concentrer sur la qualité des produits uniques que leurs régions ont à offrir, et amorcer une démarche qui puisse amener à la reconnaissance de cette qualité spécifique sur les marchés. Encore

faut-il posséder les signes de qualité. Même dans les cas où il existe une loi qui définit une forme de labellisation des produits agro-alimentaires (Algérie, Maroc), peu de produits l'ont été pour les raisons suivantes :

- la loi n'est pas connue par les producteurs, ce qui souligne les insuffisances liées à la circulation de l'information et à la vulgarisation ;
- elle ne définit pas les responsabilités des acteurs (institutions de contrôle et de suivi publiques et/ou privées, producteurs, consommateurs) ;
- elle est anachronique et ne répond pas aux besoins actuels des acteurs concernés et aux changements techniques ;
- elle ne définit pas clairement les règles de création des groupements de qualité et les conditions du partage de la valeur ajoutée entre les intervenants.

Compte tenu de cette situation, les producteurs situés dans les zones de montagne, souvent éloignés, mal informés, enclavés et mal organisés, se trouvent exclus de toutes initiatives et démarches pour promouvoir leurs produits. Un véritable mécanisme de labellisation devrait ainsi permettre de :

- recenser les produits de qualité ainsi que leur aire de production en prenant en compte les savoir-faire des producteurs locaux, leurs traditions et leur histoire ;
- définir la qualité objective et les caractéristiques spécifiques (physico-chimiques et organoleptiques) ;
- créer et organiser un groupement de qualité ;
- s'adapter aux exigences et aux mutations des marchés ;
- informer les consommateurs sur les signes de qualité adaptés.

La notion de qualité chez les acteurs locaux n'est pas toujours très précise. En particulier, les producteurs non organisés n'ont pas de connaissances sur la traçabilité, la certification et les autres concepts liés à la qualité de produits. Celles des coopératives organisées sont floues, et quand elles en disposent, c'est la plupart du temps grâce à l'appui d'une ONG de développement ou dans le cadre de la coopération internationale. De leur côté, si les fonctionnaires des institutions maîtrisent parfaitement les notions de traçabilité et de certification, ils invoquent fréquemment le manque de moyens et de dispositifs adéquats pour l'accompagnement des producteurs vers une production de qualité.

Pour rendre optimale la stratégie d'organisation et de valorisation des filières de produits montagnards, trois axes primordiaux ont été identifiés :

- déterminer les caractéristiques générales des produits et la légitimité de leur production dans la zone de montagne ;
- mobiliser les acteurs pour la mise en place de structures promouvant la diffusion des savoir-faire et des connaissances, facilitant la gestion de la qualité et associant les opérateurs pour agir dans différents domaines (qualité, recherche, développement

commercial, communication, publicité, etc.); les circuits courts de mise en marché des produits placent des opérateurs responsabilisés au cœur de la démarche et de son contrôle;

- engager les institutions publiques à soutenir financièrement et techniquement les projets collectifs en phase d'émergence et de construction.

Cette stratégie pourrait être adoptée avec les organisations leaders, prêtes à s'engager dans des opérations de démonstration, à condition d'assurer le maximum d'accompagnement du processus, de la phase initiale de production jusqu'à la commercialisation. L'adéquation entre les efforts techniques et ceux engagés pour la structuration des circuits de commercialisation reste l'une des faiblesses liées à l'esprit d'initiative privée et collective qui chercherait à se positionner suivant les obligations du marché (qualité, AOC, Label biologique, etc.).

Beaucoup reste à faire pour pouvoir vraiment amorcer un développement des produits de montagne de qualité. Si les acteurs sont connus, l'articulation efficace et efficiente reste encore à trouver. Les travaux réalisés depuis janvier 2006 par le Ciheam et la FAO, dans le cadre du projet « Produits de montagne », constituent un premier niveau d'organisation en fonction des critères de qualification des produits de qualité. Les partenaires impliqués dans quatre pays méditerranéens (Algérie, Liban, Maroc et Syrie) se sont appuyés sur un système d'information dynamique pour recueillir et construire des connaissances susceptibles de favoriser le développement de ces produits²⁵.

Scénarios pour l'offre agro-alimentaire de qualité en Méditerranée

La perspective d'une intensification des rapports commerciaux euro-méditerranéens et d'une convergence vers la construction d'une offre méditerranéenne est motivée, au-delà des considérations politiques, par des raisons économiques et commerciales. La demande croissante de produits alimentaires, le caractère saisonnier de la production agricole, la nécessité de compléter la gamme du système de distribution européen, le processus de délocalisation portant sur des productions spécifiques, la concurrence internationale des régions lointaines (la Chine et l'hémisphère sud) et la baisse tendancielle de la production de l'UE due aux changements introduits par la PAC exigent un renforcement du processus de coordination régionale et le développement des relations entre l'UE et les PSEM.

Le scénario de résistance : la défense du modèle méditerranéen

Ce scénario refuse de subir les dynamiques mondiales et repose sur la construction et la régulation d'un marché régional euro-méditerranéen. Il parie sur la qualité des produits méditerranéens et leur typicité, promeut un modèle basé sur l'art de vivre et la diète méditerranéenne, valorise les ressources naturelles et culturelles qui fondent les richesses de la région. Il a pour but en priorité l'amélioration de la sécurité alimentaire des popu-

25 - Voir le site www.cybermontagne.org

lations locales et résulte fondamentalement d'un processus de reconquête des marchés intérieurs et extérieurs. Il contribue enfin au développement équilibré des espaces et des territoires ruraux, et favorise la protection de l'environnement et de la biodiversité. Il s'agit, dans le cadre de ce scénario, d'assurer une relocalisation des productions qui tienne compte des vocations naturelles et des potentialités économiques dans chacun des pays méditerranéens, de renforcer les comportements éco-citoyens des consommateurs, de réguler impérativement les politiques des échanges, de promouvoir une coopération régionale fondée sur la complémentarité des systèmes de production et des marchés et de défendre des positions communes dans les négociations internationales (OMC).

Les conditions de réussite de ce scénario se conjuguent. Le cadre législatif et réglementaire s'approfondit et des politiques fortes déclinent plusieurs ingrédients : soutiens budgétaires, incitations économiques, formation, normes sanitaires communes, intégration des filières, capacité de contrôle du segment qualité, maîtrise des coûts associée à l'élaboration des produits de qualité, plus-value attribuée aux filières sous signes officiels de qualité en partie redistribuée vers l'amont, diversification des activités, généralisation d'une politique de compensation des handicaps naturels. Un milieu économique et organisationnel est conforté. Il favorise la capacité des organisations de producteurs à se structurer, facilite les innovations techniques au niveau des marchés (promotion de circuits courts, inventaire réalisé, réinvention des savoir-faire gastronomiques, infrastructures construites, investissements physiques, accès au transport, rémunérations efficaces en amont de la filière, organisation des services aux populations, etc.) et sécurise les marchés par des conventions privées et publiques. Un système de qualité, arrêté en commun et partagé par tous, peut permettre de créer et de renforcer les formes d'organisation interrégionales de production et de commercialisation dans le secteur agro-alimentaire. Il permettra également d'élargir le processus de production sur un territoire plus vaste et de réaliser des économies de gamme et d'échelle autorisant la conquête de nouveaux marchés. Ceci pose l'impératif d'une organisation des filières et d'une coordination inter-entreprises en mesure d'intégrer en une seule offre les productions des divers territoires et de transférer des technologies et des compétences le long de l'axe Nord-Sud. On crée ainsi la possibilité d'accroître les formes de coopération territoriale et de développement entre les pays et les entreprises agro-alimentaires.

Le scénario d'un renforcement de l'intégration régionale pour la construction d'une offre méditerranéenne fondée sur les complémentarités des productions et des marchés engendre plusieurs résultats :

- la définition de normes de qualité communes et harmonisées pour les produits alimentaires et leur mise sur le marché ;
- le développement du niveau de coordination entre les différents acteurs de la filière ;
- la croissance de formes d'agrégation horizontale entre produits agricoles et entreprises de transformation ;
- le renforcement de la capacité de coopération aux niveaux régional et Nord-Sud, à travers la création d'associations et de réseaux d'acteurs économiques de la filière agro-alimentaire ;

- l'encouragement, de la part des institutions publiques, à utiliser des programmes et des systèmes de contrôle qualité efficaces;
- des engagements en termes de capitaux et de ressources humaines affectées aux PME ainsi que la réalisation d'infrastructures grâce à des mesures incitatives ou des interventions publiques.

Une des pistes à suivre réside dans la réalisation d'un projet commun ayant pour objectif de créer une sorte d'organisation euro-méditerranéenne des marchés agricoles, avec des mécanismes de soutien et de réglementation du marché interne où pourrait s'exprimer, dans une optique globale et stratégique, le point de vue de la région Euro-Méditerranée dans le cadre des négociations multilatérales. Dans ce contexte, il est donc souhaitable pour tous les acteurs concernés que le niveau d'intégration et de développement de la région augmente. Cela ne se fera pas sans la contribution des institutions ni l'adoption de politiques visant à harmoniser les normes et à mieux former les ressources humaines. Au-delà des différentes positions et de la teneur des propositions des divers pays, la nouvelle négociation agricole dans le cadre de l'OMC pourrait être l'occasion de revoir et de reformuler certains mécanismes qui, selon les cas, peuvent concilier l'ouverture du marché avec les questions du soutien interne. Les grands sujets de discussion dans les négociations en cours sont en effet la révision du système de soutien à l'agriculture et la question des *non-trade concerns* qui concernent la sécurité des aliments, le développement rural, la multifonctionnalité, l'accord sur la protection de la propriété intellectuelle et les produits typiques.

Évidemment, le succès du scénario se fonde enfin sur l'hypothèse forte d'une adhésion à un projet collectif s'accordant sur la réduction des inégalités et des écarts de développement entre populations du nord et du sud de la Méditerranée, et, dans les pays, entre les agricultures modernes et les petites et moyennes structures agricoles familiales.

Le scénario du laisser-faire : la globalisation à marche forcée de la Méditerranée

Ce scénario présente une Méditerranée victime des dynamiques économiques et agricoles mondiales, faute de réaction régionale. Il se fonde sur l'hypothèse d'une non-maîtrise du modèle alternatif, d'un échec des politiques publiques nationales et/ou régionales, et de choix imposés par le système économique globalisé diluant l'identité de la Méditerranée. Les conséquences de ce scénario où l'on ne maîtrise pas la transition vers un modèle alternatif à la libéralisation sont nombreuses : éviction des marchés, concurrence régionale et internationale, forte asymétrie Nord-Sud et dualisme accentué avec contrôle dans les pays de la filière qualité par une minorité d'exploitants, délégation au secteur de la distribution ou aux intermédiaires privés de la fonction d'édicter les normes et les termes de références des cahiers des charges, dépossession des savoir-faire locaux et délocalisation de la production, faible influence des associations de consommateurs.

Les producteurs maintiennent dans les PSEM les spécialisations sur quelques produits et ciblent prioritairement les marchés extérieurs au détriment des marchés locaux. Il y a persistance de méthodes minières d'exploitation des ressources, accompagnées d'une

perte de biodiversité et d'une dévalorisation des savoirs et savoir-faire locaux. La rémunération des producteurs est faible en amont de la filière, les coûts des intrants et des procédures de certification sont excessifs, l'offre reste atomisée et contrôlée par l'aval. Enfin, l'État transfère la fonction de production de normes au profit exclusif d'intermédiaires organisés et de la grande distribution.

Pour les pays européens du nord du Bassin, différentes évolutions s'opèrent :

- dimension excessive des zones de production et multiplication des indications géographiques avec difficultés à encadrer l'entrée des producteurs dans le segment ;
- maintien et / ou généralisation des modèles de production intensifs (modèle andalous en Espagne) avec un faible intérêt accordé à la durabilité des systèmes ;
- déficit de lisibilité par le consommateur par prolifération de normes et de marques ;
- saturation ou baisse de la demande de produits liées à des coûts excessifs, faible rémunération des productions de qualité en amont de la filière, faible intégration entre les entreprises ;
- forte concurrence sur les marchés méditerranéens, perte de compétitivité, délocalisations des productions ;
- atomisation de l'offre et faible coordination des producteurs et des acteurs économiques ;
- formalités administratives lourdes concernant des méthodes de production, primauté aux démarches individuelles et aux contrats privés soumettant le secteur agricole aux lois d'un marché non régulé ;
- multiplication des conflits et accentuation des concurrences entre les pays de la région faute de complémentarités des systèmes de production et des marchés.

Bibliographie

Al Bitar (L.), « Organic Farming in the Mediterranean Region : Statistics and Main Trends », dans Willer (H.) et Yussefi (M.) (eds), *The World of Organic Agriculture and Emerging Trends 2007*, Bonn, Ifoam et FIBL, 2007.

Al Bitar (L.), « Organic Farming in the Mediterranean Region : Towards Further Development », dans Willer (H.) et Yussefi (M.) (eds), *The World of Organic Agriculture and Emerging Trends 2008*, Bonn, Ifoam et FIBL (à paraître).

Al Bitar (L.) et Pugliese (P.), « L'agricoltura biologica nel Bacino del Mediterraneo. La storia e le principali tendenze in atto », dans *Il biologico nel Bacino del Mediterraneo. Politiche, normative e mercati per un'agricoltura di qualità*, Rome, ISMEA-IAMB (à paraître).

Allaire (G.) et Boyer (R.), *La Grande Transformation de l'agriculture*, Paris, Economica, 1995.

Anima, « The Agro-Food Sector in the Euro-Mediterranean Region », *Anima Papers & Documents*, 16, 2005.

- Augé (M.), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.
- Bedrani (S.), Malorgio (G.) et Miclet (G.), « Analyse comparative des systèmes agro-alimentaires et politiques agricoles dans les Pays Méditerranéens », *MEDIT*, 2, 2001.
- Béranger (C.), « Les Productions alternatives et de qualité dans les zones de montagne défavorisées », *Comptes rendus de l'Académie d'agriculture de France*, 85 (7), 1999.
- Bérard (L.) et Marchenay (Ph.), *Les Produits de terroir entre cultures et règlements*, Paris, CNRS Éditions, 2004.
- Butault (J.-P.), « La baisse des revenus et l'essoufflement de la productivité dans l'agriculture française depuis 1998 », *INRA-Sciences sociales*, 2, 2006.
- Ciheim, « The Agro-food Industries in The Mediterranean Region », dans Hervieu (B.) (dir.), *Agri. Med 2004 Développement and Agri-food Policies in the Mediterranean Region*, rapport annuel du Ciheim, Paris, Ciheim, 2004.
- Cnuced, *World Investment Report*, Genève, Cnuced, différentes années.
- Codron (J.-M.), Bouhsina (Z.), Fort (F.), Coudel (E.) et Puech (A.), « Supermarkets in Low-income Mediterranean Countries: Impacts on Horticulture Systems », *Development Policy Review*, 22 (5), 2004, p. 587-602.
- Commission européenne, *La Situation de l'agriculture dans l'Union européenne*, Bruxelles, Rapport du 4 avril 2006.
- Eurostat, *Annual Detailed Enterprise Statistics on Industry and Construction*, différentes années.
- Femise, *Produits du terroir méditerranéens: Conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance*, rapport, Marseille, Femise, juin 2005.
- Foreign Agricultural Service, *Retail Food Sector*, Washington (D. C.), United States Department of Agriculture, différents pays et années.
- Hobsbawm (E.) et Terence (R.) (dir.), *L'Invention de la tradition*, Paris, Éditions Amsterdam, 2006 (éd. originale: *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983).
- Lipchitz (A.), « Prix à la production et à la consommation dans le secteur agro-alimentaire », *Diagnostics, prévisions et analyses économiques*, sous la direction générale du Trésor et de la Politique économique, 59, janvier 2005.
- Malorgio (G.) (dir.), *Le dinamiche dei mercati dei prodotti agroalimentari nel Mediterraneo*, Rome, ISMEA-IAMB, 2003.
- Onudi, *Annual Report* (online database), Vienne, Onudi, 2006.
- Organic Monitor, *The Global Market for Organic Food & Drink: Business Opportunities and Future Outlook*, Organic Monitor, 2006.
- Pugliese (P.), « Emerging Approaches to Organic Agriculture Development in the Mediterranean Basin: MAIB Experience », communication, *The International Conference on Organic Agriculture and Food Security*, Rome, 3-5 mai 2007.
- Purseigle (F.), « Les malaises du monde paysan », *Regard sur l'actualité*, « Agriculture et monde rural », 315, novembre 2005.
- Rastoin (J.-L.), « Quelle stratégie pour les produits de terroir dans un contexte de globalisation des marchés? », *Mission agrobiosciences. Cafés-débats de Marcillac*, 6 mai 2006.
- Reardon (T.) et Swinnen (J. F. M.), « Agrifood Sector Liberalisation and The Rise of

Supermarkets in Former State Controlled Economies : A Comparative Overview », *Development Policy Review*, 22 (5), 2004, p. 515-523.

Reardon (T.) et Timmer (C.-P.), Barrett (B.) et Berdegué (J.), « The Rise of Supermarkets in Africa, Asia and Latin America », *American Journal of Agricultural Economics*, 5, 2003, p. 1140-1146.

Sainte-Marie (Ch. de) et Bérard (L.), « Comment les savoirs locaux sont-ils pris en compte dans l'AOC », dans Bérard (L.), Cegarra (M.), Djama (M.), Louafi (S.), Marchenay (Ph.), Roussel (B.) et Verdeaux (F.), *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*, Paris, Iddri-Cirad-IFB-INRA, 2005.

Sallustio (C.) et Gargano (G.), « Il piano di sviluppo rurale della Regione Puglia per il Mediterraneo », dans *Puglia Regione Mediterranea – Politiche per lo sviluppo rurale nel Mediterraneo*, Bari, Regione Puglia, 2006.

Tozanli (S.), *The Place of Mediterranean Countries in The Foreign Investment of The Top 100 Food Processing Multinational Enterprise*, Paris, SIAL, 21 octobre 2004.



2008

*Medi*TERRA

LES FUTURS AGRICOLES ET
ALIMENTAIRES EN MÉDITERRANÉE



SciencesPo.
Les Presses



CIHEAM

Table DES MATIÈRES

PRÉFACE 11

LES CONTRIBUTEURS 13

ABRÉVIATIONS ET SIGLES 15

INTRODUCTION 19

- Construire l'avenir 19
- Géopolitique de la Méditerranée 20
- Les espaces de coopération en Méditerranée 26

1 DIAGNOSTICS

de la situation agricole et agro-alimentaire
en Méditerranée 29

> CHAPITRE 1

Le contexte sociodémographique 31

- Les dynamiques démographiques en Méditerranée 32
- La Méditerranée devant ses futurs 40
- Quelles évolutions sociodémographiques probables ? 49

> CHAPITRE 2

Le contexte géo-économique 57

- Les dynamiques économiques en Méditerranée 58
- Évolution et place de l'agriculture dans
l'économie méditerranéenne 75

> CHAPITRE 3

Les ressources naturelles 97

- Dérèglement climatique en Méditerranée 97
- Les sols, une ressource convoitée 101
- L'eau, un or bleu ? 105

- La forêt, un patrimoine menacé 111
- Énergies: une nouvelle donne 113
- Les limites sont atteintes 116

> CHAPITRE 4

Techniques, sciences et innovation 121

- Innovation et mutations des systèmes agro-alimentaires 122
- Les systèmes de formation et de recherche dans le secteur agricole et agro-alimentaire 128
- Les TIC: aides à la convergence ou sources de fractures? 132
- Les biotechnologies dans l'agriculture et l'alimentation 139
- Poursuivre ensemble la marche du progrès 144

> CHAPITRE 5

Alimentation et évolution de la consommation 149

- Consommation et comportements alimentaires en Méditerranée 149
- Une sécurité alimentaire quantitativement assurée mais qualitativement fragile 158
- La qualité de l'alimentation: un défi croissant 167

> CHAPITRE 6

Gouvernance des mondes ruraux et agricoles 173

- L'action des États méditerranéens pour l'agriculture et le monde rural 174
- L'émergence des acteurs locaux dans la gouvernance rurale 184
- La question environnementale au cœur de la coopération méditerranéenne 188
- Réalités et perspectives contrastées pour le monde rural en Méditerranée 191

DU DIAGNOSTIC

aux chantiers prioritaires 197

- Le contexte sociodémographique 197
- Le contexte géo-économique 198
- Les ressources naturelles 200
- Sciences, techniques et innovation 202

- Alimentation et évolution de la consommation **203**
- Gouvernance des mondes agricoles et ruraux **204**
- Ouvrir des chantiers **205**

2 CHANTIERS

pour l'agriculture et l'agro-alimentaire en Méditerranée à l'horizon 2020 **207**

> CHAPITRE 7

Produire en ménageant les ressources naturelles **209**

- Entre changements climatiques et pénurie énergétique **209**
- Économiser l'eau : un enjeu vital **214**
- Observer, planifier, légiférer : trois défis pour la protection des sols méditerranéens **226**
- Les chemins de la bifurcation **228**

> CHAPITRE 8

Assurer la sécurité alimentaire des populations **231**

- Penser le développement en intégrant la durabilité écologique et la santé **232**
- Concilier modernisation et traditions dans les relations entre acteurs **234**
- Penser au marché local tout en s'intégrant au marché international **237**
- Penser des politiques sectorielles intégrant nutrition et santé **239**
- Quelques scénarios prospectifs **240**
- Les voies d'action à explorer **247**
- La sécurité alimentaire est au cœur d'un développement local harmonieux **249**

> CHAPITRE 9

Permettre l'offre et la mise en marché des produits agricoles **251**

- Tendances et dynamiques de l'organisation de l'offre agro-alimentaire en Méditerranée **252**
- Enjeux et hypothèses de base : acteurs, leviers d'action, ressources et facteurs de blocage **265**
- Scénarios pour l'offre agro-alimentaire de qualité en Méditerranée **274**

> CHAPITRE 10**Élaborer des stratégies de développement pour les territoires ruraux 281**

- Quelle population rurale en Méditerranée en 2020 ? **282**
- Quatre déterminants de l'évolution des sociétés d'aujourd'hui **290**
- Un enjeu majeur : l'approche territoriale du développement rural **293**
- Quelques scénarios d'avenir pour les espaces ruraux **305**

> CHAPITRE 11**Renforcer et mutualiser les capacités de formation et de recherche 309**

- Nouvelles compétences et nouveaux savoir-faire **311**
- Améliorer la relation formation-emploi **318**
- Construire un espace euro-méditerranéen de la recherche **323**
- Infuser les savoirs, promouvoir l'innovation **328**
- Des futurs possibles, un avenir souhaitable **332**

3 SCÉNARIOS GLOBAUX pour l'agriculture méditerranéenne 337

- L'avenir est domaine de liberté **339**
- Parcourir le champ des futurs en Méditerranée **342**
- L'action s'écrit au présent pour construire un futur choisi **355**

PROPOSITIONS pour l'action 357

- Orientations générales **357**
- Propositions techniques **359**

LISTE DES DOCUMENTS 365