

La mondialisation des échanges agroalimentaires

Jean-Louis Rastoin, Gérard Ghersi
AGRO.Montpellier, CIHEAM - IAM.Montpellier

Crier « à bas le marché » équivaut à crier « à bas la loi de gravitation »
Fidel Castro (1998)

En 1995, le commerce mondial de marchandises a franchi le seuil symbolique des 5000 milliards US\$. La croissance rapide du commerce international constitue l'une des manifestations du mouvement de mondialisation, mais elle est loin d'être la seule. Après un rappel des travaux les plus marquants qui ont conduit à l'émergence du concept de mondialisation, la première partie de cet article est consacrée à la mesure du phénomène de mondialisation de l'économie agroalimentaire sous toutes ses formes. La deuxième partie s'attache à la mise en évidence des facteurs principaux qui expliquent les évolutions observées et à l'identification des principaux acteurs qui en sont la cause.

In 1995, the world trade of commodities has passed the symbolic 5 trillion US\$ mark. The rapid growth of the international trade constitutes only one expression of the globalization movement, yet it is far from being its sole expression. After reminding the most outstanding publications having led to the emergence of the globalization concept, the first part of this paper is devoted to the measurement of the globalization of the agro-food economics phenomenon at large, laying stress on the importance of the phenomenon and on the swiftness with which it is operated. The second part focuses on the main factors explaining the evolution observed and on the identification of the principal actors involved.

Pendant longtemps, le concept de mondialisation a été abordé sous deux angles : celui du capital et celui du commerce. Les premiers à avoir évoqué et formalisé avec des outils économiques théoriques le

phénomène de la diffusion du capital à l'échelle mondiale, avec l'idée de franchissement des frontières et de « cosmopolitisme », sont les précurseurs du marxisme, comme le fit en son temps Hobson dans son ouvrage *L'impérialisme, stade suprême du capitalisme*. Beaucoup plus tard, à la fin des années 70 et au début des années 80, les décisions de Reagan aux États-Unis et de Thatcher en Grande-Bretagne, reprises ensuite dans la plupart des pays industrialisés, conduisaient à la « révolution des 3 D » (décloisonnement, déréglementation, désintermédiation) sur les marchés financiers, selon l'expression d'H. Bourguignat [Bourguignat, 1997, p. 96-105].

Il est désormais clair que c'est sur le marché des capitaux que la mondialisation est la plus avancée. En effet, nous avons là un marché « parfait » au sens de la théorie classique qui, du fait de l'utilisation des transferts électroniques d'information, fonctionne en temps réel et en continu (24 h sur 24) et présente une unité de lieu grâce à l'interconnexion des terminaux d'ordinateurs des différentes places boursières et des opérateurs financiers, dans le monde entier. Ce sont les spécialistes de la finance de marché qui traitent, avec des modèles très sophistiqués, des mouvements de capitaux.

Dans le domaine du commerce, les fondements théoriques de la mondialisation remontent aux écrits des mercantilistes, c'est-à-dire aux XVI^e et XVII^e siècles, après l'élargissement brutal, à partir de 1492, de la sphère d'échange consécutive à l'ouverture de nouvelles routes maritimes vers l'ouest et de très vastes espaces productifs. Il n'est pas inutile de rappeler ici que, pour les mercantilistes, le commerce est une guerre « où nul ne gagne que l'autre ne perd ». En effet, cette vision conduit à conseiller aux gouvernements de favoriser les exportations et de limiter les importations, tout en spécialisant le pays dans les productions où il détient un avantage absolu. Assez curieusement, quatre siècles plus tard, il semble y avoir un renouveau de la théorie mercantiliste, si l'on en croit le discours dominant des élites : dirigeants de partis politiques, chefs d'entreprises et même économistes (ou se déclarant comme tels), qui reprennent inlassablement le *leitmotiv* de la « guerre économique mondiale » et de la nécessité pour les nations de gagner le « combat de la compétitivité ». P. Krugman a intitulé cette écholalie le « *Pop internationalism* »¹ [Krugman, 1996] en rappelant, non sans humour, qu'un étudiant de première année en économie est capable de faire la différence entre un pays et une entreprise et de comprendre que le commerce n'est pas obligatoirement un jeu à somme nulle.

¹ *Pop internationalism* : théorie *pop* du commerce international.

En effet, la théorie mercantiliste a été invalidée par le concept d'avantage relatif forgé par David Hume au XVIII^e siècle². Ce concept fut repris par la suite par Ricardo en 1817, puis perfectionné par les néoclassiques (Heckscher en 1919, Ohlin en 1933 et, en 1942, Samuelson dans son introduction du rôle de la mobilité des facteurs). Il fut enrichi, dans une période plus récente, par les apports de l'économie industrielle (concurrence monopolistique de E. Chamberlin en 1933, cycle de produit de R. Vernon en 1966) et de l'économie spatiale (asymétrie de développement de F. Perroux). C'est sans doute M. Porter qui formalisera le mieux la dynamique sectorielle internationale et le comportement stratégique des firmes, avec son concept « d'avantage concurrentiel ». Porter, en 1986, est aussi probablement l'un des premiers économistes industriels à avoir utilisé le concept de mondialisation, sous le vocable anglo-américain de *globalization*³ [Porter, 1986]. En résumé la nouvelle théorie du commerce international affirme que les échanges internationaux sont « tirés par les économies d'échelle plutôt que par les avantages comparatifs et que les marchés internationaux sont naturellement en situation de concurrence imparfaite... », ce qui ne fait que renforcer l'idée que les échanges sont toujours bénéfiques⁴ [Krugman, 1998, p. 199-200]. Dans ce contexte, le rôle de l'État devrait être réorienté vers la récupération des superprofits résultant de marchés imparfaits et l'encouragement des branches produisant des externalités positives (principalement création de savoir), dans le cadre d'une *strategic trade policy*.

On doit néanmoins souligner que ce sont les spécialistes du marketing qui ont, les premiers, fait mention du phénomène de globalisation : un article précurseur de Buzzell s'intitulait en 1968 « *Can you standardize global marketing ?* ». Pour caractériser l'extension mondiale de certains marchés, et de façon encore plus explicite, Théodore Levitt parlait en 1983 de « globalisation des marchés ». Et enfin, l'ouvrage d'Ohmae sur la Triade popularisait, dès 1985, la notion de mondialisation polarisée.

Cet article se propose d'examiner la nature de la mondialisation des échanges dans le système alimentaire. Il en mesure l'importance et la dynamique, puis en identifie les facteurs, pour déboucher enfin sur une prospective géostratégique et économique.

² Dans son essai « *The Balance of Trade* », 1750.

³ Nous avons, en français deux termes qui désignent le même concept : l'anglicisme « *globalization* » et « *mondialisation* », qui n'existe pas en anglais.

⁴ ... pour les firmes. D'autres auteurs et notamment Cota, dans sa théorie des marchés opaques, ont démontré que les situations d'oligopole pouvaient conduire à une baisse des prix en intensifiant la concurrence, situation favorable au consommateur : la grande distribution alimentaire, fortement concentrée, en est un exemple convaincant.

I. – PEUT-ON MESURER LA MONDIALISATION ? :
QUELQUES PISTES DANS L'AGROALIMENTAIRE

Les outils de la **nouvelle économie industrielle internationale** peuvent être utilisés pour mieux comprendre l'évolution des systèmes agroalimentaires à l'échelle des pays, des macro-régions et du monde. Cependant, du fait des carences des sources d'information, on se limitera dans cette communication à explorer deux des vecteurs de la mondialisation de l'agroalimentaire : les flux de marchandises et les mouvements de capitaux. On soulignera par ailleurs la spécificité de ce secteur liée non seulement à la nature très basique et périssable des produits mais aussi, pour l'acheteur, à leur fort contenu socio-psychologique et culturel.

**1.1. Mondialisation des échanges de produits agroalimentaires :
déclin relatif, croissance différenciée**

Nous examinerons dans ce chapitre les tendances globales des échanges internationaux, les principaux acteurs-pays et la structuration par type de produit du commerce agroalimentaire.

Tendances globales

Pour étudier l'évolution du commerce mondial des produits qui nous intéressent, il convient tout d'abord de rappeler que ces produits sont à la fois nombreux et variés. En se référant à la CTCI⁵, on distinguera au sein du commerce total de marchandises quatre niveaux pour les produits agricoles au sens large :

- les produits de l'agriculture, de la pêche et des forêts (PAPF) correspondent aux sections : 0, 1, 4 et aux divisions 21 à 26 + 29 de la CTCI ;
- les produits alimentaires bruts et transformés (PA) aux sections : 0, 1, 4 et à la division 22 ;
- les produits des industries alimentaires (PIA) aux divisions : 01 à 09, et sections 1 et 4, à l'exclusion des produits frais ;
- les matières premières agricoles non comestibles ou *commodities* (MPA) aux divisions : 21, 23 à 26 et 29. Elles se composent des cuirs, caoutchoucs, bois, fibres textiles, de leurs dérivés et sous-produits.

⁵ CTCI : classification type du commerce international, SITC : standard international trade classification.

On notera que les chiffres se référant à la CTCI diffèrent sensiblement selon les sources : Nations unies, FAO, OCDE, OMC, en raison de méthodes de comptabilisation et d'estimations non homogènes.

Les statistiques de l'OMC indiquent, pour 1998, un montant d'exportations de 553 milliards US\$ pour les PAPF, de 443 milliards pour les PA et de 110 milliards pour les MPA. En ce qui concerne les PIA, un premier pointage donne environ 290 milliards.

On peut, à l'aide de séries longues sur le commerce international établir quelques lois tendancielles :

– Le commerce de PAPF régresse au sein des exportations mondiales de marchandises : sa part passe de 46 % en 1950 à un peu plus de 10 % en 1998. Les points perdus par les produits primaires sont gagnés par les produits manufacturés. Plus globalement, la proportion des services dans les exportations totales de biens et de services ne cesse d'augmenter, conformément à la migration des activités productives du primaire vers le secondaire puis le tertiaire. En 1998, les exportations de services ont atteint 1320 milliards US\$, soit 20 % de l'ensemble du commerce international.

– Au sein du complexe agroalimentaire, les produits transformés tendent à supplanter les produits bruts : nous avons estimé à 60 % en 1995 la proportion de PIA dans l'ensemble des PA, contre 44 % en 1984. Cette évolution est conforme au modèle historique du système alimentaire qui voit progressivement les PIA s'imposer sur les marchés au cours de « l'âge agro-industriel », selon l'expression de L. Malassis [Malassis, 1998]. En France, selon la comptabilité nationale 80 % de la consommation alimentaire étaient constituée de PIA en 1998, ce qui montre que de fortes marges de progression existent encore pour ce type de produits sur le marché international.

– La régression des PAPF dans les exportations totales de marchandises ne signifie évidemment pas que ces produits chutent en valeur absolue. Bien au contraire, ils connaissent une croissance continue bien qu'irrégulière sur la longue période : les exportations mondiales de PAPF ont connu un accroissement annuel moyen en volume d'environ 3 % entre 1950 et 1963, 2,5 % entre 63 et 73, 2 % entre 73 et 96. Ces flux sont pénalisés par des prix volatils et orientés à la baisse sur le long terme. La baisse des prix s'explique aisément par deux facteurs : 1) l'excédent de l'offre par rapport à la demande internationale solvable ; 2) les interventions massives des États pour soutenir leurs exportations agricoles. Les pays de l'OCDE ont ainsi accordé plus de 250 milliards de US\$ de subventions à l'agriculture en 1995, soit environ 40 % des prix de référence moyens aux frontières. Toutefois, du fait des accords internatio-

naux, les soutiens directs aux prix sont en diminution et l'on devrait s'acheminer vers un « prix d'équilibre » représentatif de la confrontation offre-demande.

– Les exportations de produits agricoles et alimentaires (PAA) sur la longue période, augmentent, comme pour l'ensemble des marchandises, plus rapidement que la production. En conséquence, la part du système alimentaire ouverte sur l'international est croissante.

Les tendances lourdes que nous venons de dégager très rapidement sont de plus en plus sensibles aux paramètres démographiques. En effet, les produits alimentaires étant des produits de base, leur consommation est très dépendante du niveau de vie. La croissance économique ouvre de nouveaux et très importants marchés dans les pays très peuplés d'Asie et d'Amérique latine. En conséquence, l'adoption progressive, en Chine notamment, du modèle de consommation occidentale (riche en viande) risque de provoquer, à terme, des tensions sur le marché mondial des *commodities* entrant dans la composition de l'alimentation animale. Les ajustements devraient se faire, conformément à la théorie, par stimulation de l'offre (prix attractifs) et baisse de la demande (modification du modèle de consommation).

Intensité « Produit-Pays »

Cette notion concerne le degré d'internationalisation du système alimentaire. Celle-ci demeure globalement faible : en 1998, la moyenne mondiale du ratio Exports agricoles/PIBA⁶ s'établissait à 40 % avec des écarts considérables : on trouve une quinzaine de pays dont le ratio dépasse 100 %, principalement des pays à haut revenu pour la plupart faiblement peuplés (Belgique, Hollande, Singapour, Irlande, Danemark, Nouvelle-Zélande, Australie, France) et une cinquantaine de pays à moins de 30 % (dont les pays les plus peuplés tels que la Chine, l'Inde, l'Indonésie). Cette situation traduit à l'évidence la concurrence entre marché domestique et marché international, d'une part, et le degré de richesse économique, d'autre part. On peut ainsi établir une corrélation négative entre PNB *per capita* et taux d'exportation agricole défini par le ratio Exports agricoles/Exports totales (Xa/Xt) : les pays riches (PIB supérieur à 10 000 \$/tête/an) ont un faible taux Xa/Xt , sauf exception (Australie, 26 % ; Nouvelle-Zélande, 47 % ; Danemark, 20 % ; données 1998). A l'inverse, les pays pauvres (moins de 1000 \$/tête) ont fréquemment un taux élevé (plus de 50 %). Cette forte dépendance de

⁶ PIBA : Produit intérieur brut agricole.

la balance commerciale pour un ou deux produits traduit une forte vulnérabilité économique. Une analyse plus fine montrerait probablement que les produits concernés dans le cas d'un ratio Xa/Xt élevé sont des matières premières beaucoup plus que des produits élaborés. Ce qui tendrait à valider le concept de différenciation des produits dans le cadre général de la théorie de la concurrence monopolistique de Chamberlin.

Le degré d'ouverture sur l'international peut aussi être mesuré au niveau des produits par le ratio Xi/Yi (Exportation/Production, pour le bien *i*). On constate, là encore, une faible intensité. Moins de 10 % de la production totale de pommes sont exportés ; pour les céréales et les légumineuses, le taux est de 12 et 13 % ; le sucre est à 30 %. Seuls le café et le cacao dépassent 75 %. Les facteurs déterminants sont ici : la localisation de la demande (en zone tempérée pour les produits tropicaux) et la périssabilité des produits, bien que ce handicap soit beaucoup atténué aujourd'hui par la rapidité des transports et la baisse de leur coût. Le plus grand dynamisme manifesté par les produits animaux qui nécessitent des procédés de conservation sophistiqués témoigne de l'importance des techniques de transport et stockage. Par contre, on voit la part du sucre brut exportée diminuer, ce qui traduit la montée de production et de la consommation domestique dans les pays producteurs du Sud.

TABLEAU 1

Degré d'internationalisation de quelques produits alimentaires

Produit	X/Y 1961-65 (*)	X/Y 1995-98 (**)	Tendance X (***)
Bananes	18.0 %	24,2 %	2,9
Pommes	8.4 %	9,5 %	2,8
Tomates	4.0 %	4,0 %	2,6
Céréales	8.0 %	12,2 %	2,6
Légumineuses sèches	3.5 %	13,2 %	4,6
Café vert	68.4 %	78,1 %	1,7
Sucre brut (équiv.)	39.3 %	29,9 %	2,0
Beurre	13.4 %	20,3 %	2,1
Fromages	7.9 %	18,8 %	6,5
Produits de la mer	32.3 %	3,1 %	6,0
Viande bovine	6.4 %	16,4 %	1,8
Viande de porc	4.5 %	17,8 %	5,2

(*) Ratio Exports/Production mondiale en quantités, moyenne des années 1961 à 1965
 (**) Ratio Exports/Production mondiale en quantités, moyenne des années 1995 à 1998
 (***) Rapport entre volume des exportations en 1995-98 et en 1961-65

Source : nos calculs d'après FAO, (2000), FAOStats.

Polarisation du commerce mondial

Deuxième caractéristique, ce commerce est fortement polarisé : 62 % des exportations et 70 % des importations mondiales de PAPP sont réalisées par les pays de la Triade, en 1996, avec un poids considérable des échanges « intra-régionaux »⁷ : le commerce entre les 15 pays de l'Union européenne représentait 28 % des exportations mondiales de PAPP en 1996. Toutefois, l'essor des exportations des pays d'Asie et d'Amérique latine et la réduction relative des échanges intra-européens depuis quelques années modifient les parts de marché et va dans le sens d'une mondialisation : la part des pays, autres que les États-Unis et l'UE, est passée de 43 à 47 % des exportations agricoles totales entre 1990 et 1996. La cause de ce mouvement est à rechercher dans l'élargissement progressif de l'arène oligopolistique agroalimentaire mondiale. La « défragmentation » du monde à partir de 1989 (effondrement du bloc soviétique) et l'ouverture des marchés démographiques de l'Asie ont permis le dépassement des zones économiques traditionnelles. Le fondement du phénomène peut se situer là encore dans les théories de la différenciation et du cycle du produit de Vernon.

La polarisation du commerce international renvoie également à la théorie de l'oligopolisation et de la divergence, c'est-à-dire de la concentration du pouvoir de marché entre les mains d'un petit nombre de pays et l'apparition de distorsions croissantes au niveau des recettes d'exportation. À cet égard, l'examen des chiffres confirme que les écarts entre pays riches et pays pauvres se creusent : le groupe certes très hétéroclite des PVD réalise moins de 30 % des exportations mondiales de PA en 1998 contre 41 % en 1961, et donc les pays développés ont accru leur part de marché de 12 points en 35 ans (de 59 à 71 %). La performance des pays est liée à la capacité concurrentielle des acteurs du commerce, à savoir les firmes au sens de Porter [Porter, 1990]. Cette capacité concurrentielle va résulter, on le sait, non seulement des ressources naturelles, mais de plus en plus de la sophistication de la demande domestique, des grappes industrielles (activités de soutien), des infrastructures et des investissements immatériels (R & D, formation, information).

Dans le club très fermé des 10 leaders mondiaux, des changements importants sont intervenus dans les 30 dernières années. Entre 1962 (moyenne triennale 61-63) et 1995 (moyenne triennale 94-96), 4 pays

⁷ Toutefois, le marché commun de l'Amérique centrale (MCAC) constitue une exception à ce phénomène : les échanges entre les pays du MCAC ont fortement diminué depuis une dizaine d'années, ce qui tendrait à prouver l'inefficacité du modèle « zone de libre échange », par rapport à celui de l'espace économique intégré.

ont quitté le club (le Canada, l'Argentine, le Danemark et la Nouvelle Zélande), remplacés par l'Allemagne, la Belgique-Luxembourg, l'Italie et la Chine. La part de marché du top 10 s'est considérablement accrue sur cette période, de 46.5 % à 57.9 % (plus de 10 points). Cependant, le dynamisme a été variable selon les pays : gain supérieur à 4 points pour la France, l'Allemagne et les Pays-Bas ; perte pour les pays « exclus » mentionnés ci-dessus et pour les États-Unis. Pour ces derniers, le recul s'est accentué depuis 1980 (- 4.5 %), après une progression dans les années 70 (+ 4.4 %) et un léger fléchissement sur 62-70. Ces chiffres expliquent l'agressivité nord-américaine dans les discussions sur la réforme des politiques agricoles, bien que les États-Unis demeurent très nettement la première puissance exportatrice agricole mondiale. Le graphique de l'annexe, croisant parts de marché en 94-96 et évolution sur 80-95, fait bien apparaître ces changements.

TABLEAU 2
Classement des 10 premiers exportateurs mondiaux
de produits agricoles

Pays	Part de marché 1994-96 (*)	Rang mondial 1994-96	Rang mondial 1979-81	Rang mondial 1961-63
États-Unis	13.9	1	1	1
France	9.0	2	2	4
Pays-Bas	8.5	3	3	3
Allemagne	5.8	4	4	12
Belgique-Luxembourg	4.2	5	9	13
Italie	3.5	6	11	11
Royaume-Uni	3.4	7	7	8
Chine	3.4	8	13	16
Australie	3.1	9	6	2
Brésil	3.1	10	5	6

(*) En % des exportations mondiales de PA, soit 430 millions US\$ en moyenne triennale 94-96.

Source : nos calculs d'après données FAOstats (1998).

Une segmentation plus fine des marchés d'exportation ciblés conduirait à un classement peu différent. Ainsi, en retenant les PIA, la France devient le premier exportateur mondial devant les États-Unis, et ce, depuis plusieurs années. La part de marché française pour les PIA s'établissait, en 1996, à 9.9 %, suivie de près par les États-Unis (8.4 %) et les Pays-Bas (8.2 %). La concentration au niveau des 10 premiers pays est identique pour les PA et les PIA (57 % en 1996), et les pays sont les mêmes, avec des rangs légèrement différents à partir du 5^{ème}.

Ceci tendrait à montrer que les grands pays exportateurs agricoles se sont tous, ou presque, engagés sur la voie de l'agroalimentaire (valorisation des matières premières) et confirmerait la théorie de l'évolution historique des systèmes alimentaires [Malassis, 1998].

Croissance des échanges intra-branches

Troisième phénomène important de la dynamique des systèmes alimentaires, le développement des échanges intra-branches : l'indice Grubel-Lloyd, qui mesure l'intensité du commerce au sein d'un même

TABLEAU 3
Intensité des échanges intra-branches dans le commerce extérieur de la France

	GL 89 (*)	IGL 95 (**)	Var. IGL	Var. export
Commerce total	0.95	0.98	3 %	47 %
01 Viande et préparations de viande	0.86	0.95	10 %	65 %
08 Nourriture destinée aux animaux	0.79	0.91	14 %	40 %
41 Huiles, graisses et cires d'origine animale	0.89	0.87	-3 %	43 %
22 Graines et fruits oléagineux	0.27	0.83	207 %	-56 %
42 Huiles végétales fixes	0.82	0.81	-1 %	46 %
05 Légumes et fruits	0.71	0.74	4 %	36
07 Café, thé, cacao, épices, et produits dérivés	0.53	0.70	32 %	144 %
02 Produits laitiers et d'œufs d'oiseaux	0.52	0.63	19 %	40 %
09 Produits et préparations alimentaires divers	0.89	0.59	-33 %	244 %
06 Sucres, préparations à base de sucre, et miel	0.44	0.53	22 %	12 %
43 Huiles et graisses préparées, et cires	0.35	0.52	46 %	145 %
03 Poissons, crustacés et mollusques	0.51	0.47	-7 %	15 %
00 Animaux vivants	0.50	0.44	-13 %	22 %
04 Céréales et préparations à base de céréales	0.32	0.42	30 %	6 %
11 Boissons	0.30	0.32	9 %	27 %
12 Tabacs bruts et fabriqués	0.27	0.28	2 %	79 %

(*) IGL : indice de Grubel-Lloyd, moyenne 1988-90.

(**) IGL : indice de Grubel-Lloyd, moyenne 1994-96.

Source : nos calculs d'après données OCDE (1998).

groupe de produits⁸, est passé de 0.38 à 0.45 dans l'Union européenne entre 1980 et 1992. Cet indice était supérieur à 50 % pour 26 des 48 branches alimentaires de la classification SIC aux États-Unis en 1994 [Henderson *et alii*, 1997, p. 42]. En France, nos calculs donnent les résultats suivants :

On peut constater que les indices sont élevés (supérieurs à 0.5) pour la plupart des produits, à l'exception des poissons, des animaux vivants, des céréales, des boissons et du tabac, tous produits de type « matières premières ». Les IGL progressent fortement pour les oléagineux, les céréales et les boissons tropicales, traduisant un développement de la transformation de ces produits en France et de leur commerce extérieur. Par ailleurs, le commerce pour tous les produits, mesuré par les exportations, augmente de façon importante, sauf pour les graines oléagineuses et les céréales, par suite de la saturation du marché international.

Ce phénomène résulte de la segmentation poussée des marchés et donc leur forte diversification, au sein de chaque catégorie de produits. Cela peut s'interpréter comme une infirmation de la thèse ricardienne selon laquelle un pays va se spécialiser dans les denrées pour lesquelles il possède un avantage relatif, ce qui devrait conduire à une baisse des échanges intra-branches. La nouvelle théorie du commerce international interprète cette divergence par les économies d'échelle internes (effet de la taille sur les coûts unitaires) et externes (gains procurés par la croissance globale du secteur engendrant des baisses de coûts de transaction). On peut observer l'un et l'autre à travers l'analyse des grandes firmes (*cf. infra*), ce qui conduit à souligner le rôle déterminant de ces firmes dans la compétitivité globale du secteur.

En résumé, le commerce international des produits agricoles et agroalimentaires semble relever de 2 types de justifications théoriques, conformément aux hypothèses générales formulées par Lafay [Lafay, 1996, p. 38] :

– une fraction – minoritaire aujourd'hui (environ 40 %) – des échanges repose sur la complémentarité des économies nationales et fait jouer les avantages comparatifs ricardiens, fondés sur les différences relatives de productivité. On a alors le schéma classique d'exportations de matières

⁸ L'indice de Grubel-Lloyd est calculé de la façon suivante $GL = [(X + M) - |(X - M)|] / (X + M)$. si $GL = 1$, le commerce intra-branche représente la totalité des échanges : les importations du produit considéré sont entièrement couvertes par les exportations de ce même produit ; en conséquence, il n'y a pas de « solde » positif ou négatif couvrant des échanges d'autres produits. Une valeur $GL = 0$ représente l'absence d'échanges intra-branche : cette branche ne fait qu'exporter (ou importer) le produit considéré.

premières agricoles tropicales des pays du Sud vers les pays du Nord et, en retour, d'équipements des pays du Nord vers les PVD (café, cacao, soja, huile de palme contre machines et matériels mécaniques et électriques ou de télécommunication). Les pays sont ici conduits à rechercher des gains dans l'exploitation de leurs potentiels respectifs, en particulier agro-climatiques ;

– l'autre fraction du commerce trouve son origine dans l'hétérogénéité, au sein d'une même branche, des marchés et des performances des firmes, ce qui conduit les firmes à différencier leurs produits et à rechercher des rendements croissants par concentration de leurs unités de fabrication, conformément à la théorie de la concurrence monopolistique. C'est nettement le cas désormais pour une majorité de produits agroalimentaires comme en témoigne la mesure des indices GL. Les gains apparaissent alors chez les consommateurs (plus grande variété des produits-offerts et baisse des prix).

La constitution d'espaces économiques de libre-échange (ALENA, MERCOSUR, ASEAN, etc.) devrait intensifier cette tendance, pour des raisons à la fois économiques (coût net des échanges) et réglementaires (barrières non tarifaires). À long terme, le démantèlement total des entraves tarifaires ne laissera subsister que les différentiels de coût d'approche (transport et stockage), les distorsions « normatives » si elles ne font pas l'objet d'une harmonisation internationale et, bien entendu, les « compétences distinctives » des firmes et les potentiels « naturels » des territoires.

1.2. Des capitaux « transfrontières »

La deuxième manifestation de la mondialisation est la croissance de l'IDE (investissement direct à l'étranger). On sait que ce mouvement n'est pas nouveau. Le début du xx^e siècle a notamment été marqué par une forte migration de capitaux, dans le cadre des empires coloniaux ou de leurs héritiers. Un nouveau cycle semble avoir démarré à la fin des années 80 après le reflux noté entre 1920 et 1980. En 1998, l'IDE (flux sortants) mondial approchait 650 milliards US\$, soit 2 % du PIB mondial et 9.9 % des exportations. Il faut noter que le taux de progression de l'IDE depuis 1986 est de l'ordre de 25 % par an, contre 10 % pour les exportations et 8 % pour le PIB (en prix courants) (UNCTAD, 1999).

En 1998, la valeur des ventes des filiales étrangères des sociétés multinationales dépassait largement celle des exportations mondiales de biens et services (11 400 milliards US\$ contre 6 600). Dans le secteur agroalimentaire, nous estimons, pour l'année 1996, à 350 milliards

US\$ environ le montant des ventes réalisées par les filiales étrangères des 100 premiers groupes multinationaux, à comparer à la valeur des exportations mondiales de PIA : 285 milliards US\$ [Rastoin, 1998]. Les chiffres étaient de 100 milliards US\$ pour les ventes des filiales étrangères des firmes US en 1994, tandis que les exportations se situaient à 23 milliards [Henderson, 1996, p. 35 et 78].

Le caractère faiblement internationalisé de l'IA se confirme par l'examen des chiffres de l'IDE : en 1994, les flux sortants des 25 pays de l'OCDE (y compris le Mexique) se sont élevés à environ 20 milliards US\$, soit moins de 9 % de leurs investissements totaux à l'étranger (OCDE, 1996). Les flux étant très variables d'une année à l'autre, il est préférable de raisonner sur les stocks de capital accumulés à l'étranger dans l'IA, qui représentent quant à eux moins de 5 % des stocks détenus dans l'ensemble des secteurs. On vérifie ici la règle de la concentration triadienne puisque l'OCDE est à l'origine de plus de 90 % du stock de capital investi à l'étranger en 1996 et reçoit plus de 70 % de ce stock.

TABLEAU 4

L'investissement direct à l'étranger dans l'IA
(Stocks de capital détenus et hébergés par les pays de l'OCDE au 31/12/1994)

Pays	Stock sortant	Pays	Stock entrant
1 États-Unis	28.9 %	1 États-Unis	27.5 %
2 Royaume-Uni	25.7 %	2 Royaume-Uni	13.9 %
3 Pays-Bas	14.9 %	3 Canada	12.1 %
4 France	8.6 %	4 Australie	11.6 %
5 Japon	7.4 %	5 Pays-Bas	10.0 %
Total OCDE	100.2 mds US\$		76.0 mds US

Source : données OCDE (1996).

Les années les plus récentes voient également une montée des investissements étrangers dans les pays d'Asie (x 6.2 entre 1996 et 1985-90) et d'Amérique latine (x 4.7), alors qu'ils progressent beaucoup moins rapidement en Afrique (x 2) et dans les pays à haut revenu (x 1.7). Il y a donc une bonne symétrie entre la dynamique territoriale des flux transnationaux de marchandises et celle des mouvements de capitaux [UNCTAD, 1997].

Le phénomène marquant est celui de la recomposition des flux du fait du développement des grandes firmes transnationales. On assiste en effet à une « capture » croissante des échanges par internationalisation au sein de ces firmes.

Les spécialistes de l'Organisation Mondiale du Commerce [OMC, 1996] considèrent que les échanges internationaux de marchandises se répartissent aujourd'hui de la façon suivante :

- 1/3 pour les échanges entre filiales au sein des multinationales ;
- 1/3 pour les ventes des multinationales à d'autres sociétés non multinationales ;
- 1/3 pour les transactions entre des sociétés exclusivement « nationales »,

ce qui signifie que les 2/3 du commerce mondial seraient contrôlés par les 508 000 filiales étrangères des 59 900 sociétés multinationales recensées en 1998 par la CNUCED⁹.

On observe toutefois une double évolution sur la période récente :

- les exportations « intra-firmes » progressent (de 46 % des exportations totales des multinationales en 82 à 55 % en 94), ce qui confirme le développement de ce type d'entreprises ;

- les exportations locales des filiales des multinationales régressent de 31 % des ventes totales de ces filiales en 82 à 28 % en 94, ce qui indique un renforcement des flux de proximité.

Cette tendance se vérifierait pour l'IA, si l'on extrapole les données relevées pour les entreprises américaines, les seules pour lesquelles on dispose de statistiques. En 1993, les ventes des filiales étrangères des firmes alimentaires « états-uniennes » se répartissaient comme suit :

- ventes locales, 79 %
- exportations vers pays-tiers, 19 %
- réexportation vers les USA, 2 %.

L'IDE est le fait des multinationales, c'est-à-dire des firmes multi-sites, et donc d'une certaine taille. On a relevé que par leurs productions vendues localement, elles grignotaient les exportations en provenance des maisons mères. C'est là le phénomène nouveau constaté dans l'internationalisation des secteurs : l'IDE progresse désormais beaucoup plus vite que les exportations.

Cependant, la part de l'IDE dans le financement de la formation brute de capital fixe (FBCF) des pays reste encore limitée, ce qui tendrait à indiquer que la source principale de financement des investissements reste nationale. Ainsi, on peut estimer à environ 5 % la part de la FBCF

financée par des capitaux étrangers (fraction IDE uniquement) dans les pays de l'OCDE en 1995 et à la moitié, soit 2.5 %, celle constatée dans les PVD et les économies en transition (CEI et PECO). En dehors de l'IDE, les transferts de capitaux privés portent sur les crédits bancaires et les investissements en participations (ou de portefeuille). Globalement, l'IDE représente 50 % des flux internationaux de capitaux privés destinés au financement des opérations d'investissement. La situation apparaît très hétérogène au plan mondial (tableau 5).

TABLEAU 5
Part des capitaux étrangers dans le financement
de l'investissement (en %)

Zones	1982-89	1995
Pays développés (*)		10.0
Pays en voie de développement	7.3	5.6
<i>dont Afrique</i>	21.4	17.0
<i>Asie</i>	3.6	4.1
<i>Moyen-Orient</i>	19.3	3.5
<i>Amérique latine et Caraïbes</i>	3.5	9.5
Économies en transition	-	5.7

(*) : nos estimations d'après OCDE.

Source : données World Bank, World Debt Tables, 1996.

On constate ainsi que les flux de capitaux privés sont particulièrement importants en Afrique et faible en Asie. Parmi les interprétations possibles de ce mouvement, compte tenu des faibles disponibilités locales en capitaux dans les PVD, on peut avancer d'une part que les investissements concernent encore majoritairement des TPE et PME, avec un autofinancement ; que, d'autre part, les transferts de capitaux proviendraient principalement du marché monétaire et interbancaire et enfin que l'aide publique au développement (APD), malgré son déclin récent représente encore une fraction significative des transferts de capitaux du Nord vers le Sud. Ainsi en 1995, sur 231 milliards US\$, l'APD s'élevait à 64 milliards, soit 25 %.

Pour les grandes firmes, on doit souligner le rôle croissant de l'appel au marché des capitaux dans le monde entier. Ceci s'explique par la vague puissante des privatisations initiée au Royaume-Uni par Margaret Thatcher dans les années 70, qui s'est étendue en France dans

⁹ La définition de la société multinationale par la CNUCED (UNCTAD) est très large, puisque, est considérée comme multinationale toute entreprise possédant à l'étranger au moins une filiale d'importation ou de production.

les années 80, puis dans les pays en transition après la chute du mur de Berlin, et, bien entendu par l'excellente tenue des placements boursiers depuis un quart de siècle¹⁰. On a assisté, dans les 10 dernières années, à un doublement de la capitalisation boursière dans les marchés émergents, et à un triplement du volume des transactions sur les titres au niveau mondial, tandis que l'internationalisation des placements s'intensifiait¹¹:

TABLEAU 6
L'essor des places boursières dans le monde

Marchés boursiers	Emergents		Développés		Monde	
	1986	1995	1986	1995	1986	1995
Capitalisation boursière (Mds \$)	239	1 896	6 276	15 892	6 515	17 788
Nombre d'entreprises cotées	9 618	19 397	18 555	19 467	28 173	38 864
Capitalisation moyenne/entr. (M.\$)	24.8	97.8	343.5	816.4	231.2	457.7
Volume des transactions (Mds \$)	83	1 033	3 491	10 633	3 574	11 666
Transactions/capitalisation	35 %	55 %	56 %	67 %	55 %	66 %

Source : ONUDI, 1998, d'après International Finance Corporation, Emerging Stock Market Factbook, Washington, 1996.

On mentionnera également le rôle croissant joué par les nouveaux instruments financiers dans la couverture des risques encourus par les firmes dans le contexte de la mondialisation (taux de change, fluctuation de cours des matières premières, etc.).

Dans le vaste domaine de la finance internationale, on ne dispose pas encore de données spécifiques pour l'industrie alimentaire, à l'exception de quelques rares études [Kitous, 1997].

1.3. Des savoirs sans frontières ?

La troisième manifestation de la mondialisation est la *circulation des « savoirs »*, c'est-à-dire des informations de tous ordres, des technolo-

¹⁰ Le marché des actions a connu une croissance très supérieure à celui des obligations et de l'immobilier, sans même parler des placements bancaires laminés par la chute généralisée des taux d'intérêt.

¹¹ Il y a une fluidité croissante des investissements du fait des nouvelles technologies de la communication, de la création progressive d'un marché mondial des capitaux (meilleure transparence de l'information) et de l'existence d'importantes liquidités dans les milieux aisés des pays riches comme des pays pauvres, traduisant l'accentuation des disparités dans la distribution des richesses.

gies et des pratiques managériales. Dans ce domaine, il n'y a pas de spécificité de l'IA : les savoirs sont disponibles aujourd'hui quasiment en temps réel, dans l'ensemble des pays. C'est la capacité et la rapidité de mobilisation de ces informations et de ces savoirs qui constituent le facteur de différenciation entre pays et entre firmes : la longueur des courbes d'apprentissage est variable selon les contextes.

II. – FACTEURS ET ACTEURS DE LA MONDIALISATION DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Nous venons de mettre en évidence une internationalisation encore relativement faible mais en croissance soutenue de l'IA, à travers l'IDE. Quelles en sont les causes et les acteurs prépondérants ?

2.1. Fondements théoriques

La théorie du cycle du produit énoncée au milieu des années 60 [Vernon, 1966] précise les raisons de l'internationalisation des activités des firmes : lorsque la croissance sur le marché national est insuffisante pour rentabiliser les actifs, l'exportation permet de prendre le relais et, dans un troisième temps, la production des firmes à l'étranger par le biais de filiales locales se substitue aux exportations.

Nous avons vu plus haut que l'IA se trouvait encore dans une phase de croissance soutenue des exportations. Les exportations nécessitent des moyens techniques, financiers et managériaux relativement importants. C'est pourquoi, l'essentiel des ventes à l'étranger est réalisé par des entreprises moyennes à grandes : ainsi en France, le taux d'exportation de l'IA était, en 1994, de 11 % du chiffre d'affaires pour les entreprises de 10 à 99 salariés et de 18 % au-dessus de 100 salariés, ces dernières réalisant plus de 80 % des exportations alimentaires totales. En vision prospective, on doit signaler que le progrès des télécommunications en réseau du type Internet, abaissant les coûts et améliorant la couverture du marché, donnent de nouveaux atouts aux petites entreprises disposant de produits de qualité, à l'exportation. Cependant, les volumes resteront faibles pour ce type d'entreprises.

Les spécificités locales (fonctionnement du marché, relations avec les distributeurs) peuvent justifier une implantation à l'étranger par une filiale commerciale d'importation dans un premier temps, puis de production, surtout si des barrières à l'entrée viennent limiter les courants d'affaires.

Dunning a précisé les 3 conditions nécessaires pour inciter une entreprise à réaliser un IDE, à travers le paradigme OLI : O pour

Ownership, c'est-à-dire l'avantage procuré par la possession d'actifs spécifiques (actifs immatériels tels que le savoir-faire technique ou commercial), L pour *Locational considerations* du type économies sur les coûts de transport ou d'accès (droits de douanes, réglementations, etc.), I pour *Internalisation* qui renvoie à l'intérêt de réaliser au sein de la firme certaines opérations devenues plus coûteuses sur le marché (par exemple, fabriquer soi-même les produits intermédiaires plutôt que les acheter) [Dunning, 1977]. D'autres auteurs [Veugelers, 1991 et Ning et Reed, 1995], à partir d'études empiriques réalisées dans le secteur des aliments, insistent sur les facteurs culturels (meilleure perception des clients) ou politiques (création de zones de libre échange) comme stimulants de l'IDE. C'est pourquoi on parle de théorie « éclectique » (ou multifactorielle) de l'IDE.

Au-delà de ces facteurs explicatifs, il nous semble qu'un des leviers les plus puissants de la mondialisation dans l'agroalimentaire provient de la dynamique des marchés. On assiste en effet à la convergence de deux courants : d'une part les modèles de consommation s'universalisent du fait de la circulation des hommes (grandes migrations professionnelles et touristiques) et surtout des informations (mass media), d'autre part, les firmes sont en mesure, grâce aux progrès de la production de masse, des transports (export) et à l'IDE (production locale) de diffuser de plus en plus largement leurs produits.

La diffusion du modèle de consommation occidentale dans les pays à forte démographie et à croissance économique soutenue constitue probablement le facteur essentiel de la mondialisation de l'IA en cette fin de siècle. Elle se manifeste par la conquête de nouveaux territoires, à partir des bases constituées par les grands pôles de la Triade, dont les marchés alimentaires sont saturés.

2.2. Géostratégies des acteurs de la mondialisation alimentaire

Les acteurs prépondérants de cette expansion territoriale sont les firmes multinationales alimentaires (FMNA). Le secteur alimentaire compte probablement plusieurs milliers de FMNA, au sens donné plus haut. Nous nous intéresserons ici au plus grandes d'entre elles, qui réalisent l'essentiel de l'IDE. Du point de vue qui nous préoccupe ici, la géostratégie, deux questions sont intéressantes : celle du territoire d'origine ou, en d'autres termes, celle de la nationalité ; celle du territoire de croissance, c'est-à-dire la transnationalité.

La question de la nationalité des FMNA

La vulgate associe firmes multinationales et capitalisme international. En fait les FMNA restent encore, en cette fin de siècle très « nationales », si l'on observe la carte d'identité des actionnaires de contrôle, à l'exception des plus grands groupes européens : UNILEVER, bi-nationale (NL/UK) dès sa fondation et NESTLE, dont l'actionnariat est aujourd'hui composé pour 50 % d'investisseurs étrangers [Maucher, 1996, p. 25].

Dès lors, le classement des firmes en fonction du pays de domiciliation du siège social garde une signification. Pour les FMNA, on constate, en 1998, une présence majoritaire de firmes originaires de l'Europe de l'Ouest (40 firmes sur 100 en 1998 contre 37 en 1974), les firmes des États-Unis (29 firmes en 1998, contre 50 en 1974). Ce déclin en nombre d'entreprises observé depuis une vingtaine d'années, est corrélatif de l'ascension des firmes européennes et japonaises. Toutefois, les restructurations d'entreprises ayant été plus rapides et plus vigoureuses en Amérique du Nord, qu'en Europe, le poids des États-Unis mesuré par le chiffre d'affaire cumulé ne régresse que légèrement, mais il représente encore 45 % du Chiffre d'affaires total de l'échantillon et 48 % des profits (Agrodata 98).

De leur côté, les firmes européennes progressent fortement en nombre mais stagnent en part de chiffre d'affaires. Les firmes japonaises quant à elles, vont tripler en nombre et en chiffre d'affaires total. En 20 ans, on voit apparaître qu'une seule firme originaire de PVD, la brasserie philippine San Miguel qui occupe aujourd'hui la 102^e position dans le classement 1998. Après une période de développement de proximité (Amérique latine et Europe de l'Ouest pour les firmes états-« uniennes » ; Europe et Amérique du Nord pour les firmes européennes), un mouvement en direction de l'Est apparaît clairement depuis le début des années 90 lorsque l'on examine les implantations des filiales étrangères des (FMNA).

Logiques d'implantation des FMNA

En 1996, 41 % des 3400 filiales étrangères des 100 premiers groupes agroalimentaires mondiaux recensées dans le fichier Agrodata étaient localisées dans l'UE-15. Plus de la moitié des filiales européennes appartenaient à des firmes européennes et 45 % des filiales de ces firmes se situaient dans l'UE. Ces chiffres, supérieurs à ceux du commerce intra-européen viennent confirmer que le grand marché unique européen est, de loin, la zone du monde où les échanges économiques sont les plus intenses entre États.

La seconde zone d'implantation est, depuis peu, l'Asie, avec 15 % des filiales des 100, contre 8 % en 1985, puis l'Amérique latine (14 %) et enfin l'Amérique du Nord (12 %). Les autres régions du monde, Afrique, Méditerranée et Océanie font entre 2 et 3 % chacune. L'Europe de l'Est est passée de 4 filiales en 1988 à plus de 90 en 1996.

Les géostratégies des FMNA sont donc conformes à l'hypothèse avancée plus haut : dès lors qu'un territoire voit l'émergence d'une population suffisamment nombreuse, urbaine et à pouvoir d'achat en progression, le système alimentaire entre dans l'étape « agro-industrielle », avec un développement rapide de l'industrie alimentaire et des nouvelles formes de distribution (GMS). Il semble même que l'essor de la grande distribution précède celui de l'industrie et exerce de puissants effets d'entraînement sur celle-ci.

2.3. Mondialisation et structures de marchés alimentaires

L'ouverture, à une échelle internationale, des espaces économiques s'accompagne de profonds changements dans les structures d'offre, c'est-à-dire dans la morphologie et dans le management des entreprises.

On constate, en premier lieu, une tendance lourde à la concentration, même si la démographie des entreprises reste caractérisée, dans l'industrie alimentaire, par un taux de natalité (création d'entreprises) élevé.

A partir des fichiers *Worldscope* et *Agrodata*, nous avons pu établir que la concentration des entreprises dans l'IA était croissante sur la longue période et que le différentiel de croissance jouait en faveur du groupe de tête mondial, conduisant à la constitution de « méga-firmes » élevant sans cesse le coût d'entrée ou de maintien dans la branche.

Au sein du Top 100, les 10 premières firmes réalisaient en 1998, 41 % du CA total, contre 33 % en 1974. Cependant, la composition du Top 100 a changé de façon importante dans les 20 dernières années : seules 45 firmes présentes en 1974 l'étaient encore en 1998. Les 55 autres ont disparu (tel le leader de la viande Armour ou celui du lait Carnation), ou ont été absorbées (c'est le cas par exemple de deux géants des années 60 et 70 aux États-Unis : General Foods et Nabisco, reprises par de grandes firmes de l'industrie du tabac, Philip Morris et Reynolds). La dimension moyenne des 100 premières FMNA a été multipliée par près de 7 dans les 20 dernières années, pour atteindre 9 milliards US\$ en 1998.

Pourquoi les firmes se concentrent ?

La croissance externe des firmes n'est que le moyen privilégié de la recherche de la taille critique dans l'industrie alimentaire depuis une quinzaine d'années. La taille critique, notion controversée par certains

TABLEAU 7

Caractéristique moyenne de la FMNA

(Moyenne 98 de l'échantillon des 100 premières firmes agroalimentaires mondiales)

Indicateur / firme	Maximum	Moyenne	Minimum
Chiffre d'affaires total (Millions US\$)	54 800	8 700	1 800
C.A. agroalimentaire (M. US\$)	45 700	7 000	1 800
Actif total (M. US\$) *	54 917	8 033	719
Résultat net (M. US\$)	5 400	520	- 590
Effectifs (nombre de salariés)	265 000	35 360	908
Nombre total de filiales *	420	80	7
Nombre de filiales à l'étranger *	346	49	2
Nombre de pays d'implantation *	76	20	2

Source : Agrodata (1998) et 1997 *

auteurs, est évidemment une notion relative et doit se définir par rapport à un marché. Pour les grandes firmes, ce marché est désormais mondial et la régression est impossible car elle signifie la mort de l'entreprise par fusion-absorption ou par « dépeçage » suite à un raid.

Les exigences de la dimension mondiale sont fortes. Elles portent sur l'aptitude des firmes à être compétitives, c'est-à-dire capables de maintenir ou d'accroître leur part de marché.

Pour ce faire, c'est le niveau d'investissement matériel et immatériel que la firme peut réaliser durant chaque exercice qui constituera les bases de la compétitivité.

Tout d'abord, les produits doivent être attractifs pour le consommateur dans un univers hyper concurrentiel (économie de satiété des pays à hauts revenus, selon l'expression de L. Malassis [L. Malassis, 1996]). En conséquence, les « attributs » des produits au sens de Lancaster sont de plus en plus psychologiques, ce qui conduit à des investissements très lourds dans le domaine de la communication [Lancaster 1976]). Ainsi, en 1995, les 10 premiers annonceurs mondiaux de l'industrie alimentaire ont dépensé 16 milliards US\$ en publicité, soit 6,4 % de leur C.A.

Simultanément, il faut fabriquer en abaissant les coûts, du fait des fortes pressions de la grande distribution, d'où des investissements capacitaires élevés. Ces derniers peuvent atteindre, par exemple, plusieurs centaines de millions de FRF pour une usine de production de masse flexible dans le travail des grains ou l'industrie laitière.

Enfin, l'innovation, bien que beaucoup moins exigeante en capitaux que dans les « hautes technologies », conduit à des budgets de plusieurs

centaines de millions de US\$ dans l'agro-alimentaire. La taille requise pour assumer de tels budgets d'investissements matériels ou immatériels dépasse aujourd'hui 10 milliards US\$. Avec 5 % du CA en communication, 3 % en fabrication et 2 % en R&D, ce qui constitue la norme dans les grandes firmes alimentaires, ces 10 % devant représenter une masse d'investissement d'environ 1 milliard US\$, nous aboutissons à un volume d'affaires annuel de 10 milliards US\$: moins de 20 firmes atteignaient ce seuil en 1996.

Cette configuration tendancielle des structures de marché, avec une concentration inéluctable des firmes leaders signifie-t-elle la disparition des franges très peuplées de l'oligopole industriel alimentaire ? Nous esquisserons en conclusion quelques pistes qui font pencher pour une réponse négative.

CONCLUSION

Les analyses empiriques menées sur le système alimentaire indiquent une marche inéluctable des marchés vers la mondialisation. Les exportations progressent sur la longue période nettement plus vite que la production et élargissent les débouchés à travers la conquête de nouvelles clientèles de plus en plus éloignées géographiquement des bases d'origine des firmes. On observe par ailleurs une croissance des produits à valeur ajoutée (par la transformation et l'incorporation de services) qui vient renforcer ce mouvement en stimulant le commerce intra-branche. L'IDE, qui se développe à un rythme plus soutenu que les exportations, modifie la structure des échanges internationaux en ajoutant aux exportations la production des filiales étrangères des multinationales sur les marchés locaux.

La mondialisation du système alimentaire relève de plusieurs facteurs interdépendants. En premier lieu de la dynamique de la demande, avec une certaine convergence des modèles de consommation qui facilite la diffusion de produits standardisés, stimulée par la création de marques mondiales. Ils tiennent ensuite à l'ouverture des marchés dans un cadre régional (UE) ou international (OMC). On peut mentionner enfin la stratégie des firmes. Cette stratégie est dite « d'envergure » car elle conduit à augmenter continuellement le chiffre d'affaires, considéré comme un élément décisif de la survie. A cet effet, deux espaces d'expansion sont mobilisés. Dans les pays à hauts revenus, caractérisés par une faible croissance globale de la demande alimentaire et une forte pression de la grande distribution, les firmes vont privilégier la domination par les coûts, l'innovation-produits et la communication de

masse. Par ailleurs, les firmes vont s'implanter dans les pays où émergent de nouveaux marchés du fait de la croissance démographique et économique et de la libéralisation (Europe de l'Est, Asie, Amérique latine). Cette ouverture vers l'Est et le Sud marque une rupture dans la stratégie des firmes multinationales qui s'étaient – sauf exception – peu intéressées à ces régions jusqu'au début des années 90. Les stratégies d'envergure sont aujourd'hui stimulées par les exigences du gouvernement des entreprises qui conduisent au « recentrage » des activités.

Une réflexion prospective sur la mondialisation du système alimentaire souligne tout d'abord le rôle essentiel joué par les multinationales, acteurs dominants et incontestables. Les stratégies identifiées ne peuvent qu'accentuer le mouvement de concentration dans les différents niveaux du système, au Nord comme au Sud. Dans la plupart des pays, c'est la distribution qui subira les plus vigoureuses restructurations, en raison de l'urbanisation. L'industrie alimentaire, qui a marqué une pause depuis 1990, connaît à nouveau d'importantes opérations de croissance externe de ses plus grandes entreprises.

La constitution progressive d'un oligopole de tête, à l'échelle mondiale, ne doit cependant pas faire admettre l'hypothèse simpliste d'une disparition des TPE et des PME. En effet, deux grands modèles de consommation alimentaire vont cohabiter dans l'avenir : le modèle standard des produits de masse à bas prix et celui des produits de terroir différenciés pour répondre à des besoins sociaux et culturels. Il existe donc, à côté, des très grandes firmes, un espace de développement au sein duquel des unités de production de taille plus modeste, bien articulées à leur environnement et à leur territoire, situées dans des niches de marché bien identifiées et relativement protégées ou fabricant des produits sous marque de distributeur, pourront se développer selon un schéma différent, contribuant ainsi à conforter les « franges » de l'oligopole dominant.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BOURGUIGNAT H. [1997], *Finance internationale*, Paris : PUF, coll. Thémis-économie
- CAVES R.E. [1996], *Multinational enterprise and economic analysis*, Cambridge University Press.
- D'HAUTEVILLE F. [1996], « Marketing global et mondialisation des marchés agro-alimentaires : le rôle perturbateur du consommateur et du distributeur », *Économie Rurale*, n° 234-235, juillet-août-septembre-octobre, p. 22-28
- DUNNING J.H. [1993], *The globalization of business, The challenge of the 1990s*, Routledge, London & New-York.

- HENDERSON D.R., Handy C.R., Neff S.A. (eds.) [1996], *Globalization of the processed foods Market*, USDA, ERS, Agricultural Economic Report, Nr 742, Washington, DC.
- KITOUS B. [1998], *Stratégies dans l'usage des dérivés par les multinationales : la position de neuf firmes de l'industrie agroalimentaire des États-Unis, in Actes du colloque « Mondialisation et géostratégies agroalimentaires », AIEA2/SFEA, Montpellier, 11-12 décembre (à paraître).*
- KRUGMAN P.R. [1996], *Pop Internationalism*, Boston : MIT Press, traduction française, [1998] : *La mondialisation n'est pas coupable, vertus et limites du libre-échange*, Paris : Éditions La Découverte.
- LAFAY G. [1996], *Comprendre la mondialisation*, Economica, Paris.
- LEVITT Th. [1983], *The Globalization of Markets*, in *Harvard Business Review*, May-June, Boston, p. 92-102.
- MALASSIS L. [1997], *Les trois âges de l'alimentation*, T. 2, l'âge agro-industriel, Ed. Cujas, Paris.
- MAUCHER H. [1996], *La stratégie Nestlé*, Maxima, Laurent du Mesnil, éditeur, Paris.
- OCDE [1996], *Annuaire des statistiques d'investissements direct international, 1996*, OCDE, Paris.
- OHMAE K. [1985], *Triad Power : The Coming Shape of Global Competition*, New York : The Free Press ; London : Collier MacMillan.
- OMC [1996], *Rapport annuel 1996*, OMC, Genève, Volume 1, 218 p. et Volume 2, 169 p.
- PORTER M. (ed.) [1986], *Competition in Global Industry*, Boston : Harvard Business Scholl Press.
- RASTOIN J.-L. [1994], *L'industrie alimentaire mondiale : vers un oligopole à franges*, in *Politiques agricoles dans les PVD*, ouvrage collectif sous la direction de M. Griffon, 3 tomes, n° spécial revue *Économie Politique*, Paris, t. 2, p. 114-127.
- RASTOIN J.-L., GHERSI G., TOZANLI S. [1998], *Structures, performances et stratégies des cent premiers groupes alimentaires mondiaux*, *Agrodata 98*, GRAAL-M, CIHEAM-IAM, ENSA, Montpellier.
- UNCTAD [1996, 1997, 1999], *World Investment Report, 1996, 97 & 99*, United Nations, New York and Geneva.
- UNIDO [1998], *Industrial Development, Global Report 1997*, Vienna.
- VELTZ P. [1996], *Mondialisation villes et territoires, L'économie d'archipel*, PUF, Paris.

Variation de la part de marché entre 1980 et 1995

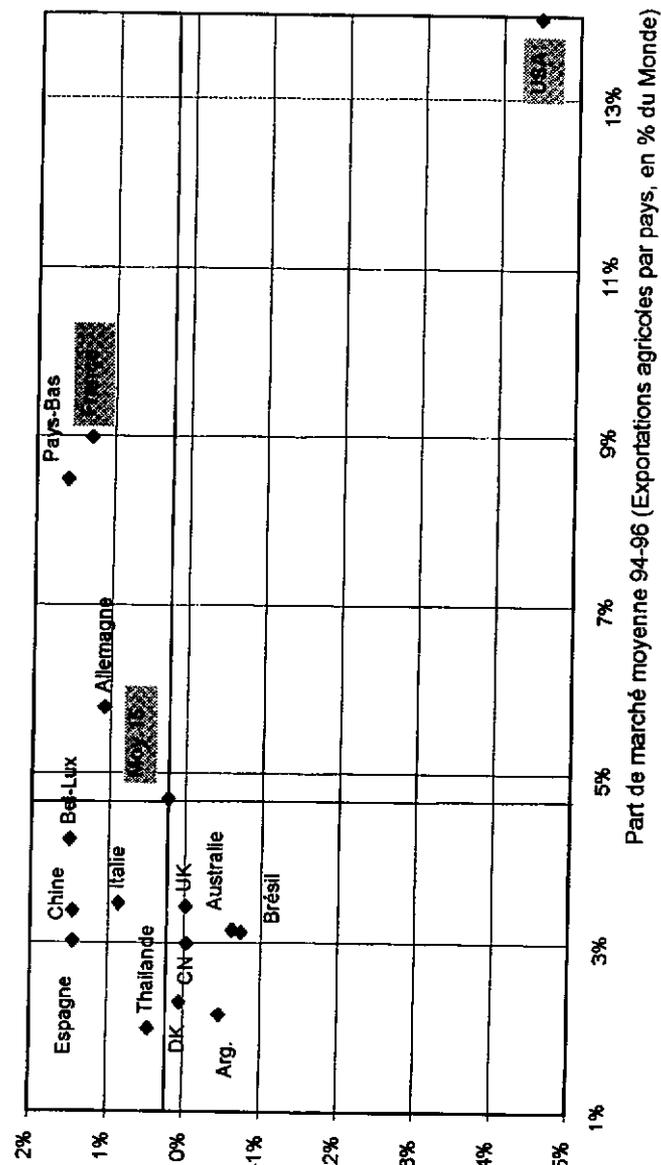


SCHÉMA 1

Leadership sur le marché international des produits agricoles

ÉCONOMIES ET SOCIÉTÉS

SÉRIE « SYSTÈMES AGROALIMENTAIRES »

23 AOUT 2001



*Revue publiée avec le concours
de la Délégation générale
à la langue française*

N° 10-11/2000

Sméa
LES RECHERCHES

CONTENTS

J.-L. RASTOIN	Éditorial	9
---------------	-----------------	---

AGROFOOD ECONOMICS

L. MALASSIS	Concepts and challenges in Food Geopolitics	15 CI011786
F. NICOLAS	Strategic adjustments to local markets in consumer-oriented food industries	27 CI011787
J.M. GIL, A. GRACIA	Regional food consumption patterns in the E.U.	39 CI011788
M. TERESA DE NORONHA VAZ, L. URBAN	Peripheral regions, food strategies and Globalization ..	49 CI011789

FIRMS, CHAINS AND MARKETS

M. LACROIX	Information and intangible assets in agro business. ...	63 CI011790
J. CORDIER S. GOUIN	Vertical chain management for keeping markets: the beefmeats case from Brittany.	79 CI011791
P. GUILLOTREAU I. SÉKULIC	Globalization, generation effect and demand for fresh fish in France	97 CI011792
E. MOLLARD	The « social » supply in agrifood geostrategies: the case of horticulture in Thailand	111
R. MATOS S. PETSCHEN	International trade and sustainable development: the case of banana	125 CI011793
J.-F. SOUFFLET	Russian Federation: Globalization and real competition	135
M. LABONNE	Liberalization in Algeria: internal and external consistency	147 CI011794

SPECIAL FILE :

GLOBALIZATION OF AGROFOOD SYSTEMS

J.-L. RASTOIN G. GHERSI	The AgroFood System Globalization	161
F. D'HAUTEVILLE R. GREEN	The Internationalization of modern distribution: can logistics be a source of competition advantage?	187 CI011795
C. AUROI	Fair Trade, a potentiel niche for small producers of developing countries	199 CI011796
Y. RIO	AgriFood Chains and Globalization	213 CI011797
J.-C. MONTIGAUD	Globalization process of fresh produce commodity systems: the case of Compagnie Fruitière	223 CI011798

M. DE LATTRE- GASQUET	Cocoa Globalization and its impact on the international cocoa agreement	241
P. PETITHUGUENIN		
I. LE GAC		
A. COELHO	Corporate strategies of multinational corporations in the wines and spirits industry	257
A. DE SOUZA		

BOOK REVIEW

L. MALASSIS	Three foods ages	273
-------------	----------------------------	-----

SCIENTIFIC EVENTS

The 5th International Symposium of the International Association of AgroFood Economists (AIEA2): Bologna, september 2001/5-8	279
--	-----