

EDITORIAL

La Méditerranée, ce «continent liquide» selon l'expression de Braudel, attire depuis le milieu des années 1990 de plus en plus d'investissements directs étrangers. Ces derniers sont souvent l'œuvre de grands groupes multinationaux désirant s'implanter sur des marchés à fort potentiel de croissance. Dans ce «paysage» concurrentiel, se côtoient des firmes étrangères, des conglomérats familiaux nationaux et une multitude de petites et moyennes entreprises.

Avec près de 23 millions de salariés directs, le secteur agroalimentaire est le premier employeur mondial. Il se situe à un niveau de concentration intermédiaire avec des budgets de communication et de R&D en forte croissance. L'activité des firmes de ce secteur en Méditerranée est très intense. Cela peut s'expliquer par trois raisons essentielles :

- d'abord par rapport aux spécificités du produit agroalimentaire (périssabilité, typicité, faibles marges par rapport au volume, localisation des bassins de productions et de consommation);
- ensuite, par rapport aux stratégies des firmes multinationales agroalimentaires : souvent à travers des stratégies multi-domestiques avec des adaptations des produits aux habitudes de consommation locales et des stratégies différentes selon le marché visé : produits alimentaires de consommation de masse et compétitivité prix pour les marchés des pays émergents et différenciation, politiques marketing et d'innovation «agressives» dans les pays en développement;
- enfin, d'autres contraintes sont spécifiques aux industries agroalimentaires : concentration de la grande distribution (filière «tirée» par l'aval), réglementations sanitaires strictes en matière de consommation et d'importation et forte compétition entre les firmes pour l'implantation sur les marchés émergents, avec souvent des modes d'entrée spécifiques (*Joint Ventures, partenariats, etc.*).

Par rapport à la région de la Méditerranée du Sud et de l'Est, il faut souligner que depuis le milieu des années 1990, les firmes agroalimentaires ont accentué leur présence sur des marchés jusqu' alors négligés au profit d'autres régions (Asie, Amérique latine et Europe Centrale et de l'Est). Deux raisons majeures peuvent être à l'origine de ce changement géostratégique :

- la perspective de la création d'une zone de libre échange, à l'échéance de 2010, fera des pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée un marché relativement important (240 millions d'habitants avec un PIB par habitant moyen de 3000 \$). Cela s'ajoute à une forte croissance démographique et à une urbanisation de plus en plus poussée. Aussi, la plupart des pays concernés ont signé et ratifié des accords d'association avec l'Union Européenne;
- la proximité géographique de l'Union Européenne d'une part, la saturation de la demande alimentaire dans les pays développés et les fortes perspectives de croissance dans les marchés émergents d'autre part, peuvent expliquer l'attrait relatif de la région aux investissements directs étrangers agroalimentaires.

L'implantation des grandes FMN agroalimentaires en Méditerranée s'est souvent faite *via des joint ventures* avec des groupes familiaux et des acquisitions partielles de partenaires locaux, leaders sur leur marché; l'objectif de ces firmes étant de minimiser les risques liés à une implantation type «*greenfields*» et de bénéficier d'une période d'adaptation et d'apprentissage du climat des affaires et des habitudes de consommation locales.

A coté de cette arrivée des grandes firmes, de grands conglomerats industriels nationaux se développent à grande vitesse : Koç, Sabanci en Turquie, ONA et le groupe Agouzzal au Maroc, Cévit, Sim en Algérie, Poulina, le groupe Mabrouk ou Slama Frères en Tunisie, etc. De même, la composition des structures industrielles agroalimentaires semble très disparate dans les pays méditerranéens, notamment ceux du Sud et de l'Est. Il est noté, entre autres, une prédominance des PME, voire des micro-entreprises agroalimentaires dans certains pays (Turquie, Egypte, Tunisie et Maroc par exemple).

De nos jours, la majeure partie de la valeur créée dans les chaînes agroalimentaires est captée par les acteurs se situant à l'aval des filières. Dans cette évolution irréversible, l'industrie agroalimentaire devient de plus en plus le lien indispensable entre l'agriculteur et le distributeur avant d'arriver à la table du consommateur final. Analyser la structure et les dynamiques de l'IAA aide le chercheur à mieux cerner la coordination des filières et les décideurs à mieux orienter leurs stratégies et politiques de développement industriel.

Une des particularités de l'industrie agroalimentaire est de combiner plusieurs niveaux de technicité. Effectivement de la simple transformation

artisanale locale jusqu'au «cracking du lait», l'industrie agroalimentaire abrite en son sein un grand éventail de procédés techniques. C'est peut-être à partir de cette hétérogénéité technique et technologique que nous trouvons également une grande diversité dans la taille des entreprises qui composent le tissu de cette industrie. Au-delà de cette hétérogénéité dans les niveaux technologiques et les échelles de production des établissements, il y a également une grande divergence entre les régions, les pays et les territoires.

Moins touché par le processus de la mondialisation que les autres macro-régions au niveau mondial, le bassin Méditerranéen abrite néanmoins de grandes diversités quant à la structure des industries agroalimentaires. Par ailleurs, la région doit relever les plus grands défis liés au changement climatique, à la pression sur les ressources foncières et hydriques et aux enjeux stratégiques de la sécurité alimentaire.

Enfin, une lecture plus institutionnelle peut être introduite à la problématique générale des entreprises agroalimentaires en Méditerranée : le rôle des politiques publiques, les normes, les stratégies industrielles nationales, les dispositifs institutionnels de promotion des exportations, les dispositifs d'appui aux entreprises nationales et les programmes de mises à niveau des PME-PMI agroalimentaires constituent autant de questions importantes pour les chefs d'entreprises nationales, les investisseurs étrangers ainsi que les décideurs du secteur.

L'objet de ce numéro spécial est de faire le lien entre une lecture géo-centrée (Méditerranée), l'approche par les entreprises et l'optique sectorielle (agroalimentaire). Cette triple entrée n'est pas pour faciliter l'explication des trajectoires des entreprises agroalimentaires dans la région. Dans ce sens, nous tenons à remercier les auteurs qui ont bien accepté de soumettre leurs travaux de recherche dans le cadre de ce numéro. Nous remercions également les évaluateurs qui ont assuré la lourde tâche de sélectionner les cinq articles composant ce numéro spécial. La note introductive du Pr Jean Louis Rastoin servira de trame générale pour rappeler les enjeux de la question des entreprises agroalimentaires en Méditerranée. Elle nous dispense de l'exercice toujours difficile de la présentation du contenu de ce numéro.

Foued **CHERIET** & Selma **TOZANLI**

Editeurs invités

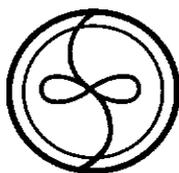
Montpellier, février 2011

les
cahiers
du
cread

***ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES
EN MEDITERRANEE***

Foued CHERIET & Selma TOZANLI, Editeurs

*Revue publiée par le Centre de Recherche en Economie
Appliquée pour le Développement*



N° 94 – 2010

SOMMAIRE

	PAGES
Foued Cheriet Selma Tozanli Editorial	5
Jean-Louis Rastoin Le modèle alimentaire méditerranéen : un levier stratégique durable pour les entreprises	9
Sébastien Abis Laure Agathe Méditerranée : pour une lecture géopolitique de l'agriculture	19
Foued Cheriet Selma Tozanli L'agrobusiness en Méditerranée : tendances actuelles et perspectives	41
Rym Kellou-Harbouze Les exportateurs céréaliers français sur le marché algérien du blé : opportunités et contraintes	77
Foued Cheriet Les coopérations inter-entreprises agro-alimentaires en Méditerranée: Opportunités et difficultés des opérateurs industriels	105
Nabil Khouri Déterminants de l'innovation dans les PME agroalimentaires ..	149
RESUMES / ABSTRACTS (ARABIC, FRENCH, ENGLISH)	169
NORMES DE PRESENTATION DE LA REVUE	i

LES CAHIERS DU CREAD

REVUE PUBLIEE PAR LE CENTRE DE RECHERCHE
EN ECONOMIE APPLIQUEE POUR LE DEVELOPPEMENT
✉ **CREAD** BP.197, El - Rostomia, Bouzaréah -ALGER-
☎ : 213-021-94.12.72 : 📠 : 213-021.94.17.16
SITE DU CREAD : cread@cread.edu.dz