



## Agriculteurs et supermarchés en Asie

***La compression des marges des agriculteurs a de fortes chances de se resserrer davantage à mesure que les supermarchés misent sur la sécurité sanitaire et la qualité comme ils le font déjà sur les coûts...***

La bonne nouvelle pour les cultivateurs de fruits et légumes en Asie est que les chaînes de supermarchés en rapide expansion dans la région tiennent particulièrement au créneau des produits frais. Dans le jargon marketing, les fruits et légumes sont une "catégorie de destination", c'est-à-dire des produits qui attirent les consommateurs et renforcent leur fidélité. Le revers de la médaille est que la vente d'aliments au détail fait l'objet d'une concurrence acharnée, d'un recul des marges bénéficiaires, de normes de qualité astreignantes et de systèmes d'achat toujours plus concentrés sur un petit groupe de "fournisseurs privilégiés". Dans ce contexte où chacun doit se débrouiller tout, de nombreux grossistes de fruits et légumes - et des millions de petits producteurs - n'ont d'autre choix que de s'adapter s'ils ne veulent pas être exclus du marché.

Les opportunités et les risques constitués par la "la révolution des supermarchés" en Asie sont analysés dans une étude récente de notre Service de gestion, de commercialisation et de financement agricoles (AGSF). Selon cette étude, si la plupart des consommateurs asiatiques préfèrent encore les marchés traditionnels pour s'approvisionner en produits frais, les chaînes de distribution modernes modifient déjà, un peu partout, la structure des filières d'approvisionnement en fruits et légumes. "Le fait que les mécanismes d'achat des supermarchés entraînent des conditions commerciales défavorables pour les petits exploitants suscite des préoccupations croissantes," explique l'économiste spécialiste commercialisation de la FAO, Andrew Shepherd. Il souligne que la recherche à grande échelle est limitée en matière d'impact de l'expansion des supermarchés sur les revenus des agriculteurs asiatiques, et que de nombreux décideurs ne sont "pas à même d'aider les agriculteurs à prendre des décisions avisées sur leur place sur le marché".

**Liens verticaux.** La FAO estime que les cultivateurs asiatiques ont produit plus de 600 millions de tonnes de légumes et 200 millions de tonnes de fruits en 2004. La commercialisation de ces produits frais implique toute une série de liens verticaux: un grand nombre d'agriculteurs vendent leur production à un nombre relativement limité de négociants qui approvisionnent les marchés de gros qui, à leur tour, alimentent les détaillants et autres



points de vente. Mais la manière traditionnelle de faire des affaires est en train de changer: la rapide croissance économique, l'urbanisation croissante et l'intégration accélérée dans l'économie mondiale a entraîné une prolifération de grandes surfaces dans toute l'Asie en développement.

"La plupart des ménages recourent aux magasins de détail traditionnels pour les fruits et légumes même s'ils vont acheter d'autres produits en grande surface," explique Andrew Shepherd. "L'impression - réelle, peut-être - que les approvisionnements des détaillants traditionnels sont plus frais et souvent meilleur marché, subsiste encore. Néanmoins, les supermarchés continuent à faire des percées grâce à leurs prix compétitifs, à leur qualité plus fiable et au fait qu'ils permettent d'acheter "tout sous un même toit."

Le rôle émergent des chaînes de distribution dans les ventes de produits frais est le plus manifeste dans les villes de Malaisie, où elles ont représenté jusqu'à 60 pour cent des ventes de fruits et 35 pour cent des ventes de légumes en 2002. Les suit de près Bangkok, où 40 pour cent des fruits et 30 pour cent des légumes ont été vendus par la filière des super et hypermarchés. Même si l'accroissement des ventes de fruits et légumes frais en supermarché tend à être inférieur à celui des aliments transformés, celles-ci ont déjà un impact significatif sur le système de distribution alimentaire de la région. Les chaînes de supermarchés en Asie adoptent des méthodes communes à l'Occident et au Japon, y compris

les centrales d'achat, les grossistes "spécialisés" qui, parfois servent de fournisseurs uniques, les systèmes de "fournisseur privilégié", et des normes rigoureuses de qualité des fruits et légumes.

**Impact sur les agriculteurs.** Le rapport dénonce la compétition acharnée entre les chaînes de supermarchés qui les contraignent à rechercher des coûts de transaction et de produits toujours plus bas et à réduire au minimum la prise de risques. Pour les producteurs, ceci signifie que les grandes surfaces ne contribueront pas au type d'investissements nécessaire au niveau des exploitations si l'on veut impliquer les petits agriculteurs dans les nouveaux débouchés. La compression des marges des agriculteurs a de fortes chances de se resserrer davantage à mesure que les supermarchés misent sur la sécurité sanitaire et la qualité comme ils le font déjà sur les coûts - les petits exploitants ne disposent généralement pas du capital requis pour investir dans des infrastructures d'hygiène, ni des connaissances comptables que la traçabilité requiert.

De nombreux petits agriculteurs rencontrent des obstacles avant même de devoir satisfaire des normes de sécurité sanitaire très rigoureuses et de bonnes pratiques commerciales. Les magasins veulent être livrés tôt le matin. Les agriculteurs qui s'engagent à approvisionner les supermarchés 365 jours par an doivent renoncer à leurs obligations religieuses ou sociales, qui peuvent contraindre à suspendre la plupart des opérations agricoles une quinzaine de jours dans l'année. Ils doivent aussi accepter que les acheteurs renvoient certains de leurs produits, sans aucune indemnisation. "Les petits agriculteurs tendent à éviter les risques, ce qui est parfaitement compréhensible," dit Shepherd. "Mais pour pouvoir approvisionner les supermarchés, il faut être prêt à faire des investissements à risque." Dans les systèmes de commercialisation traditionnels, les agriculteurs reçoivent souvent des prêts des négociants durant la campagne de production. Si certaines chaînes de supermarchés prévoient des mécanismes d'avances d'intrants et de prêts, elles ne généralement guère disposées à s'occuper de financer les agriculteurs. Les problèmes de cash flow que ceci engendre sont exacerbés par le fait que les grandes surfaces peuvent payer à 90 jours. Les difficultés que les agriculteurs rencontrent dans l'approvisionnement des supermarchés en Asie se reflètent dans les baisses relativement importantes des nombres de fournisseurs, les sociétés rayant de leurs listes ceux qui ne répondent pas aux attentes en termes de volume, de qualité et de délais de livraison. En Malaisie en 2001, une chaîne avait 200 fournisseurs de légumes - chiffre tombé à tout juste 30 fournisseurs privilégiés en 2003.

Les forces du marché déclenchées par les grandes surfaces menacent également les grossistes traditionnels: on note une nouvelle tendance de systèmes d'achat comportant un bureau d'achat central, la distribution aux magasins étant effectuée

par un réseau d'antennes. Ceci permet d'abaisser les coûts de coordination, crée des économies d'échelle par de gros volumes d'achats et réduit les coûts de transaction, et permet aux supermarchés de mieux contrôler la qualité des produits. De nombreuses chaînes se détournent des marchés de gros traditionnels au profit des grossistes spécialisés, considérés comme mieux à même de faire face aux impératifs de qualité, de sécurité, et d'uniformité que les grossistes traditionnels, lesquels rassemblent la production de nombreux producteurs et peuvent se trouver dans l'impossibilité de fournir les quantités requises. L'expérience de l'essor des grandes surfaces en Europe indique que le prochain pas sera la fusion ou les "joint ventures" entre chaînes et grossistes spécialisés, et une tendance à des contrats directs avec des fournisseurs privilégiés, court-circuitant les grossistes traditionnels.

**Rôle du gouvernement.** Une chose est certaine, dit Andrew Shepherd: "Les supermarchés ont de beaux jours devant eux. Les gouvernements doivent reconnaître les tendances et trouver des moyens d'aider les agriculteurs à répondre aux besoins des filières d'approvisionnement modernes. Ils doivent en outre aider les systèmes de vente existants à rivaliser avec la grande distribution." Par exemple, ils pourraient offrir des mesures d'incitation afin d'encourager la modernisation des marchés traditionnels. Les services de vulgarisation pourraient être mieux équipés pour répondre aux besoins des agriculteurs en matière d'information sur les marchés et les questions de qualité. Comme les "nouvelles modalités" n'encouragent pas les supermarchés à investir dans les fournisseurs, les gouvernements pourraient favoriser des mécanismes de financement entre banques, supermarchés, fournisseurs et firmes d'intrants.

Il faut en outre se pencher sur la réglementation et les cadres juridiques régissant le secteur horticole. Les gouvernements peuvent fournir des recommandations sur les arrangements contractuels, instituer des mécanismes d'arbitrage, mettre au point une certification de la qualité, et créer des laboratoires et des procédures d'échantillonnage pour répondre aux préoccupations de sécurité. Comme il est difficile pour les petits exploitants de rivaliser avec les plus grandes exploitations, les gouvernements pourraient également encourager des coopératives qui établissent des liens soit directement avec les supermarchés, soit avec des grossistes intermédiaires. Les Ministères de l'agriculture pourraient aider les supermarchés à identifier les agriculteurs en mesure de répondre aux attentes des acheteurs. Enfin, une bonne stratégie de défense pour les producteurs et les grossistes à une époque où la part du marché est en recul est d'accroître la taille globale du marché: plusieurs pays d'Asie ont lancé des promotions "cinq par jour" encourageant les acheteurs à consommer cinq portions quotidiennes de fruits et légumes.