



AgEcon SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Les changements qualitatifs dans l'alimentation et leurs répercussions sur l'agriculture s l'expérience des Etats-Unis

Marguerite C. Burk

Résumé

Aux Etats-Unis, la qualité des produits agricoles s'est améliorée. La demande s'est déplacée vers des articles plus raffinés et plus élaborés, d'une valeur nutritive plus élevée. Une même tendance se dessine en Europe. Quelle sera sa répercussion sur l'Agriculture ?

Abstract

The quality of farm commodities in the United States has been improved. A shift has occurred towards higher preference items and products with higher nutritive value.

The same trend is in progress in Europe. Which will be the implications of these changes for agriculture ?

Citer ce document / Cite this document :

C. Burk Marguerite. Les changements qualitatifs dans l'alimentation et leurs répercussions sur l'agriculture s l'expérience des Etats-Unis. In: Économie rurale. N°66, 1965. pp. 31-38;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1965.1911>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1965_num_66_1_1911

Fichier pdf généré le 08/05/2018

LES CHANGEMENTS QUALITATIFS DANS L'ALIMENTATION ET LEURS RÉPERCUSSIONS SUR L'AGRICULTURE : *L'EXPÉRIENCE DES ETATS-UNIS* *

par Marguerite C. BURK

Professeure d'Economie Rurale à l'Université de Minnesota

Aux Etats-Unis, la qualité des produits agricoles s'est améliorée. La demande s'est déplacée vers des articles plus raffinés et plus élaborés, d'une valeur nutritive plus élevée.
Une même tendance se dessine en Europe.
Quelle sera sa répercussion sur l'Agriculture ?

IMPLICATIONS FOR AGRICULTURE OF QUALITATIVE CHANGES IN FOOD CONSUMPTION : U.S.A. EXPERIENCE

*The quality of farm commodities in the United States has been improved. A shift has occurred towards higher preference items and products with higher nutritive value.
The same trend is in progress in Europe. Which will be the implications of these changes for agriculture ?*

Le but de cet article est de faire le point des changements qualitatifs qui se sont produits dans l'alimentation aux Etats-Unis au cours des dernières années et d'apprécier leurs répercussions sur l'agriculture. La prise de conscience et la compréhension de la nature et des répercussions de ces changements aux Etats-Unis peuvent être utiles aux économistes en France et dans d'autres pays européens dans lesquels de semblables changements sont en train de s'accomplir.

Les principaux types de changements qualitatifs que nous avons à examiner sont les suivants :

— changements de la valeur économique des ressources utilisées pour produire des aliments destinés à la consommation, tant au point de vue global qu'à celui des ressources agricoles et commerciales prises séparément ;

— améliorations de la qualité des produits agricoles ;

— déplacement de la demande vers des articles plus raffinés ;

— changements des services commerciaux, quant à leur qualité et en particulier à leur degré d'élaboration ;

— changements dans la valeur nutritive.

Après un examen de différentes notions qui se rapportent aux changements qualitatifs dans l'alimentation, nous passerons en revue les principaux changements de la qualité des produits alimentaires et les facteurs socio-économiques relatifs à ces changements. Ensuite nous analyserons les conséquences des changements qualitatifs sur l'agriculture et sur l'"agri-business". Enfin, nous tirerons quelques leçons de l'expérience des Etats-Unis, dans la mesure où elles peuvent avoir un rapport avec la situation en Europe.

* Article extrait de Miscellaneous Journal Series, Agricultural Experiment Station, University of Minnesota.

** Traduction effectuée par M^{me} A. Adda. INRA Paris.

LA NOTION DE QUALITE

Une définition du mot qualité, formulée il y a quelques années par un groupe de spécialistes de la technologie alimentaire, d'économistes, de statisticiens et de spécialistes d'économie domestique, reste toujours valable : « La qualité d'un produit est la combinaison des attributs qui jouent un rôle important dans la détermination de son degré d'acceptabilité pour le consommateur » (1). Ces attributs qui déterminent la qualité peuvent être soit inhérents au produit, soit développés. Toutefois, ils ne sont importants pour la qualité que dans la mesure où ils contribuent à rendre acceptable le produit et à satisfaire les besoins présents ou potentiels des consommateurs. La qualité a donc un double aspect : sur le plan du produit lui-même et sur le plan du consommateur.

Sur le plan du produit : les caractéristiques

Quand il s'agit de produits au niveau de l'exploitation agricole, la notion de qualité comprend : la teneur en matière grasse, le degré de tendreté, le goût, la couleur, le degré de standardisation des caractéristique du produit, l'absence de souillure et de détérioration par des insectes, la valeur nutritive et beaucoup d'autres caractéristiques propres à certains produits.

Les produits agricoles une fois récoltés ou transportés jusqu'au marché, le maintien de la qualité pose de nombreux problèmes. De nouveaux attributs que les consommateurs désirent trouver peuvent également être ajoutés par la classification, le murissement soigneux, l'emballage, l'entreposage à partir de la pleine saison jusqu'aux mois suivants, l'enrichissement au cours de la transformation, le changement de forme et la préparation industrielle, ainsi que la combinaison de plusieurs produits en aliments mélangés ou plats prêts à servir.

Sur le plan du consommateur

La modification des besoins et des désirs du consommateur a été significative pour les changements qualitatifs dans l'alimentation. Les résultats les plus spectaculaires ont été le remplacement du porc par le bœuf et la volaille, du beurre et du lard par la margarine et d'autres graisses du type "shortening", et des aliments frais par des aliments plus commodes, préparés en usine. En même temps, les consommateurs ont exigé une plus haute qualité dans de nombreux aliments et des services de commercialisation supplémentaires.

PRINCIPAUX CHANGEMENTS DANS LA QUALITE DES ALIMENTS CONSOMMES

Le changement le plus important survenu au cours des trente dernières années sur le plan de l'agriculture commerciale a peut-être été l'augmentation spectaculaire du volume d'aliments achetés par tête d'habitant. Cette augmentation a été plus que deux fois supérieure à celle de la consommation d'aliments de toute origine (2). La production destinée à l'autoconsommation fournissait environ un cinquième de la nourriture américaine vers les années 1935, mais cette part est probablement inférieure à 5 % à l'heure actuelle. La plus grande partie de cette diminution concerne la production animale destinée à l'autoconsommation, elle est due à une urbanisation accrue et à des revenus plus élevés de la population.

Changements quantitatifs

Un indice des quantités de produits agricoles destinés à l'alimentation, pondéré par les prix payés aux agriculteurs, mesure les changements dans l'utilisation de produits agricoles à des fins alimentaires. La population civile aux Etats-Unis consomme couramment par tête d'habitant sous forme d'aliments environ 14 % en plus que dans les années trente, de ressources primaires, agricoles et autres. Pendant ce temps, les services de commercialisation qui en découlent se sont accrus d'environ 60 %. Le remplacement des aliments fait à la maison par des aliments achetés a constitué un facteur important de l'accroissement de la demande des consommateurs commerciaux.

Manifestations des changements qualitatifs

Avant d'examiner les changements dans la composition du régime alimentaire moyen aux Etats-Unis, examinons d'abord les changements de la qualité des produits agricoles particuliers, survenus au cours des trente dernières années.

Ces changements ont revêtu trois aspects : une amélioration des caractéristiques particulières, telles que

(1) **Market Demand and Product Quality**, A Report of the Marketing Research Workshop, 13-21 juillet 1951, à Michigan State College Publié par l'U.S. Agricultural Research Administration, 1951, p. 117.

(2) Le lecteur trouvera de plus amples renseignements dans Burk, (Marguerite C.). — **Trends and Patterns in U.S. Food Consumption**, U.S. Department of Agriculture, Agriculture Handbook, N° 214. Juin 1961. Voir en particulier chapitre 3. Parfois des renseignements actuels qui s'y rapportent sont cités dans le **National Food Situation**, A quarterly report of the U.S. Department of Agriculture.

maigreur, tendreté ou fraîcheur, une plus grande uniformité ou standardisation des caractéristiques qualitatives et un allongement de la saison où l'on peut obtenir des produits de haute qualité. Celle-ci s'étend maintenant à presque toute l'année.

Les exigences des consommateurs, des détaillants et des transformateurs d'aliments ont provoqué un relèvement général de la qualité d'un grand nombre d'aliments et plus encore de leur uniformité. Les magasins de détail équipés en self-service nécessitent un emballage des produits standardisés. Les commerçants en alimentation reconnaissent qu'il est presque aussi coûteux d'emballer et de distribuer des produits non uniformes de basse qualité que des produits qui satisfont les consommateurs. Les entreprises de commercialisation et les agriculteurs ont encouragé la recherche de nouveaux instruments et tests pour mesurer la qualité et de nouveaux équipements pour récolter et transporter les denrées alimentaires (3).

Le cas de la viande de bœuf constitue un exemple de l'amélioration des produits agricoles. Alors qu'en 1947, environ la moitié de la viande de bœuf produite et consommée était classée en bonne qualité, en 1956 cette part a atteint 58 % et elle ne cesse de croître. Une part croissante de la viande de bœuf consommée aux États-Unis vient d'animaux qui ont été engraisés dans des parcs d'engraissement spéciaux afin d'uniformiser le poids et l'état de gras pour satisfaire la demande croissante de bœuf de qualité. De même, les producteurs de porcs américains ont appris que produire du porc de haute qualité signifie produire rapidement et efficacement des porcs qui donnent une proportion élevée de jambons maigres, d'épaules et d'échines de bonne qualité. Byerly indiquait en 1962, qu'« il y a quelques années, 20 % seulement de nos porcs d'engrais étaient des bêtes à viande ; les estimations actuelles dépassent 35 %... » (4).

Christensen, économiste et conseiller agricole de la National Association of Food Chains, a récemment fait le commentaire suivant sur le lait de consommation : « ... Les améliorations de la qualité du lait de consommation, provenant des producteurs et transmises aux détaillants grâce à une meilleure maintenance, ont augmenté sa capacité de conservation d'une manière importante. Ce changement élimine en partie les avantages du système de distribution existant dans le commerce de détail, qui met le lait à la disposition des consommateurs tous les jours ou tous les deux jours selon le cas. Le consommateur peut

(3) Pour une description de ces phénomènes, voir COOK HAROLD (T.). — « Measuring and Keeping Quality », 1960 Yearbook of Agriculture, **Power to Produce**. U.S. Department of Agriculture, p. 307-316.

(4) BYERLY (T.C.). — « Quality and Efficiency », 1962 Yearbook of Agriculture, **After a Hundred Years**. U.S. Department of Agriculture, p. 327-332.

maintenant acheter son lait pour une semaine en une fois, sans crainte d'une détérioration de la qualité avant consommation » (5).

Disposer de marchandises de qualité pendant une période plus longue de l'année constitue un autre aspect de la qualité. Il y a plusieurs années, Wright a rapporté qu'à la fin des années vingt, la moitié du volume annuel de fraises arrivait sur le marché de New-York City et de Chicago en mai et le reste en avril ou en juin. L'amélioration des transports a permis d'allonger la saison au printemps (avril à juin), une petite quantité restant même disponible en hiver (6). Outre les améliorations du transport, de nouvelles techniques et de nouvelles installations de stockage ont contribué à allonger aux États-Unis la saison de vente de nombreux fruits frais et de légumes verts.

Changements dans la composition de l'approvisionnement alimentaire

Les changements de la composition des produits dans l'approvisionnement alimentaire représentent un aspect important des améliorations quantitatives. Bien que la part des produits animaux dans l'approvisionnement alimentaire total ne se soit pas modifiée au cours des cinquante dernières années, il y a eu des variations importantes à l'intérieur de cette période et des augmentations appréciables des taux de consommation par tête d'habitant. Les principaux changements parmi les produits animaux ont été le remplacement du porc par le bœuf, des produits laitiers à haute teneur en matière grasse par ceux d'une faible teneur et l'augmentation importante de la consommation de volaille, surtout du poulet "industriel" et du dindon. Dans le groupe graisses et oléagineux, l'augmentation brutale de l'utilisation d'huiles végétales à des fins ménagères, surtout depuis la seconde guerre mondiale, a à peu près contrebalancé la baisse des graisses animales, du lard et du beurre.

Parmi les produits végétaux, le changement le plus important a été le déclin à long terme de la consommation de farine de blé et de maïs, de patates douces et de pommes de terre. Toutefois, la tendance à la baisse des pommes de terre a été du moins temporairement arrêtée par le développement de nouveaux produits transformés. La part des fruits et des légumes dans la consommation alimentaire totale n'a pas beaucoup changée, mais le remplacement des produits frais par des produits transformés a été très important à la fois pour les producteurs, les transformateurs, les distributeurs et les consommateurs. Les changements dans la composition des produits ali-

(5) CHRISTENSEN (S. Kent). — « Discussion : Prospects and Problems in Dairy Products Distribution in the Next Decade », pages 18-23 de **Proceedings of the Fifth National Symposium on Dairy Development**, Market Research Department, American Dairy Association, 1965, p. 20.

(6) WRIGHT (Carlton E.). — **Food Buying**, Macmillan Company, New York 1962, p. 84-85.

mentaires aux États-Unis depuis les années trente ont eu pour effet de déplacer la demande vers des aliments plus coûteux, à la fois au point de vue des ressources agricoles et des ressources de commercialisation.

Contributions de la commercialisation

Parmi les services de commercialisation qui ont trait à la qualité des aliments destinés à la consommation, figurent la classification, l'inspection, l'emballage, la transformation, le stockage, la congélation, le transport et la vente au détail. L'utilisation croissante d'une classification au niveau fédéral a permis aux consommateurs de choisir parmi toute une gamme de qualités et de normes, celles qu'ils désirent pour une utilisation particulière. Une qualité minimum est assurée pour une part de plus en plus grande de la production alimentaire américaine par un contrôle fédéral. Les établissements ainsi contrôlés transforment couramment plus de 80 % de la viande abattue de manière commerciale aux États-Unis à un coût d'environ 2 cents par personne et par mois (7).

La classification et l'emballage sont des facteurs importants pour assurer une standardisation de la qualité. La moitié des produits frais, vendus au détail, doit être préemballée. Peu de produits sont actuellement vendus en gros, ce qui a probablement réduit les risques de contamination de manière appréciable. Des groupes de producteurs, des fabricants d'emballage, des grossistes importants, des organismes gouvernementaux et des groupes de recherche universitaires ont fait de nombreuses expériences avec différentes formes et différents matériaux d'emballage, pour augmenter l'efficacité de la manutention et sauvegarder la qualité des aliments.

La part des produits agricoles transformés, par mise en boîte, congélation, séchage ou salaison, a augmenté d'une manière considérable. A titre d'exemple, nous pouvons mentionner qu'en 1954, 35 % de l'approvisionnement alimentaire civil était ainsi transformé, contre 25 % en 1925 (8). Cette tendance à la hausse s'est sans doute confirmée au cours des dix dernières années. L'augmentation importante de la consommation de fruits et de légumes congelés et le développement de nouveaux aliments prêts à servir ont été particulièrement frappants.

Harp et Dunham ont comparé la qualité et les coûts de la nourriture fabriquée en usine avec ceux de la nourriture préparée à la maison (9). Certains pro-

duits transformés à base de pommes de terre étaient largement comparables aux produits à base de pommes de terre nouvelles, préparés à la maison, mais d'autres produits l'étaient moins. Il y avait des variations importantes dans la qualité des légumes. Les légumes verts achetés en pleine saison étaient en général légèrement supérieurs aux légumes congelés d'après tous les critères de qualité. Aucune comparaison n'a été effectuée avec les légumes hors saison. Les produits mélangés à l'avance étaient largement comparables aux plats préparés à la maison en ce qui concerne la tendreté. Entre autres mentionnons que ces comparaisons avec la cuisine "maison" ont été effectuées avec des produits de première qualité. Le niveau moyen des aliments préparés à la maison est probablement très inférieur.

Au cours de la transformation, un certain nombre d'aliments sont enrichis par des minéraux et des vitamines. Friend a trouvé qu'entre 1957 et 1961, 60 % de la farine blanche était enrichie par du fer et des vitamines B, ce qui constituait à peu près la même proportion qu'entre 1950 et 1953. Toutefois l'enrichissement de la farine et de la semoule de maïs est devenu plus important. Toute la quantité de margarine produite depuis quelques années est enrichie en vitamines A. L'utilisation de la vitamine D pour enrichir le lait a peu changé entre 1957 et 1961. Par contre, la vente de vitamines C synthétiques pour enrichir les jus de fruits et autres boissons, a triplé ; la vente de vitamines A, additionnée au lait, a doublé. L'enrichissement des produits céréaliers n'est devenu important que pendant la deuxième guerre mondiale. Cela ajoute maintenant un tiers de plus de thiamine, un cinquième de plus de fer et de niacine et un dixième de plus de riboflavine à l'apport alimentaire de la nation. L'utilisation de vitamines C à des fins d'enrichissement y ajoute 5 % et les vitamines A, surtout dans la margarine, 7 % (10).

L'hygiène, la congélation, un bon emballage et une manutention soignée sont des facteurs nécessaires pour sauvegarder la qualité pendant le transport, le stockage et la vente au détail. Les propos suivants tenus par Hiemstra et Eklund témoignent des améliorations dans ces domaines : « Les pertes en poids au cours de la commercialisation de fruits frais et de légumes verts ont été réduites au cours des années à mesure que des progrès ont été réalisés en matière de rapidité et de méthodes de commercialisation. L'emballage direct de la cueillette dans des récipients prêts pour les consommateurs est devenu plus fréquent, ce qui réduit les pertes de manutention... Une réfrigération immédiate et un transport plus rapide réduisent les pertes au stade de la commercialisation. Une manutention efficace dans les supermarchés et un

(7) PALS (C.H.) and JOHNSON (K.F.). — « Clean, Wholesome Meat », The 1962 Yearbook of Agriculture, *After A Hundred Years*, p. 321-324.

(8) BURK (Marguerite C.). — *Consumption of Processed Farm Foods in the United States*, Marketing Research Report N° 409, U.S. Department of Agriculture, 1960, p. 1.

(9) HARP (Harry H.) and DUNHAM (Denis F.). — *Comparative Costs to Consumers of Convenience Foods and Home-Prepared Foods*, Marketing Research Report 609, U.S. Department of Agriculture, Juin 1963, p. 65-66.

(10) FRIEND (Berta). — « Enrichment and Fortification of Foods, 1957-61 » *National Food Situation* 106 : 36-40, Novembre 1963.

écoulement rapide dans des magasins à air-conditionné et à grande surface réduisent davantage les pertes » (11).

Une réfrigération rapide et soigneusement contrôlée lors du transport par camion du champ ou du verger au magasin de détail semble être un facteur important pour la sauvegarde de la qualité. Le conditionnement de l'air dans les grands supermarchés et leurs installations de stockage, avec contrôle de température et de l'humidité, aident dans une large mesure à maintenir la qualité des produits frais ainsi que celle de la viande, de la volaille et du poisson. Ces détaillants renforcent leur position concurrentielle, en offrant une qualité uniforme et un grand choix de produits et de marques, avec d'autres formes de concurrence portant sur des éléments autres que le prix.

Facteurs socio-économiques et technologiques

Deux facteurs-clefs sont à l'origine des déplacements de la demande vers des aliments de qualité : l'accroissement du pouvoir d'achat et du degré d'urbanisation. Le revenu réel disponible par tête d'habitant a augmenté de 87 % au cours des dernières 25 années. Les dépenses alimentaires par tête d'habitant, en dollars constants, ont augmenté de presque 30 %. La part du revenu disponible attribuée aux dépenses alimentaires est tombé de 23 % en 1939 à 18 % en 1964. Entre temps, l'indice de la consommation alimentaire par tête d'habitant, pondéré par les prix payés aux agriculteurs, est monté de 11 % et la consommation des services de commercialisation de près de 50 %.

La population américaine devient de plus en plus urbanisée. L'expansion urbaine gagne de nombreux terrains de culture potagère destinée au marché. L'approvisionnement de la population des régions urbaines et des agriculteurs spécialisés, qui produisent peu de nourriture pour leur propre consommation, a allongé le transport des fruits et des légumes. L'extension du mode de vie urbain a été la cause principale du déclin de la production destinée à l'auto-consommation.

Les goûts et les préférences alimentaires et qualitatifs des consommateurs ont changé à mesure que le mode de vie aux Etats-Unis s'est modifié. Les couches relativement aisées de la population attribuent plus d'importance à la qualité, à la variété, à la commodité et aux services. Un facteur qui y a contribué est le fait que la proportion des femmes mariées américaines, ayant un emploi en dehors de la maison, a doublé au cours des 25 dernières années. Avec un niveau d'instruction plus élevé, les ménagères ont tendance à distinguer plus soigneusement entre les

différentes qualités d'aliments qui existent pour satisfaire des usages particuliers.

Dans une situation où le pouvoir d'achat des consommateurs est élevé et la nourriture abondante, les agriculteurs, les industries alimentaires et le monde des affaires ont recherché et trouvé de nouvelles techniques pour maintenir leur position sur le marché. Une grande partie de la recherche a été financée par l'Etat. A la Conférence sur les perspectives de l'agriculture (Agricultural Outlook Conference) en 1963, Dwoskin affirmait que l'industrie alimentaire qui avait le chiffre d'affaires le plus élevé de toute l'industrie, ne dépensait que 108 millions de dollars pour la recherche et le développement. Cette somme représentait moins d'un pour cent des dépenses totales qui y avaient été consacrées par les entreprises industrielles dans le pays cette année-là (12).

La recherche agricole a enregistré quelques succès remarquables dans le domaine de la qualité. La généralisation de volailles, poulet et dindon, à croissance rapide, en constitue un exemple. Le porc à viande en sera probablement un autre. De nombreuses variétés, aux caractéristiques nouvelles, ont été introduites dans le domaine végétal pour rendre possible la récolte mécanique et de nouveaux modes de transformation.

Parmi les réalisations de la recherche en marketing, nous pouvons mentionner le développement des pommes de terre déshydratées, une meilleure réfrigération dans les magasins de détail et dans les foyers, une meilleure connaissance pour chaque denrée de leurs besoins propres, en matière de réfrigération et d'humidité, le développement et l'adoption partielle d'une classification des carcasses du porc, les progrès importants pour mesurer la couleur, le goût et la texture des aliments, et une connaissance beaucoup plus vaste en matière des exigences d'emballage des aliments particuliers.

Les changements dans la qualité des produits alimentaires aux Etats-Unis ont été rendus possibles grâce aux augmentations considérables du volume total de la production agricole et par des changements importants dans les méthodes de culture. La surface cultivée et le nombre d'exploitations ont baissé, mais la production végétale et animale a atteint de nouveaux records. Nous n'en donnons pas de résumé ici ; le lecteur trouvera facilement dans les publications de l'U.S. Department of Agriculture des informations sur ces changements.

De même, pour les changements dans la commercialisation agricole, nous vous référons simplement aux nombreuses publications de l'U.S. Department of Agriculture. Toutefois, nous voudrions appeler l'attention sur un changement important dans la stra-

(11) HIEMSTRA (Stephen) et EKLUND (Helen). — « Per Capita Food Consumption Index Revision », *The National Food Situation* 110 : 22-27. Novembre 1964, p. 27.

(12) DWOSKIN (Philip B.). — « Markets and New Products », 41st Annual Agriculture Outlook Conference, Washington D.C. Le 21 Novembre 1963. U.S. Economic Research Service, p. 3.

tégie de la commercialisation qui semble avoir eu une influence considérable sur la qualité dans le passé et qui est susceptible d'en avoir sur les changements futurs. Un certain nombre d'entreprises de transformation alimentaire géantes ont abandonné le système qui consistait à transformer et à vendre ce que produisaient les agriculteurs, au profit d'une estimation soigneuse des désirs d'importants groupes de consommateurs et d'une orientation de la production pour répondre à ces désirs. Moore and Hussey of Armour and Company, une des grandes entreprises de conser-

ve de viande américaine, a récemment analysé les conséquences de ce changement (13). Ils parlent d'une "orientation par le marché" et ils prouvent que celle-ci provoque une modification des méthodes d'approvisionnement, de l'emplacement des usines, du marché des facteurs de production, de l'organisation des entreprises, de l'utilisation des ressources destinées à la recherche et des changements importants dans l'orientation de la production pour satisfaire aux changements de la demande des consommateurs.

LES EFFETS DE CES CHANGEMENTS SUR L'AGRICULTURE ET LE COMMERCE

Le sujet de cet article pourrait se résumer par la phrase suivante de Breimyer : « les temps où les agriculteurs pouvaient produire ce qu'ils voulaient et vendre quand l'envie leur venait, les consommateurs étant obligés d'acheter ce que l'on offrait... sont révolus » (14).

Conséquences de la demande de caractéristiques particulières

L'abondance de l'approvisionnement alimentaire aux Etats-Unis a chassé du marché de nombreux agriculteurs produisant des aliments de basse qualité. La demande de produits alimentaires de qualité a manifestement favorisé les gros producteurs ayant des ressources en capital plus importantes et plus de connaissances techniques. Ces ressources, humaines et financières, se sont montrées essentielles pour utiliser des méthodes et des équipements améliorés et pour adopter de nouvelles variétés et races.

Les progrès dans l'utilisation de normes de qualités et de systèmes de classification contrebalancent la tendance courante chez les agriculteurs à ne cultiver que les variétés susceptibles de donner le plus grand rendement à l'hectare et à l'unité de volume. Quand la source du profit glisse de la seule quantité à la qualité *plus* la quantité, la production agricole se modifie également.

Dans le cas de l'agneau et du bœuf, les classes établies par les autorités fédérales ont servi de base aux décisions des agriculteurs en matière de production. Ces classes ont manifestement favorisé l'expansion de l'élevage et surtout le progrès de l'élevage

commercial dans l'ouest (15). Une des conclusions de l'étude faite par Williams, Bowen et Genovese sur les effets de la classification de la viande de bœuf était que « ... la classification fédérale du bœuf a fortement réduit l'erreur dans la fixation des prix à chaque étape de la commercialisation » (16). Ceci sert les intérêts économiques des producteurs aussi bien que ceux des consommateurs. Ces chercheurs ont également conclu que la plupart des producteurs de bœuf ont tiré un avantage considérable de cette classification de plus en plus répandue.

La concurrence intense dans le domaine de la transformation alimentaire a nécessité des efforts supplémentaires pour obtenir et garder une haute qualité. Les industries alimentaires ont encouragé les organismes de recherche, les sélectionneurs de semences et les éleveurs à mettre au point des variétés et des races améliorées. Moore et Hussey écrivent : « ... L'orientation par le marché exige que les transformateurs s'assurent un approvisionnement continu en matières premières uniformes, dont le prix est fixé à un niveau qui reflète de manière raisonnable leur valeur, en tenant compte de l'utilisation finale. La demande de produits agricoles doit être considérée comme une demande dérivée et les prix des produits doivent être fixés en conséquence » (17).

Parmi les tentatives faites par les entreprises pour garantir leurs approvisionnements, nous pouvons mentionner les contrats stipulant que le prix ultime à la production doit être basé dans une large mesure sur le gain final que rapporte le produit aux transformateurs. Ces derniers ont ouvert de nouvelles usines près du lieu de production des aliments désirés. L'entreprise Armour a établi un programme pour

(13) MOORE (Hugh L.) and HUSSEY (Gorham). — « Economic Implications of Market Orientation », *Journal of Farm Economics*, 47 : 2 : 421-7, Mai 1965. Voir également KEITH (Robert J.) « The Marketing Revolution », *Journal of Marketing* 24 : 3 : 35-38, Janvier 1960. (Keith est vice-président du Pillsbury Company).

(14) BREIMYER (Harold). — « Issues of the Day in Marketing », *Agricultural Marketing*, Sept. 1963. U.S. Department of Agriculture, p. 10.

(15) WILLIAMS (Willard F.), BOWEN (Earl K.), GENOVESE (Frank C.). — *Economic Effects of U.S. Grades for Beef*. Marketing Research Report 298, U.S. Department of Agriculture, Janvier 1959, p. 170.

(16) *Ibid.*, page 179.

(17) *Op. cit.*, page 424.

améliorer le cheptel bovin et ainsi relever la qualité de son approvisionnement. L'achat sur description gagne du terrain.

Selon Moore et Hussey, « les agriculteurs qui ont su s'adapter aux changements de la demande des consommateurs, ont en général tiré un bénéfice du concept d'orientation par le marché. Certes, l'expansion de la demande des consommateurs pour des produits nouveaux et améliorés est revenue à la connaissance des agriculteurs par le système des prix. Mais c'est l'interdépendance accrue entre agriculteurs et transformateurs d'aliments qui y a contribué encore plus... » (18).

Selon Christensen, l'amélioration de la qualité du lait, en réduisant son caractère périssable, a été vraiment importante dans le déplacement des structures de l'industrie laitière du plan local au plan régional (19). Depuis qu'une meilleure qualité du produit issu de l'exploitation a été combinée avec des progrès technologiques au niveau du transport et de la manutention, la concurrence entre les producteurs des différentes régions et les pressions sur les barrières au commerce interne, se sont accrues.

Changements quant aux produits et aux formes

Pour les fruits et légumes, le remplacement des produits frais par des produits transformés a réduit la part des agriculteurs dans les dépenses alimentaires des consommateurs, mais il a peut-être arrêté le déclin de la consommation de certains produits. Le succès des pommes de terre transformées constitue un exemple intéressant. Pour l'année 1960, les chercheurs du ministère de l'agriculture évaluaient le supplément de consommation de pommes de terre grâce aux nouveaux produits à six livres au moins. Simmons indiquait que la congélation et la déshydratation avaient eu pour effet d'augmenter le revenu brut des agriculteurs d'environ 14 à 17 millions de dollars (20). Selon un chiffre récent, les agriculteurs reçoivent environ 19 % du prix à la consommation des fruits et légumes transformés, alors que pour les produits frais, cette part est de 32 %. Il faut s'attendre à d'autres changements de la demande sur le plan des élasticités des revenus actuels.

Un autre changement important a été, en fait, le remplacement des produits à base de céréales par la viande. Il a augmenté la part des agriculteurs dans les dépenses alimentaires des consommateurs en ce sens que les agriculteurs ne reçoivent qu'environ 15% du prix de détail des produits céréaliers, alors qu'ils reçoivent 50 % de celui de la viande. Toutefois, la

substitution de la margarine au beurre a agi en sens contraire. Les agriculteurs reçoivent environ 70 % du prix de détail pour le beurre, mais 28 % seulement pour la margarine.

Le changement de formes et les diverses améliorations dans la préparation des produits agricoles pour le marché ont été bénéfiques aux producteurs, car ils ont élargi le marché et augmenté leurs revenus. Les produits transformés à partir des matières premières de l'exploitation peuvent maintenant être transportés dans tout le pays et vendus toute l'année. À mesure que de nouvelles formes de transformation ont été mises au point pour satisfaire les exigences des consommateurs quant aux services particuliers liés à un certain produit, de nouveaux marchés se sont ouverts et ont remplacé les anciens.

Autres effets

La demande des consommateurs pour toute une gamme de qualités n'a pas toujours été interprétée de manière nette et transmise avec précision aux producteurs. Parfois les grossistes refusaient de vendre une certaine qualité d'un aliment donné. Les ramasseurs n'appliquaient pas chez les producteurs les différences de prix correspondant aux différences de qualité. Évaluer la qualité et appliquer des normes nationales aux différents niveaux de la distribution encourage l'adoption de pratiques de culture, de récolte, de triage, de transformation, d'emballage, de transport, de stockage et de distribution qui permettent de produire et de fournir aux consommateurs la qualité qu'ils désirent trouver dans leurs aliments.

Trois sortes d'ajustement mettent davantage l'accent sur les différenciations de qualité et méritent une attention particulière. Tout d'abord, l'utilisation généralisée d'une classification nationale pour la viande, la volaille, les fruits et les légumes a encouragé l'achat direct sur description par les gros détaillants aux grandes associations de producteurs ou aux points de ramassage. En 1958, les achats directs aux points de ramassage par des chaînes de supermarchés et par des coopératives de détaillants représentaient un quart des ventes totales de fruits et de légumes frais dans 52 grandes villes (21). Les chaînes nationales et régionales de magasins de détail s'adressent aux grossistes et aux commissionnaires principalement pour obtenir des articles spéciaux et pour pallier à l'épuisement temporaire de leurs stocks. Dans le cas du bœuf, la généralisation des achats sur description par des chaînes de magasins a encouragé apparemment la croissance des fabricants de conserves indépendants et accru la concurrence pour obtenir des produits finis de bonne qua-

(18) *Ibid.*, page 426.

(19) *Op. cit.*

(20) SIMMONS (Will M.). — « *An Economic Study of the Potato Industry* ». Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report n° 6, Mars 1962, p. 28.

(21) POWELL (Jules B.). — « *Trends in Marketing Fruits and Vegetables* », *Marketing and Transportation Situation* 151 : 17-30 Novembre 1963. U.S. Department of Agriculture, p. 20.

lité, en particulier pour les bovins engraisés avec céréales (22). Un accroissement ultérieur des achats directs semble probable.

Deuxièmement, la production d'aliments de qualité uniforme a conduit à une *spécialisation accrue*. Ceci est surtout vrai pour le bétail à viande, le lait de haute qualité et la production de fruits et de légumes. Une grande partie de cette production est maintenant ajustée avec précision pour satisfaire aux exigences de certains transporteurs, et les dispositions

contractuelles sont fréquentes dans plusieurs régions.

Troisièmement, le développement de produits de qualité a été accompagné d'une *commercialisation à l'échelle de la nation*. De nombreuses entreprises ont enregistré d'importants succès en matière de nouveaux débouchés quand elles mettent au point des produits de haute qualité, surtout quand elles peuvent répondre aux exigences de grands transformateurs et de grandes chaînes de magasins.

QUELQUES LEÇONS DE L'EXPERIENCE DES ETATS-UNIS

Une demande accrue de la part des consommateurs pour les produits commodes et de qualité augmente la demande d'aliments transformés et l'utilisation de normes et de classifications. Une partie de l'accroissement de la demande en aliments transformés s'explique par la hausse des coûts de commercialisation des aliments frais de haute qualité.

Il reste encore beaucoup à faire aux Etats-Unis dans le domaine du développement de la standardisation et de la classification, pour que les consommateurs puissent adapter les attributs de qualité aux utilisations finales. De telles normes devraient également s'harmoniser avec les caractéristiques qualitatives utilisées par les producteurs, les grossistes et les détaillants. Là où les normes de qualité diffèrent, la transmission d'information par les prix du consommateur au producteur est entravée. Aux Etats-Unis, les prix de détail de certains aliments semblent être sans rapport avec les normes de qualité actuelles. Un groupe de spécialistes à la Conférence Nationale sur la Commercialisation Agricole (National Workshop on Agricultural Marketing) de 1955, ont tiré la conclusion suivante : « Les classifications et les normes devraient fournir des catégories de qualité et de taille qui soient utiles aux producteurs, aux transformateurs, aux distributeurs et aux consommateurs. A quelques exceptions près, les classifications et les normes existantes sont basées sur les exigences des producteurs, des transformateurs, des transporteurs et des grossistes. Une plus grande importance devrait être donnée aux exigences et aux préférences des consommateurs, en révisant leurs désirs et en développant de nouveaux débouchés pour de nouveaux produits » (23).

La qualité des produits agricoles est une question très complexe. A titre d'exemple, Reitz et Barmore nous affirment que la bonne qualité des céréales dé-

pend à la fois du type de semences, du milieu où croît la récolte, et du conditionnement des grains pour la transformation, du choix du sol, des pratiques culturales et des rotations, des engrais, du désherbage et de la lutte contre les insectes, de l'époque des semis, du traitement de la semence, de l'époque de la moisson, des conditions correctes du battage, des conditions de séchage et de stockage. Ils ont oublié d'ajouter que la qualité des produits céréaliers dépend également de la transformation qu'ils subissent (24).

Il est nécessaire de poursuivre des recherches pour développer les caractéristiques qualitatives désirées dans les produits agricoles, pour sauvegarder la qualité des aliments au cours de la commercialisation et pour transformer les produits alimentaires de manière à leur donner les qualités désirées par les consommateurs. La recherche doit avoir pour but de découvrir les qualités particulières et les ensembles de qualités qui sont importants pour les consommateurs. Une telle recherche devrait reconnaître l'importance des groupes dans la population ayant des préférences et des besoins différents pour diverses sortes de produits. La recherche en marketing peut définir les attributs désirés par ces grands groupes. Ensuite, il faut définir des méthodes de manutention et des exigences biologiques pour maintenir la qualité afin de satisfaire aux normes désirées par les consommateurs.

Le transfert du producteur au consommateur d'aliments d'une qualité différente et d'une plus grande uniformité provoque des changements dans la production et dans la commercialisation. Ces changements peuvent jouer au désavantage des producteurs, des distributeurs et des transformateurs établis, peu aptes à évoluer. Ils peuvent également imposer des changements aux institutions créées pour protéger les réseaux de commercialisation et les structures commerciales établis. Puisque les industries alimentaires acceptent le concept d'"orientation par le marché" ou d'orientation par les consommateurs, il faut s'attendre à des innovations importantes dans les relations commerciales entre l'agriculture et les entreprises de commercialisation.

(24) REITZ (L.P.) and BARMORE (M.A.). — « The Quality of Cereal Grains », pages 378-388. 1959 Yearbook of Agriculture. Food. U.S. Department of Agriculture.

(22) WILLIAMS, BOWEN, GENOVESE *op. cit.*, page 170.

(23) Report of Workgroup IX, « Relation of Fruit and Vegetable Quality Maintenance to Marketing Efficiency », pages 248-261 of *Marketing Efficiency in a Changing Economy*. A Report of the National Workshop on Agricultural Marketing, Juin 17-24, 1955 exposé à l'Université de Kentucky. Publié par l'U.S. Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service. AMS 60, Septembre 1965, p. 259.