



**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](mailto: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.*

## Chapitre 8. Evolution des modes de commercialisation des produits agricoles 1958-1968

H. de Farcy

---

**Citer ce document / Cite this document :**

Farcy H. de. Chapitre 8. Evolution des modes de commercialisation des produits agricoles 1958-1968. In: Économie rurale. N°79-80, 1969. pp. 137-146;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1969.2041>

[https://www.persee.fr/doc/ecoru\\_0013-0559\\_1969\\_num\\_79\\_1\\_2041](https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1969_num_79_1_2041)

---

Fichier pdf généré le 08/05/2018

## Chapitre 8

# EVOLUTION DES MODES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS

## AGRICILES <sup>(1)</sup> 1958-1968

par le P. de FARCY \*

Evolution. Mais non révolution : les techniques s'améliorent. Les structures changent. Mais ces transformations n'ont encore rien d'un raz de marée. La réalité reste même en deçà des prévisions. Les anciens élèves de l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris, enquêtant sur les structures commerciales, comparent par exemple la situation au début de 1967 aux prévisions du Plan : ce dernier avait estimé qu'en 1970 près de 50 % du chiffre d'affaires de l'alimentation de détail serait assuré par des commerces intégrés ou associés. Ceci supposait que ces formules atteindraient en janvier 1967 une part de 35,6 %. A cette date, en réalité, on ne dépassait pas 29,8 % ! (2).

(1) Renvoyons pour une étude plus détaillée à nos deux articles : Niveaux de concentration dans l'agriculture et l'alimentation, *Economie Agricole*, mai 1967, remettant à jour et complétant un article publié dans *Projet*, janvier 1966. On trouvera des indications précieuses et des essais prospectifs dans les *Rapports du V<sup>e</sup> Plan* : Commission des Industries Agricoles et Alimentaires et Commission du Commerce. Aucune étude sérieuse sur le commerce ne peut désormais se passer des publications suivantes : *Cahiers de l'ILEC*, *Libre Service Actualités*, *Points de Vente*, *Commerce Moderne*, *Vendre*, le *Directeur commercial*.

On pourra trouver d'utiles réflexions dans Claude QUIN : *Structures et perspectives d'évolution de l'Appareil Commercial Français*, Gauthier Villars, 1964, et Hubert ROUSSEAU : *Les facteurs d'évolution de la commercialisation des produits agricoles en France*, Gauthier Villars, 1966. Pour une mise à jour plus récente : voir notre *Distribution des Produits Agricoles. Encyclopédie des Techniques de Vente*. Editions Techniques, deuxième édition 1969.

(2) Cf. *Bulletin d'information de l'ILEC*, 18 avril 1968. Voici les indications : Commerce intégré : prévisions 1970 : 24,1. Etape à atteindre en 1967 : 17,6. Part réellement atteinte : 16,8. Commerce associé : 25, 18 et 13.

Nous reviendrons en terminant sur les conséquences de cette lenteur d'évolution sur l'agriculture. Auparavant, nous aurons examiné les données de base : accroissement du coût de la commercialisation, évolution de la population active, changement des moyens techniques de commercialisation, et enfin évolution des structures et des états d'esprit.

TABLEAU I

### Origine et emplois de la production agricole destinée à l'alimentation

Millions de francs

	1956	1965
<i>Disponibilités</i>		
Autoconsommation . . . . .	5 000	47 500
Commercialisation . . . . .	21 000	
Exportations . . . . .	- 2 500	
Importations . . . . .	+ 5 500	
Total disponible avant commercialisation ..	29 000	49 300
<i>Alimentation</i>		
Autoconsommation . . . . .	4 700	5 610
Achats des ménages . . . . .	43 570	90 110
Hôtels . . . . .	4 010	8 600
Institutions, collectivités ..	1 310	3 230
Total des dépenses . . . . .	53 590	107 550
Population française au début de l'année (millions)	43,9	48,9
Indice (arrondi) des prix de détail . . . . .	100	155

Sources : *Rapports sur la situation de l'agriculture* en 1956 et 1965 ; E.R., documentation fournie par le C.R.E. D.O.C.

\* Action Populaire, Vanves.

**TABEAU II**

**Production de certaines industries alimentaires  
Evolution 1938-1964**

Milliers de tonnes

	1938	1956	1964
<i>Céréales :</i>			
Meunerie, blé écrasé ..	6 200	5 150	5 196
Biscuiterie .....	170	150	180
Pâtes alimentaires ....	170	270	300
<i>Conserves :</i>			
Légumes .....	175	250	530
Fruits .....	13	60	60
Confitures et gelées ...	15	60	38
Viandes .....	50	212	280
<i>Plats cuisinés :</i>			
Bouillons et potages ..	4	14	24
<i>Sucre raffiné :</i>			
Confiserie de chocolat..	12	21	26
Confiserie de sucre ....	53	115	150
<i>Produits laitiers :</i>			
Beurre .....	215	340	420
Fromages .....		360	500
Lait concentré .....		65	500
Lait en poudre .....		35	132
<i>Corps gras :</i>			
Saindoux .....	60	60	50
Huiles fluides alimentaires .....	225	305	400
Margarine .....	51	90	132
<i>Boissons :</i>			
Bière (millions hectos)..	14	13	19,3
Alcool (millions hectos)	4,6	2,7	3,1
Jus de fruits (millions hectos) .....	44	160	846

Sources : Pour 1938 et 1956 : *Economie Rurale*, 1959, I, p. 107.  
Pour 1964 : *Annuaire statistique de la France*.  
Résumé rétrospectif, 1966, pp. 282.

**L'ACCROISSEMENT DU COUT  
DE LA DISTRIBUTION**

Les documents actuellement disponibles ne permettent d'estimer que de façon approximative, le coût total de la distribution des produits agricoles. Nous avons pourtant tenté de reprendre (tableau I) pour l'année 1956, puis pour l'année 1965, une double évaluation, celle des produits au stade de la production ou (dans le cas de l'importation) au stade de gros ; puis celle des dépenses des consomma-

teurs, autoconsommation comprise : évaluation sans doute incomplète, car par exemple elle ne tient pas compte de la production des jardins familiaux, non comprise dans la production agricole (1,7 milliard environ en 1965). Il nous faut donc nous contenter d'ordres de grandeur.

Toutefois, les différences entre les données des deux années sont si massives qu'elles ne peuvent s'expliquer par la seule imprécision des évaluations. La valeur des produits (29 milliards de F) mis en 1956 par les producteurs ou importateurs à la disposition de l'estomac français représentait à cette date plus de la moitié des dépenses alimentaires des consommateurs (un peu moins de 54 milliards). En 1965, elle n'en vaut plus que 46 % (49,4 milliards sur 108). En ramenant cette dépense par individu, en France 1965, on peut estimer que si elle s'accroît peu au niveau du producteur (1 020 au lieu de 930 francs par an), elle se relève davantage à celui du consommateur : 2 200 au lieu de 1 900.

Ceci s'explique facilement. Le tableau II indique en effet la progression des industries alimentaires : les produits se transforment de plus en plus, assurant ainsi une alimentation plus variée. Les marges commerciales de ces produits, même lorsqu'ils sont industrialisés et donc moins « périssables », restent souvent élevées à cause de leur diversité même, diminuant la rotation des stocks. Les soins supplémentaires apportés pour garantir la fraîcheur, la conservation, sont également souvent coûteux.

Nous reviendrons en conclusion sur le coût de cette marge de distribution en nous demandant si les agriculteurs ne pourraient la diminuer en faisant pression sur les industriels ou les commerçants. Contentons-nous pour le moment de noter son accroissement.

**Evolution de la population active du commerce  
et de la distribution alimentaire**

Ces lignes sont écrites avant la parution des résultats du recensement de 1967 sur la distribution. Il nous faut donc utiliser le matériel, encore fort incomplet, des statistiques précédentes. Celles-ci se heurtent au même problème que l'agriculture : faut-il ou non compter comme personne active la femme de l'épicier rural qui « jette un coup d'œil sur le magasin pendant l'absence de son mari ? Ou comment, dans les magasins d'alimentation qui se « désécialisent » et ouvrent des rayons non alimentaires, distinguer les employés de l'un et de l'autre rayon ? Nous devons donc nous contenter d'estimations très larges. Il semble pourtant que l'on puisse constater un léger accroissement du nombre des personnes actives de l'industrie alimentaire (tableau III : passant de 615 000 à 652 000 de 1954 à 1965) et du commerce alimentaire (passant — y compris les non sédentaires — de 800 000 en 1954

à un peu plus de 850 000 en 1962) (3). Enfin, nous avons estimé en 1958 que 60 000 à 80 000 personnes actives étaient affectées au transport des produits agricoles et alimentaires. Nous n'avons guère de motifs de supposer que ce chiffre se soit notablement modifié : l'accroissement de la part des transports routiers, plus gourmands en main-d'œuvre, et le développement des volumes transportés, compensant probablement les économies techniques en matière de travail.

**TABLEAU III**

**Evolution de la population active (1)**

(En milliers)	1954	1965
<i>Production des industries agricoles et alimentaires :</i>		
Salariés .....	452	506
Non salariés .....	163	146
	615	652
<i>Ensemble du commerce :</i>		
Salariés .....	918	1 376
Non salariés .....	810	703
	1 728	2 079
<i>Commerces agricoles et alimentaires :</i>		
Salariés .....	375	482 (3)
Non salariés (2) .....	425	385 (3)
	800	867

(1) Source : *Annuaire statistique de la France*, rétrospective, 1966, p. 103.  
(2) Evaluation.  
(3) 1962.

L'on peut donc estimer à un total d'environ 1 600 000 le nombre des personnes actives (employés de restaurants ou de débits de boisson non compris) faisant transiter le produit agricole entre le producteur et le consommateur : près de la moitié du nombre des personnes actives en agriculture. Il faut désormais près de cinq personnes pour transformer, distribuer, écouler, la production de dix travailleurs agricoles. Notons qu'aux Etats-Unis il en faut douze à quinze. Faut-il en conclure, comme on l'a parfois dit, que l'industrie alimentaire peut, sur place, offrir du travail aux agriculteurs quittant l'exploitation ? Prenons ici l'exemple de la Bretagne. De 1954 à 1967, le nombre de personnes acti-

(3) La Commission du V<sup>e</sup> Plan dans ce domaine n'envisage pas un net accroissement de cette population d'ici 1970.

ves en agriculture a passé de 541 290 à 342 000. Durant le même laps de temps, l'industrie alimentaire a embauché 4 000 salariés de plus (4), occupant ainsi un peu plus de 39 000 personnes au lieu de 35 000.

**L'amélioration des moyens matériels de distribution**

Un peu plus nombreuse qu'il y a dix ans, cette population active travaille avec des moyens meilleurs. Mentionnons les efforts concernant la normalisation des produits, qui s'introduisait par exemple avec timidité en 1956 et qui, en 1966, est quasiment généralisée, par exemple pour les fruits et les légumes. Il est probable que les dispositions concernant d'autres produits suivront prochainement.

Le tableau IV indique les possibilités de stockage frigorifique, ce qui constitue un bon test des moyens techniques mis à la disposition du commerce. Sans doute, sommes-nous loin encore des moyens des Etats-Unis ou même de ceux des Pays-Bas, mais l'effort ne semble pas se ralentir : la concurrence du Marché commun contribuera, sans doute, à généraliser l'emploi du réfrigérateur domestique. Elle va peut-être faciliter le développement des réfrigérateurs de grande taille, permettant de stocker les achats — et donc de diminuer leur cadence — soit même des congélateurs autorisant à faire d'un coup des achats volumineux de produits périssables.

L'on peut également mentionner les efforts spectaculaires de stockage des produits en l'état. En 1956, les organismes de stockage de céréales pouvaient recevoir au total 42 millions de quintaux (dont 32 appartenant à des coopératives) pour une collecte totale de céréales de 130 millions de quintaux. Au 1<sup>er</sup> janvier 1966, ce total a doublé, atteignant désormais 87 millions (dont 63 pour les coopératives) pour une collecte totale de 177 millions.

Les transports agricoles évoluent rapidement. De 1956 à 1966, le total des produits agricoles et alimentaires transportés par fer passe de 7,5 à 10,3 milliards de tonnes kilométriques ; celui des transports par eau double pratiquement : de 1,1 à 2,26. Enfin, les transports routiers prennent une part prépondérante, passant de moins de 8 milliards en 1956 à plus de 15 en 1966. Le nombre de véhicules permettant d'emprunter à la fois le rail et la route passe d'ailleurs de 1 600 en 1958 à 2 000 en 1968.

Il paraît inutile d'insister davantage sur l'accroissement des moyens techniques mis à la disposition des usagers ; abordons les problèmes concernant les modes d'utilisation et les structures commerciales et industrielles.

(4) PIERRE (Michel). — L'évolution récente de la population active de la région de Bretagne. *Bulletin de conjoncture régionale*, Rennes, 2<sup>e</sup> trimestre 1967, n<sup>o</sup> 2.

**TABLEAU IV**  
**Capacité frigorifique 1938-1965**

(Milliers de mètres cubes)	1938	1958	1965
Entrepôts frigorifiques publics .....	550	680	1 500
Stations fruitières ..	—	12	1 850
Fromageries .....	70	400	650
<b>(Unités)</b>			
Nombre de réfrigérateurs ménagers .....	100 000	2 000 000	8 500 000
Ventes annuelles ...	10 000	525 000	1 000 000
Camions isothermiques, réfrigérants ou frigorifiques .....	—	1 000	2 970
Wagons isothermes ou réfrigérants .....	3 500	4 200	4 700

Sources : *Economie Rurale*, 1959, I, p. 108 ; et pour 1965, Section technique du Froid, 19, avenue du Maine, Paris.

**Structures de transformation et de distribution : lente concentration**

Ces travailleurs s'activent encore dans des entreprises qui, dans leur immense majorité, restent de taille modeste. Si la part des petites entreprises diminue quelque peu, attestée par l'accroissement du nombre des salariés, cette évolution n'a rien de spectaculaire.

La dispersion qui se manifeste à un niveau très grand dans le commerce, vaut encore à un large degré pour les industries agricoles et alimentaires. L'étude sur *la structure des entreprises des industries agricoles et alimentaires* (5), analysant les réponses de 6 000 entreprises dont le nombre équivaut au tiers du total de la branche, mais effectuant sans doute plus de 80 % du chiffre d'affaires total, montre une grande dispersion. Les entreprises ayant plus de 100 salariés font 35 % du chiffre d'affaires de la meunerie, 81 de celui des pâtes alimentaires, 93 de celui des sucreries, 22 des distilleries, 66 des laiteries, 55 des salaisonneries, 58,3 des conserveries de fruits et légumes, 52,5 des entreprises d'alimentation du bétail...

De même, le tableau VI, indiquant le nombre des employés dans les établissements de diverses tailles, donne de précieuses indications sur la dispersion des établissements.

Nul texte ne résume d'ailleurs mieux cette situation que le rapport du V<sup>e</sup> Plan (6), définissant ainsi

(5) *Statistique agricole*. Supplément série Etudes, n° 26, juillet 1967.

(6) Rapport général de la Commission des Industries Agricoles et Alimentaires. V<sup>e</sup> Plan, 1966-70, p. 29.

la composition des industries alimentaires françaises :

**TABLEAU V**  
**Evolution du nombre des établissements alimentaires**

(en milliers)	1954	1962
Industrie des corps gras .....	1,9	1,0
Travail des graines et farines ..	11,6	8,0
Sucrerie, distillerie, boissons ..	15,5	10,3
Industrie du lait .....	5,4	4,8
Conserverie . .....	2,7	2,4
Divers .....	3,4	3,5
Froid . .....	0,5	0,4
	40	30,4

Source : *Structure des Industries agricoles et alimentaires*, Ministère de l'Agriculture, 1964.

**TABLEAU VI**  
**Industries alimentaires**  
**Degré de concentration des établissements**

(en milliers)	Total	Nombre (en milliers) des employés dans les Etablissements ayant		
		moins de 20 ouvriers	de 20 à 200 ouvriers	plus de 200 ouvriers
Conserves ....	67	20	30	17
Corps gras ...	22	2,5	8,5	11
Sucrerie, distillerie, boissons .	70	14	38	18
Laiteries .....	63	11	40	12
Meuneries ....	22	12	7	3
Pâtes alimentaires .....	8	1	3	4
Biscuiteries, etc	27	4	12	11

Source : Ministère de l'Agriculture ; *Structure des industries agricoles et alimentaires* 1964.

25 entreprises de dimension nationale dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 250 millions et qui représentent ensemble 25,6 % du chiffre d'affaires global.

59 entreprises à vocation nationale, ayant un chiffre d'affaires compris entre 100 et 250 millions de francs, contrôlant 17,9 % du chiffre d'affaires (7).

(7) Sur les 84 entreprises des deux premiers groupes, on compte 13 firmes à capitaux étrangers et 12 coopératives.

670 moyennes entreprises, ayant un chiffre d'affaires compris entre 10 et 100 millions de francs, avec 33,9 % du marché.

11 746 petites entreprises, ayant un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions de francs, ayant environ 22,6 % du chiffre d'affaires.

La valeur cumulée des investissements étrangers est estimée par la commission du V<sup>e</sup> Plan à 10 % du patrimoine total des industries alimentaires et les entreprises contrôlées par ces capitaux effectuent également 10 % du chiffre d'affaires total de ces industries. Elles se situent dans les secteurs à haut degré d'innovation, réalisant 85 % du volume des bouillons et potages, 75 % du lait de conserve, 44 % des crèmes glacées, 25 % des corps gras, 20 % des boissons gazeuses, 11,5 % des fruits et légumes, 9,3 % des apéritifs et liqueurs, 14 % des pâtes alimentaires, 6 % de l'industrie laitière du type classique.

Tout donne à croire que cette évolution, favorisée par le Marché Commun, s'accroîtra dans le sens d'une plus grande concentration. Les commissions du plan, tout en soulignant que les emplois nouveaux seraient peu nombreux dans les prochaines années à cause même des progrès techniques et de gestion, et en insistant de façon très lucide sur les modes de préparer cette concentration, se gardent pourtant de prévisions détaillées.

L'évolution des secteurs du commerce est également sensible : le nombre d'établissements passe de 47 000 à 40 000 pour le commerce alimentaire de gros, et de 379 000 à 324 000 pour celui de détail.

La commission du Commerce du Plan estime qu'en 1970, les chiffres respectifs atteindront 35 000 et 315 000. Plus avares de renseignements sur la main-d'œuvre, les documents officiels permettent pourtant de constater le net accroissement du nombre des salariés (tableau VI).

Pourtant, il ne faut pas non plus ici conclure à la rapide concentration. Sans doute, assiste-t-on à un développement rapide des Grands Magasins Populaires (types « Prisunic ») : de 97 magasins en 1950 et 432 en 1957, ils passent à 695 au 1<sup>er</sup> janvier 1968 et les 4 milliards de chiffre d'affaires qu'ils effectuent dans l'alimentation représentent près de 4 % du chiffre d'affaires total de la branche alimentaire en France. De même les supermarchés (magasins d'une surface supérieure à 400 m<sup>2</sup> et vendant surtout de l'alimentation) sont-ils au nombre de 821 au 1<sup>er</sup> janvier 1968 et, avec un chiffre d'affaires de 6 milliards, effectuent près de 6 % du total des ventes alimentaires (8).

Mais ces changements techniques ne modifient pas rapidement les structures mêmes des entreprises. Les différentes formes de commerce intégré qui assuraient 12,6 % du chiffre d'affaires des ventes alimentaires au stade de détail en 1955 et 14,6 en 1960, en font 17,7 % en 1965. D'après les prévisions du V<sup>e</sup> Plan, elles devraient atteindre 25 % en 1970 : il est douteux, nous l'avons vu, que cet objectif soit atteint. En 1965, plus de 82 % des achats des consommateurs se font donc auprès de petites entreprises commerciales, le plus souvent du type familial (tableau VIII).

**TABLEAU VII**

**Evolution du commerce intérieur français 1954-1964**

(Milliers)	Nombre d'établissements				Salariés	
	Gros		Détail		1954	1966
	1954	1966	1954	1966		
Alimentation générale .....	4,6	3		134		200
Boissons .....	18,6	15,2		8	260	86
Fruits et légumes .....	9,4	5,3	200	26		36
Produits laitiers, volailles, gibiers ..	8	10	12	10	18	29
Viandes, charcuterie ..	3,4	3,7	69	76	74	111
Boulangerie, pâtisserie .....	1,6	1,7	64	61	87	111
Poissons .....	1,6	1,5	6	8	8	15
<i>Total arrondi .....</i>	<b>47</b>	<b>40</b>	<b>379</b>	<b>324</b>	<b>448</b>	<b>589</b>

Sources : Pour 1954 - *Economie Rurale*, 1959, I, p. 113.

Pour 1966 - Quelques chiffres sur le Commerce intérieur français. Etude de l'AFRESCO : dans *Libre Service Actualités*, 1<sup>er</sup> avril 1968.

Grands Magasins, 37 à des entreprises à succursales multiples, 3,5 à des coopératives de consommation et 29 à des indépendants.

(8) Notons que sur ce nombre, 31,5 % appartiennent à des

**TABLEAU VIII**

**Répartition des achats de produits alimentaires de l'ensemble des ménages  
suivant le type de point de vente (1)**

	Ensemble	Fruits	Produits à base de céréales	Produits alimentaires divers
Marchés .....	8	22,2	1,3	2,2
Grands magasins, supermarchés .....	7,2	7,7	4,3	12,8
Succursalistes .....	15	18,5	9,4	23,6
Commerçants indépendants .....	54,2	41,7	68,9	44,3
Magasin ou coopérative d'entreprise .....	1	0,9	0,7	1,8
Achat direct au grossiste .....	0,8	0,2	—	0,6
Achat direct au producteur .....	2,8	0,7	—	0,6
Commerçant vendant à domicile .....	9,7	7,3	14,2	11,4
<i>Ensemble</i> .....	100	100	100	100

(1) Source : Premiers résultats d'une enquête permanente sur la consommation alimentaire des Français. **Etudes et Conjoncture**, juillet 1967, pp. 84 et 85.

**TABLEAU IX**

**Evolution des structures du commerce alimentaire de détail**

(Milliers)	Nombre de points de vente		Chiffre d'affaires total		Chiffre d'affaires pourcentage	
	1955	1965	1955	1965	1955	1965
<i>Commerce intégré</i>						
Grands magasins .....	0,4	0,8	0,4	3,6	1,2	3,8
Magasins populaires .....	0,4	0,8	0,4	3,6	1,5	3,8
Succursales multiples .....	23	29	2,8	8,2	7,6	9,1
Coopératives de consommation .....	8	10,3	1,4	3,7	3,8	4,1
	34	43	4,6	15,9	12,6	17,7
<i>Commerce non intégré</i>						
a) En association : Chaînes volontaires et groupements de détaillants..	—	56	0,6	6,6	1,7	7,3
b) Indépendants .....	290	284	31	67,5	85,7	75
<i>Total arrondi</i> .....	290	328	36,2	90,0	100	100

(1) Sources : Pour 1954 : **Economie Rurale**, 1959, I, p. 113.  
Pour 1965 : Notes communiquées par C. Quin au **Colloque sur la commercialisation des produits agricoles**, Faculté des Sc. Econ. de Lyon, octobre 1967.

**TABLEAU X**

**Concentration des divers secteurs du commerce alimentaire**

	Pourcentage des ventes 1965	Part respective du commerce intégré et associé	
		1960	1965
Pain et pâtisserie . . . .	8,8	0,77 %	1,90 %
Denrées périssables . . .	61,4	6,80	11,1
Boissons à emporter . . .	14,05	31,41	39,75
Produits épicerie . . . . .	15,75	70	79,9
	100		

Sources : Claude QUIN : *Physionomie et perspectives d'évolution de l'appareil commercial français*, Gauthier Villards, 1964, page 212. Pour 1960 et pour 1965 : Claude QUIN : *Les circuits de distribution des denrées alimentaires d'origine agricole* : Colloque sur la commercialisation des produits agricoles, Institut d'Etudes Economiques, Lyon, oct. 1967.

La concentration des entreprises de gros se poursuit également, mais sans grande rapidité : les avantages, d'ailleurs, n'en paraissent pas toujours spectaculaires. Une étude récente de M. Jacques Lelief sur l'Épicerie en gros (9) montre sans doute que lorsqu'un grossiste s'agrandit et que son chiffre d'affaires passe de 1,5 à 4,2 millions, la productivité moyenne par travailleur s'accroît de 25 % (236 000 F au lieu de 185 000). Mais celle-ci ne s'élèvera plus que de 8 % si le chiffre d'affaires passe à 20 millions (productivité par travailleur : 257 000 F).

Le phénomène le plus significatif paraît être le regroupement des entreprises de détail indépendantes, soit sous la forme de groupement d'achats (équivalent à des coopératives), soit sous celle dite des chaînes volontaires (reliées à un grossiste). La proportion du chiffre d'affaires des achats faits ainsi en commun ne représentaient pas 2 % des ventes totales de produits alimentaires (elle passe à 7,3 en 1965 et à 13 en 1967). Il est douteux qu'elle atteigne les chiffres de 24,1 prévus par le V<sup>e</sup> Plan pour 1970.

Sans doute, le degré de concentration varie-t-il beaucoup suivant les produits, ce qui modifie considérablement la position des agriculteurs vis-à-vis de ces acheteurs (tableau IX). On en voit l'importance dans les produits facilement sujets à la commercialisation de masse (épicerie). Les entreprises familiales gardent encore les produits périssables (viandes, fruits et légumes), demandant par certains côtés des traitements quasi artisanaux.

**Une meilleure maîtrise de l'offre ?**

Des exposés spécialisés dans ce même numéro aborderont deux des problèmes capitaux concernant la distribution des produits agricoles (10). Il nous paraît donc inutile d'insister longtemps sur les transformations fondamentales dans la mise en marché.

Sans doute, certaines grandes initiatives (construction des gares-marchés, développement de puissants abattoirs municipaux, transfert des Halles à Rungis) visent-elles à améliorer les types de marché du type classique où l'offre — qui peut se permettre d'être dispersée — se confronte directement avec une demande, elle aussi, dispersée et libre de s'adresser à tout moment au fournisseur qu'elle désire.

Pourtant, une évolution s'amorce, modifiant les types de relations entre vendeurs et acheteurs. Si les phénomènes de concentration du commerce et de l'industrie sont moins rapides qu'on aurait pu le penser, ils n'en existent pas moins, invitant les agriculteurs, par contre-coup, à se regrouper de diverses façons. Notons, sans y insister :

1) le regroupement et la fusion de certaines coopératives : à la fois pour mieux concentrer l'offre et disposer de forces meilleures pour pénétrer davantage dans le circuit industriel et commercial. Le rachat de la marque de conserve Amieux par la coopérative d'Ancenis en est une bonne preuve. De même, la tentative, qui dura trois ans, de gestion de trois supermarchés de la région parisienne par un groupement de coopératives.

Dans cette perspective, il faut noter les possibilités d'alliance entre les coopératives et les autres secteurs économiques. Les Sociétés d'intérêt collectif agricole, et, plus récemment, les Sociétés d'intérêt mixte agricole, permettront sans doute de plus en plus des actions communes entre personnes physiques ou morales d'optique différente, sans que l'une soit forcée de sacrifier à cette entente ses intérêts et ses convictions.

2) Avec le développement de l'intégration verticale, notons aussi celui, probablement moins rapide, des conventions collectives, favorisées par les lois d'orientation agricole.

3) Plus originale est la législation concernant les groupements de producteurs et comités économiques agricoles. Entre 1963 et 1968, plus de 700 de ces groupements ont été fondés, visant avant tout à imposer à leurs membres un certain nombre de disciplines concernant la qualité du produit, les conditions de vente.

L'exemple dans la région de Saint-Pol-de-Léon est significatif à cet égard : malgré d'innombrables difficultés et des échecs partiels, les producteurs

(9) *Documentation ILEC*, 403, 1968.

(10) Cf. dans cet ouvrage les chapitres traités par J.B. BONASTRE et Ph. NICOLAS.

eux-mêmes maîtrisent davantage les niveaux de qualité et les volumes mis sur le marché (notamment en détruisant les excédents dont le poids fait s'effondrer les prix). Ils affectent aussi des fonds à des opérations de reconversion et de développement : image d'une société où les producteurs se considèrent solidairement responsables de ce qu'ils offrent au reste du pays, n'acceptant — et n'exigeant — un prix rémunérateur qu'après avoir organisé leur marché de façon à rendre raisonnable cette exigence. Exemple qui reste sans doute à généraliser, mais qui permet déjà pourtant un solide optimisme.

### Le dynamisme de la distribution

Nous avons constaté que les évolutions commerciales effectivement réalisées se situaient en deçà des prévisions. Est-il permis de penser que le rythme d'évolution s'accroîtra ?

Sans doute ceci peut-il dépendre de conditions extrinsèques, telles que l'introduction de la concurrence du Marché Commun. Cette dernière est prévisible et accélèrera sans doute certaines faillites, permettra la prise en main d'autres entreprises par des concurrents plus efficaces, donnera d'excellents motifs de progrès à des entreprises dynamiques, obligera les agriculteurs à se regrouper.

Pourtant, ces circonstances extrinsèques ne peuvent pleinement jouer que si elles rencontrent des éléments favorables dans les agents mêmes de la distribution ou de la transformation. Or, dans ce domaine, il faut convenir que la situation reste encore peu brillante. Interrogeons-nous en effet sur le dynamisme manifesté par la publicité, la recherche, la formation des hommes.

La publicité constitue la partie la plus voyante de ce tryptique. On ne saurait nier un accroissement des activités dans ce domaine. Prenons par exemple le cas des publicités du type collectif dans le secteur alimentaire. Pendant longtemps, les activités de promotion des ventes étaient cantonnées aux marques privées (d'industrie capitaliste ou de coopératives). Les publicités collectives, qui avaient pris pied après la seconde guerre mondiale, ont été singulièrement renforcées par l'institution de la SOPEXA (Société pour l'expansion de la production agricole) en 1960. De 1957 à 1965, le budget collectif des produits laitiers passe de 1,5 à 5,2 millions ; celui des champignons de 0,2 à 0,5 million ; des fruits à cidre, de 0,1 à 2 ; des agrumes, de 0,6 à 1,5 ; du champagne, de 0,25 à 1,25. D'autres produits entrent en scène : les petits pois, avec 1,85 ; l'aviculture, avec 1,35, etc... En 1965, il est possible d'évaluer à près de 20 millions de francs le total des investissements publicitaires collectifs, nettement plus du double des 8 à 10 millions que nous avions estimés en 1957. Chiffre à rapprocher pourtant des quelque 600 millions consacrés par les fir-

mes privées françaises à la publicité des produits alimentaires (et des 1 200 millions consacrés au même objet en Angleterre).

L'effort de recherche a progressé également, mais semble encore bien inadéquat aux besoins. L'industrie alimentaire privée y consacrerait sensiblement 150 chercheurs d'après les estimations du Plan ; les associations professionnelles 70 de plus. Enfin, en comptant tous les secteurs de l'INRA, on peut en ajouter 150 autres : au total moins de 400, alors que les seuls services de recherches de la firme Nestlé mobilisent 400 personnes du niveau universitaire ! Comment s'étonner de notre médiocre balance des brevets ? En 1963, les brevets alimentaires français exploités à l'étranger nous ont rapporté 1,2 million de francs, mais nous avons payé à l'étranger 42 millions !

Il semble impossible d'évaluer les montants de la recherche commerciale proprement dite : il est souvent difficile d'ailleurs d'y distinguer le coût des études de marché (opérations de développement) de celui de travaux plus fondamentaux (structures commerciales, analyse de motivations, etc...). F. Nepveu Nivelles estime (11) à 30 millions l'ensemble des fonds affectés par les entreprises et les services publics à la recherche commerciale : il serait surprenant que l'on puisse en attribuer plus de 40 % à la recherche dans le domaine du commerce alimentaire proprement dit. Ceci reste donc fort faible, même si l'on ajoute la contribution, prometteuse d'avenir, de la nouvelle équipe chargée à l'INRA des problèmes de commercialisation agricole.

Malgré ces déficiences en matière de recherche, les hommes sont-ils mieux formés ? Il faut souligner ici, au niveau des cadres moyens, la fondation de plusieurs écoles d'alimentation, notamment par les Chambres de Commerce, le développement du conseil de gestion commercial par la création des assistants techniques du commerce, la fondation par certains commerçants de Centres d'Etudes analogues aux Centres d'Etudes Techniques Agricoles (12).

Sur le plan de l'enseignement supérieur, notons la fondation en 1962 par l'E.S.S.E.C. d'une section agricole, imitée deux ans après par les H.E.C. Par contre, à quelques exceptions près, l'enseignement

(11) NEPVEU NIVELLES (F.). — Importance et nécessité de la recherche et des investissements intellectuels en matière commerciale. *Travail et Méthodes*, 1965.

(12) Au Congrès sur la Commercialisation des Produits agricoles (Institut des Etudes Economiques, Lyon, octobre 1967), M. P. Reymond évaluait à 5 millions de francs le total des dépenses faites par les coopératives agricoles pour la formation de leurs membres et de leurs cadres : ceci représente sensiblement un peu moins de 0,03 % de leur chiffre d'affaires total (15 à 18 milliards). Souhaitons que le souci de s'affirmer comme les grands éducateurs du monde paysan impose aux coopératives un effort nettement plus important !

de la commercialisation dans les écoles d'agriculture se rattache encore à celui des marchés. Or, n'oublions pas que les techniques et surtout les approches des problèmes sont radicalement différentes. Les lois normales de la génétique en matière de pédagogie veulent qu'on ne forme bien que des êtres semblables à soi. Si l'on veut que les écoles d'agriculture forment des « entrepreneurs », il faut confier une bonne partie de la formation de ces innovateurs à des gens qui ont eux-mêmes « entrepris ». Problème souvent difficile à résoudre.

### Remédier à l'absence des moyens

Ces efforts sont-ils suffisants ? Ne faut-il pas les intensifier ? L'accroissement de l'écart entre les prix de production et ceux de consommation ne devrait-il pas le permettre ? La réalité est moins prometteuse. Il est sans doute délicat de parler des bénéfices des intermédiaires. Pourtant, nous commençons à disposer de documents qui permettent quelques évaluations. Insistons sur ce point.

Le rapport du V<sup>e</sup> Plan de la Commission des Industries agricoles et alimentaires publiée, pour 1963 et 1964, un certain nombre de résultats des grandes sociétés alimentaires françaises. Les bénéfices nets, impôts déduits, s'élèvent en 1964 à 4,38 % des capitaux investis et à 1,02 % de leur chiffre d'affaires. Aux Etats-Unis, en 1965 (13), ces mêmes données, après impôts, représentent 10,7 et 2,7. Il est souvent tentant de la part de personnes ayant des responsabilités dans les services publics de « faire honte » aux industriels privés de leur faible propension à la recherche et de les comparer aux industriels américains : ceux-ci, quelle qu'en soit la raison, ont d'autres moyens !

Sans doute, ne manquera-t-on pas de suspecter les informations soumises par ces sociétés ! Il est regrettable que l'on ne puisse, pour déterminer l'ampleur des marges bénéficiaires des industries alimentaires, disposer des données des usines coopératives de transformation des produits agricoles. Ceci deviendra peut-être possible le jour où un décret les obligerait à présenter les types de documents comptables que doivent désormais communiquer les sociétés anonymes.

Dans le domaine purement commercial, nous avons une excellente source d'information : ce sont les publications régulières de bilans, présentées aux assemblées générales, des coopératives de consommation. Celles-ci, en fin d'année, distribuent à leurs membres une ristourne correspondant à 2 à 3 % de

la valeur de leurs achats. Faut-il en conclure qu'une bonne organisation du commerce comme la leur pourrait faire baisser de ce même montant le coût de la vie ? N'oublions pas d'abord que cette ristourne est exonérée des impôts de distribution, payables par les sociétés capitalistes et s'élevant à 50 % des bénéfices distribués. Par ailleurs, certains dirigeants des coopératives de consommation s'inquiètent de leur propre politique. Alors que les entreprises à succursales multiples ont diminué leur dividende pour investir dans l'établissement de supermarchés, les coopératives de consommation ont fait fort peu de progrès dans ce domaine. Le chiffre d'affaires de l'ensemble des sociétés coopératives atteint pratiquement la moitié de celui des magasins à succursales multiples : au 1<sup>er</sup> janvier 1968, ces premières géraient moins de 30 supermarchés, contre plus de 300 pour les derniers (14).

Il semblerait donc fort imprudent de prétendre pouvoir à la fois diminuer beaucoup les marges commerciales et opérer les actions de modernisation et de transformation des entreprises.

### Conclusion

Comme tout bilan, l'étude de l'évolution de la distribution des produits agricoles durant la période 1958-1968 comporte à la fois une note d'optimisme et de graves inquiétudes.

Note d'optimisme par le nombre des innovations dans le domaine des structures, le développement de certains organismes de formation, la prise de conscience, par certains, de la nécessité et de l'importance des fonctions commerciales. Ajoutons que l'évolution s'accélèrera peut-être si se développent plus rapidement que prévu les grands supermarchés (3 000 m<sup>2</sup> et plus) contenant toutes les facilités pour l'achat (parking par exemple). Ils peuvent alors présenter une gamme considérable de produits et donner ainsi de plus grandes chances à des produits plus différenciés.

La note de pessimisme se fonde sur trois raisons :

— Le manque d'aptitude des individus ou des groupes sociaux à coopérer pour des actions communes : le commerce reste certes une activité qui demande de « personnaliser » les relations : ceci ne veut pas dire qu'il faille renoncer à les organiser. Les obstacles psychologiques sont nombreux. Malhabiles à collaborer avec leurs pairs (les cotisations syndicales des commerçants ou des industriels ali-

(13) D'après les documents de la *National Commission on Food Marketing*.

(14) Bien entendu, une comparaison ne peut devenir rigoureuse que si l'on fait une enquête précisant les prix moyens de détail dans les deux organismes : sociétés à succursales multiples et coopératives de consommation.

mentaires ne sont guère plus élevées, toutes proportions gardées, que celles des agriculteurs !), les hommes sont encore plus inaptes à travailler avec des êtres d'autres milieux. Les agriculteurs s'estiment volontiers victimes de la pression des secteurs secondaires et tertiaires. En revanche, ces derniers font volontiers allusion sur les facilités qu'ils auraient s'ils s'approvisionnaient auprès d'agriculteurs évolués et organisés ! Chaque groupe estimant qu'il a raison, du moment qu'il n'a pas tous les torts, se bute sur des conflits stériles. Tel journal agricole se réjouit de la faillite d'une industrie locale : il oublie que, faute de trouver un remplacement effectif, l'agriculture locale se trouve dans la situation de Gribouille sciant la branche sur laquelle il se tenait. Des actions communes, mobilisant toutes les forces, les moyens, les expériences, permettraient seules l'adaptation du grand complexe agro-alimentaire aux exigences toujours neuves des consommateurs.

— Ces querelles ont souvent fait oublier l'essentiel du problème et inhibé des tentatives plus créatrices. L'on a encore mal pris conscience des mutations profondes du milieu français. Disposant de revenus plus élevés, notre consommateur désire plus qu'autrefois variétés des produits et services inédits. Il sait d'ailleurs payer ces prestations à leur prix :

témoin les revenus relativement élevés de celles des entreprises travaillant dans des secteurs nouveaux.

— Ajoutons que souvent les études les meilleures ont été fixées davantage sur des réflexions d'ordre économique, prodigieusement importantes d'ailleurs, mais ont oublié peut-être la judicieuse réflexion d'Arthur d'A. Cole : « Il y a entre l'entrepreneur et l'économiste la même différence qu'entre le bon tireur et le théoricien de la balistique ». Certes, les progrès des projectiles modernes donnent-ils une importance infiniment plus grande aux méthodes de calcul ! Et l'on peut penser qu'au fur et à mesure de l'agrandissement des firmes, les procédés les plus rigoureux gagneront une très grande importance : ils ne suffisent pourtant pas ni à résoudre nos problèmes d'aujourd'hui, ni à bien préparer les énergies qui résoudront ceux de demain. Il importe de dégager des idées claires sur les servitudes de la distribution et le rôle irremplaçable des « entrepreneurs ». C'est à ce prix que l'on pourra mieux écouler les produits agricoles vers ceux qui les demandent (15). Autrement, le rédacteur de l'étude sur l'évolution du commerce agricole de 1968 à 1978 risque surtout d'avoir à épiloguer sur la prise de pouvoir des entreprises françaises par des sociétés étrangères.

---

(15) Cet exposé fait abstraction des débouchés de l'agriculture française dans le secteur non solvable. Nous y avons insisté dans notre *Organiser l'abondance* (Spes, 1964), analysant le décevant effort français de distribution de lait dans les écoles, les tentatives plus ou moins avortées de distribution de beurre aux économiquement faibles, et faisant allusion aux problèmes de distribution dans les pays en voie de développement. Depuis, la situa-

tion n'a guère changé. Seules, quelques tentatives d'aide aux pays atteints par la famine peuvent être mentionnées. L'opinion et les responsables se rendent encore mal compte du coût des opérations de redistribution qui « paraissent gratuites » et se découragent trop vite devant les maigres résultats. Ce débouché, sans résoudre de façon magique le problème des surplus agricoles des pays tempérés, ni celui de la famine des pays tropicaux, rendrait pourtant de véritables services.