



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.

Commentaires à propos des plans départementaux de développement

Louis Malassis

Citer ce document / Cite this document :

Malassis Louis. Commentaires à propos des plans départementaux de développement. In: Économie rurale. N°99-100, 1974. Le développement agricole en France. pp. 101-102;

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1974_num_99_1_4266

Fichier pdf généré le 26/03/2019

Commentaires à propos des plans départementaux de développement

par L. MALASSIS,
Professeur d'Économie Rurale (ENSAM)
Directeur de la Station d'Économie Rurale (INRA)

M. Joly et l'équipe des animateurs du plan de développement départemental du Tarn savent manifester à la fois leurs convictions et leur volonté d'aboutir, et pour cela mettre en œuvre des méthodes appropriées.

De nombreux aspects me semblent très positifs dans cette action. — Lutter contre le découragement des jeunes en s'efforçant de définir pour eux, et avec eux, un avenir agricole acceptable. — Dépasser le cloisonnement des organisations professionnelles et définir les objectifs et moyens convergents. — Animer et organiser la participation du plus grand nombre possible d'agriculteurs. — Envisager le développement socio-économique global du milieu rural (et pas seulement agricole). — Définir des programmes locaux en vue d'être aussi concret que possible. — Justifier les propositions par des analyses socio-économiques comportant des études de coûts-avantages, de priorité, de distinction entre action d'accompagnement et d'entraînement, etc...

Enfin, par souci de cohérence et d'efficacité, aboutir à de nouvelles institutions du développement ayant un réel pouvoir de coordination.

Ces approches ont aussi été mise en œuvre dans d'autres départements, tels que le Var et l'Aveyron, et il me paraît souhaitable de rendre hommage aux inspirateurs de ces initiatives.

1 - Cohérence des plans globaux, régionaux et locaux.

L'étude des *potentialités agricoles* se fait nécessairement en partant de la base, des données fournies par l'expérimentation, les exploitations de pointe, etc... mais pour la grande masse des productions agricoles, la détermination des *débouchés agricoles possibles* ne peut se faire valablement qu'au niveau national.

Le *plan national* de développement, dans notre système socio-économique, se présente comme une étude globale de marché prenant en considération l'évolution du volume et de la structure de la demande alimentaire et agricole intérieure et extérieure et éventuellement la distribution à des prix référentiels ou gratuitement d'une certaine quantité de produits alimentaires déterminés.

Le problème de l'ajustement des capacités de production aux possibilités d'expansion est ardu, parce qu'il existe en occident une tendance à la surcapacité agricole et parce que les méthodes de répartition géographique

de la production et les techniques économiques de cette répartition sont encore peu satisfaisantes.

Le marché et les structures de production régionales demeurent les facteurs fondamentaux de la répartition géographique des productions et, de ce point de vue, *le développement réel d'une zone agricole dépendra de plus en plus, me semble-t-il, de l'existence d'organismes puissants et efficaces de conquête de débouchés.*

Mentionnons toutefois, que pour certains produits différenciés et régionalisés (Roquefort, Champagne, foie gras, vins de pays, etc...), la région a l'initiative de l'étude et de la conquête de débouchés. Mais cette conquête va reposer notamment sur la publicité, et nécessitera le plus souvent des moyens qui ne sont pas à la portée d'organismes traditionnels de petite dimension.

2 - Organismes régionaux de conquête de débouchés.

Par organismes de conquêtes de marché, nous entendons fondamentalement, des firmes agro-alimentaires, de forme capitaliste ou coopérative, *aptées à conquérir des débouchés rendant possible la croissance effective de la production agricole régionale.* Une analyse générale tend à montrer que cette catégorie de firme est caractérisée par quatre tendances fondamentales : croissance de dimension (par croissance interne et par fusions), diversification des activités (tendance vers la polyvalence agro-alimentaire), internationalisation (ou liaison avec des réseaux de distribution à caractère plus ou moins internationaux, ce qui est notamment justifié par le développement du marché commun et par la croissance des exportations agricoles françaises), *intervention plus ou moins poussée dans les processus de production agricole en vue d'adapter les produits ou les matières premières à la politique commerciale de la firme.*

De telles firmes existent maintenant dans de nombreuses régions de France, notamment sous forme de coopératives agro-alimentaires.

De toute évidence, ces firmes doivent être largement associées à l'élaboration des plans : elles sont amenées à jouer un rôle décisif, par le jeu de leur politique commerciale, dans la réalisation de tels plans. La compatibilité entre le développement agricole et celui des firmes agro-alimentaires devrait faire l'objet d'un examen sérieux.

La concurrence interrégionale, et la capacité de développement régional me paraît dépendre fondamentalement du dynamisme des firmes agro-alimentaires et de leur insertion dans la politique de ce développement.

Notre opinion est que la concurrence interrégionale sera d'autant plus vive que, comme nous l'avons dit, il existe une tendance à la surcapacité agricole occidentale, une concurrence de plus en plus vive sur les marchés extérieurs (Nixon Round), une tendance réaliste à la révision de la politique agricole commune. Un aspect important de la concurrence interrégionale me semble être la capacité des régions à s'organiser.

3 - Cohérence interne des plans agricoles.

L'agriculture est un ensemble hétérogène, objectifs et moyens différent selon les catégories fondamentales d'exploitation : de semi-substance, avec partage d'activité, artisanale, capitaliste.

Du point de vue du plan de développement régional, les exploitations peuvent être classées en deux catégories fondamentales :

a) les exploitations stabilisées ou bloquées, sans marge d'expansion ou à marges faibles ;

b) les exploitations aptes à l'expansion économique dont la croissance de la production permettra d'approvisionner les organismes de conquête. Cette dernière catégorie est apte à une promotion *par l'économie*, alors que la plupart des exploitations de la première catégorie pose des problèmes d'un autre ordre, nécessitant par conséquent l'adaptation des objectifs des organismes de développement, lorsque ceux-ci visent une promotion *globale* du monde rural comme cela veut être le cas dans le Tarn. Cette hétérogénéité pose aussi le problème de la sélection des aides et des plans de développement adaptés (Politique dite socio-structurale, conseil des Ministres de l'Agriculture de la CEE de mars 1972 : BIMA, 14 avril 1973, p. D1 à D8).

4 - Plans de développement et promotion de l'innovation.

Le développement économique procède de la conquête de débouchés : celle-ci s'opère par la qualité, les prix, les commodités et avantages divers. Dans notre système socio-économique à tendance monopolistique, la différenciation des produits et l'authentification de cette différenciation par le cru ou la marque commerciale, qui sont à la base de la publicité, jouent un rôle décisif dans la conquête des débouchés.

L'innovation technico-économique a une signification par rapport à la conquête des débouchés : adaptation du produit à l'évolution de la demande, qualité et originalité, abaissement des coûts, production à une période particulièrement favorable... C'est par rapport à la mise

en œuvre d'une stratégie commerciale que l'innovation technico-économique prend toute sa signification et, de moins en moins, les firmes agro-alimentaires peuvent se désintéresser de la diffusion du progrès. Dans le cas extrême de processus d'intégration, le contrat d'intégration comporte le plus souvent des clauses de progrès technique, génératrices de gains de productivité (que la firme intégrante récupère d'ailleurs au moins partiellement). Mais de façon générale, les firmes agro-alimentaires sont conduites à s'intéresser, de façon ou d'autre, à différents aspects de la vulgarisation technico-économique, et ceci pour des raisons parfaitement compréhensibles et justifiées.

Il est dans la tradition coopérative de s'intéresser à la formation et à l'information des hommes : l'évolution des conditions de la production et du marché conduisent les firmes coopératives à promouvoir l'innovation technico-économique. A bien y réfléchir, on peut se demander pourquoi le mouvement coopératif n'a pas fait un effort plus important dans le domaine de l'expérimentation et de la vulgarisation. Par vocation et par nécessité, l'ajustement de la stratégie de la production à celle de la commercialisation le conduira à le faire. Il est probable que la vulgarisation technico-commerciale, intégrée aux firmes agro-alimentaires et, espérons-le, aux firmes coopératives, est appelée à un grand développement.

5 - Plan de développement et promotion des hommes.

La promotion économique est un aspect de la promotion des agriculteurs, et plus généralement du monde rural, mais cette forme de promotion technico-économique n'épuise pas, heureusement, l'action en faveur de la promotion de l'homme. La capacité professionnelle est certes nécessaire, mais elle ne suffit pas ; il faut aussi contribuer à la formation d'hommes capables d'analyser lucidement la société dans laquelle ils vivent et d'en tirer les conséquences.

L'agriculteur « cultivé » est sans doute celui qui est apte à situer la société rurale dans la société globale et à expliquer les transformations de la société rurale dans le contexte des transformations de la société globale. Ni la formation professionnelle, ni la vulgarisation traditionnelle, ni même le développement dans ses formes nouvelles ne sont aptes à atteindre des résultats aussi fondamentaux. Ces résultats ne peuvent être atteints que par des instituts de promotion sociale à vocation générale.

Des résultats ont été obtenus sur le plan national et dans quelques régions (IFOCAP, INPAR...).

Mais dans cette perspective un effort considérable reste à accomplir. C'est pourtant des hommes ayant reçu ce type de formation « globale » qui me semblent les plus aptes à contribuer à la définition et à la réalisation des plans de développement, et à leur donner leur véritable signification.