



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.

Analyse et appropriation des marges commerciales dans la filière de la viande

Lucien Mazenc

Citer ce document / Cite this document :

Mazenc Lucien. Analyse et appropriation des marges commerciales dans la filière de la viande. In: Économie rurale. N°110, 1975. pp. 29-36;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1975.2386>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1975_num_110_1_2386

Fichier pdf généré le 08/05/2018

Abstract

Analysis and distribution of the profit margin - On the meat market (France, Italy, Western Germany) - At the butcher's the price of meat is constantly rising. The consumer's verdict is immediate and irrevocable - the shopkeepers are to blame ! But is the profit levied by middle-men excessive ? Do these profit margins vary and, if so, how ?

In fact the middle-men act as a « buffer » between the producer and the consumer and their gross margin acts as a regulator. Thus, when, with the seasons, the butcher's margin increases, the slaughterer's decreases and vice versa, and when there is a considerable margin on fully-grown cattle, there is a small one on veal. The logical consequence of this opposition is that the margin rate levied is on the whole relatively constant, varying between 25 % and 30 % (before tax) of the price paid by the consumer. The same is true in Western Germany and Italy. Should this be a source of satisfaction or of disquiet ? Whatever one's opinion, a clarification of the market and a revaluation of the income of stock-breeders depends more on an interprofessional organisation that would lessen the variations in these margins than on their being recouped by the breeders, which in our opinion is an illusion.

Résumé

A l'étal du boucher le prix de la viande augmente sans cesse. Le verdict du consommateur est immédiat et sans appel : les coupables sont les commerçants ! Mais alors les marges prélevées par les intermédiaires sont-elles abusives ? Comment varient-elles ? Comment évoluent-elles ?

En réalité, entre la production et la consommation, les intermédiaires font « tampon » et leur marge brute joue un rôle de régulateur. Ainsi, suivant les saisons, lorsque la marge du boucher augmente, celle du chevallard diminue et vice-versa ; par ailleurs, quand la marge sur les gros bovins est importante, elle est faible sur les veaux.

La conséquence logique de cet antagonisme fait que sur l'ensemble du circuit, un taux de marge relativement constant est prélevé et oscille entre 25 et 30 % (hors taxe) du prix payé par le consommateur.

Ces phénomènes se retrouvent de façon analogue en Allemagne Fédérale et en Italie. Doit-on s'en réjouir ou au contraire craindre les processus cumulatifs ?

Quoi qu'il en soit, la clarification du marché et la revalorisation du revenu des éleveurs relève beaucoup plus d'une réelle organisation inter-professionnelle permettant de réduire l'amplitude de variation de ces marges, que de leur « récupération » qui demeure, à notre avis, illusoire.

ANALYSE ET APPROPRIATION DES MARGES COMMERCIALES DANS LA FILIÈRE DE LA VIANDE

par Lucien MAZENC

Laboratoire d'Economie rurale, INRA Toulouse

A l'étal du boucher le prix de la viande augmente sans cesse. Le verdict du consommateur est immédiat et sans appel : les coupables sont les commerçants ! Mais alors les marges prélevées par les intermédiaires sont-elles abusives ? Comment varient-elles ? Comment évoluent-elles ?

En réalité, entre la production et la consommation, les intermédiaires font « tampon » et leur marge brute joue un rôle de régulateur. Ainsi, suivant les saisons, lorsque la marge du boucher augmente, celle du chevallard diminue et vice-versa ; par ailleurs, quand la marge sur les gros bovins est importante, elle est faible sur les veaux.

La conséquence logique de cet antagonisme fait que sur l'ensemble du circuit, un taux de marge relativement constant est prélevé et oscille entre 25 et 30 % (hors taxe) du prix payé par le consommateur.

Ces phénomènes se retrouvent de façon analogue en Allemagne Fédérale et en Italie. Doit-on s'en réjouir ou au contraire craindre les processus cumulatifs ?

Quoi qu'il en soit, la clarification du marché et la revalorisation du revenu des éleveurs relève beaucoup plus d'une réelle organisation inter-professionnelle permettant de réduire l'amplitude de variation de ces marges, que de leur « récupération » qui demeure, à notre avis, illusoire.

ANALYSIS AND DISTRIBUTION OF THE PROFIT MARGIN ON THE MEAT MARKET (France, Italy, Western Germany)

At the butcher's the price of meat is constantly rising. The consumer's verdict is immediate and irrevocable - the shopkeepers are to blame ! But is the profit levied by middle-men excessive ? Do these profit margins vary and, if so, how ?

In fact the middle-men act as a « buffer » between the producer and the consumer and their gross margin acts as a regulator. Thus, when, with the seasons, the butcher's margin increases, the slaughterer's decreases and vice versa, and when there is a considerable margin on fully-grown cattle, there is a small one on veal. The logical consequence of this opposition is that the margin rate levied is on the whole relatively constant, varying between 25 % and 30 % (before tax) of the price paid by the consumer. The same is true in Western Germany and Italy. Should this be a source of satisfaction or of disquiet ? Whatever one's opinion, a clarification of the market and a revaluation of the income of stock-breeders depends more on an interprofessional organisation that would lessen the variations in these margins than on their being recouped by the breeders, which in our opinion is an illusion.

Long est le chemin qui va du pré de l'éleveur à la table du consommateur, et nombreux sont les intermédiaires qui le jalonnent. La croyance populaire leur reconnaît, certes, une certaine compétence, mais aussi une forte propension à retirer des profits substantiels des fonctions qu'ils remplissent.

Ces fonctions, communément désignées par le terme de « commercialisation », sont en fait de nature très différentes ; et si certaines ont véritablement trait à des opérations de commercialisation et de distribution, d'autres sont plus spécifiquement des transformations, comme l'abattage par exemple.

Si nous conservons le terme global de commercialisation et si nous admettons que le rôle très général de la commercialisation soit d'ajuster la production et la consommation, nous pouvons repérer aussitôt les servitudes spécifiques de cette fonction lorsqu'elle s'applique à la viande. Car, en plus des classiques

caractères d'inadéquation de l'offre agricole (irrégularité, saisonnalité, dispersion tant géographique qu'économique) à la demande (concentration dans les centres urbains, étalement dans le temps, exigence d'une qualité constante), il faut souligner deux aspects particulièrement accusés au niveau de la commercialisation de la viande.

— Tout d'abord, quelque chose de tellement évident qu'on ne le perçoit plus : la perte de substance considérable faisant supporter aux morceaux effectivement achetés par le consommateur l'ensemble des coûts correspondant au volume total payé au producteur. Ainsi, à partir d'un « bœuf » (qui, sept fois sur dix est une vache de réforme) pesant 550 kg à sa sortie de l'étable, on obtient (avec un rendement de 55 %) 300 kg de viande en carcasse. D'après les normes officielles de la « Découpe Nationale », ces 300 kg donneront $36,1 \times 3 = 108,3$ kg de viande à rôtir ou à griller, soit **un peu moins du cinquième** du poids

initial. Dans ces conditions, rapprocher les 6 francs du prix kilo-vif payé au producteur, des 30 francs du prix du bifteck payé par la ménagère, puis crier au scandale, c'est vraiment faire preuve de peu d'objectivité... et pourtant !...

Bien sûr il y a le fameux cinquième quartier ! Bien sûr il y a les quartiers avant... que l'on brade avec difficulté aux Allemands !

— En second lieu, l'alternance quasi-cyclique de déficit et d'excédent sur le marché de la viande. La pénurie dont souffre ce marché est un phénomène perceptible à long terme, ce qui n'empêche pas l'existence d'excédents conjoncturels. Or les responsables de notre politique agricole, dans le domaine de la viande, ne prennent pas toujours suffisamment en compte la distinction entre le relatif et l'absolu, le conjoncturel et le phénomène durable.

Dans cet univers incertain, pris entre le billot du revenu des producteurs, le couperet du pouvoir d'achat des consommateurs, et ficelés par une réglementation anachronique, se débattent les « intermédiaires ».

Comme toujours en pareil cas, certains « s'en tirent bien », d'autres moins. Mais tous ont un comportement commun que nous pouvons apprécier en analysant leurs marges de commercialisation, et plus particulièrement les variations de ces marges. L'appréciation sera encore meilleure si l'on compare les variations à celles observées en Allemagne Fédérale et en Italie.

Pour avoir un revenu régulier, les intermédiaires effectuent des « compensations » et ont des marges fluctuantes ; par ailleurs, le souci de maintenir le revenu à un niveau constant est une des causes de l'évolution des structures de commercialisation.

I — A COURT TERME, LES FLUCTUATIONS DES MARGES

CONSEQUENCE DU DESIR DES INTERMÉDIAIRES D'OBTENIR LA RÉGULARITÉ DE LEUR REVENU

A — COMMENT APPRÉCIER CES MARGES ?

Que le circuit de commercialisation soit court ou long, vif ou mort, traditionnel ou industriel, il faut toujours préparer l'animal pour la boucherie, l'abattre et débiter la carcasse pour la vendre au détail au consommateur. Ces fonctions sont obligatoirement remplies et, par conséquent, quel qu'il soit, ce circuit s'inscrit toujours dans le cadre éleveur-chevillard-boucher-consommateur.

Ainsi, en schématisant, nous pouvons situer entre le producteur et le consommateur deux intermédiaires-types (le chevillard et le boucher) et trois marchés (à la production, à la cheville et au détail).

Par la confrontation des trois prix formés sur les trois marchés, nous pouvons déterminer la marge respective des deux intermédiaires (les marges étant des marges brutes calculées au kilo).

Pour la France, elles concernent deux produits : le gros bovin et le veau, et sont déterminées comme suit :

Chevillard :

$$\text{Marge brute au kilo} = \text{Prix de vente kilo carcasse} + \text{Décharge brute au kg (5° quartier)} - \text{Prix d'achat kilo net sur pied}$$

Boucher :

$$\text{Marge brute au kilo (hors taxe)} = \text{Prix moyen de vente au détail} - \text{Prix achat au kilo carcasse} - \text{Taxes fiscales (1)}$$

En Allemagne, la consommation de veau est minime. En revanche, le porc constitue environ 50 % de la consommation totale de viande. De plus, la ménagère achète énormément de viande transformée, soit en charcuterie de porc pur, soit en préparation porc et bœuf.

existe plutôt deux phases : la production jusqu'à l'abattoir et, ensuite, abattage-transformation-préparation. Cette « transformation se fait souvent de façon industrielle et, pour la viande bovine notamment, à partir de quartiers avant d'importation.

Cette importance de la transformation se traduit par une conception un peu différente des structures de commercialisation. Certes, nous retrouvons les trois stades classiques production-cheville-détail. Mais le plus souvent, le rôle du chevillard est estompé et il

Aussi n'avons-nous pas dissocié les marges au stade de gros et de détail, mais considéré une marge globale de commercialisation (y compris les opérations de transformation-préparation) par différence entre le prix production et le prix de vente au détail.

(1) Les taxes fiscales prises en considération sont la taxe de circulation sur les viandes (jusqu'en 1968) et la TVA.

En Italie, bien que le mode de consommation soit parfois différent (2), la structure de la consommation est assez comparable à celle de la France, avec prépondérance de la viande bovine sur la viande porcine et avec une bonne proportion de veau dans cette viande bovine.

Dans l'esprit du consommateur (et surtout au niveau de son budget), cette proportion est d'ailleurs supérieure à celle déduite des chiffres officiels (1/5). En effet, il n'est pas rare que la ménagère italienne achète (et paye) « du veau » qui n'entre pas dans les normes réglementaires de cette catégorie de viande.

B — LES TAUX ET LES VARIATIONS DES MARGES

Des coefficients de variations saisonnières ont été calculés sur la base 100 : leur évolution est plus significative que leur valeur absolue.

L'étude des marges conduit à une série de constatations.

1° L'importance respective de l'offre et de la demande sur la formation des prix

Sous la pression de la demande, les prix ont augmenté à tous les stades ; mais tandis que les prix de détail, objets d'une réglementation et d'un plafonnement inadéquats, varient par palier, les prix à la production subissent plus directement l'influence d'un marché inorganisé et fluctuent considérablement.

Entre le marché sur pied et la demande finale se situe la pièce charnière représentée par le chevillard ; à son niveau peuvent être repérées les fluctuations et les composantes du marché.

A long terme, la demande est le moteur de l'évolution ; **à court terme**, les variations de l'offre entraînent les variations de prix.

Le chevillard se trouve placé entre des prix production à fortes variations saisonnières et une demande relativement constante, mais sensible à une variation de prix. Entre les deux, il fait « tampon » ; sa marge brute, en jouant le rôle de régulateur, connaît

des hauts et des bas. Elle est très élevée quand les prix-production baissent brusquement alors que les prix de gros « continuent sur leur lancée ». En revanche, elle est très faible quand les prix-production croissent très vite, car le chevillard ne peut pas modifier brusquement son prix-carcasse, sous peine de réaction de la demande.

2° Examinées sous l'angle de leurs variations saisonnières, il ressort que la somme de ces marges est pratiquement constante pour différents produits traités par un agent ou pour les différents agents s'intéressant, à des stades successifs du circuit, au même produit.

Ainsi, au niveau du chevillard comme à celui du boucher, lorsque la marge est forte sur les gros bovins, elle est faible sur les veaux et vice versa (graphiques 1, 2, 3 et 4). En Allemagne, et au niveau global de la commercialisation, cette complémentarité s'effectue entre bœuf et porc (graphique 5).

Par ailleurs, lorsque la marge sur les veaux (ou sur les gros bovins) est élevée pour le chevillard, pour ce même produit elle est faible pour le boucher, et réciproquement.

3° Un taux de marge relativement constant au niveau de l'ensemble du circuit de commercialisation.

Ceci est la conséquence logique de la concurrence constatée entre le boucher et le chevillard au niveau de leur marge globale respective (graphiques 6 pour la France et 7 pour l'Italie).

Les organisations professionnelles agricoles qui se lancent dans la commercialisation de la viande devraient, au préalable, bien analyser ce phénomène ; si elles ne veulent pas aller au-devant de difficultés de trésorerie, celui-ci devrait les inciter soit à pousser jusqu'à la distribution au détail, soit à s'arrêter « avant l'abattoir » mais alors à fortement se structurer à ce niveau pour « négocier » avec le chevillard.

Le rapprochement des faits observés en Allemagne et en France montre que le taux de marge totale de commercialisation se situe sensiblement au même niveau dans les deux pays (graphique 8).

II — A LONG TERME, L'EVOLUTION DES STRUCTURES DE COMMERCIALISATION EN PARTIE EXPLIQUEE PAR LE SOUCI DES INTERMEDIAIRES DE SAUVEGARDER LE NIVEAU DE LEUR REVENU

Le marché de la viande s'est longtemps caractérisé par l'existence de circuits de commercialisation archaïques et figés.

Mais depuis une dizaine d'années, bien des choses ont changé : face aux circuits existants, on voit appa-

raître des formes nouvelles de commercialisation résultant soit de nouveaux venus, soit de l'évolution des secteurs traditionnels.

A — LES NOUVEAUX VENUS DANS LE CIRCUIT

L'évolution des conditions de vie, le développement de la consommation de masse et l'évolution des techniques permettant l'industrialisation du traitement de

(2) Cf. L. MAZENC : « Les Italiens payent-ils le bifteck plus cher que les Français ? ». Laboratoire d'Economie Rurale, INRA Toulouse, juillet 1971.

la viande, font que les grandes firmes qui, jusqu'à ces dernières années, s'étaient détournées de ce marché, font une entrée en force dans le monde de la viande.

On assiste ainsi à une concentration au niveau de la production (souvent pratiquée par les grandes firmes fabriquant de l'aliment de bétail), au niveau de l'abattage et de la découpe avec les abattoirs industriels, et au niveau de la vente au détail avec les grandes surfaces de distribution.

D'où, bien que leur poids sur le marché soit encore minime (3), l'apparition et le développement de sociétés ayant une taille industrielle et financière appréciable.

Si, au niveau de l'intérêt général, bien des choses restent encore à démontrer et à prouver, l'évolution a tout de même une importance non négligeable à cause du comportement de ces nouveaux agents face à certains produits. Aussi bien dans le domaine de la production que dans celui de la distribution, ils ne sont pas étrangers à l'essor du « veau en batterie » dans notre pays et en Italie.

Si le boucher traditionnel boude à peu près systématiquement le jeune bovin, les grandes surfaces l'acceptent beaucoup mieux et, dans certains cas même, le recherchent. Par ailleurs, à condition de ne pas présenter sur le même linéaire du veau blanc et du veau coloré (souvent d'un poids-carcasse plus élevé), le responsable du rayon boucherie d'une grande surface de distribution accepte ce genre d'animal qui s'écoule beaucoup plus difficilement autrement.

Si la boucherie classique semble rester le canal privilégié pour la commercialisation d'animaux de haute qualité, que les éleveurs qui les produisent ne soient pas trop inquiets : d'après l'INSEE, la boucherie de détail traditionnelle représente encore plus des deux tiers du marché de détail. Mais elle présente souvent un visage nouveau.

B — L'ADAPTATION DES SECTEURS TRADITIONNELS

L'opposition entre le secteur de la distribution au détail et celui de la vente en cheville, constatée à propos de l'étude des marges, va se retrouver ici.

1° La boucherie de détail : spécialisation et groupements d'achats.

La concurrence amène le boucher à mieux valoriser sa force de vente et on note une déspecialisation certaine au niveau des produits vendus, alors que, par contre, il y a une spécialisation poussée au niveau de la fonction.

(3) Les dix plus importantes entreprises « pèsent » tout juste 10 % sur le marché.

En effet, l'évolution du commerce, la suppression des tueries particulières et la modification de la législation sur la gestion des abattoirs publics font que le boucher-abatteur-marchand de bestiaux ne se rencontre plus que dans quelques zones rurales, et que le boucher se cantonne de plus en plus dans sa fonction de détaillant.

Mais par ailleurs, il faut augmenter le chiffre d'affaires et s'adapter aux changements dans les habitudes de consommation. Le boucher détaillant essaie alors de vendre non seulement de la viande de boucherie mais de plus en plus d'autres produits alimentaires : volailles (+ de 50 % de la distribution de volailles s'effectuent par le canal de la boucherie de détail), salaisons, conserves, plats cuisinés, etc... Cette déspecialisation a été favorisée par la modification, en 1965, de la loi sur les baux commerciaux.

Si ces activités diverses ne représentent intrinsèquement qu'une faible partie du chiffre d'affaires total, elles ont une action indirecte sur son évolution. En jouant le rôle « d'épicerie de dépannage », elles permettent d'augmenter sensiblement la quantité de viande commercialisée.

On a souvent prétendu que dans les grandes surfaces de distribution le rayon boucherie servait de rayon d'appel pour le secteur de vente des produits alimentaires. C'est pratiquement le phénomène inverse que l'on peut observer chez le boucher détaillant actuel.

A côté de cela, pour arriver sur le marché avec un poids suffisant et pouvoir rivaliser avec les centrales d'achat des grands magasins, les bouchers ont créé des groupements d'achats régionaux (il en existe actuellement 22 en France), et un groupement national : CENTRABOF.

Il s'agit de sociétés coopératives à capital variable : la formule du groupement d'intérêt économique a été interdite, car il peut être constitué sans capital et rend ses adhérents indéfiniment responsables, ce qui peut entraîner de nombreuses mises en liquidation.

2° La boucherie de gros : concentration et diversification des fonctions.

Il y a un certain nombre d'années, la possibilité de prélever des marges confortables avait déterminé la multiplication des intermédiaires. Actuellement, la situation évolue rapidement et bien des individus sans valeur professionnelle qui s'étaient lancés dans le commerce de la viande, et ont contribué pour une large part au discrédit de la profession, ont disparu ou disparaissent.

Le commerce des animaux et de la viande devient de plus en plus une profession où les compétences commerciales et les qualités « d'homme d'affaires » priment sur les capacités dans l'art du marchandage et du maquignonnage. On assiste dès lors à la disparition d'un certain nombre d'entreprises et à une concentration tant horizontale que verticale.

Ainsi, pour la région Midi-Pyrénées, au cours du dernier plan on a enregistré une diminution de 77 entreprises commerciales de bétail et viandes en gros (4).

Cette régression est le résultat de deux évolutions de sens contraire : diminution relativement importante des commerces de bestiaux (moins 92) et faible augmentation du nombre des commerces de viandes (plus 15).

En fait, ces commerces supplémentaires ne sont pas des « établissements nouveaux » stricto sensu, mais des adjonctions d'activités de cheville à des commerces de bestiaux subsistants.

Ainsi, au stade gros, outre une certaine concentration, nous observons souvent aussi un cumul de fonctions (à l'inverse de ce qui se passe dans le cadre de la boucherie de détail), le chevillard classique se doublant la plupart du temps d'un expéditeur et faisant aussi très souvent de la découpe, découpe qui peut aller jusqu'au morceau de détail pour approvisionner l'étal d'une grande surface ou l'économat d'une collectivité.

Depuis quelques années existe ainsi une certaine évolution tant au niveau des structures qu'à celui des techniques qui paraissaient immuables.

**

Mais la transformation d'un animal sur pied en « bifteck » vendu à la ménagère, nécessite une quantité donnée d'opérations toutes indispensables et coûteuses, quels que soient la nature et le nombre des personnes qui les accomplissent : « traditionnels », « industriels » ou adhérents d'une SICA. Substituer les uns aux autres, ne supprime en rien les coûts afférents aux diverses opérations de commercialisation et de transformation ; et il n'est même pas certain que la renonciation à tout profit individuel soit source de quelque diminution de coût.

Dès lors, peut se déceler une attitude pessimiste face à toute politique de développement de la production de viande. Les marges des intermédiaires que nous avons déterminées sont des marges relativement faibles. Relativement, parce qu'elles doivent être replacées dans le contexte économique où s'exercent les diverses professions : irrégularité de l'offre, inorganisation des foires, multiplicité des transformations, exigences de la demande, concurrence, horaires et conditions de travail souvent pénibles et déplorable

(4) Encore faut-il remarquer que ce chiffre est un minimum (surtout pour les marchands de bestiaux) puisqu'il ne s'agit, bien sûr, que des commerces officiellement déclarés.

(les abattoirs, d'après le législateur lui-même, sont classés dangereux, insalubres et incommodes), multiplicité des points de vente au détail.

Dans cet ensemble, l'Etat et les intermédiaires prélèvent un peu plus du tiers du prix payé par le consommateur. Si nous voulons que ce consommateur paie la viande moins cher, et cela grâce à une compression des marges de commercialisation, nous pouvons immédiatement apprécier le caractère aléatoire de la chose. En effet, toute baisse au détail ne sera véritablement perçue que dans la mesure où elle sera au minimum de 10 % du prix de vente, ce qui reviendrait à réduire de 1/3 les frais de commercialisation ! Les aménagements ponctuels qui caractérisent les interventions sur le marché de la viande peuvent-ils raisonnablement aboutir à de pareils résultats ?

A cette difficile compressibilité des marges, vient s'ajouter leur caractère irrégulier, obstacle d'importance à toute prévision et à toute bonne gestion de la trésorerie.

Beaucoup de questions restent encore posées pour tous, depuis la production jusqu'à la distribution, qui ont conscience que le processus d'évolution engagé va aboutir, dans la décennie en cours, à une profonde mutation dans les métiers de la viande.

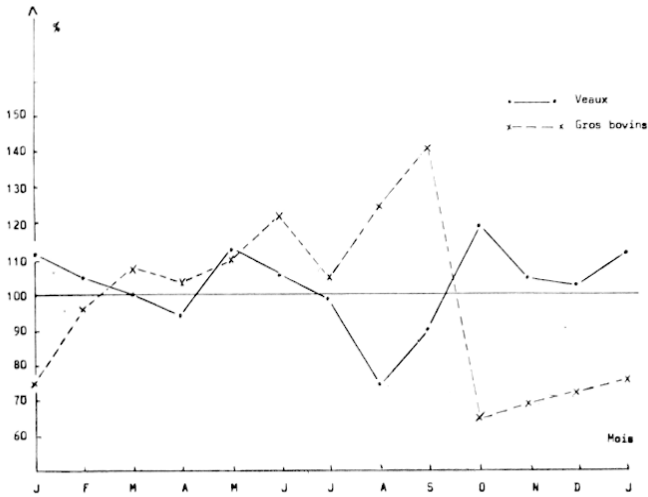
Et au moment où ces questions se posent apparaît avec toute son intensité le besoin de connaissance de tous les mécanismes mis en jeu pour le fonctionnement du marché de la viande.

Car, malgré des difficultés de toutes sortes, des possibilités d'amélioration demeurent, mais elles ne peuvent être que le fruit d'une coopération entre producteurs et professionnels de la viande, cette action étant soutenue par une politique appropriée des pouvoirs publics.

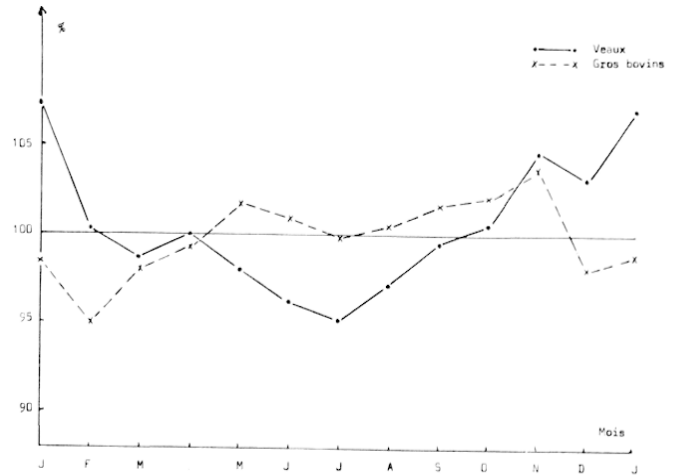
Certes, producteurs, commerçants, consommateurs semblent avoir des intérêts divergents et toute espèce d'harmonisation demandera de gros efforts d'organisation. Surtout, elle ne pourra pas se réaliser dans un climat d'ignorance et d'a priori, qui bien loin de pousser à la coopération, engendre plutôt l'hostilité. Pour pouvoir agir efficacement, il faut d'abord analyser et juger, ce qui exige au préalable une bonne connaissance des faits.

Dans ces conditions, il pouvait être utile d'analyser certaines conditions de commercialisation et surtout de voir que les professionnels du bétail et des viandes, qu'ils soient allemands, italiens ou français, se heurtent aux mêmes difficultés et surtout qu'ils ont des comportements similaires pour les surmonter. Au sein de la Communauté Economique Européenne, voilà qui devrait faciliter l'application du traité de Rome. Mais encore faudrait-il prendre garde de voir, comme en physique, les mouvements oscillatoires entrer en résonance !

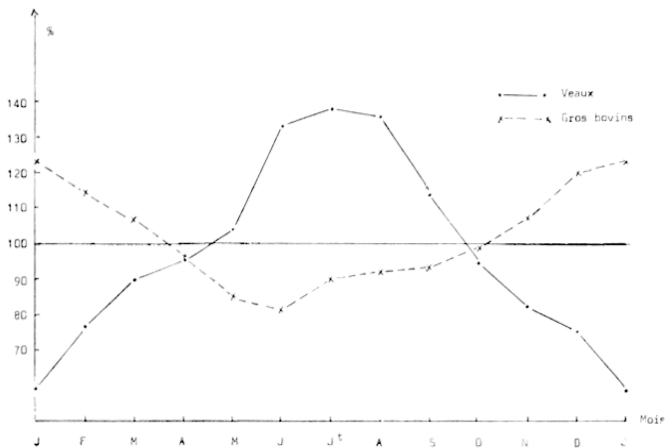
Graphique 1. — FRANCE : Variations saisonnières de la marge brute du chevillard (veaux et gros bovins).



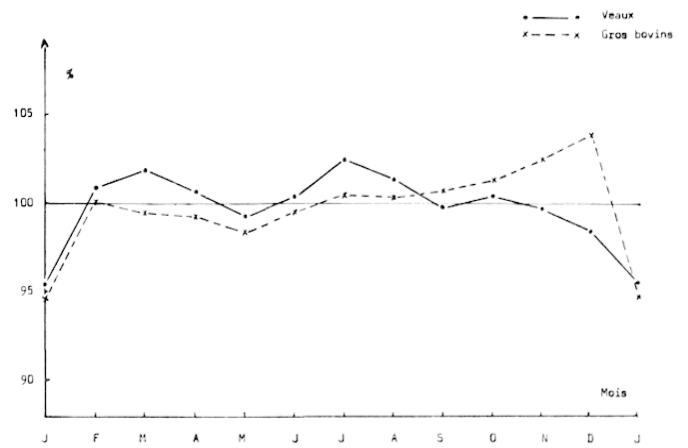
Graphique 3. — ITALIE : Variations saisonnières de la marge brute du chevillard (veaux et gros bovins).

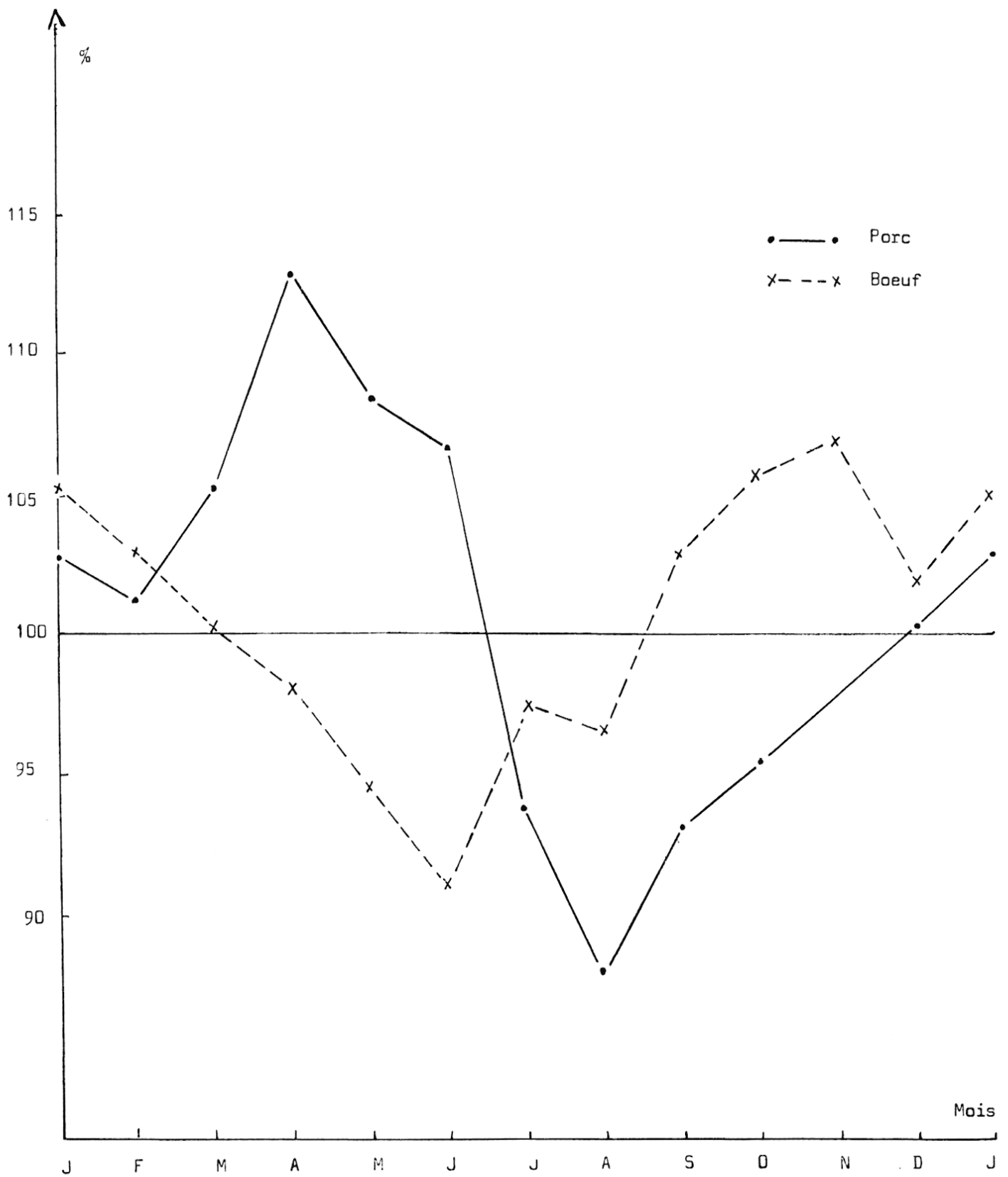


Graphique 2. — FRANCE : Variations saisonnières de la marge brute du boucher détaillant (veaux et gros bovins).



Graphique 4. — ITALIE : Variations saisonnières de la marge brute du boucher détaillant (veaux et gros bovins).





Graphique 5. — REPUBLIQUE FEDERALE ALLEMANDE : Comparaison de la marge brute de commercialisation (boeuf et porc).

