



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.

La zone euroméditerranéenne dans la stratégie mondiale des firmes agro-alimentaires multinationales

M. Jean-Louis Rastoin

Citer ce document / Cite this document :

Rastoin Jean-Louis. La zone euroméditerranéenne dans la stratégie mondiale des firmes agro-alimentaires multinationales. In: Économie rurale. N°123, 1978. L'agriculture dans les rapports euro-méditerranéens. pp. 56-59;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1978.2545>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1978_num_123_1_2545

Fichier pdf généré le 08/05/2018

LA ZONE EURO-MEDITERRANÉENNE DANS LA STRATÉGIE MONDIALE DES FIRMES AGRO-ALIMENTAIRES MULTINATIONALES

J.-L. RASTOIN

Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier

THE EUROMEDITERRANEAN AREA AND THE WORLD STRATEGY OF LEADERS MULTINATIONAL AGROBUSINESS FIRMS

Quelles sont l'origine, la densité et la nature des implantations des firmes agro-alimentaires multinationales dans la zone euro-méditerranéenne, pour les années 1975-76 ? [par firme agro-alimentaire multinationale on entend ici entreprise géante appartenant au groupe des 100 leaders mondiaux de l'industrie agro-alimentaire et ayant au moins une activité de fabrication dans un pays étranger] (1).

1. L'ORIGINE DES IMPLANTATIONS : LES GROUPES LEADERS DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

70 à 80 % des investissements industriels directs privés à l'étranger sont le fait des firmes de grandes dimension, c'est-à-dire d'environ 600 à 700 entreprises essentiellement américaines, britanniques, japonaises, allemandes et françaises habituellement qualifiées de « multinationales ».

Ces 100 groupes leaders représentent aujourd'hui un chiffre d'affaires consolidé environ 40 % des IAA mondiales, soit plus de 150 milliards de dollars, dans un secteur qui doit comporter plusieurs dizaines de milliers d'entreprises à travers le monde.

Les écarts entre le chiffre d'affaires moyen des 100 premiers groupes mondiaux et celui des 100 premières entreprises françaises des IAA en 1974 étaient de 1 à 10.

Cette même année, on comptait parmi les 100 premiers groupes mondiaux des IAA une majorité de firmes américaines et anglaises : près de 70 % du chiffre d'affaires cumulé des 100 est réalisé par des firmes de ces deux nationalités contre seulement 5 % pour des firmes françaises ou japonaises, les autres entreprises ayant leur siège au Canada et dans les pays industrialisés d'Europe occidentale (RFA, Suède, Suisse,

Espagne). Au total, on peut donc dire que les géants agro-alimentaires ont leur origine dans une douzaine de pays de l'OCDE parmi les plus industrialisés (Amérique du Nord, Europe). A partir de ces pays, l'expansion est réellement planétaire puisque des implantations existent dans plus de 100 pays.

Tableau 1. — ORIGINE DES CENT PREMIERS GROUPES MONDIAUX
DES IAA EN 1974

Pays - siège du groupe	Nombre de firmes	CAHT cumulé par pays		CAHT moyen par firme millions de dollars
		millions de dollars	%	
1. Etats-Unis	48	76.012	53	1.584
2. Royaume-Uni	22	22.810		1.037
3. France	9	7.683	5	854
4. Japon	7	7.186	5	1.027
5. Canada	5	4.110	3	822
6. Pays-Bas	2	1.113	1	557
7. Suède	2	1.579	1	790
8. Australie	1	1.680	1	1.680
9. Espagne	1	607	—	607
10. R.F.A.	1	1.424	1	1.424
11. Suisse	1	5.603	4	5.603
12. Royaume-Uni/ Pays-Bas	1	13.667	10	13.667
Total ou moyenne .	100	143.474	100	1.435

CAHT : chiffre d'affaires hors taxes.

2. LE DEGRE DE MULTINATIONALISATION DES FIRMES AGRO-ALIMENTAIRES GEANTES

A partir d'indications figurant dans les rapports annuels des sociétés et dans la presse spécialisée, on peut établir la liste des filiales et participations à l'étranger des principaux groupes, avec indication du degré de contrôle (pourcentage du capital de la société-fille détenu par la société-mère). Le secteur d'activité est plus rarement disponible. Par contre, ne figurent qu'exceptionnellement le montant de l'investissement et les

(1) RASTOIN (J.L.) et coll., Les cent premiers groupes mondiaux de l'industrie agro-alimentaire, publication IAM, n° 12, Montpellier, 1976.

D. LAHON, de l'Université de Nanterre a plus particulièrement actualisé la partie relative aux implantations géographiques des multinationales.

(2) Pour cet aspect, se reporter à RASTOIN J.L., Les groupes agro-industriels géants et la crise, in revue Agriculture, n° 400 et 401, Paris, 1976.

résultats économiques et financiers des filiales et participations. De telles données existent parfois au niveau sectoriel. Il est certain qu'une étude approfondie de l'impact des multinationales sur les économies locales ne peut se conduire sans de tels chiffres.

Considérons comme « implantation » soit une filiale (c'est-à-dire une société dont le capital est détenu à plus de 50 % par un groupe), soit une simple participation (< 50 %), soit une unité homogène de production dont on ignore la nature juridique et les liens financiers exacts avec la société-mère. 83 des 100 premières firmes agro-alimentaires mondiales pouvaient en 1974 être qualifiées de multinationales : pour 17 firmes la présence d'une activité à l'étranger, pas plus que son absence n'ont pu être établies. En effet, compte tenu de leur dimension, la probabilité d'un investissement extérieur est élevée pour ces firmes.

Le degré de multinationalisation est donc estimé en première approximation, par le nombre d'implantations à l'étranger. Pour les « 83 » concernées, ce nombre est en moyenne (en 1975-1976) de 24 par firme. 5 firmes ne possèdent qu'une seule implantation et 21 plus de 30. Si l'on fait un regroupement par nationalité (tableau 2), on constate que la multinationalisation tend à être en moyenne plus forte pour les firmes européennes (anglaises et néerlandaises) et canadiennes que pour les américaines et les françaises, ce qui pourrait s'expliquer par une focalisation plus importante sur le marché national dans ces deux derniers cas. On notera également l'émergence des Japonais dans le domaine agro-alimentaire avec plus de 100 implantations étrangères.

La tendance à dépasser le cadre trop étroit des pays d'origine est très nette pour les deux premières firmes mondiales Unilever (GB/NL) et Nestlé (Suisse) qui totalisent respectivement 200 et 172 implantations étrangères. Ces entreprises sont suivies par Beatrice Foods (USA, 123 implantations), numéro trois mondial de l'industrie laitière et Ralston Purina (USA, 72 implantations), numéro un mondial de l'alimentation animale.

Tableau 2. — MULTINATIONALISATION DES PREMIERES FIRMES AGRO-ALIMENTAIRES MONDIALES

Pays d'origine	Nombre de firmes (1)	Nombre total d'implantation à l'étranger (2)	Nombre moyen d'implantations à l'étranger par firme (2)
Etats-Unis	40	799	20
Royaume-Uni	21	515	25
France	7	55	8
Japon	6	111	19
Canada	4	96	24
Pays-Bas	2	47	24
Australie	1	5	5
Suisse	1	172	172
Royaume-Uni/Pays-Bas ..	1	200	200
	83	2.000	24

(1) Estimation 1974.

(2) Estimation 1975-76.

Du point de vue de la stratégie de contrôle des établissements étrangers, on notera que, d'une façon générale, les sociétés américaines préfèrent la formule de la filiale très majoritaire (90 à 100 % du capital) tandis que les entreprises européennes, notamment britanniques adoptent souvent le système de la participation mixte.

3. LA REPARTITION MONDIALE DES IMPLANTATION ETRANGERES DES FIRMES AGRO-ALIMENTAIRES MULTINATIONALES (FMA)

Les 83 FMA représentent 2.000 implantations à l'étranger. Le tableau 3 donne leur ventilation en huit zones géographiques. Deux « pôles » majeurs attirent les investissements des multinationales : en premier lieu, la Communauté Européenne avec 33 % des implantations totales, en seconde position l'Amérique Latine avec 21 %. Dans l'un et l'autre cas, les firmes américaines jouent un rôle prépondérant. On sait qu'historiquement les investissements US ont d'abord concerné le Sud puis le Nord (Canada) avant de se développer rapidement à partir des années 60, à l'Est, en Europe, à la suite du Traité de Rome.

Tableau 3. — REPARTITION GEOGRAPHIQUE MONDIALE DES FIRMES AGRO-ALIMENTAIRES MULTINATIONALES

	Nombre de pays ou territoires concernés	Nombre d'implantations des FMA	Nombre moyen d'implantations par pays
1. Afrique	29	179	6
2. Méditerranée	14	147	10
3. Communauté Européenne	9	655	73
4. Autres pays d'Europe Occidentale	5	95	19
5. Nord-Amérique	4	220	55
6. Amérique Latine	28	416	15
7. Extrême-Orient	13	149	11
8. Océanie	8	139	17
Total	110	2.000	18

4. LES FMA DANS LA ZONE EURO-MEDITERRANENNE

4.0. Densité des implantations

Dans les pays riverains de la Méditerranée, le Portugal, les pays du golfe, la Mauritanie, le Soudan, la Somalie et l'Iran, la répartition des implantations dans les différents pays est donnée ci-dessous. On constate que les FMA n'ont pratiquement pas investi dans les royaumes ou émirats du golfe pour des raisons agro-climatiques évidentes. Dans les 16 pays méditerranéens recensés, la majorité des investissements concerne la « façade nord » de la Méditerranée, c'est-à-dire en premier lieu les deux membres-sud de la CEE, France

et Italie avec 57 % des implantations de la zone et en second lieu les trois candidats à la Communauté : Espagne surtout, Portugal et Grèce enfin (32 %). Les autres pays dits de la « façade sud » ne représentent que 11 % du total des implantations euro-méditerranéennes des FMA. La progression des investissements dans les pays sud-méditerranéens (surtout au Maroc) reste très légère (3).

4.1. Les investisseurs multinationaux

Une quarantaine des 83 FMA considérées se sont implantées en zone euro-méditerranéenne. La prépondérance des entreprises américaines est importante, suivie de près par les firmes britanniques, dont les investissements sont particulièrement importants en France et en Espagne. Par contre, les filiales d'Unilever et de Nestlé apparaissent moins nombreuses.

Tableau 4. — REPARTITION DES IMPLANTATIONS SELON LES PAYS D'ORIGINE DES FMA (en %)

	Zone euro-méditerranéenne	Ensemble du monde
Etats-Unis	41	40
Grande-Bretagne	29	26
Autres pays	16	15
Nestlé (CH)	7	9
Unilever (GB/NL)	7	10
Total	100 (345 implantations)	100 (2000 implantations)

Parmi les autres pays, on relèvera l'importance du Canada (18 implantations), de la France (17), la Hollande (15), tandis que le Japon semble s'être encore peu intéressé à la zone méditerranéenne.

Tableau 5. — LES FIRMES MULTINATIONALES DANS LE SECTEUR DES FRUITS ET LEGUMES EN ZONE EURO-MEDITERRANEE

Firmes	France	Italie	Portugal	Espagne	Grèce	Maroc	Total
Ajinomoto (Japon)	1	—	—	—	—	—	1
Cadbury-Scheppe (G.-B.)	1	—	—	—	—	—	1
Campbell Soup (USA)	—	1	—	—	—	—	1
CPC Int. (USA)	—	—	1	—	1	—	2
Del Monte (USA)	—	1	—	1	1	—	3
Heinz	1	1	1	—	—	1	4
Libby (Nestlé)	1	—	—	1	—	—	2
Nestlé (CH)	1	—	—	1	—	—	2
Total	5	3	2	3	2	—	16

(3) RASTOIN J.L., Les firmes agro-alimentaires multinationales et leur implantation en zone euro-méditerranéenne, Congrès international CIIAA, Athènes, 1974.

4.2. Les secteurs d'implantation

Les 345 implantations des FMA se répartissent sectoriellement de la façon suivante :

Agriculture et élevage	14	(4,0 %)
Industries alimentaires (y compris les boissons)	193	(56,0 %)
Commerce et restauration	26	(8,0 %)
Ingénierie et conseil	13	(4,0 %)
Autres industries	22	(6,0 %)
Activité non déterminée	77	(22,0 %)
	345	(100,0 %)

Les « activités non déterminées » concernent probablement, dans la majorité des cas, les industries alimentaires. Les « autres industries » sont généralement dans le secteur chimie (cas d'Unilever pour les détergents), l'emballage ou les fabrications de jouets. On relèvera, en amont des IAA, le contrôle de la production agricole (semences) ou l'intégration d'élevage (cas de Ralston Purina pour le secteur avicole). Quelques entreprises interviennent par ailleurs dans la distribution des produits alimentaires et même la restauration. Enfin, on notera avec intérêt trois firmes interviennent sous forme de prestation de services et non de fabrication directe : SODIMA-Yoplait pour le franchising de la fabrication de produits laitiers dans cinq pays, Del Monte dans l'ingénierie de la transformation de fruits et légumes dans six pays, et Spillers dans l'ingénierie de la transformation de céréales.

Contrairement à une idée généralement répandue, les multinationales ne sont pas les plus actives dans l'industrie des fruits et légumes (8 % des implantations totales dans les IAA) mais plutôt dans les « industries alimentaires diverses » (produits d'épicerie, snack-foods, sauces

et condiments, café, thé...), avec 16 % des implantations ; l'industrie laitière (15 %), la boulangerie-pâtisserie et la chocolaterie-confiserie.

La présence simultanée dans chacun des pays de plusieurs multinationales (entre cinq et dix) laisse supposer une certaine concurrence. En revanche, au Sud, on rencontre seulement une à deux FMA par secteur. Il s'agit donc encore d'une phase « d'exploration ».

Le secteur des fruits et légumes est celui qui suscite le plus de problèmes et de polémiques dans le cadre de « l'élargissement » de la Communauté Européenne à trois pays sud-méditerranéens : Portugal, Espagne et Grèce. Qu'en est-il du point de vue des multinationales ? Au total il existe seize implantations directes, c'est-à-dire d'unités de transformation en sauces, jus ou conserves, dont quinze localisées dans les pays de la « façade nord » et une au Maroc.

Deux firmes sont particulièrement actives : Heinz, dans la transformation des tomates pour la fabrication des sauces (« ketchup ») et Del Monte dans les conserves de fruits. Cependant, cette dernière firme intervient également par le biais de six opérations d'ingénierie en Grèce, Turquie, Maroc, Libye, Israël et Jordanie pour l'implantation d'unités agro-industrielles. Les conditions du transfert de technologie ne sont pas connues. Néanmoins cette situation donne incontestablement à Del Monte une bonne connaissance du secteur pour l'ensemble de la zone ainsi que probablement une position plus avancée que ses concurrents.

5. CONCLUSION

En premier lieu, la densité des implantations des multinationales apparaît fortement corrélée avec le PNB/tête : 131 en France, 78 en Espagne, 67 en Italie... contre un en Syrie. La stratégie d'implantation est donc liée d'une part à un marché potentiel important (on sait que plus les revenus des ménages sont élevés plus les dépenses alimentaires en produits transformés sont fortes), d'autre part à une infrastructure aussi bien agricole, qu'industrielle et tertiaire moderne.

On devrait assister dans l'avenir à un double mouvement :

— intensification des activités dans des pays de la façade-nord méditerranéenne dont le niveau d'industrialisation augmente rapidement et qui bénéficient de deux « atouts » aux yeux des multinationales : potentialisés agricoles favorables (terres irriguées, ensoleillement permettant des économies d'énergie et une précocité relative), et salaires de 30 à 40 % inférieurs à ceux de la Communauté Européenne (Espagne, Grèce). Dans ces pays, le marché intérieur croît rapidement et l'exportation vers le Nord se fait à des coûts très compétitifs. On sait par ailleurs que dans ces pays les codes applicables aux investissements étrangers sont libéraux et stimulants. Le secteur concerné est bien entendu celui des fruits et légumes.

— Toujours dans le même sens, transfert de technologie et de savoir-faire vers les pays sud-méditerranéens en voie de développement soucieux de se doter d'une agro-industrie moderne tout en préservant une certaine autonomie (Iran, Libye, Syrie, Algérie, etc...). Mis à part le cas du Maroc, qui dans le secteur des fruits et légumes crée de vastes complexes agro-industriels tournés vers l'exportation, cette stratégie concerne des produits importants pour la diversification de la consommation alimentaire intérieure : lait et dérivés, sucre, dérivés des céréales, protéines avicoles. Il peut s'agir d'opérations d'ingénierie pure (conception et installation d'usines ou de complexes intégrés), réalisées soit par des firmes agro-alimentaires (exemple Del Monte), soit par des constructeurs de matériel, ou de franchise (cas de BSN-Gervais Danone, SODIMA-Yoplait).

Cette situation indique les perspectives qui s'ouvrent aux firmes européennes et qu'il s'agit de concrétiser rapidement sous peine de voir se renforcer l'hégémonie américaine dans le secteur agro-alimentaire en Méditerranée, et demain peut-être le courant japonais.