



**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.*

## Les opérateurs et leurs difficultés sur le marché des bovins

M. Jean Pluinage

---

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

Pluinage Jean. Les opérateurs et leurs difficultés sur le marché des bovins. In: Économie rurale. N°134, 1979. pp. 8-9;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1979.2671>

[https://www.persee.fr/doc/ecoru\\_0013-0559\\_1979\\_num\\_134\\_1\\_2671](https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1979_num_134_1_2671)

---

Fichier pdf généré le 08/05/2018

# LES OPERATEURS ET LEURS DIFFICULTÉS SUR LE MARCHÉ DES BOVINS(\*)

**1 — Le commerce international de la viande bovine hors CEE et les contraintes que rencontrent les opérateurs** (résumé de l'exposé de M. Simounet, de l'ONIBEV).

Pratiquement parmi les 50 plus grosses entreprises qui interviennent sur le marché international (volume hors CEE : 2 millions de tonnes), quatre voire cinq entreprises françaises réalisent 10 à 15 % de ce marché.

**Certaines contraintes** freinent le développement des entreprises exportatrices de viande :

a) *On manque de viande exportable*

Il y a peu de viande d'intervention à vendre. Pour la viande fraîche, les jeunes bovins arrivent à un cours (restitution déduite) légèrement supérieur à ceux de nos concurrents sur les marchés des pays tiers.

b) *La réglementation européenne est inadaptée à un comportement commercial dynamique*

Notamment nos prix de vente (en jeunes bovins par exemple) sont connus, ainsi que le montant des restitutions. Nos concurrents (souvent des pays de l'Est à commerce d'Etat) se basent sur nos prix, offrent toujours un peu moins cher et emportent les marchés.

c) *Le soutien du marché se fait par l'achat de viande fraîche qui sera stockée après avoir été congelée*

Le jeune bovin français qui jouit d'une bonne image de marque sur le marché international notamment méditerranéen, ainsi que d'une surcote importante, la perd quand il est vendu congelé. L'image « jeune bovin France » qui avait percé sur le marché international lors des années d'abondance 1974-75 est en train de se perdre.

d) *Les difficultés financières et réglementaires sont les suivantes :*

— le montant des cautions demandées à différents niveaux aux exportateurs, qui alourdit les coûts financiers de ces entreprises et leurs engagements vis-à-vis des banques,

— les problèmes monétaires (taux de change et taux des MCM),

— les contraintes réglementaires et administratives, qui sont très lourdes. On a pu estimer dans une société d'exportation que pour une opération d'exportation

donnée, 85 % du temps passé l'était pour l'établissement des documents administratifs, contre 15 % seulement pour la négociation et les aspects commerciaux de l'opération. Par exemple un même document officiel peut être demandé sous sa forme originale par plusieurs administrations, ce qui retarde notablement le règlement des opérations.

Enfin les professionnels français, dans l'ensemble, ne jouissent pas de la même tolérance que leurs partenaires d'autres pays, en ce qui concerne l'application des réglementations et législations. Les importateurs italiens peuvent se recéder entre eux les contingents « GATT » qui permettent d'importer en suspension de prélèvement. En France ces contingents, fixés par entreprise, ne peuvent être transmis de l'une à l'autre.

En conclusion, si on veut soutenir les exportateurs français, il faut :

— mettre en place les conditions qui permettent de dégager des excédents exportables abondants et à peu près constants ;

— développer le produit jeune bovin qui est très bien exportable mais insuffisant, et développer aussi sa consommation sur le marché national, afin que les entreprises exportatrices puissent se retourner vers ce marché, en cas de fluctuations sur les marchés hors CEE ;

— réfléchir à la mise en place de procédures d'intervention, qui nous permettent en cas de pénurie d'importer ce qui nous manque pour bien exporter et assurer le suivi de nos marchés.

A propos de l'inquiétude manifestée sur l'avenir à l'exportation des viandes de haute qualité (par exemple carcasses charolaises), il apparaît que les seuls débouchés pour ce type de production sont le marché français, ou bien les marchés européens si on a une bonne politique de Marketing, mais en aucun cas les pays tiers.

**2 — Le marché intracommunautaire** (résumé de l'exposé de M. Chagnaud, DELIVIANDES).

La Société DELIVIANDES agit tant à l'exportation qu'à l'importation, à l'importation pour les matières premières (carcasses), à l'exportation pour les produits finis (muscles conditionnés sous vide, viandes industrielles).

Beaucoup de difficultés évoquées précédemment pèsent sur cette activité, notamment celles d'ordre administratif et monétaire, dans la mesure où depuis quelques années la société est obligée d'importer une partie de ses approvisionnements, en particulier d'Alle-

(\*) Rapporteur : Jean PLUVINAGE, INA P-G.

magne, d'Angleterre et d'Irlande (cela confirme que la France offre des produits chers).

Ajoutons-y les problèmes dus à la classification des carcasses qui diffère selon les pays et selon les caractéristiques d'achat de l'entreprise.

La faiblesse des marges par rapport à la valeur d'achat contraint à une rigueur considérable dans la définition du produit que l'on achète. Mais on cherche à peser sur les différentes composantes de la marge : ainsi cherche-t-on à limiter le coût du transport par l'achat de camion entier (15/17 tonnes). Ce qui implique des relations commerciales avec des abattoirs importants.

L'information joue un grand rôle puisque l'achat se fait une fois par semaine selon la situation du marché. Si des contacts commerciaux sont établis une fois pour toutes, il ne peut être question d'une politique d'achat à moyen terme, même à l'échelle du trimestre.

Dans le cas d'exportation sur la Communauté, il subsiste le même problème que pour celle sur les pays

tiers : à savoir quantité et prix. Cette tendance est confirmée par les résultats du commerce extérieur de viandes bovines (hors bovins vivants) pour le dernier exercice.

Dans le cas de notre opérateur il s'est bien agi d'une volonté de maintenir les marchés traditionnels communautaires car une volonté de développement depuis deux ans est quasi impossible.

Bien que le type de produits exportés traduise plus de valeur ajoutée, dans le cas de l'importation comme dans celui de l'exportation, la notion de confiance est fondamentale vu ces mêmes faibles marges.

Conclusion du rapporteur : paradoxalement la prospérité des firmes participant au commerce mondial de la viande, nécessite à la fois l'aide publique au niveau du produit (ces sociétés travaillent beaucoup sur des viandes d'intervention) et l'aide directe au niveau des structures, mais aussi un recours de plus en plus grand à des achats de viande à l'étranger, coûtant moins cher.

On peut alors se demander si les producteurs français y trouvent leur compte...