



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 production de fraise à Huelva : les avantages de la filière espagnole sur le marché européen

Cécile Bernard

Résumé

La comparaison des filières de la fraise à Huelva et en Aquitaine permet d'évaluer les rentes différentielles de Huelva et les mécanismes de leur mise en œuvre. Durant une première phase de domination par les coûts (1980/88), la croissance se base sur l'augmentation de la production et des exportations. Puis les problèmes de concurrence s'aiguisent et les entreprises élaborent de nouvelles stratégies : intégration verticale et partenariat en Espagne, coopération entre les différents échelons de la filière en France. La concurrence s'inscrit désormais dans le cadre de stratégies de différenciation du produit et de segmentation du marché.

Abstract

Strawberry production in Huelva : the advantages of the spanish networks in the european market.

The analysis compared to strawberry networks in Huelva and in Aquitaine allow to evaluate the comparative advantages of Huelva. After the first step of cost-advantages, during which the growth is based upon the rise of production and exportation, the firms are obliged to lead new strategies : vertical integration and partnership in Spain, cooperation between different steps of the sector in France. Competition is now situated in différenciation of the product and segmentation of the market.

Citer ce document / Cite this document :

Bernard Cécile. La production de fraise à Huelva : les avantages de la filière espagnole sur le marché européen. In: Économie rurale. N°212, 1992. pp. 12-18;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1992.4503>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1992_num_212_1_4503

Fichier pdf généré le 26/03/2019

LA PRODUCTION DE FRAISE A HUELVA : LES AVANTAGES DE LA FILIÈRE ESPAGNOLE SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN

Cécile BERNARD*

Résumé :

La comparaison des filières de la fraise à Huelva et en Aquitaine permet d'évaluer les rentes différentielles de Huelva et les mécanismes de leur mise en œuvre. Durant une première phase de domination par les coûts (1980/88), la croissance se base sur l'augmentation de la production et des exportations. Puis les problèmes de concurrence s'aiguisent et les entreprises élaborent de nouvelles stratégies : intégration verticale et partenariat en Espagne, coopération entre les différents échelons de la filière en France. La concurrence s'inscrit désormais dans le cadre de stratégies de différenciation du produit et de segmentation du marché.

STRAWBERRY PRODUCTION IN HUELVA : THE ADVANTAGES OF THE SPANISH NETWORKS IN THE EUROPEAN MARKET.

Summary :

The analysis compared to strawberry networks in Huelva and in Aquitaine allow to evaluate the comparative advantages of Huelva. After the first step of cost-advantages, during which the growth is based upon the rise of production and exportation, the firms are obliged to lead new strategies : vertical integration and partnership in Spain, cooperation between different steps of the sector in France. Competition is now situated in differentiation of the product and segmentation of the market.

PROBLÉMATIQUE ET CADRE D'ÉTUDE

La filière de la fraise a été choisie comme cadre d'étude en raison de la percée spectaculaire de l'Espagne, premier pays producteur d'Europe depuis 1986. Les longues négociations lors de l'entrée de l'Espagne dans la CEE, l'établissement des Mécanismes Complémentaires aux Echanges et l'instauration de barrières protectionnistes par le biais des réglementations nationales sur les résidus de pesticides révèlent l'importance de la concurrence espagnole sur le marché européen des fruits et légumes.

Pour rendre compte des processus de concurrence inter-régionale, les théories de la rente différentielle mettent l'accent sur les différences de productivité du travail générées par les avantages du milieu naturel et les avantages historiquement acquis : infrastructures régionales et accumulation de capital dans les exploitations.

Le concept d'avantages comparatifs est toutefois remis en cause, dans la mesure où il suppose la mobilité des capitaux et l'existence de marchés de produits unifiés et parfaitement concurrentiels.

Les recherches actuelles en économie rurale élargissent le cadre de la concurrence en intégrant l'ensemble des interventions publiques et privées sur les filières. Les travaux de l'INRA sur les avantages comparés des agricultures européennes montrent que plusieurs facteurs empêchent une correspondance rigoureuse entre coûts et spécialisation : spécialisation induite, effets du système des prix, différenciation des produits (Butault et al. 1990). Le développement des filières d'appellation d'origine montre par ailleurs l'existence de monopoles locaux de production et de marchés régis par des logiques échappant aux lois de l'économie classique (Perrier Cornet, 1990).

* Ingénieur-Agronome, Casa de Velazquez, Madrid.

La question des rentes différentielles “méditerranéennes”, climat et faibles coûts salariaux, constitue un enjeu majeur dans le contexte de relocalisation des cultures maraîchères en Europe. Alors que la hausse des salaires semble avoir amputé l’Italie de ses avantages comparatifs pour les productions hortofructicoles, les Pays-Bas ont acquis une place de premier ordre dans de nombreuses productions maraîchères. L’Espagne peut-elle maintenir sa position concurrentielle à moyen terme ?

Face à cette problématique, nous avons choisi l’approche de filière, concept qui repose sur une approche systémique appliquée à un découpage vertical des activités autour du produit. Etant donné que la confrontation de l’offre s’effectue au niveau de la deuxième mise en marché, nous avons restreint l’analyse de la filière de la fraise aux segments de la production et de l’expédition, et mené une démarche comparative entre Huelva et l’Aquitaine, deux régions spécialisées dans l’exportation.

L’INSERTION DE L’ESPAGNE SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN DE LA FRAISE

Evolution des parts de marché

Le développement des exportations de fraise espagnole s’inscrit dans une dynamique générale d’accroissement de la production et des échanges à l’échelle mondiale. Dans une première étape (1960/75), l’expansion des superficies se diffuse dans chaque pays, dans de nombreux petits bassins de production maraîchers. Dans une deuxième étape (1975/90), la hausse de rendements s’accompagne de la spécialisation de quelques régions à vocation exportatrice, parmi lesquelles se détachent Huelva en Espagne et l’Aquitaine en France.

Parts de marché de l’Aquitaine et de Huelva

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : AFCOFEL, 1989, SOIVRE 1990.

L’expansion des superficies et l’accroissement des rendements se traduisent par un élargissement du calendrier de récolte, qui s’étend de janvier à juin pour la fraise de printemps. Les époques de fructification s’échelonnent entre les pays (février-avril en Espagne, mai-juin en France et en Italie), ce qui entraîne un accroissement de la consommation de fraise précoce.

L’évolution des échanges européens de la fraise (figure 1) montre que l’Espagne a conquis en une dizaine d’années les marchés français et allemands, qui absorbent chacun 30 à 35 % des exportations espagnoles. Cette croissance s’est effectuée au détriment de l’Italie, pays qui a connu depuis 1980 une réduction des superficies cultivées de 30 % environ.

Figure 1. — Progression de la fraise espagnole sur les marchés français et allemands (1975-1989)

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : AFCOTEL, 1989 et élaboration personnelle de l’auteur.

L’hégémonie espagnole ne dure que pendant les mois de mars et avril. A partir du mois de mai, l’Italie redevient le principal fournisseur de l’Allemagne et le marché français est approvisionné par la production nationale. La comparaison des calendriers de mise en marché de la production d’Aquitaine et des exportations espagnoles (figure 2) montre que la confrontation concurrentielle n’est effective que durant deux à trois semaines fin avril-début mai. C’est à cette époque que les Mécanismes Complémentaires aux Echanges fixent des quotas d’exportation de fraise. Avec une quantité maximale autorisée de 40.000 tonnes en avril 1990 et 1991, les exportations espagnoles n’ont, en réalité, pas été pénalisées par la réglementation européenne. Mais un autre mécanisme régulateur intervient dans la répartition des parts de marché entre les différents bassins de production : la segmentation du marché et la différenciation des prix.

Figure 2. — Calendrier de mise en marché Aquitaine-Espagne (1989)

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : Répression des fraudes, Comité économique (extrapolation à l’ensemble de la région). In AFCOFEL ; Elaboration personnelle.

La segmentation du marché en fonction de la qualité

La production de fraise de Huelva est tournée vers l'exportation (65 %). La forte capacité de demande et les prix attractifs sont les deux pôles d'intérêt du marché européen. Ce marché correspond à la fraise de première qualité, définie selon la norme européenne par son calibre, son aspect, son état sanitaire et son degré de maturité. La fraise de seconde qualité (20 %) est vendue sur le marché national à des prix deux à trois fois inférieurs. La production de fin de saison (15 %) est vendue aux industries de transformation.

Huelva étant la seule région européenne sur le marché de la fraise d'hiver, les exportateurs ont misé sur la précocité : leur stratégie repose sur l'offre massive d'une fraise de qualité standard, de janvier à avril. A partir du mois de mai, les températures élevées de l'Andalousie provoquent une dégradation de la qualité : problèmes de tenue et de conservation, à l'époque même où commence la récolte de fraise en France. La concurrence ne dure que deux à trois semaines. La chute des prix de la fraise de Huelva oblige les producteurs espagnols à se tourner vers le marché industriel.

En revanche, les producteurs français ont développé une autre stratégie, celle de la qualité. Marquant le début de la campagne avec une fraise de haute valeur gustative, mais de faible rendement, "Garriguette", cette variété est destinée à déplacer la demande des consommateurs fin avril, début mai. La qualité reste un objectif tout au long de la récolte et concerne non seulement la qualité intrinsèque, mais aussi la présentation et le marketing.

L'analyse du marché de la fraise en termes de qualité et de précocité permet d'expliquer l'évolution des prix tout au long de la saison ainsi que l'écart de prix entre les différentes variétés et zones de production (figure 3). Pendant les périodes de chevauchement entre les productions française et espagnole, la régulation du marché s'effectue par le jeu des prix différenciés.

Cependant, le calcul des prix pondérés par le calendrier de récolte de chacune des régions aboutit à un prix moyen identique : 15 FF/kg en 1989 et 1990. Il reste à souligner qu'il s'agit d'un prix en origine pour la France et d'un prix en destination pour l'Espagne, qui inclut donc la rémunération de nombreux agents : expéditeur, transporteur, douanes, courtier.

Figure 3. — Prix des différentes variétés de fraises
MIN Perpignan (1990)

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : Service des Nouvelles du Marché - Statistiques établies par ONIFHLOR.

LES SYSTÈMES DE CULTURE EN EUROPE ET LEUR PRODUCTIVITÉ

Le boom de la production de fraise en Europe est lié à la création de variétés à haut rendement, importées de Californie à partir de 1970, et à la diffusion des techniques de forçage : paillage plastique, tunnels de couverture, irrigation localisée fertilisante. A cette époque, la culture de la fraise se développe en Aquitaine, dans les petites exploitations de polyculture et d'élevage limitées en foncier, qui cherchent ainsi à valoriser la main-d'œuvre familiale. D'après le recensement de 1988, la superficie de fraise par exploitation est inférieure à 1 ha (2 801 producteurs regroupant 2 194 ha).

A Huelva, la culture de la fraise est lancée par des émigrants de la région de Valencia qui, grâce à leur expérience préalable dans cette production, ont su percevoir les avantages climatiques de l'Andalousie. Ils ont joué un rôle primordial dans la diffusion des techniques et l'organisation des circuits de commercialisation.

A la fin de des années 1970, les ouvriers andalous frappés par la crise industrielle, se lancent à leur tour dans la colonisation des plaines sableuses du littoral, profitant de la libéralisation de l'économie espagnole et de la restructuration de l'agriculture pour créer de nouvelles exploitations spécialisées dans la culture de fraise. Grâce à leur épargne et au soutien des banques, ils sont à la base du boom de la fraise. Les exploitations familiales sont aujourd'hui dominantes à Huelva, bassin qui compte environ 2 000 producteurs de fraise et une superficie de 4 500 ha en 1989 (selon les estimations de la Junta de Andalucia).

L'Andalousie constitue l'une des régions d'Europe où la latitude autorise le système de plantation d'hiver, basé sur une date de repiquage tardive, en novembre. Son in-

térêt réside dans la précocité de la production, l'homogénéité et le calibre des fruits, ce qui entraîne des rendements élevés. La réduction du cycle cultural à 6 mois et les hautes densités permises par la latitude diminuent sensiblement les travaux culturaux.

Tous ces facteurs conduisent à une productivité du travail nettement supérieure dans les plantations d'hiver (9,9 kg/heure) par rapport à celles d'été (6,1 kg/heure) (tableau 1). On comprend donc l'intérêt des producteurs et des exportateurs de Valencia à promouvoir la culture de fraise précoce en Andalousie.

Tableau 1. — Les deux systèmes de culture de la fraise

	Plantation d'été	Plantation d'hiver
Zones de production	Espagne : Valencia (700 ha) France : Aquitaine (2 360 ha) Californie : (1 800 ha)	Huelva (4 500 ha) néant Californie (6 200 ha)
Densité :	35 000 plants/ha plants "frigo"	70 000 plants/ha plants frais
Rendement	21 tonnes/ha calibres hétérogènes	28 tonnes/ha calibres homogènes
Produit brut	6,1 kg/heure	9,9 kg/heure

Source : Enquête de l'auteur.

L'écart de productivité du travail est accentué par le différentiel des salaires entre les deux pays. Les coûts salariaux en Espagne, malgré leur hausse tendancielle, restent en 1990 inférieurs de 50 % à ceux de la France. Par ailleurs, les agriculteurs de Huelva ont l'avantage de disposer d'une réserve de main-d'œuvre journalière facilement accessible. En effet, l'Andalousie hérite par son histoire agraire de 300 000 travailleurs agricoles en chômage chronique.

Le recours à la main-d'œuvre salariée est obligatoire dans toutes les exploitations, au moins pour la récolte qui représente 65 à 70 % du temps de travail. En Aquitaine, les producteurs doivent embaucher des travailleurs étrangers. Même si les circuits d'émigration portugaise sont bien organisés, la principale contrainte reste la rigidité des contrats, dont la durée minimum varie de 3 à 6 mois.

Les avantages comparatifs de Huelva pour la culture de fraise résident dans le climat et la main-d'œuvre à bon marché, ce qui conduit à des coûts de production nettement inférieurs à ceux de l'Aquitaine, 5,8 FF/kg et 9,8 FF/kg respectivement (tableau 2). Mais ce différentiel est compensé par les coûts de transport et d'exportation, ce qui explique le maintien et la compétitivité de ces deux régions, malgré des niveaux de productivité si différents (figure 4).

Tableau 2. — Comparaison des productivités du travail

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : Enquêtes personnelles Huelva, Aquitaine, 1989. Cemagref, 1989. Etude n° 59.

Figure 4. — Comparaison des coûts de production de la fraise Huelva Aquitaine 1889

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : Enquêtes personnelles Huelva 1989 - CEMAGREF "Charges de production de la fraise en Aquitaine en 1988". Etude n° 59, Bordeaux 1989. Extrapolation à 1989.

L'ORGANISATION DES FILIÈRES ET LES STRATEGIES D'ENTREPRISES

L'évolution des structures de commercialisation à Huelva

La production de fraise espagnole a conquis le marché européen en quelques années (1980-86) grâce à la rente de précocité de l'Andalousie et à une structure de commercialisation concentrée dans de grandes coopératives. La proximité et l'efficacité du marché St-Charles de Perpignan ont permis de pallier les déficiences du secteur exportateur espagnol (Calatrava, 1981).

Les cinq coopératives de Huelva contrôlent 50 % de la production de fraise entre 1980 et 1985. Le mouvement associatif a été facilité par l'homogénéité des structures agraires et l'absence d'exportateurs traditionnels. Mais après quelques années prospères, qui ont favorisé la capitalisation des petites exploitations, les coopératives se

heurtent à des problèmes de contrôle de qualité et d'inertie de gestion. On observe un éclatement des structures de commercialisation à partir de 1986.

D'une part, les producteurs les plus aisés, ayant acquis la connaissance des marchés, abandonnent les coopératives pour former leur propre groupement d'exportation, recherchant la précocité et la maîtrise de la qualité, au niveau de la production et du conditionnement. La "Société agraire de transformation", SAT, est le statut de plus fréquent, car il présente les mêmes avantages fiscaux que les coopératives et les mêmes obligations d'apport total, tout en autorisant des participations différenciées en capital.

D'autre part, le négoce et l'exportation de fraise attirent des capitaux d'origine diverse : grandes sociétés d'import-export (Pascual, Munoz, Scipio, Sunzest,...), entrepreneurs locaux du bâtiment et du tourisme, qui installent des stations de conditionnement et d'expédition. Ces entreprises commerciales doivent également investir dans les plantations pour s'approvisionner à faible coût, s'assurer un volume minimum de vente et gagner la confiance des petits agriculteurs susceptibles de livrer leur récolte. Mais la hausse des salaires et les conflits syndicaux les contraignent dès 1988 à diminuer les plantations. Elles établissent désormais des contrats de production avec les nouveaux agriculteurs qui n'ont ni les moyens de financer leur production ni l'accès au crédit bancaire. Les contrats sont souvent obscurs et permettent à peine de rémunérer le travail familial.

Coopératives, producteurs-expéditeurs à titre individuel ou en groupement, sociétés commerciales avec plantation, tous ces acteurs occupent la double fonction de production et d'expédition. La fraise de Huelva n'est commercialisée qu'après l'agrégation et le conditionnement, au niveau de la deuxième mise en marché. Il s'agit d'une vente en consignation sur les marchés de destination, réalisée par l'intermédiaire d'un courtier. Le prix au producteur est fixé après la rémunération des différents agents de la filière. L'exportateur ne prend aucun risque et n'assume que les coûts de conditionnement, de transport et de douane (30 % de la valeur de la transaction), ce qui montre son hégémonie dans l'organisation de la filière.

L'absence de marché en origine à Huelva s'explique par le caractère récent des productions hortifruticoles et leur spécialisation à l'exportation. Ailleurs, dans le reste de l'Espagne et en Europe, les bassins maraîchers traditionnels se sont dotés de marchés de gré à gré, de cadrans, de "weilings" (Pays-Bas), d'"alhondigas" (Almería), entreprises spécialisées auxquelles les agriculteurs peuvent livrer leur produit-*vrac*. Ces marchés constituent une garantie de la transparence des prix et de la libre concurrence.

Les stratégies d'entreprises à Huelva

La typologie que nous présentons (figure 5) est élaborée à partir d'un échantillon de quarante entreprises de production et/ou d'exportation qui ont fait l'objet

d'une enquête approfondie portant sur leur trajectoire d'évolution. Le cadre théorique est celui de modèles d'entreprises et des formes de coordination (Eymard Duvernay, 1989). Trois stratégies ont été identifiées en fonction des systèmes de production agricole et de conditionnement, des modes d'approvisionnement en fraise et des relations commerciales en aval.

Les **producteurs-exportateurs** investissent principalement dans la production agricole : achats de foncier et intensification des systèmes de culture. L'auto-approvisionnement est dominant ; il est complété par des achats à la commission auprès de producteurs de confiance. Des ressources ancrées géographiquement, l'importance des relations personnelles, la continuité des processus de production et de commercialisation ; tous ces facteurs permettent d'accroître la qualité : qualité gustative et précocité, dont la garantie est attestée par la renommée et la marque commerciale. La logique de production est de **type domestique**.






Les **coopératives**, grâce à un volume de commercialisation élevé, concentrent les investissements dans les équipements de conditionnement et de congélation, ainsi que les activités d'amont (pépinières, emballages, approvisionnements). L'objectif de réduction des coûts passe par la mécanisation des process et l'intégration verticale. La qualité du produit est standardisée. Cette logique de production s'apparente au **type industriel**.

Les **entreprises commerciales** se caractérisent par de faibles investissements par rapport aux charges variables : location de terres et système de culture extensif, auto-approvisionnement réduit et régulation des achats à l'extérieur en fonction des fluctuations du marché. Cette logique de **type marchand** se révèle fragile dans le contexte de hausse des coûts de production et de saturation du marché (faillites, reconversions, contrats de production déloyaux).

L'évolution de la filière de la fraise à Huelva montre que, depuis 1988, les producteurs recherchent l'accès à l'exportation et les exportateurs la maîtrise de la qualité et la fidélisation des clients. Jusqu'à cette date, leurs stratégies privilégiaient l'accroissement des superficies et des volumes de transaction.

L'intégration verticale descendante a été permise par le regroupement des entreprises familiales ou patronales. En revanche, l'intégration ascendante se marginalise, après le déclin voire la faillite de certaines entreprises à caractère spéculatif. Cependant, la multiplication des entreprises de commercialisation provoque une forte concurrence de type horizontal et une course effrénée pour la répartition de la première mise en marché.

Figure 5. — Les circuits de commercialisation de la fraise à Huelva (Espagne)

PRODUCTION	50 Producteurs Moyens	25 Producteurs Exportateurs	800 Producteurs Familiaux	30 Sociétés Commerciales	900 Producteurs Familiaux et en association
	500 ha	500 ha	1 200ha	600 ha	1 800 ha
	 VENUE A LA COMMISSION	 AUTO APPROVISION ^T	 CONTRAT DE PRODUCTION INTRANTS	 AUTO APPROVIS ^T	 RÈGLE D'APPORT TOTAL INTRANTS + SERVICES
PREMIÈRE MISE EN MARCHÉ	30 000 t		55 000 t		55 000 t
EXPORTATION	25 Producteurs Exportateurs		30 à 50 Sociétés commerciales		8 Coopératives

Source : Enquêtes de l'auteur, 1989.

La filière française vers la reconquête du marché

Face à la concurrence espagnole et à la perte de leurs parts de marché en France comme à l'étranger, les producteurs français mènent depuis le milieu des années 1980 une stratégie offensive, basée sur le développement de la qualité et de la fraise d'arrière saison. La stratégie de reconquête du marché vise, tout en concédant la prime de précocité aux Espagnols, à proposer aux distributeurs un second lot de fraise, unitaire et de qualité, à partir du mois de mai. La campagne de marketing repose sur une marque nationale "Fraise de France", qui n'exclut pas pour autant l'apposition d'une marque commerciale ou régionale. Elle est accompagnée d'un programme de recherche en génétique orienté sur la sélection de variétés de haute qualité gustative et de variétés remontantes, destinées à la fraise en fin de saison.

La stratégie de promotion d'une marque nationale a été permise par la force des différentes organisations agricoles : groupements de producteurs, comités économiques, syndicats de producteurs et interprofession, qui bénéficient du soutien politique et financier de l'Etat.

LES MÉCANISMES DE RÉGULATION DES FILIÈRES

En France, la différenciation des fonctions au sein de la filière, défendues par des syndicats à chaque échelon, a favorisé l'organisation d'une politique intégrée depuis la production jusqu'à la distribution et la transformation. L'interprofession solide permet la mise en place et le res-

pect d'une norme de qualité ainsi que la négociation d'un prix de garantie pour la fraise industrielle.

En revanche en Espagne, l'imbrication des différentes fonctions de la filière (production-expédition-exportation) et la concurrence entre producteurs pour accaparer la production handicapent la recherche de coopération entre les acteurs. Cependant, la force de la filière de Huelva réside dans le dynamisme des entreprises et la mobilité des circuits de commercialisation : les relations privilégiées entre agriculteurs et exportateurs permettent de capter rapidement les informations provenant de l'aval de la filière et de les répercuter sur la production.

L'absence d'organisations de producteurs à Huelva s'explique non seulement par l'hégémonie du groupe exportateur mais aussi par le faible poids des exploitations familiales, dépourvues de toute histoire syndicale. La seule structure représentative du secteur à Huelva est l'association d'exportateurs, FRESHUELVA, créée en 1982, qui regroupe 65 % de la production. Son action se restreint à la gestion des quotas d'exportation et à quelques actions publicitaires. FRESHUELVA concentre ses interventions sur l'exportation et se désintéresse des marchés nationaux et industriels. Le marché intérieur, faute de promotion, reste entravé par le cercle vicieux de la seconde qualité et de prix peu rémunérateurs.

La comparaison de l'organisation des filières en Aquitaine et à Huelva montre que chaque bassin de production a construit une organisation de mise en marché spé-

cifique, héritée de son histoire. La force et la rigidité des organisations interprofessionnelles françaises s'opposent à la souplesse et au dynamisme des contrats espagnols.

CONCLUSION

Grâce à une offre massive de fraise précoce, à une structure de commercialisation concentrée et de faibles coûts de production, les exportateurs de Huelva se sont imposés en 1986 sur le marché européen, créant une nouvelle demande de consommation correspondant aux mois de mars et avril.

L'affrontement concurrentiel entre la France et l'Espagne ne dure que deux à trois semaines. La segmentation des marchés en fonction de la qualité et la réglementation européenne des fruits et légumes, en imposant des droits de douane et des quotas d'exportation jusqu'en 1996, sont les principaux mécanismes de régulation des exportations espagnoles. Le maintien et la compétitivité de deux régions aux niveaux de productivité très différents, Huelva et l'Aquitaine, s'expliquent par les prélèvements de valeur ajoutée au cours de la deuxième mise en marché.

Après une première phase d'accumulation basée sur l'accroissement des superficies et de la production, l'augmentation des coûts salariaux et la saturation des marchés obligent les producteurs de Huelva à accroître la valeur ajoutée : accès à l'exportation, recherche de la qualité, fidélisation des clients, partenariat et contrats d'intégration. Ces processus d'intégration verticale en-

traînent une concurrence très intense entre entreprises. Développement de marques commerciales, instauration de relations contractuelles : les stratégies individuelles priment par rapport à une organisation de la filière, dominée par les exportateurs.

En revanche, les producteurs français ont développé une politique de qualité, intégrée depuis la production jusqu'à la distribution. La création d'une marque nationale, Fraise de France, démontre la force des groupements de producteurs qui bénéficient du soutien de l'Etat pour mener une politique de coopération et de concertation sur l'ensemble de la filière.

L'analyse des stratégies d'entreprises et de la régulation des filières de la fraise montre que le problème de la concurrence entre la France et l'Espagne dépasse largement les écarts de productivité du travail entre les agricultures. Grâce à une stratégie de différenciation du produit, la filière française résiste à la domination par les coûts du secteur espagnol. Cependant, les rentes différentielles de la péninsule sont progressivement réduites par la hausse des salaires et la stagnation de la demande. La compétitivité des entreprises de Huelva repose sur un système de commercialisation souple et efficace : les contrats d'intégration verticale et le partenariat. Mais l'absence de structuration du secteur hortofruticole espagnol demeure un handicap pour affronter les barrières protectionnistes et la concentration de la distribution.

BIBLIOGRAPHIE

ARNALTE E., ESTRUCH V., MUNOZ C. (1990). - El mercado de trabajo asalariado en la agricultura del litoral valenciano. *Agricultura y Sociedad*, n° 54, pp. 193-229.

AFCOFEL (1989). - Bilan fraise campagne 1989. Paris : AFCOFEL, 45 p.

BARCELO LV. (1989). - La comercializacion de frutas y hortalizas en la CEE. *Informacion Comercial Española*, n° 648-649.

BUTAULT J.-P., CYNCHNIATUS M., HASSAN D. (1990). - Les avantages comparés des agricultures européennes. *Economie Rurale*, n° 197, pp. 15-21.

CALATRAVA J. (1981). - Los circuitos de importacion de productos hortofrutícolas : el papel del mercado distribuidor de Saint-Charles de Perpignan. INIA, *Economia y Sociologia Agrarias*, Serie Documentos de Trabajo, n° 1. Abril 1979, 27 p + annexes.

CEMAGREF (1989). - Charges de production de la fraise en Aquitaine en 1988. *Etude*, n° 59, Bordeaux, CEMAGREF, 16 p.

DE LOS LLANOS C. (1990). - L'Andalousie dans l'Europe. L'essor du secteur fruitier et maraîcher. - Madrid, Casa de Velasquez, Serie *Recherches en Sciences Sociales X*, 178 p.

EYMARD DUVERNAY F. (1989). - Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue Economique*, Vol. 40, n° 2, pp. 329-360.

GARCIA de BLAS A. (1980). - De la crisis de los setenta a la expansion de los ochenta. *Informacion Comercial Española*, Dic 1989, pp. 89-103.

MONTIGAUD J.-C., CIBENEL C., MALGRAT ML. (1983). - Etude de la mise en place d'un système de vente aux enchères "fruits et légumes". Le cas du Roussillon. - Montpellier, INRA, Série *Etudes et Recherches*, n° 78.

PERRIER CORNET P. (1990). - Les filières régionales de qualité dans l'agro-alimentaire. *Economie rurale*, n° 195, pp. 27-33.