

PRISME

Agriculture et Agroalimentaire, une affaire d'experts

25

JUIN 2019

DÉCRYPTAGE : les faits marquants de l'actualité commentés par nos experts

P. 2



CLIMAT : Climat et Stations météo : un duo gagnant en voie de démocratisation rapide mais aussi une façon différente d'envisager les modes de production...

VIANDE : Introduction en bourse de Beyond Meat, ou « Comment sauver la planète en gagnant beaucoup d'argent ».

SURGELÉS : Trois innovations techniques au service du goût, susceptibles de contribuer à relancer l'attractivité du segment.

FROMAGES : Roquefort et « bleu de brebis » : les fromages d'appellation seront-ils durablement attaqués par des produits de marque répondant aux nouvelles demandes des consommateurs ?

GRANDE DISTRIBUTION : La consolidation suspecte de jouer contre le consommateur, le cas britannique.

VIN : Ventes de vin en GMS : désaffection grandissante pour les rouges.

AGRICULTURE

P. 6



AVIS DE TEMPÊTE SUR LES MARCHÉS AGRICOLES MONDIAUX

Le sucre et le café au plus bas, le soja au cœur de la guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis tout comme le colza canadien, la viande porcine aux prises avec les ravages de la peste porcine africaine en Chine et dans le reste de l'Asie, mais globalement des prix agricoles mondiaux orientés à la baisse, la situation des marchés agricoles de la planète est toute de contrastes entre l'abondance des récoltes et les tensions géopolitiques qui, une fois encore, placent l'agriculture en première ligne.

Dans ce contexte les discours européens célébrant « l'agriculture bio de proximité » ont quelque chose de surréaliste.

Mais il est vrai qu'à quelques exceptions près, l'Europe n'est plus qu'un spectateur presque secondaire d'enjeux et de conflits qui la dépassent.

ABONNEZ-VOUS GRATUITEMENT

► <https://etudes-economiques.credit-agricole.com> ► Rubrique Secteur ► Agriculture et Agroalimentaire



CRÉDIT AGRICOLE S.A.



Décryptage

Climat

Climat et Stations météo : un duo gagnant en voie de démocratisation rapide mais aussi une façon différente d'envisager les modes de production...

Réduire l'impact des risques agro climatiques et agro environnementaux fait depuis toujours et plus encore maintenant partie des urgences. Parmi les solutions disponibles, les stations météo qui fournissent des données météorologiques grâce aux capteurs à la surface du sol font l'objet d'un réel engouement et près de 18 % des agriculteurs auraient déjà adopté ces solutions selon Le Betteravier Français.

► COMMENTAIRE

- Nous constatons déjà effectivement au jour le jour les effets du changement climatique sur notre agriculture, que cela se présente sous forme de tempête de sécheresse de foudre ou de gel tardif... des phénomènes extrêmes plus fréquents qui démontrent l'augmentation des risques physiques à court terme. Ces risques varient suivant les régions du monde mais ont des conséquences croissantes et massives sur les cultures.
- Les stations météo de Weenat, Sencrop, d'Isagri (Meteus) ou de Pessl, pour n'en citer que quelques-unes commercialisées en France, permettent de mieux comprendre les conditions météorologiques en temps réel sur le plan hyperlocal. L'agriculteur dispose grâce aux données récoltées d'outils d'alerte et de surveillance qui présentent un avantage unique.
- Au-delà de l'outil d'alerte les stations suivent de nombreux paramètres tels que la température de l'air, l'hygrométrie, les précipitations, l'humidité des feuilles, la vitesse du vent en effectuant un rapprochement avec des données provenant des OAD (outils d'aide à la décision). L'objectif n'est alors plus seulement d'alerter mais d'aider les agriculteurs, les viticulteurs, les arboriculteurs et les maraîchers à prendre les bonnes décisions en actualisant leur stratégie de gestion agricole et en limitant le coût et l'impact des intrants...
- L'objectif est aussi de minimiser l'impact des événements climatiques défavorables en aidant les agriculteurs à être plus proactifs ce qui va réduire la variabilité des rendements. Sans forcément prévoir le temps, les données permettent de comprendre quel impact la météo des années précédentes a eu sur la production de l'exploitation et si l'analyse de la saison météorologique actuelle permet de déterminer des probabilités de reproduction de certains de ces événements négatifs des années passées et donc d'avoir des possibilités de traiter de façon proactive les problèmes potentiels. Cela a pour objectif de diminuer le recours aux produits chimiques sur les cultures.
- La plupart des sociétés fournissent également une application qui permet aux agriculteurs de détecter les problèmes le plus tôt possible, et créent des plateformes collaboratives pour recueillir et aider les agriculteurs à comparer leurs données.
- Une fois installée la station peut fournir des données pendant plusieurs années ce qui explique le fait que certaines sociétés développent des business models autour de la location. Des exemples intéressants comme celui d'Indigo Agriculture ou celui du Réseau d'entreprises de producteurs (FBN) montrent alors à quel point des innovations comme les stations météo peuvent être disruptives. Ces deux sociétés ont conçu une gamme de produits pour les agriculteurs et d'autres acteurs de la chaîne d'approvisionnement dans le but de changer la manière dont toute la chaîne de valeur fonctionne.
- Les deux utilisent également des technologies différentes allant du numérique et du commerce électronique à la biotechnologie (semences et microbes). Indigo était évalué à environ 3,5 milliards de dollars lors de son dernier round et la valorisation de FBN tourne autour de la barre du milliard de dollars.
- En réalité la valeur d'une société désormais se fera par rapport à sa capacité à changer la donne. Ces technologies doivent permettre de résoudre les principaux problèmes de société des 10 prochaines années et œuvrer à la réalisation des objectifs de développement durable.
- Les stations météo et les OADS prédictifs peuvent répondre à ces critères en tant que mode de production, et en tant qu'outil de traçabilité et de respect de l'environnement.
- Étant donné l'évolution des prix des intrants ces dernières années, l'impact économique est également énorme. Posséder les données et les exploiter est bien plus intéressant que de déployer du hardware !



Viande

Introduction en bourse de Beyond Meat, ou « Comment sauver la planète en gagnant beaucoup d'argent ».

La start-up américaine Beyond Meat, spécialisée dans la viande alternative à base de végétaux, vient de faire une entrée en bourse plus que remarquée : adoubée par de très grands noms du show-business et des affaires (Leonardo DiCaprio, Bill Gates, Don Thompson, ancien patron de McDonald's...), l'évolution de sa cote lui a rapidement permis d'atteindre près de 4 milliards de dollars de valorisation boursière. Un engouement planétaire pour la « viande sans viande » qui nous questionne...

► COMMENTAIRE

La start-up Beyond Meat, si elle est la première du genre à faire son entrée en bourse, est loin d'avoir le monopole du modèle économique centré sur le développement de la demande en « viande » non issue du monde animal. De fait, un de ses principaux concurrents est l'américain Incredible Foods. Et on peut dire qu'il fait parler de lui, le géant du fast-food, Burger King, s'étant associé à cette autre start-up pour son « Incredible Whopper », ici aussi à base d'un burger 100 % végétal. La concurrence est féroce... et les enjeux financiers de plus en plus importants ; le marché mondial pourrait approcher les 7 milliards de dollars d'ici 2023...



D'un point de vue purement scientifique, les avis d'experts ne sont pas aussi clairs que ce à quoi on pourrait s'attendre quant aux véritables bénéfices sanitaires et environnementaux des « steaks » végétaux comparés à la vraie viande. Sans conteste, l'élevage intensif, et donc la production de viande, est source d'émission de gaz à effet de serre et est une des principales sources de pollution. Mais cela resterait à nuancer au regard, notamment, du rôle de « puits » à carbone que constituent les prairies pâturées, ainsi que de l'erreur fondamentale qui consisterait à croire que toute terre dédiée à l'alimentation du bétail pourrait être exploitée directement à des fins d'alimentation humaine.

Par ailleurs, concernant les bénéfices sanitaires avancés par les industriels du « steak » végétal (riche en fibre, absence de cholestérol, absence des effets cancérigènes de la viande rouge), ils se heurtent à la nature ultra-transformée du produit. D'autant qu'il se trouve que l'INRA vient de rendre public un avis d'experts sur le risque de maladies cardiovasculaires chez les personnes consommant des produits ultra-transformés...

Toujours est-il que, quoi qu'on en pense, la demande en succédané de viande est véritablement là dans les pays développés, et notamment aux États-Unis et en Europe, et qu'elle suscite apparemment non seulement l'intérêt des consommateurs, mais aussi celui des experts de la finance... L'occasion, s'il en est, d'avoir bonne conscience, tout en gagnant beaucoup d'argent.

Surgelés

Trois innovations techniques au service du goût, susceptibles de contribuer à relancer l'attractivité du segment.

L'équipementier GEA et l'industriel Bonduelle ont développé séparément, deux nouvelles technologies de surgélation préservant mieux la qualité des aliments et leur conservation en réduisant les dommages cellulaires. Le premier s'adresse aux produits plats telles les galettes de viande avec une surgélation ultra rapide à jet d'air à grande vitesse qui abaisse rapidement la température en surface tout en limitant la perte d'hydratation. Le second a mis au point un procédé de déshydratation contrôlée éliminant l'eau libre, permettant de surgeler des produits à forte teneur en eau réputés fragiles (champignons, poivrons, oignons) sans dénaturation de texture et de saveur au dégel.

► COMMENTAIRE



Plus disruptif, Genialis a conçu un procédé fixant l'azote gazeux dissous dans des préparations pâteuses ou liquides par cryogénie sous atmosphère pressurisée qui confère au produit des propriétés uniques. Durant la conservation, le produit se préserve de l'oxydation naturellement mais surtout conserve une structure stable lors de la remise en température, notamment pour des crèmes très foisonnantes.

Le marché du grand froid s'est difficilement remis de l'affaire des lasagnes à la viande de cheval qui a sinistré l'univers des plats cuisinés surgelés et appertisés ; plusieurs campagnes de rappels de surgelés ont aussi fragilisé le rétablissement de la confiance des acheteurs. Si les atouts des produits surgelés ne sont plus à démontrer en matière de praticité de mise en œuvre et de réduction du gaspillage alimentaire, force est de constater qu'ils séduisent désormais moins les consommateurs, leur préférant des produits frais et moins transformés.

Pour renouer avec la croissance, les industriels investissent sur de nouveaux segments tendances tels le végétal et le bio, mais aussi la montée en gamme des recettes et l'amélioration qualitative des produits. Ces trois technologies présentées au CFIA contribuent à répondre à ces enjeux en préservant mieux l'intégrité des produits (aspect visuel, texture, goût et valeurs nutritionnelles), en apportant une innovation produit, et plus globalement renforcent l'attractivité du segment.

Aux États-Unis, l'offre repensée et enrichie de produits plus sains et qualitatifs, davantage en phase avec les nouvelles attentes de consommation, a changé l'image des surgelés, se traduisant par une nette croissance des ventes pour la seconde année consécutive. Gageons que les investissements réalisés pour renouveler et moderniser le rayon produiront les mêmes effets sur nos marchés domestiques.

Fromages

Roquefort et « bleu de brebis » : les fromages d'appellation seront-ils durablement « attaqués » par des produits de marque répondant aux nouvelles demandes des consommateurs ?

La polémique était attendue : que Société, le premier producteur de l'AOP Roquefort (70 % de la production !) lance son « bleu de brebis » passe encore... mais qu'il lui donne les mêmes codes marketing que pour le célèbre fromage aveyronnais qu'il vend surtout, ne pouvait que susciter la critique. Et pourtant...

► COMMENTAIRE

- Pourtant, si de nombreux acteurs de la filière – élus et salariés – sont montés au créneau pour dénoncer cette stratégie, au motif qu'ils en redoutent une cannibalisation des ventes de l'authentique Roquefort, il semble difficile de contester le droit de la « Société des caves et producteurs réunis de Roquefort » (SCPR) – filiale du groupe Lactalis – à mettre ses couleurs propres sur ce nouveau fromage. En effet, la SCPR a pour objet social la transformation du lait de brebis : notamment en Roquefort, forcément AOP... mais pas seulement !
- Le « bleu de brebis » est une appellation générique ancienne, désignant tout fromage au lait de brebis et à pâte persillée. Le Roquefort AOP n'en est qu'une des composantes, formellement délimitée à un territoire de production située sur cinq départements autour de l'Aveyron, exclusivement à base de lait de brebis de race lacaune,ensemencé avec du « *Penicillium roqueforti* », et surtout ! dont l'affinage ne peut se faire que dans certaines cavités exclusivement situées sur le territoire de Roquefort-sur-Soulzon, dans l'Aveyron. Donc, il n'est aucunement question d'appeler « Roquefort » ce qui n'en est pas. Mais de cela, il n'est pas sûr que tous les consommateurs se préoccupent.
- Or il est indéniable que s'érode la consommation de ce fromage très typé qu'est le Roquefort AOP, aujourd'hui proposé par sept entreprises d'affinage : de 15 à 25 % de quantités vendues en moins selon les marques depuis 10 ans, « Société » étant particulièrement concernée.
- La démarche commerciale qui sous-tend le lancement du « bleu de brebis » Société est bien entendu de proposer de nouveaux produits plus adaptés au goût du consommateur, ce goût qui évolue de manière structurelle et souvent irréversible avec le renouvellement des générations : les plus de 60 ans sont surreprésentés dans la consommation du Roquefort lui-même. Le « bleu de brebis » Société est plus doux, plus onctueux, plus susceptible de gagner la faveur des plus jeunes...
- Sans doute, à l'inverse d'autres AOP comme le Comté, la promotion du produit en ordre dispersé par les différents acteurs de l'appellation Roquefort a pu jouer en sa défaveur. Aussi, la SCPR dispose des moyens de tester de nouveaux produits, pour rallier de nouveaux acheteurs... Quant aux producteurs, ils restent plutôt silencieux, car leur objectif premier est qu'on continue à leur prendre leur lait, pour le valoriser, d'une manière ou d'une autre.
- Cette dispute rappelle que ce n'est pas la marque qui permet d'identifier le produit d'appellation, mais tout simplement... le logo, désormais européen, qui renvoie qui veut s'instruire à un cahier des charges rigoureux ! Sans doute, les appellations souffrent-elles d'un manque de visibilité, lié en partie justement à la complexité des cahiers des charges qu'elles attestent – cette complexité est aussi là pour dire que l'appellation protégée a du sens. Mais la marque aussi a du sens, celui que propose l'entreprise, celui que le client plébiscite. Et c'est le client qui choisit, en dernier ressort.



Grande distribution

La consolidation suspecte de jouer contre le consommateur, le cas britannique.

Fin avril 2019, le régulateur britannique de la concurrence Compétition and Markets Authority (CMA) s'oppose à l'absorption de l'enseigne Asda (filiale britannique de Wal-Mart) par Sainsbury's. Cette dernière en offre 7,3 milliards de livres au géant américain Wal-Mart, lui permettant de quitter le Royaume-Uni où il n'a jamais pu jouer les premiers rôles. Le nouvel ensemble consolidé aurait détrôné l'actuel numéro un Tesco (27 % de part de marché). Pour CMA, le rapprochement Sainsbury's (15,3 %) - Asda (15,4 %) impliquerait une limitation très significative des situations de concurrence locale avec une possibilité d'accroître les prix dans les deux réseaux.

COMMENTAIRE

- I Pour désamorcer les premières conclusions du CMA, en février, Sainsbury's s'était imprudemment engagé à « faire économiser un milliard de livres aux consommateurs » en baissant les prix « de -10 % en 3 ans sur une série de produits de grande consommation » (issus des grands fournisseurs ?).
- I Un engagement quelque peu suspect, argumenté sur l'effet de masse et sur la « nature fortement concurrentielle du marché britannique » (sous la pression des nouvelles consommations et des hard discounters Lidl et Aldi). Maladroitement, Sainsbury's cherchait aussi à limiter les fermetures de sites en doublon. Sainsbury's et Asda n'ont pas fait appel.
- I Cette jurisprudence peut inspirer d'autres marchés européens. Pour des raisons différentes, Brexit d'un côté, sortie de guerre des prix et loi Egalim de l'autre, les marchés alimentaires britanniques et français renouent début 2019 avec un peu d'inflation (c. 2 % annuels). Mais les prix demeurant à des niveaux historiquement bas, de nouvelles baisses sont sans effet sur les volumes.
- I De part et d'autre, on trouve en France et au Royaume-Uni huit intervenants majeurs dans la distribution. Pour les arbitres de la concurrence, les marchés ne gagneraient rien à être cartellisés davantage, autour de 3 ou 4 colosses ; même pour contrer des concurrents atypiques (Lidl/Aldi, dont le modèle repose sur les marques propres, hors négociations commerciales). Et les « avantages consommateurs » ne pourraient être obtenus que sur la supply-chain, notamment sur les plus fragiles des fournisseurs.



Vin

Ventes de vin en GMS : désaffection grandissante pour les rouges.

Les ventes de vin en grande distribution diminuent en volume depuis quelques années mais, fait nouveau, stagnent pour la première fois en valeur en 2018. Une faiblesse des ventes à mettre surtout sur le compte d'une désaffection grandissante pour les vins d'appellation rouges.

COMMENTAIRE

- I Alors que la consommation de vins des Français semble se stabiliser autour de 27 millions d'hectolitres, soit l'équivalent de quelque 3,6 milliards de bouteilles, les ventes de vins tranquilles en grande distribution diminuent depuis quelques années. En 2018, avec 9 millions d'hectolitres vendus en super et hypermarchés, elles sont de nouveau en repli de 4 % par rapport à 2017 et de plus de 5 % sur la moyenne des trois dernières années. Fait nouveau, l'augmentation du prix moyen de la bouteille (4,61 €/l) ne suffit plus à compenser la perte de volume. Résultat : le chiffre d'affaires s'érode lui aussi et chute même de 4,2 % pour les vins d'appellation (AOP).
- I Pour cette catégorie, vendue au prix moyen de 6,62 €/l, tous les vignobles enregistrent des pertes, sauf la Bourgogne et le Beaujolais. De



leur côté, les IGP, seconde catégorie en volume et valeur du linéaire vin, limitent la casse en absorbant le recul de leurs volumes par une bonne valorisation. À l'inverse de la tendance générale, les vins de France sans IG, même si leurs ventes restent confidentielles, sont la seule catégorie qui progresse dans les trois couleurs. 540 000 hectolitres se sont écoulés (+ 9,7 %) pour un chiffre d'affaires de 124 millions d'euros (+ 11,3 %).

- I L'analyse par couleur montre que la baisse du chiffre d'affaires du rayon vin concerne uniquement les rouges et particulièrement les AOP rouges qui constituent encore 50 % de l'offre AOP en GMS (recul de 8,8 % en volume et de 4,8 % en valeur sur un an) alors que les rosés et les blancs, toutes catégories confondues, continuent de progresser en valeur.
- I Une dégradation de la commercialisation des AOP rouges liée à une vendange 2017 très faible, donc à une offre amoindrie, notamment pour les Bordeaux, mais aussi à une baisse de l'intérêt des consommateurs pour cette couleur. Entre 2010 et 2018, la grande distribution a vendu 108 millions de litres de vin rouge de moins, mais 51 millions de litres de rosé et 7,2 millions de litres de blanc de plus, selon le cabinet IRI. Une modification en lien avec de nouveaux modes de consommation, plus occasionnels et festifs, qui profitent surtout aux rosés et aux bulles. Les vins blancs résistent bien à ce changement. Plus légers, ils s'adaptent davantage à une consommation dissociée des repas alors que celle de vins rouges reste très liée à la gastronomie et en particulier à une alimentation carnée, aujourd'hui en perte de vitesse.
- I Dans ce contexte plutôt terne du marché du vin en grande surface, un créneau continue toutefois à progresser, celui des vins biologiques. Quelle que soit la couleur, l'appétence pour les vins bios est indéniable et de plus en plus prononcée : en France, les ventes de vin biologique devraient quasiment doubler d'ici 2022 (étude Vinexpo/IVSR).



AVIS DE TEMPÊTE SUR LES MARCHÉS AGRICOLES MONDIAUX

Le sucre et le café au plus bas, le soja au cœur de la guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis tout comme le colza canadien, la viande porcine aux prises avec les ravages de la peste porcine africaine en Chine et dans le reste de l'Asie, mais globalement des prix agricoles mondiaux orientés à la baisse, la situation des marchés agricoles de la planète est toute de contrastes entre l'abondance des récoltes et les tensions géopolitiques qui, une fois encore, placent l'agriculture en première ligne.

Dans ce contexte les discours européens célébrant « l'agriculture bio de proximité » ont quelque chose de surréaliste.

Mais il est vrai qu'à quelques exceptions près, l'Europe n'est plus qu'un spectateur presque secondaire d'enjeux et de conflits qui la dépassent.

I Des productions agricoles au beau fixe

Une nouvelle fois **la planète devrait battre son record de production de céréales** en 2019/20 pour atteindre 2,7 milliards de tonnes. Pour mémoire les premières statistiques de Cyclope en 1981/82 faisaient état d'une production qui dépassait à peine 1,5 milliard de tonnes. Bien entendu **il s'agit là de prévisions au risque de la nature** mais pour l'instant les seules ombres au tableau sont les retards des emblavements de maïs – et aussi de soja – à la suite des pluies torrentielles qui ont touché le Midwest américain au début du printemps ainsi que la persistance de la sécheresse qui affecte l'Australie. En réalité cela fait au moins quatre campagnes que le monde a bénéficié de conditions climatiques quasi-optimales à l'exception de quelques accidents limites comme en Argentine (2017/18), en Allemagne ou en France. Si chaque année on brandit la menace d'un nouvel

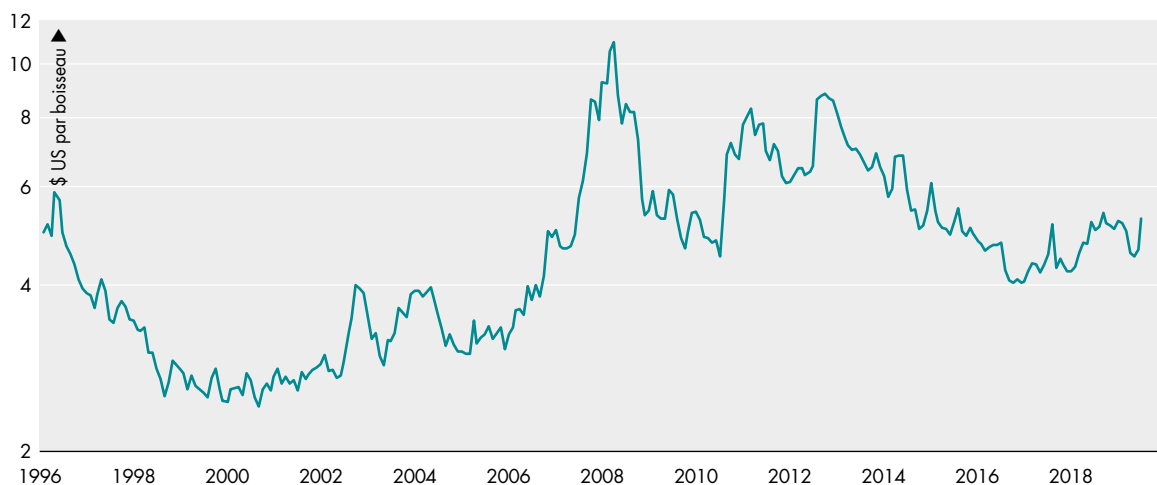
épisode El Niño, force est de constater que celui-ci ne s'est pas manifesté avec quelque ampleur depuis 2015.

La production mondiale dépassant les besoins, **les stocks mondiaux de céréales devraient dépasser les 800 millions de tonnes en Juin 2020**, soit 30 % de la consommation mondiale alors que l'on était à 20 % au début de la décennie. Mais le plus important pour l'évolution des prix mondiaux est que les disponibilités promettent d'être abondantes dans les principaux bassins d'exportation que sont la Mer Noire (qui pèserait 34 % des exportations mondiales de blé), l'Amérique du Sud (Brésil et Argentine), l'Amérique du Nord (États-Unis et Canada) et dans une moindre mesure l'Europe. **Seule l'incertitude américaine avait à la fin du printemps quelque influence sur des prix orientés à la baisse depuis plusieurs mois.**

En réalité cela fait au moins quatre campagnes que le monde a bénéficié de conditions climatiques quasi-optimales

I Le blé au péril de la Mer Noire

Cours des matières premières - Blé



www.cercle-cyclope.com

© Rexecode

L'UE va réduire sa production, le Brésil transforme plus de cannes en éthanol, l'Inde devrait voir ses excédents diminuer

La même abondance prévaut en ce qui concerne les oléagineux avec un record de production en 2018/19 à près de 600 millions de tonnes, **le soja pesant pour plus de la moitié du total**, et des perspectives favorables pour la campagne suivante malgré les mêmes incertitudes en ce qui concerne les emblavements aux États-Unis.

La situation est à peu près identique pour le sucre même si l'impact de trois campagnes excédentaires et donc de prix bas commence à se faire sentir : l'UE va réduire sa production, le Brésil transforme plus de cannes en éthanol, l'Inde devrait voir ses excédents diminuer et on commence à anticiper un léger déficit mondial pour 2019/20.

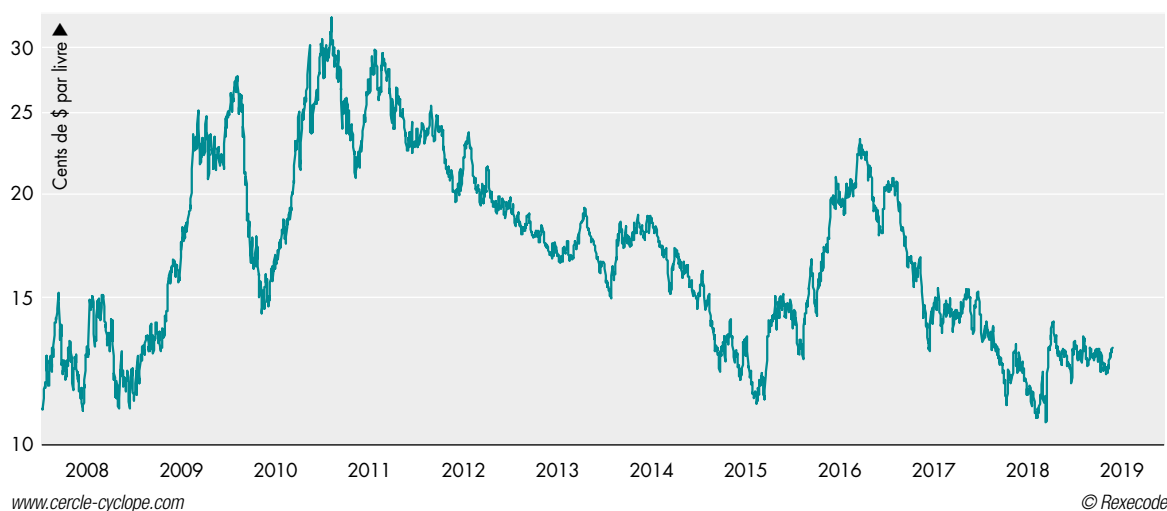
Mais bien d'autres productions agricoles affichent des bilans excédentaires liés en général à l'augmentation des productions comme pour le café et l'huile de palme ou à la stagnation de la demande dans le cas du caoutchouc naturel.

De manière générale, les « fondamentaux » poussent les marchés à la baisse du fait de ces embellies climatiques.

Un seul facteur, non pas climatique mais sanitaire, est venu perturber la situation des marchés agricoles. **Il s'agit bien sûr de la peste porcine africaine, devenue endémique en Chine mais qui touche l'ensemble du bassin Pacifique**, du Vietnam à l'Australie et qui pourrait s'étendre à l'Europe. Il est encore difficile d'en mesurer exactement l'ampleur : on parle d'un minimum de 10 % du cheptel chinois affecté mais certaines estimations vont jusqu'à 30 %. En trois ans en tout cas le cheptel de truies en Chine est passé de 38 à 27 millions. **Le niveau officiel des abattages est très probablement sous-évalué.** Ceci aura dans les mois à venir deux conséquences : d'une part la diminution des besoins chinois en protéines pour l'alimentation du bétail et donc moins d'importations de soja, d'autre part une augmentation des importations de viande porcine, même en tenant compte d'un report de la consommation chinoise vers les volailles et la viande bovine. **La question de la provenance de ces importations nous plonge là dans les affres des guerres commerciales qui dominent la scène mondiale.**

I Le sucre en pleine crise notamment en Europe

Cours des matières premières - Sucre



I L'agriculture en première ligne des conflits commerciaux

On a souvent parlé de l'arme alimentaire et les plus anciens se souviennent de l'embargo céréalier américain du 4 Janvier 1980 à l'encontre de l'URSS qui venait d'envahir l'Afghanistan. Cette année là, l'URSS devait importer 50 millions de tonnes de céréales. C'était vraiment une autre époque...

Depuis l'arme alimentaire a été utilisée avec parcimonie vis-à-vis de l'Irak (Food for oil) ou de l'Iran. Mais dans les conditions actuelles de marché, le véritable détenteur de l'arme alimentaire est le consommateur solvable. C'est ce qu'a compris Vladimir Poutine pour punir l'Europe de son attitude à propos de la Crimée en gelant toutes les importations russes de produits agricoles européens des pommes à la viande porcine. Ceci a d'ailleurs incité les autorités russes à encourager la production locale notamment de viandes.

C'est aussi la stratégie qu'utilise Xi Jinping dans le conflit qui l'oppose à Donald Trump. En 2017 les États-Unis avaient exporté pour 25 milliards \$ de produits agricoles vers la Chine dont 12 milliards \$ pour le seul soja. Alors que l'Europe dans des circonstances semblables ne pouvait guère taxer que le bourbon, **la Chine après avoir tâté du sorgho s'est attaqué au soja américain** : résultat en 2018 les exportations américaines de soja vers la Chine se sont limitées à 3 milliards \$. Les chinois se sont tournés pour l'essentiel vers le Brésil et dans une moindre mesure vers l'Argentine. Au début de 2019 la perspective de la négociation d'un accord Chine-États-Unis avait entraîné un geste de bonne volonté de la part de la Chine dont quelques grands opérateurs (au premier rang desquels Cofco qui ambitionne de devenir un négociant international de premier rang) avaient réalisé quelques achats. Depuis la rupture des négociations à



La Chine importera plus de viandes, là aussi sans que les États-Unis en profitent mais au bénéfice du Brésil, de l'Europe et peut-être même un peu de la Russie

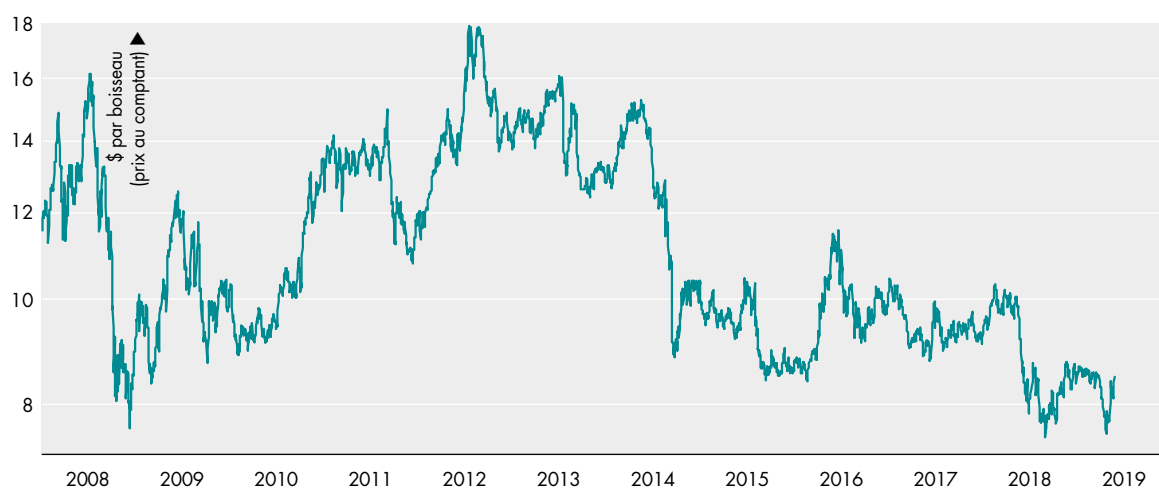
la fin avril, les importations chinoises de soja américain sont à nouveau gelées. **Paradoxalement la peste porcine africaine favorise la position chinoise dans la mesure où les besoins de la filière porcine chinoise vont diminuer.** En tenant compte de la production domestique (1,5 mt), la Chine consomme chaque année à peu près 100 millions de tonnes de graines de soja. L'impact de la PPA pourrait représenter en année pleine une baisse de la consommation de l'ordre de 1,5 millions de tonnes. Dans un

premier temps les récoltes sud-américaines seront suffisantes pour permettre à la Chine de se passer du soja américain au moins jusqu'à l'automne 2019.

Par contre la Chine importera plus de viandes, là aussi sans que les États-Unis en profitent mais au bénéfice du Brésil, de l'Europe et peut-être même un peu de la Russie. **Outre la flambée des prix de la viande de porc, le résultat en a été une forte chute de la graine de soja, passée début mai au-dessous de 8 \$ le boisseau.**

I Le soja au cœur des guerres commerciales

Cours des matières premières - Fèves de soja



www.cercle-cyclope.com

© Rexecode

Mais d'autres produits agricoles ont été touchés comme victimes collatérales de ces guerres commerciales : la Chine a ainsi puni le Canada, qui maintient en résidence surveillée la fille du fondateur de Huawei, en refusant pour des raisons « sanitaires » des cargaisons de graines de colza (canola) canadiennes. La Turquie, par contre, important acheteur de coton américain, a utilisé ce levier pour obtenir la suppression de la surtaxe qui touchait les exportations turques d'acier. L'Inde, dans la même situation, avait envisagé de taxer les exportations américaines d'amandes.

Seule l'Europe, vraiment bonne fille, s'apprête à ouvrir ses portes à l'éthanol américain et argentin ainsi qu'aux produits agricoles du Mercosur. C'est qu'alors que le nouveau Parlement européen s'apprête à poursuivre un détricotage de la Politique Agricole Commune qui apparaît irréversible, partout ailleurs on assiste à un renforcement des politiques agricoles.



I Le grand retour des politiques agricoles

C'est bien entendu des États-Unis qu'il faut parler d'abord. Dès 2018 Donald Trump avait utilisé les crédits de la Commodity Credit Corporation (dont la création remonte au New Deal de 1933) pour injecter 12 milliards \$ d'aide à l'agriculture : finalement 8,5 milliards \$ d'aides directes ont été versées pour l'essentiel aux producteurs de soja (1,65 \$ le boisseau). En mai 2019 a été annoncé un nouveau programme de 16 milliards \$ sur la base d'une aide à l'hectare cultivé, apparemment sans contrainte particulière pour le choix des productions. **Ceci devrait quand même favoriser le choix du soja** dont les coûts de production sont estimés par l'université de l'Iowa entre 8,86 \$ et 9,21 \$ le boisseau. De l'ordre de 2 \$ le boisseau cette aide compenserait le manque à gagner des farmers et les inciterait à voter pour leur républicain favori.

En Inde les élections sont passées mais le premier ministre Modi n'a pas oublié non plus ses électeurs ruraux en **augmentant les prix d'achat des produits entrant dans le circuit des subventions alimentaires.** L'Inde a aussi « aidé » à l'exportation de ses

excédents sucriers ce qui a contribué à l'effondrement des prix mondiaux.

Quant à la Chine elle est confrontée à la gestion d'énormes stocks publics de céréales dont on ne sait vraiment ni les volumes exacts, ni surtout l'état de conservation. Mais pour l'instant **le problème chinois du moment est celui du porc et plus largement celui des prix à la consommation** dans un contexte de ralentissement économique.

Il n'y a qu'en Europe que l'agriculture est passée au second plan à l'image d'élections européennes marquées par les excellents scores des partis écologistes. Le premier dossier du nouveau Parlement sera justement celui de la PAC qui devrait perdre ses derniers outils de gestion des marchés. **Mais l'Europe, devenue même presque importatrice nette de céréales, ne pèse plus guère au plan mondial.** Il est décidément loin le temps du « pétrole vert ». Sans pesticides, glyphosate et autres OGM, l'Europe est certes vertueuse mais la question alimentaire mondiale n'est plus vraiment sa préoccupation.

La Chine est confrontée à la gestion d'énormes stocks publics de céréales dont on ne sait vraiment ni les volumes exacts, ni surtout l'état de conservation

Les agriculteurs réclament pour leurs produits un « juste prix » leur permettant de couvrir la réalité de leurs coûts de production

I À la recherche de « justes prix »

Début Juin, les gouvernements de Côte d'Ivoire et du Ghana ont décidé de mettre en place un prix minimum de vente de leur cacao (à 2 600 \$ la tonne, c'est-à-dire un peu au-dessus de cours mondiaux relativement soutenus). Ils souhaitent ainsi obtenir « un juste prix des fèves de cacao » arguant du fait que la production mondiale est valorisée à moins de 10 milliards \$ alors que le marché du chocolat représente quelques 100 milliards \$.

Même si ces deux pays représentent près des trois quarts de la production mondiale, on peut douter de l'efficacité d'une pareille mesure : **le cacao est substituable – au moins en partie – dans le « goût » du chocolat** et les fèves se stockent mal dans les pays producteurs.

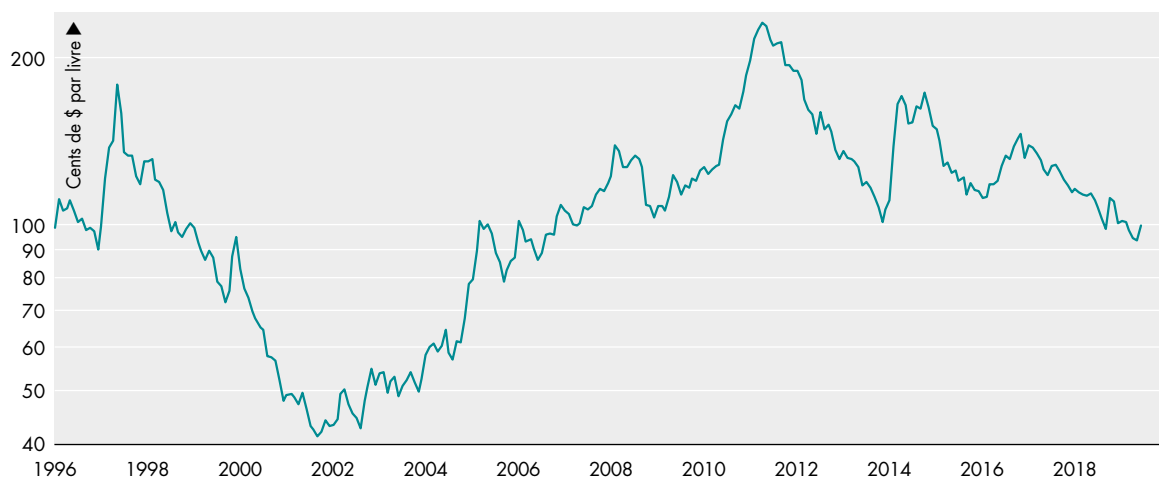
Mais au-delà on retrouve dans cette revendication des producteurs un discours souvent entendu, notamment en France à l'occasion des États Généraux de l'Alimentation en 2018. De manière légitime, les agriculteurs réclament pour leurs produits un « juste prix » leur permettant de couvrir la réalité de leurs coûts de production. Mais sur des marchés agricoles mondialisés **le prix obéit à la logique des fondamentaux** c'est-à-dire de l'équilibre entre l'offre et la demande.

Du fait des aléas climatiques et géopolitiques, **les prix agricoles sont par nature instables** et c'est du fait de cette instabilité que furent « inventés » au XIX siècle les premiers marchés dérivés, les marchés à terme, qui depuis se sont généralisés à ce que l'on appelle désormais les « commodités », des devises au pétrole, dont les produits agricoles ne représentent plus qu'une faible partie.



I Le café au plus bas depuis dix ans

Cours des matières premières - Café



www.cercle-cyclope.com

© Rexecode

Au niveau international, les tentatives de stabilisation des marchés agricoles ont toutes échoué

C'est d'ailleurs pour protéger le monde agricole de cette instabilité naturelle que furent mises en place les politiques agricoles évoquées plus haut. **Prix ou revenus agricoles dépendaient alors certes de considérations objectives en termes de coûts de production** mais aussi de rapports de force politiques liés au poids électoral du monde rural.

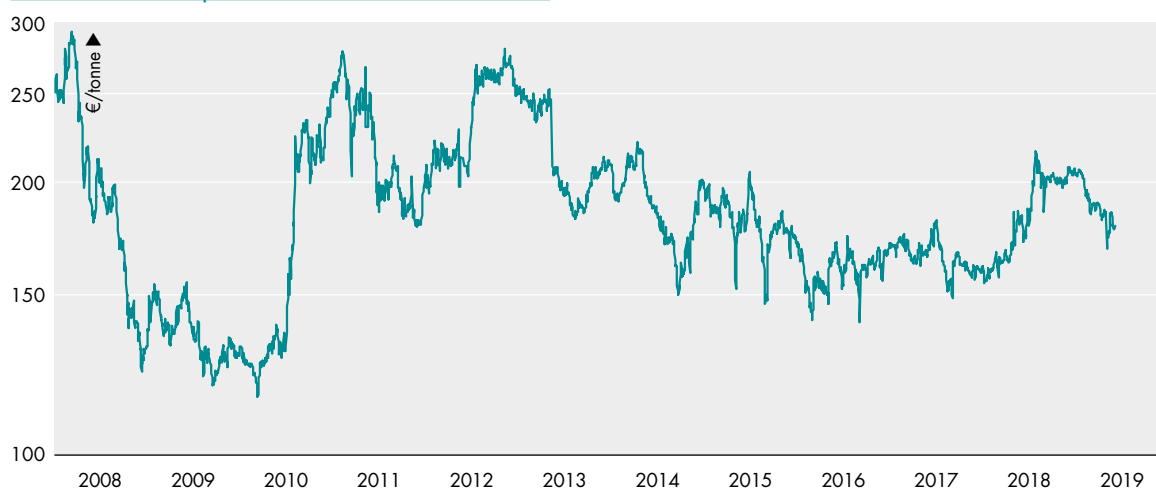
C'est ce qui explique tant la quasi-disparition de la PAC en Europe que le maintien, de Farm Bill en Farm Bill, des soutiens agricoles aux États-Unis du fait de la sur-représentation agricole et rurale au Sénat (il suffit de penser aux « primaires » de l'Iowa).

Au niveau international, les tentatives de stabilisation des marchés agricoles ont toutes échoué. Le premier accord international sur le blé remonte à 1934 et par la suite **des accords furent signés sur le sucre, le café, le cacao et le caoutchouc naturel**. Fondés soit sur des systèmes de quotas d'exportation, soit sur des stocks régulateurs, ils furent en général **peu efficaces et les derniers ont disparu** dans les années quatre-vingt du siècle dernier pour ne conserver dans le meilleur des cas que des fonctions statistiques.

Périodiquement l'idée de la stabilisation des marchés agricoles a été relancée – pour la dernière fois lors du G20 de 2010 – sans aucun succès.

I À nouveau en France en dessous des coûts de production

Cours des matières premières - Blé de meunerie à Paris



www.cercle-cyclope.com

© Rexecode

Pourtant le fait que les prix agricoles puissent faire l'objet de spéculations financières continue à choquer et un récent document du Vatican, s'en est même fait l'écho. La nature même des marchés dérive, qu'ils soient de produits agricoles ou d'autres commodités, est liée à l'activité spéculative puisqu'il faut anticiper ce que sera l'évolution des prix dans le futur. Mais ce qui paraît admissible pour le pétrole ou les métaux, l'est beaucoup moins pour ce qui est la nourriture du monde. En 2018, la Suisse a tenu ainsi une « votation » qui visait à interdire la spéculation sur les marchés agricoles. Elle n'a été repoussée que de justesse mais cela montre bien l'incompréhension du grand public face au fonctionnement réel des marchés.

À cela il faut ajouter le fait – illustré par le cacao et le chocolat – que la part agricole des produits alimentaires est de plus en plus faible avec la montée en puissance des valeurs ajoutées issues de la transformation et de la commercialisation de produits intégrant de plus en plus de services et de marketing.

C'est à ce niveau – celui du marketing – que se situent quelques « niches » fondées sur l'authenticité des produits, sur leur caractère « équitable » ou « naturel », sur la traçabilité de l'approvisionnement des industriels. C'est là une manière – par essence limitée – de sortir de l'univers des commodités qui régit l'essentiel des marchés agricoles mondiaux.

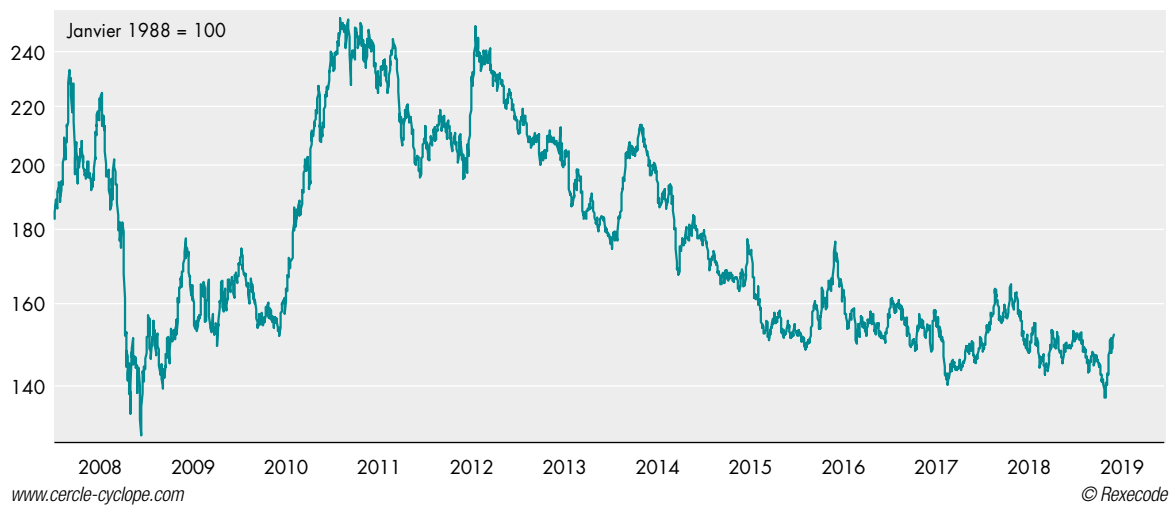
Au niveau mondial le « juste prix » agricole reste donc une utopie. Dans nombre de pays la gestion des prix agricoles aux producteurs et alimentaires aux consommateurs les plus pauvres (ceux qui peuvent déclencher des « émeutes de la faim ») reste une affaire politique. La Chine, l'Inde, les États-Unis en sont le meilleur exemple. L'Europe a fait un choix différent et son agriculture est désormais exposée aux tempêtes de marchés mondiaux parfois « favorables » (porc et soja à l'importation en 2019), souvent aussi contraires (sucre, blé...) « La hausse est à craindre, la baisse à redouter » dit-on sur les marchés. Voilà qui reste à méditer au cœur des turbulences de 2019.

Dans nombre de pays la gestion des prix agricoles aux producteurs et alimentaires aux consommateurs les plus pauvres reste une affaire politique



I La baisse des prix alimentaires mondiaux

Cours des matières premières - Produits alimentaires



PRISME - 25

L'analyse de la conjoncture et de l'actualité agricole et agroalimentaire - Juin 2019

Directeur de la publication : Philippe CHAPUIS

Rédacteur en chef : Isabelle JOB-BAZILLE

Rédacteurs : Philippe Chalmin (Cyclope), Béatrice Eon de Chezelles, Benoit Bousquet, Frédéric Tessier, Véronique Vigner, Noël Isorni, Sophie Caron.

Cette publication reflète l'opinion de Crédit Agricole S.A., à la date de sa publication, sauf mention contraire (contributeurs extérieurs). Cette opinion est susceptible d'être modifiée à tout moment sans notification. Elle est réalisée à titre purement informatif. Ni l'information contenue, ni les analyses qui y sont exprimées ne constituent en aucune façon une offre de vente ou une sollicitation commerciale et ne sauraient engager la responsabilité du Crédit Agricole S.A. ou de l'une de ses filiales ou d'une Caisse Régionale. Crédit Agricole S.A. ne garantit ni l'exactitude, ni l'exhaustivité de ces opinions comme des sources d'informations à partir desquelles elles ont été obtenues, bien que ces sources d'informations soient réputées fiables. Ni Crédit Agricole S.A., ni une de ses filiales ou une Caisse régionale, ne sauraient donc engager sa responsabilité au titre de la divulgation ou de l'utilisation des informations contenues dans cette publication. Réalisation : Art6 - Photos : 123rf.



PRISME - 25

L'analyse de la conjoncture et de l'actualité agricole et agroalimentaire - Juin 2019

ABONNEZ-VOUS GRATUITEMENT

▮ <https://etudes-economiques.credit-agricole.com> ▶ Rubrique Secteur
▶ Agriculture et Agroalimentaire



CRÉDIT AGRICOLE S.A.



Avec Ecofolio
tous les papiers
se recyclent.