

SLE Publication Series - S234 -



SLE

**Les Petites et Moyennes Exploitations
Agricoles face aux structures
de supermarchés.**



SLE Publication Series –S234–

Étude du Centre de Formation Supérieure pour le Développement Rural (SLE)
sur commande de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
(FAO) et de la
Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ)
au sujet de

Les Petites et Moyennes Exploitations Agricoles face aux structures de supermarchés.

Commercialisation des produits agricoles en Tunisie et au Maroc à l'exemple de trois filières.

Auteurs

Ralf Arning (Chef d'équipe), Christin Bauer, Constanze Bulst, Annalena Edler,
Daniel Fuchs, Alexandra Safi

Avec la contribution de

En Tunisie

Lokman Zaibet (Coordinateur des homologues tunisiens), Imèn Bouaziz, Asma El
Hamzaoui, Marouen Selmi, Imèn Zaoui,

Au Maroc

Yahya Faress et Abdelkhalek Mortad

Décembre 2008



Résumé

Depuis les années 90, les grandes chaînes de supermarchés ont découvert les pays émergents et les pays en voie de développement comme nouveaux débouchés. Ayant commencé en Amérique latine, cette expansion s'est poursuivie en Asie pour enfin atteindre aussi l'Afrique.

Cette évolution entraîne un **changement majeur des circuits de distributions** classiques. Les supermarchés détiennent une part toujours croissante du marché, y inclus le secteur des fruits et légumes frais, non transformés. En même temps, les **exigences des supermarchés** en termes de normes de qualité, de quantités prédéfinies et de ponctualité de la livraison requièrent des structures de production et de distribution plus intensives, efficaces et rationalisées. La majorité des petites et moyennes exploitations agricoles (PMEA) ne sont pas en mesure de répondre à ces exigences. En conséquence, elles se voient exclues des structures de distribution modernes pendant que leurs **débouchés traditionnels décroissent**. Les PMEAs se sentent ainsi de plus en plus sous pression.

Dans les pays du Maghreb, **l'expansion des supermarchés** présente encore un phénomène relativement récent. Néanmoins, en vue de l'évolution dans d'autres pays, on peut s'attendre à un développement similaire à celui de l'Amérique latine et de l'Asie. La présente étude contribue à la **description de ce processus** et à **l'appréciation des conséquences** de cet évolution pour les PMEAs. A cette fin, elle analyse les relations entre les PMEAs et les grandes et moyennes surfaces (GMS) à l'exemple de **trois filières spécifiques**. Il s'agit de la filière des agrumes frais dans la région côtière de Nabeul et de la filière de la pomme de terre dans la région intérieure de Kairouan en Tunisie ainsi que de la filière de la pomme de terre dans la région intérieure du Saïss au Maroc. Cette analyse permet d'identifier les **défis et les opportunités** liés au changement des structures de distribution pour les PMEAs. Le processus de mise en œuvre de ce travail de recherche a parallèlement ciblé un **développement mutuel des capacités** au travers de la collaboration entre l'équipe SLE et des étudiants de **deux écoles d'agriculture** en Tunisie et au Maroc.

Le secteur agricole dans les deux pays examinés est dominé par les petites et moyennes exploitations agricoles, caractérisées par une forte **parcellisation de leur foncier**. L'âge moyen des agriculteurs s'avère relativement élevé ainsi que le taux d'analphabétisme. Ces facteurs compliquent l'intégration potentiel de ces acteurs dans les structures de distribution modernes. En comparaison avec le Maroc, l'expansion des supermarchés en Tunisie reste encore plus timide. Dans le secteur des fruits et légumes frais, **la part de marché des GMS** ne présente que 1-2%,

tandis qu'au Maroc celle-ci s'élève à 10% environ. Dans les deux pays, des **répercussions directes** sur la commercialisation des PMEAs n'ont pas encore pu être constatées. Les supermarchés s'approvisionnent à travers de différents canaux : au Maroc ils s'appuient surtout sur des **centres de distribution** qui assurent la livraison aux différents magasins d'une chaîne respective. Ces centres se procurent de leur marchandise d'un côté auprès du marché central mais ils achètent également de plus en plus auprès des **fournisseurs préférés** ou chez des **grands producteurs**. En Tunisie, il existe de stratégies diverses d'achat : la voie classique par les **marchés de gros** régionaux, les contrats avec de différents fournisseurs ainsi qu'avec de grands producteurs agricoles ou bien l'achat centralisé par voie d'un centre de distribution similaire au modèle rencontré au Maroc.

Les différentes **caractéristiques structurelles** du secteur agricole mentionnées ci-dessus rendent difficile une collaboration directe entre PMA et GMS. On n'en trouve que quelques rares exemples de ce type. Au delà, un **manque de structuration horizontale** des producteurs agricoles s'ajoute auxdites difficultés. De manière générale, un producteur seul n'est pas en mesure de satisfaire les exigences d'une chaîne de supermarchés par rapport à **la qualité, la quantité des produits et la ponctualité** de la livraison. En outre, on constate un **manque de prestations de services financiers et d'appui-conseil ciblés** sur la promotion de la commercialisation et adaptés aux besoins des producteurs agricoles.

En dépit de ces obstacles, quelques exemples montrent qu'une **collaboration entre PMA et GMS** est bien possible. Au Maroc, la chaîne Marjane en a fait un objectif de la politique interne de l'entreprise d'établir et de développer des relations d'affaires avec des petites exploitations présélectionnées. En Tunisie, un autre exemple présente le cas de Monoprix qui s'adresse à des petites exploitations pour s'approvisionner des produits biologiques.

En vue de l'évolution globale, un **accompagnement actif des acteurs** et surtout des PMEAs de la part de l'Etat est nécessaire dans une double optique : Il est question de **créer les conditions cadres politiques et institutionnelles** nécessaires qui puissent assurer la participation d'un grand nombre d'acteurs et de PMEAs aux marchés dynamiques changeants. Parallèlement il est essentiel de promouvoir la **valorisation et la mise à niveau des circuits de distribution classiques**. Afin d'atteindre ces objectifs de manière durable **l'active participation de tous les acteurs** d'une filière à la réflexion, au développement de stratégies et au processus de transformation est indispensable si l'on veut que les réformes induites soient soutenues par une large base d'acteurs et ainsi durablement ancrée. La promotion de **la communication, la concertation et la coopération entre tous les concernés** des niveaux micro, méso et macro est primordiale à cet égard.

Au niveau des producteurs, c'est surtout la **promotion des regroupements horizontaux** complétée par le **développement des capacités managériales et entrepreneuriales**, qui doivent être au cœur des programmes d'appui. Une structuration horizontale contribuera entre autres au renforcement nécessaire du **pouvoir de négoce** des PMEAs, à la capacité des producteurs d'approvisionner les acheteurs et aux prestations de services au profit des producteurs. Ces prestations de services, en général, ne doivent pas seulement cibler l'efficacité de la production mais aussi la commercialisation ainsi que la réalisation et **l'augmentation de la valeur ajoutée**.

A ces fins, les instruments de la **promotion de chaînes de valeur ajoutée** ainsi que la mise en œuvre de **formations entrepreneuriales** présentent des mesures concrètes et prometteuses au profit de chacun des acteurs d'une filière et particulièrement des producteurs agricoles.