
Informations internes sur L'AGRICULTURE

Intégration verticale et contrats en agriculture

I. R.F. d'Allemagne

COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

DIRECTION GENERALE DE L'AGRICULTURE

DIRECTION «ECONOMIE ET STRUCTURE AGRICOLES» – DIVISION «BILANS, ETUDES, INFORMATION»

*La reproduction, même partielle, du contenu de ce rapport est subordonnée
à la mention explicite de la source*

Informations internes sur L'AGRICULTURE

Intégration verticale et contrats en agriculture

I. R.F. d'Allemagne

COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

DIRECTION GENERALE DE L'AGRICULTURE

DIRECTION «ECONOMIE ET STRUCTURE AGRICOLES» – DIVISION «BILANS, ETUDES, INFORMATION»

AVANT PROPOS

La présente étude sur l'intégration verticale, la participation ou la négociation de contrats en agriculture a été réalisée par un groupe d'experts dans le cadre du programme d'études de la Direction générale de l'agriculture.

Le présent document constitue le rapport pour la république fédérale d'Allemagne. Il a été établi par :

R. von ALVENSLEBEN, professeur à l'

"Institut für Agrarpolitik, Marktforschung und
Wirtschaftssoziologie der Universität Bonn"

(Institut de politique agricole, d'étude de marché et de sociologie
économique de l'université de Bonn) et, depuis le 1er octobre 1972,
à l'

"Institut für Agrarökonomie der Universität GÖTTINGEN
(Institut d'économie agricole de l'université de Göttingen)

en collaboration avec :

MM. W. ESSELMANN

M. LUCKEMEYER

O. OTTMANN

du premier de ces instituts.

Les autres rapports sont publiés en annexe.

Les divisions "Bilans, études, informations" et "Conditions de concurrence en agriculture" de la Direction générale de l'agriculture ont participé aux travaux.

La présente étude ne reflète pas nécessairement la position de la Commission des Communautés européennes dans ce domaine et ne préjuge nullement de l'attitude future de la Commission à ce sujet.

S O M M A I R E

	<u>Page</u>
Introduction et définition des notions	1
1. Blé de force	3
1.1. Situation du marché et processus de commercialisation	3
1.2. Formes et extension de l'intégration verticale	5
1.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	7
2. Orge de brasserie	8
2.1. Situation du marché et processus de commercialisation	8
2.2. Formes et extension de l'intégration verticale	10
2.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	13
3. Houblon	15
3.1. Situation du marché et processus de commercialisation	15
3.2. Formes et extension de l'intégration verticale	16
3.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	17
4. Pommes de terre	21
4.1. Pommes de terre fraîches de consommation	22
4.1.1. Situation du marché et processus de commercialisation	22
4.1.2. Formes et extension de l'intégration verticale	22
4.1.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	23
4.2. Pommes de terre hâtives	24
4.2.1. Situation du marché et processus de commercialisation	24
4.2.2. Formes et extension de l'intégration verticale	24
4.2.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	27

	<u>Page</u>
4.3. Pommes de terre industrielles	29
4.3.1. Situation du marché et processus de commercialisation	29
4.3.2. Formes et extension de l'intégration verticale	31
4.3.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	34
5. Légumes et fruits industriels	35
5.1. Situation du marché et processus de commercialisation	35
5.2. Formes et extension de l'intégration verticale	38
5.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	40
6. Betteraves sucrières	42
6.1. Situation du marché et processus de commercialisation	42
6.2. Formes et extension de l'intégration verticale	42
6.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	43
7. Porcs à l'engrais	44
7.1. Situation du marché et processus de commercialisation	44
7.2. Formes et extension de l'intégration verticale	49
7.2.1. Intégration verticale par contrat	49
7.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises	55
7.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	57
8. Veaux et bovins de boucherie	63
8.1. Situation du marché et processus de commercialisation	63
8.2. Formes et extension de l'intégration verticale	65
8.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	67
9. Oeufs	69
9.1. Situation du marché et processus de commercialisation	69
9.2. Formes et extension de l'intégration verticale	77
9.2.1. Intégration verticale par contrat	77
9.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises	85

9.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	89
10. Viande de volaille	94
10.1. Situation du marché et processus de commercialisation	94
10.2. Formes et extension de l'intégration verticale	96
10.2.1. Intégration verticale par contrat	96
10.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises	100
10.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	102
11. Lait	104
11.1. Situation du marché et processus de commercialisation	104
11.2. Formes et extension de l'intégration verticale	107
11.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale	110
12. Facteurs qui déterminent le degré variable d'intégration verticale sur les divers marchés agricoles	111
12.1. Possibilités d'améliorer l'efficacité de la production et de la commercialisation	113
12.2. Possibilités de réduire les risques inhérents à l'écoulement et à l'approvisionnement	114
12.3. Possibilités d'améliorer la position sur le marché	117
12.4. Analyse des facteurs qui déterminent l'intégration verticale	121
13. Effets de l'intégration verticale	125
13.1. Efficacité de la production et de la commercialisation	125
13.2. Stabilité du marché	126
13.3. Position des agriculteurs sur le marché	130
13.4. Revenu des agriculteurs et prix aux consommateurs	134

INTRODUCTION ET DEFINITIONS

Le présent rapport concerne la situation, les facteurs déterminants et les effets des diverses formes que revêt l'intégration verticale dans l'agriculture de la RFA. L'intégration verticale porte, selon SCHOPEN (1) sur les cas suivants :

1. Intégration verticale par contrat : elle regroupe :

- a) les contrats individuels entre les producteurs agricoles et leurs partenaires sur le marché,
- b) les contrats collectifs entre les groupements de producteurs agricoles et les partenaires sur le marché aux stades suivants de l'activité économique et
- c) les engagements statutaires de livraison dans les coopératives et les sociétés agricoles de capitaux.

2. Intégration verticale des entreprises : elle comprend selon SCHOPEN (2)

- a) l'interpénétration verticale des entreprises
- b) le groupement vertical d'entreprises et
- c) la création à l'intérieur d'entreprises existantes d'établissements appartenant à des secteurs économiques situés en amont et en aval.

3. Les co-entreprises : il s'agit ici d'un cas particulier de l'interpénétration verticale des entreprises, qui sera examiné spécialement dans le cadre de l'étude. Une co-entreprise (joint venture) est une filiale commune d'entreprises dont l'activité se situe à des stades différents du marché. Ce qui nous intéresse surtout ici, ce sont les entreprises exploitées en commun par les agriculteurs ou leurs coopératives et les entreprises situées en aval.

1) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration in der Landwirtschaft.
Thèse Bonn 1966, p. 15 sq.

2) W. SCHOPEN : op.cit. p. 17 et sq.

L'étude se concentre sur les formes de l'intégration verticale auxquelles participent directement les producteurs agricoles. Il n'est pas tenu compte des formes d'intégration aux stades suivants de l'activité économique.

Ont été examinés : les produits agricoles ci-après : blé de force, orge de brasserie, houblon, pommes de terre, légumes et fruits industriels, betteraves sucrières, porcs à l'engrais, bovins de boucherie, veaux de boucherie, œufs, volailles et lait.

On trouvera dans ce rapport des informations que les auteurs ont rassemblées à partir d'ouvrages et de revues spécialisées et de demandes orales et écrites adressées à de nombreuses autorités, organisations et firmes. Bien que le manque de temps et de moyens n'ait pas permis de réaliser une étude très large, le présent rapport donne, sinon une image complète et détaillée, du moins une vue d'ensemble de la situation actuelle, de l'évolution, des facteurs déterminants et des effets de l'intégration verticale dans l'agriculture allemande. L'appréciation détaillée des diverses formes d'intégration verticale devrait faire l'objet d'études particulières plus poussées.

1. Blé de force

1.1. Situation du marché et processus de commercialisation

Le marché allemand du blé est caractérisé par d'importantes interventions de l'Etat. Au cours des campagnes 1967/68 à 1970/71, en moyenne 26 % de la production utilisable ou 42,7 % du blé vendu par les agriculteurs ont fait l'objet d'interventions ou ont été dénaturés en aliments pour animaux. Si l'en ne tient pas compte des années de maigre récolte (1970/71), le niveau des prix tend donc en général vers le niveau du prix d'intervention. Le blé pouvant servir de blé de mélange fait cependant exception à cette règle; pour cette variété de blé, les minoteries paient normalement un prix qui se situe au-dessus du niveau du prix du blé normal.

La plus grande partie des besoins en blé de mélange est couverte par des importations en provenance des pays tiers. Ainsi que le montre le tableau 1, la proportion de blé en provenance des pays tiers par rapport aux quantités totales traitées a diminué au cours des dernières années.

TABLEAU 1

Production utilisable, ventes des agriculteurs et quantités de blé traitées en RFA (en milliers de tonnes)

	1967/68	1968/69	1969/70	1970/71
Production utilisable	5644	6012	5820	5492
Ventes des agriculteurs	3307	3681	3599	3434
Quantités traitées dont	3944	3763	3799	3736
blé indigène	2608	2050	2667	2518
blé en provenance des pays de la Communauté	342	720	699	492
blé en provenance des pays tiers	994	993	833	726
Blé en provenance des pays tiers par rapport à la quantité totale traitée (en %).	25,2	26,4	21,9	19,4

Source : BML. Mühlenstelle (Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts - La Meunerie).

Cette situation s'explique, d'une part par l'amélioration de la qualité moyenne du blé indigène et, d'autre part, par l'augmentation de la production de blé de force allemand.

Il est difficile d'évaluer la quantité de blé de force produite en Allemagne. Si l'on définit le blé de force dans l'esprit du 6ème règlement d'application de la loi sur la structure du marché (Marktstrukturgesetz) du 14 avril 1970 comme "l'ensemble des variétés dont la valeur minimale de sédimentation est de 30 et dont la teneur brute minimale en protéines de la matière sèche est de 12 % pour un facteur de conversion de l'azote de 5,7"¹⁾, plus de la moitié de la production allemande de 1970 entre dans cette catégorie. Ne peuvent toutefois être payés à un prix supérieur par rapport au blé de qualité normale que les lots suffisamment importants présentant une grande pureté variétale qui ont été conditionnés et stockés séparément. Seuls quelques lots peu importants peuvent remplir ces conditions. Ainsi, pour 1970, les offres de blé de force au Schleswig-Holstein et en Bavière ont été évaluées respectivement à 120.000 et à 31.000 tonnes ²⁾. Dans les autres Länder, également, de petites quantités dont on ne connaît pas l'importance ont été commercialisées.

Ce sont le secteur commercial et les coopératives qui assurent principalement l'écoulement du blé de force, dont une partie est également vendue directement aux minoteries.

En 1970/71, il y avait encore 4.746 minoteries en RFA. Les 83 minoteries dont la capacité de production annuelle est supérieure à 10.000 t ont assuré 64,3 % de quantités totales traitées de blé tendre et de seigle (voir tableau 2).

1) H.J. RECKE et M. SOTZECK : Marktstrukturgesetz mit Erläuterungen und Materialien. Hildesheim, p. 103.

2) H. BOLLING : Qualitätsweisen als Voraussetzung besserer Fertigerzeugnisse. Detmold 1971.

TABLEAU 2

Classification des minoteries allemandes selon la taille des établissements (1970/71).

Catégories de minoteries (en tonnes de quantités traitées annuellement)	Nombre d'établissements		Blé tendre et seigle	
	Nombre	%	en milliers de tonnes	en %
Jusqu'à 1.000 t	4.258	89,8	488,2	10,0
entre 1.000 et 3.000 t	246	5,2	409,0	8,4
" 3.000 et 5.000 t	86	1,8	323,3	6,6
" 5.000 et 7.500 t	45	0,9	286,7	5,9
" 7500 et 10000 t	28	0,6	232,2	4,8
plus de 10.000 t	83	1,7	3.137,6	64,3
au total	4.746	100	4.877,0	100

Source : Mühlenstelle

Toutefois, la concentration effective de la demande de blé de meunerie devrait être supérieure à ce qu'indiquent les statistiques relatives aux diverses catégories d'importance des établissements. En 1966 déjà, le chiffre d'affaires des 12 groupements de meuneries les plus importants atteignait 43,3 % du chiffre d'affaires total du secteur considéré ¹⁾. En 1971, sept groupements de meuneries seulement se seraient partagé 75 % du chiffre d'affaires total dudit secteur ²⁾.

1.2. Fermes et extension de l'intégration verticale

Au 15 décembre 1971, il y avait en RFA 136 groupements agréés de producteurs (anerkannte Erzeugergemeinschaften) de blé de force; 44 autres groupements avaient été créés, mais n'avaient pas encore été agréés ³⁾. La plupart d'entre eux cultivent surtout du blé de force. En outre, il existe en Bavière environ 20 à 30 "associations de producteurs" (Erzeugerringe), qui ont été créées non pas en vertu de la loi sur la structure du marché (Marktstrukturgesetz), mais en vertu de la loi bavaroise sur la promotion de l'agriculture (Bayerische Landwirtschaftsförderungsgesetz)⁴⁾.

1) E. BATZER et M. ELI : Der deutsche Agrarmarkt. Francfort 1970, p. 89

2) Verbraucherpolitische Korrespondenz, n° 23/1971.

3) Agrarbericht 1972 ^{der} Bundesregierung (Rapport agricole de 1972 du Gouvernement fédéral). Materialband, p. 295.

4) G. SCHRAMM : Erzeugerzusammenschlüsse der pflanzlichen Produktion in Bayern Der Kartoffelbau 6 1971, p. 153

En vertu de la loi sur la structure du marché ¹⁾, les membres des groupements de producteurs sont tenus, soit "d'offrir à la vente, par l'intermédiaire du groupement de producteurs, la totalité des produits destinés à la vente qui font l'objet de l'activité du groupement des producteurs" (groupement d'offres), soit d'effectuer la vente conformément "à des règles communes de vente" (groupement de ventes). Ces règles communes de vente doivent porter sur le prix à exiger, sur la date de la livraison, ainsi que sur les conditions commerciales; elles ne doivent cependant pas figurer dans les contrats conclus avec les acheteurs.

Il semble bien que la plupart des groupements de producteurs de blé de force soient du type groupements de ventes. Par conséquent, les liens qui les unissent aux acheteurs sont relativement lâches. Dans quelques rares cas, les partenaires commerciaux des groupements de producteurs ont fait appel aux aides aux investissements visées à l'article 6 de la loi sur la structure du marché. Pour bénéficier d'une telle aide, les contrats doivent être conclus pour une durée minimum de trois ans. En Bavière, les contrats ont porté sur 4.460 t de blé de force.

Cependant, un certain nombre de contrats de culture, de livraison et d'achat, soumis en partie dès 1963 par plusieurs grandes minoteries, ont acquis une certaine importance.²⁾ Le contrat est conclu entre les producteurs, l'entreprise de collecte et la minoterie sur la base des clauses suivantes :

1. Le producteur s'engage à produire une certaine quantité de blé de mélange de la variété souhaitée par la minoterie.

1) H.J. RECKE et M. SOTZECK : op. cit. pp. 27 - 34.

2) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration in der Landwirtschaft. Thèse Bonn 1966, P. 71.

2. Le producteur s'engage en outre à livrer à la minoterie la quantité fixée par le contrat par l'intermédiaire de l'entreprise de collecte auprès de laquelle il doit aussi acheter les semences certifiées. La minoterie s'engage à acheter la quantité fixée par le contrat.
3. Le blé livré à la meunerie doit être d'une qualité marchande irréprochable; il doit posséder une grande pureté variétale et ne peut être mélangé.
4. Le producteur s'engage à utiliser des semences certifiées et à respecter certaines directives pour la production du blé de force.
5. Les livraisons de blé s'effectuent sur la base du prix du jour en vigueur pour le blé de qualité moyenne, compte tenu du résultat de l'analyse qualitative effectuée lors de la prise en charge de la marchandise au lieu de réception de la minoterie. Des majorations de prix sont accordées au producteur pour la culture des variétés Pantus et Kolibri. En outre, la minoterie accorde d'autres majorations de prix à l'entreprise de collecte ou au producteur pour une certaine teneur en protéines et une certaine valeur de sédimentation.
6. Le blé doit être livré et pris en charge avant le 31 décembre de l'année considérée. La minoterie établit un programme de livraisons échelonnées, que le producteur doit respecter.

La quantité de blé de force produite sur la base de tels contrats est évaluée à 60.000 t.

1.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Ce qui incite le producteur à conclure des contrats, c'est la certitude de vendre sa marchandise à un prix supérieur au prix d'intervention ou au prix pratiqué sur le marché. La politique des contrats permet à la minoterie d'acquérir des lots uniformes d'une grande pureté variétale, de sorte qu'une partie du blé de mélange en provenance d'outre-mer peut être remplacée par du blé indigène moins cher. En outre, le programme de livraisons échelonnées permet des prévisions à plus long terme en ce qui concerne l'achat des produits de base.

En dépit de ces avantages évidents, les deux parties ne sont pas toujours disposées à conclure des contrats. Les producteurs considèrent généralement les majorations de prix proposées comme insuffisantes. De plus, les grosses exploitations qui disposent d'installations de séchage et de capacités de stockage, préfèrent attendre jusqu'à février - mai avant de livrer la marchandise afin de bénéficier intégralement de la hausse des cours. Les minoteries témoignent en général encore d'une certaine réserve à l'égard du blé de mélange indigène, réserve qui est motivée en particulier par le fait que l'homogénéité de ce blé indigène ne peut probablement pas égaler celle du blé d'outremer. En outre, la qualité moyenne de la production de blé indigène s'est tellement améliorée au cours des dernières années que les minoteries peuvent également se procurer sur le marché libre, éventuellement à des prix plus avantageux du blé indigène pouvant servir de blé de mélange.

2. Orge de brasserie

2.1. Situation du marché et processus de commercialisation

En raison de la consommation croissante de bière, la demande d'orge de brasserie en RFA augmente continuellement. En 1971/72, environ 39 % de la récolte d'orge de printemps ont été vendus comme orge de brasserie (1970/71 : 32 %). La production nationale d'orge de brasserie représente 61 % du marché (1969/70 : 42 %). Le tableau 3 ci-dessous donne un aperçu de la situation sur le marché allemand de l'orge de brasserie au cours des dernières années :

TABLEAU 3 :

Approvisionnement de la RFA en orge de brasserie

	1967/68	1968/69	1969/70	1970/71	1971/72
1. Production d'orge de printemps					
surface cultivée (en centaines d'ha)	907	894	966	1.013	981
Rendement (quintaux/ha)	33	34	36	29	36
Quantité récoltée (en milliers de t)	3014	3071	3443	2.939	3574
dont orge de brasserie (en %)	28	39	37	32	39
2. Besoins en orge de brasserie (en milliers de tonnes)	1935	2073	2170	2.259	2289
dont production nationale	857	1186	1259	950	1400
% du marché couvert par l'orge indigène	44	57	58	42	61

Source : 10ème rapport statistique du "Deutscher Brauerbund" Bonn-Bad Godesberg (1971) p. 191 et chiffres donnés par le Deutscher Brauerbund.

Le secteur commercial et les coopératives assurent la plus grande partie des ventes de l'orge de brasserie produit en Allemagne; une partie est cependant vendue directement aux malteries et aux brasseries. Au cours des dernières années, une quantité sans cesse croissante de malt a été fabriquée en dehors des brasseries. Actuellement, les malteries autonomes produisent environ 70 % du malt allemand (1). Les brasseries allemandes sont encore partiellement constituées par des petites et moyennes entreprises. En 1970, il y avait 1815 brasseries industrielles (1960 : 2218). Plus des deux tiers de ces brasseries se trouvent en Bavière. 7,5 % de la production totale de bière sont assurés par 66,4 % des entreprises. Les 32 entreprises les plus importantes couvrent 33,7 % du marché (2). La concentration des entreprises progresse

1) 10ème Rapport statistique du Deutscher Brauerbund. Bonn - Bad Godesberg

2) 10ème Rapport statistique du Deutscher Brauerbund op.cit. p. 61.

beaucoup plus nettement. Au mois d'août 1972, le principal groupe allemand de brasseries détenait 18,4 % du marché, suivi par deux autres groupes couvrant respectivement 8,9 et 7,8 % (1)

2.2. Formes et développement de l'intégration verticale

C'est en 1971 qu'un nombre appréciable de contrats de culture, de livraison et d'achat ont été conclus pour la première fois sur le marché allemand de l'orge de brasserie. L'importance et la forme de ces contrats différaient sensiblement selon les Länder. Actuellement, on distingue les types de contrats suivants :

1. Contrats d'une année basés sur des accord cadres, négociés entre les associations des secteurs économiques concernés.
2. Contrats de trois ans conclus dans le cadre des groupements de producteurs conformément à l'article 6 de la loi allemande sur la structure du marché.
3. Autres contrats d'un an prévoyant des prix fixes ou minima.

Ad. 1 : Au printemps 1971, un accord-cadre a été conclu en Bavière entre le le "Bayerischer Bauernverband", la "BayWa", le "Bayerischer Raiffeisenverband", le "Lagerland", le "Landhandelsverband", le "Bayerischer Mälzerbund" et le "Bayerischer Brauerbund" (2). A cette occasion, un contrat type a été élaboré, qui doit servir de modèle pour les contrats conclus entre les producteurs et les acheteurs. Le secteur commercial et les coopératives se couvrent de leur côté par des contrats de réassurance avec les malteurs, contrats dont les conditions sont négociées simultanément. Le contrat type entre les producteurs et les commerçants ou les coopératives comprend les clauses suivantes : le producteur s'engage "à cultiver la variété homogène importée qui lui a été recommandée pour sa région afin d'assurer une qualité uniforme de brassage et "à livrer à l'acheteur, franco entrepôt quintaux de sa production d'orge de brasserie immédiatement après la récolte".

1) Chiffres fournis par le Deutscher Brauerbund.

2) H. BARTSCH : Der Absatz von Braugerste über Vertragspolitik. Warenbetriebliche Information 2 (1971), S. 53 - 56.

H. BARTSCH : Die Braugerstenabkommen 1971/72. Ernährungsdienst vom 15.1.1972.

L'acheteur s'engage "à acheter la quantité fixée par le contrat et livrée dans les délais prévus" et "à payer un prix d'achat net de 38,5 marks le quintal d'orge de brasserie", pour autant que cet orge réponde aux normes de qualité. De leur côté, les malteries se sont engagées à racheter au secteur commercial et aux coopératives la marchandise à 42 marks le quintal, franco malterie.

En 1971, de 100.000 à 150.000 t d'orge de brasserie au total (c'est-à-dire environ 15 à 20 % de la production bavaroise d'orge de brasserie) ont fait l'objet d'avant-contrats. L'accord-cadre précité recommandait de faire porter les avant-contrats sur 40 à 50 % de l'orge de brasserie, pour que le reste de la production libre bénéficie au maximum de l'évolution des prix.

En mars 1972, un nouvel accord-cadre a été conclu en Bavière. A cette occasion, le prix à la production a été fixé à 39,25 DM le quintal et le prix rendu à la malterie à 42,5 DM le quintal. Il semble qu'environ 25 % de la surface cultivée aient été placés sous contrat.

Au Bad-Wurtemberg, où les négociations ont tout d'abord échoué en 1971, un accord cadre a aussi été conclu au printemps 1972. Les partenaires se sont mis d'accord sur un prix à la production de 39,75 à 40 DM le quintal d'orge de brasserie de la récolte 1972. En ce qui concerne les autres L'änder, nous n'avons pas connaissance de la conclusion de tels accords-cadres.

Ad 2 Bien qu'aucun accord-cadre n'ait été conclu au Bad-Wurtemberg en 1971, la culture contractuelle dans ce Land a pris une ampleur considérable. Environ 40.000 t d'orge de brasserie (soit environ 25 % de la surface cultivée) ont fait l'objet de contrats (1).

Les contrats sont basés sur l'article 6 de la Loi sur la structure du marché et ont été conclus pour la première fois en 1971 entre les membres de 29 groupements de producteurs et les organismes d'achat. La durée du contrat est précisée par le 6ème règlement d'application de la loi sur la structure

1) Renseignement du 21 février 1972 fourni par la "Landesbrauergenststelle Württemberg-Baden".

du marché et est au minimum de 3 ans. Le contenu des avant-contrats est fixé par l'article 6 de la Loi sur la structure du marché (paragraphe 1 de a à g). Les contrats comportent des dispositions relatives "a) à la durée du contrat, b) aux délais de résiliation, c) aux quantités minima et aux quantités fermes des produits à livrer et à acheter, d) au lieu et à la date de livraison, e) aux conventions sur les prix à payer compte tenu de la situation du marché et de la qualité, f) à la communication, en temps utile, de renseignements en cas de modification importante du programme d'exploitation de l'entreprise, g) aux conditions générales de vente (1)".

Les coopératives étaient parties contractantes dans la plupart des contrats. Aucun accord-cadre n'ayant été conclu à l'origine, le secteur commercial et les coopératives ne sont pas couverts de leur côté par des contrats avec les malteries.

Ad 3. Dans les autres Länder, des contrats d'achat et de livraison ont aussi été conclus entre les producteurs et les acheteurs. Les contrats sont conformes, pour l'essentiel, aux contrats types bavarois, mais dans certains contrats (par exemple, en Rhénanie du Nord), les prix fixes ont été remplacés par des prix minima à la production. Parfois des contrats ont été conclus directement - dans le cadre de groupements de producteurs - avec les malteries. Généralement, les contrats sont conclus avec le secteur commercial et avec les coopératives qui, de leur côté, n'ont cependant pas conclu avec l'industrie de transformation d'accords comparables à ceux qui existent en Bavière.

L'importance de la production contractuelle est très différente selon les régions. Alors que, par exemple, dans la région de Coblençe-Trèves, environ 25 % de la récolte de 1971 ont fait l'objet de contrats d'achat et de livraison, dans la région d'Hanovre, la chambre d'agriculture et la fédération des agriculteurs de Basse-Saxe (Niedersächsischer Landvolkverband) n'estiment pas nécessaire de conclure des contrats, le système de collecte par le secteur

1) H.J. RECKE et M. SOTZECK : Marktstrukturgesetz mit Erläuterungen und Materialien. Hildesheim, p. 59

commercial et par les coopératives ayant fonctionné parfaitement jusqu'à présent (1)

La quantité exacte de l'orge de brasserie commercialisée dans le cadre de contrats en dehors de la Bavière et du Bade-Wurtemberg n'est pas connue. Toutefois, cette quantité ne devrait pas être supérieure à 50.000 t, de sorte que l'on peut évaluer la quantité totale d'orge de brasserie ayant fait l'objet de contrats en RFA à environ 150.000 à 200.000 tonnes pour 1971, ce qui représente quelque 10 à 15 % de la production nationale. Pour 1972, la production contractuelle est évaluée à environ 300.000 t (soit 25 % de la production nationale).

Les expériences de culture contractuelle faites au cours de la campagne 1971 ayant généralement été considérées comme positives par les milieux économiques intéressés, la tendance à la conclusion de contrats s'est accentuée en 1972.

2.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale.

Les efforts en vue de négocier les prix de l'orge de brasserie à l'intérieur d'accords-cadres conclus entre les différents groupes économiques intéressés remontent déjà à 1968. L'initiative émanait alors des fédérations régionales d'agriculteurs, car les prix de l'orge de brasserie étaient tombés à un niveau relativement bas à la suite de la suppression des prélèvements intracommunautaires.

Ce n'est que lorsque la culture de l'orge de brasserie indigène menaça de régresser et que les prix de l'orge de brasserie manifestèrent une tendance très nette à la hausse en 1970 que l'industrie de transformation se montra également disposée à assurer par contrat une partie de son approvisionnement en produits de base.

(1) Landhandelsverband Niedersachsen e.V. (Rundschreiben Nr 3 vom 7.2.1972 association commerciale de Basse Saxe : circulaire n° 3 du 7.2.1972.

Les avantages du système contractuel peuvent se résumer de la manière suivante : (1)

- Dès avant de semer, l'agriculteur connaît les normes de qualité exigées et le prix qu'il recevra pour ses produits, ce qui le met en grande partie à l'abri des aléas du marché.
- Six mois déjà avant la récolte, le secteur commercial et les coopératives peuvent offrir la marchandise faisant l'objet du contrat aux malteries. De cette manière, ils peuvent se baser sur une marge bénéficiaire fixe et devancent les offres de la concurrence étrangère.
- De leur côté, les malteries peuvent calculer sur la base des prix fixés par les contrats et remettre très tôt leurs offres aux brasseries, ce qui leur permet d'assurer l'approvisionnement régulier du marché.

Au Bade-Wurtemberg, la conclusion de contrats de trois ans a probablement aussi été favorisée par les possibilités d'aides prévues par la loi sur la structure du marché.

Le système contractuel présente des avantages évidents, mais aussi le danger que les cours pratiqués sur le marché s'établissent à un niveau différent de celui des prix fixés par contrat (2). Dans cette éventualité, il est à craindre que les producteurs ne respectent plus scrupuleusement leur contrat ou que les industries de transformation aient de plus en plus tendance à se plaindre de la marchandise livrée. Si les contrats permettent de réduire les risques du marché, ils comportent eux-mêmes un autre risque.

Le risque inhérent au contrat est double. D'une part, on ne peut prévoir, lors de la conclusion du contrat, quelle sera l'importance de la future récolte. D'autre part, le niveau futur des prix est aussi influencé par des décisions politiques. Au moment de la conclusion du contrat, on ne sait pas encore à quel niveau le Conseil de ministres fixera les prix d'intervention

1) Ein neuer Weg. Mit der Braugerste in die Vertragslandwirtschaft - Interview du sénateur Otto Menth. Fränkisches Volksblatt du 5.2.1971.

2) A l'automne 1972, les prix de l'orge de brasserie sur le marché libre étaient inférieurs de 1 à 2 marks le quintal aux prix fixés par contrat (Agra-Europe 41/72 du 10 octobre 1972).

C'est cette incertitude politique notamment qui a joué un grand rôle dans les négociations de prix. Elle ne devrait pas faciliter non plus la conclusion d'accords cadres et de contrats s'étendant sur plusieurs années.

Dans le Land de Bade-Wurtemberg - le seul Land avec la Bavière, qui ait négocié un accord-cadre, les négociations de 1971 ont précisément échoué à cause de cette incertitude politique. Les producteurs avaient demandé que le prix de l'orge de brasserie soit lié au prix d'intervention pour l'orge par une clause de prix mobile. Cette condition avait toutefois été rejetée par les malteries.

3. Houblon

3.1. Situation du marché et processus de commercialisation

En 1970, la récolte de houblon en république fédérale d'Allemagne représentait 87 % de la récolte de la Communauté européenne et 26,1 % de la récolte mondiale. La république fédérale d'Allemagne est ainsi le plus important producteur de houblon du monde. Plus de 80 % du houblon allemand est cultivé dans la région du Hallertau (au nord de Munich). Le degré d'auto-alimentation de la république fédérale d'Allemagne était d'environ 163 %. Toutefois, certaines quantités de houblon sont importées pour des raisons de prix et de qualité.

TABLEAU 4

Situation de l'approvisionnement sur le marché allemand du houblon

Campagne houblonnière	1950/55	1955/60	1960/65	1965/70	1970/71
Surface cultivée	7.513	8.202	8.735	11.323	12.791
Rendement (quintaux/ha)	34,5	37,4	37,1	36,4	41,8
Quantité nette récoltée 1 (en milliers de quintaux)	253,7	300,5	317,5	403,4	524,3
Importation	8,1	21,9	57,9	100,4	104,9
dont houblon frais 2)	8,1	21,9	57,9	99,6	102,0
extraits de houblon 2)	-	-	0,2	0,8	2,9
Quantité disponible	261,8	322,3	375,4	503,7	629,2
Exportation	119,9	126,8	121,9	182,9	307,0
dont houblon frais 2)	119,9	126,8	108,5	143,9	208,4
extraits de houblon 2)	-	-	13,4	39,0	98,6
Achats des brasseries nationales	141,9	195,5	253,5	320,8	322,2
Excédent d'exportation	11,8	104,9	64,0	82,6	202,1
Degré d'auto-alimentation(%)	178,8	153,7	125,2	125,7	162,7

- 1) après déduction de 2 % de perte
- 2) converti en houblon brut. Jusqu'en 1969/70 1 kg d'extrait de houblon
= 2,5 kg de houblon brut, à partir de 1970/71 1 kg d'extrait de houblon
= **3,5** kg de houblon brut.

Source : 10ème rapport statistique du "Deutscher Brauerbund" Bonn -
Bad Godesberg 1971, p. 227.

Les brasseries achètent le houblon soit sous forme de houblon frais, d'extrait de houblon ou de poudre de houblon. Actuellement, il y a en RFA cinq producteurs d'extraits de houblon qui transforment au total 160.000 quintaux de houblon brut chaque année, qu'ils destinent essentiellement à l'exportation. Les besoins en houblon des brasseries allemandes ne sont couverts qu'à raison d'un sixième à peine par les extraits de houblon. En outre, il existe 6 fabriques de poudre de houblon qui transforment chaque année au total 120.000 quintaux de houblon frais ¹⁾. Au total, environ 1/3 de la récolte allemande est transformé en extraits et poudre de houblon. Une partie des besoins en produits de base des transformateurs de houblon est couverte par les importations.

3.2. Fermes et développement de l'intégration verticale

Depuis la fin des années 50, la culture contractuelle du houblon s'est répandue de plus en plus. Ce sont surtout les négociants et les coopératives de transformation qui concluent des contrats avec les producteurs, mais on trouve aussi des brasseries et, de plus en plus souvent, des entreprises de transformation du houblon.

Les contrats s'étendent généralement sur 3, 4 ou 5 années. Ils prévoient la livraison d'une quantité fixe à un prix ferme et comportent en outre les dispositions habituelles en matière de date de livraison de lieu de livraison, de conditions de paiement etc.... On estime qu'environ 80 % de la production de houblon font l'objet de contrats. Le tableau 5 montre l'évolution de la culture contractuelle.

1) Rapport statistique du "Deutscher Brauerbund" op.cit. page 41.

TABLEAU 5 :

L'évolution de la production contractuelle sur le marché
allemand du houblon

Campagne	Récolte totale en	Production contractuelle au cours	
	R.F.A.	quintaux	en % de la récolte
1958	348.900	30.000	9
1959	359.000	50.000	14
1960	324.900	80.000	25
1961	257.500	130.000	50
1962	308.300	200.000	65
1963	361.200	250.000	69
1964	367.100	280.000	80
1965	364.100	310.000	85
1966	350.000	320.000	91
1967	446.500	350.000	78
1968	430.000	350.000	81

Source : H. SCHLICKER : Zehn Jahre Hopfenlieferverträge
"Tageszeitung für Brauerei" n° 109/110 du 17.9.1968.

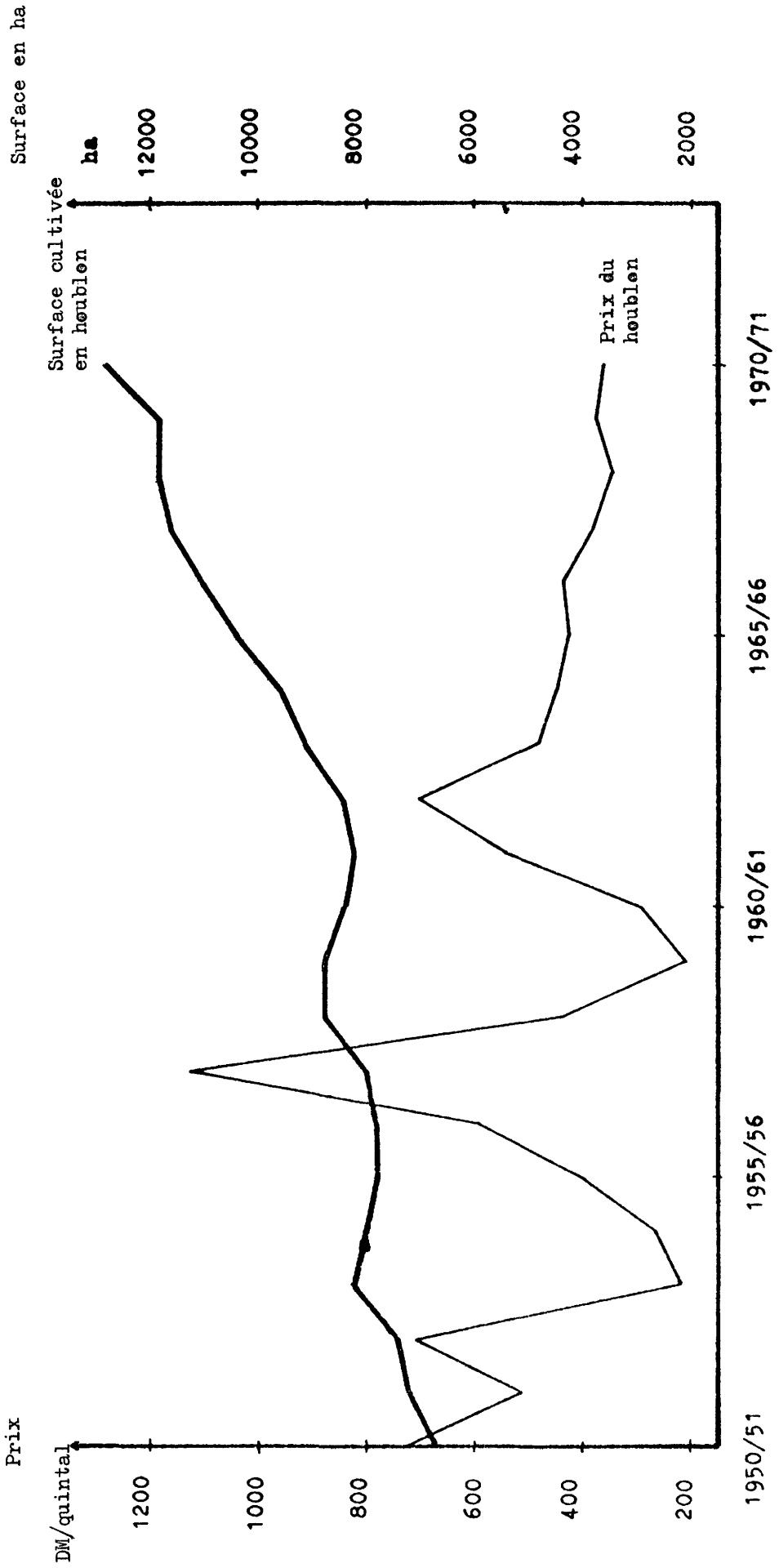
3.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Ce sont surtout les très fortes variations de prix sur le marché du houblon dans les années 50¹⁾ qui ont poussé les partenaires commerciaux à conclure des contrats. Alors que le prix moyen à la production en 1953/54 était d'environ 22 DM le quintal, il est monté en 1957/58 à 1124 DM le quintal pour redescendre à 213 marks le quintal dès 1959/60 (voir graphique 1).

1) Voir à ce sujet : U. PAULSEN : Über den Hopfenzyklus in der Bundesrepublik. Weltwirtschaftliches Archiv 101 (1968); p. 319 à 345.

GRAPHIQUE 1

Prix à la production de houblen et surface cultivée en RFA



Des variations des prix d'une telle importance comportent un risque considérable pour tous les partenaires; pour les producteurs, ce risque est encore accru du fait que la culture du houblon est une culture permanente nécessitant l'investissement d'importants capitaux, ainsi que par la faible aptitude du houblon à être consommé directement et par le nombre restreint des possibilités d'écoulement (1).

La conclusion de contrats à prix fixe portant sur plusieurs années permet au producteur de prendre ses décisions d'investissement sur une base solide. De même, le secteur commercial peut faire des prévisions à plus long terme et, sur la base des contrats conclus avec les producteurs, souscrire de son côté des avant-contrats avec les acheteurs. La stabilisation du marché qui en résulte a diminué la spéculation et a permis de mieux rationaliser les décisions.

A côté de ces avantages généralement reconnus, la culture contractuelle pose également des problèmes. La plus grande difficulté résulte des variations de l'offre liées à la récolte, qui aboutissent à de fortes augmentations de prix sur le marché libre. Les prix du houblon sous contrat sont parfois très différents des prix pratiqués sur le marché libre (voir tableau 6).

1) M. VON OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung vertraglicher Regelungen beim Absatz landwirtschaftlicher Produkte. Braunschweig-Völnrode 1968, S. 142 - 143.

TABLEAU 6

Evolution des prix à la production du houblon sous contrat et
du houblon sur le marché libre (en DM le quintal)

Campagne	Prix à la production	
	du houblon sous contrat	du houblon sur le marché libre
1958	600	650 - 350
1959	270 - 300	100 - 280
1960	300 - 320	400 - 200
1961	400 - 420	320 - 650
1962	400 - 420	450 - 800
1963	400 - 420	630 - 400
1964	400 - 430	400 - 500
1965	400 - 420	400 - 480
1966	400	450 - 620
1967	400	400 - 180
1968	300 - 330	300 - 230
1969	320 - 370	300 - 400
1970	390 - 370	420 - 360

Source : H. Schlicker : Zehn Jahre Hopfenlieferverträge. "Tageszeitung für Brauerei", Nr. 109/110 vom 17.9.1968 sowie Angaben des Deutschen Brauerbundes.

Si, à la suite d'une récolte moins abondante, les prix pratiqués sur le marché libre sont élevés, les producteurs liés par contrat éprouvent non seulement plus de difficultés à livrer, mais ils sont aussi tentés de respecter moins scrupuleusement les termes de leurs contrats. Dans ce cas, les négociants en houblon peuvent être amenés à se procurer, sur un marché libre très réduit, du houblon à des prix élevés s'ils veulent respecter les contrats qu'ils ont conclus avec les brasseries.

1) H. SCHLICKER : Zehn Jahre Hopfenlieferverträge. "Tageszeitung für die Brauerei" Nr. 109/110 du 17 septembre 1968.

4. Pommes de terre

Le marché des pommes de terre se subdivise en plusieurs marchés partiels qui évoluent d'une manière très différente. Au cours de la campagne 1970/71, environ 53 % des pommes de terre disponibles ont été utilisées par les agriculteurs comme pommes de terre fourragères ou comme pommes de terre de semence. Environ 1/3 des pommes de terre disponibles a été consommé sous forme de pommes de terre fraîches et environ 11 % ont été transformés par l'industrie (voir tableau 7).

TABLEAU 7

Bilan d'utilisation des pommes de terre

Année	1960/61		1969/70		1970/71	
	1000 t	%	1000 t	%	1000 t	%
Production utilisable ¹⁾	22.380	98,4	14.962	94,1	14.962	94,2
Importation	367	1,6	931	5,9	874	5,8
Disponible	22.747	100	15.893	100	15.836	100
Plants de pommes de terre	2.438	10,7	1.493	9,4	1.439	9,1
Pommes de terre fourragères	12.092	53,2	7.207	45,4	7.014	44,3
Pommes de terre de consommation dont	7.390	32,5	6.248	39,2	6.200	39,1
- fraîches	7.104	31,7	5.436	34,1	5.258	33,2
- transformées	186	0,8	812	5,1	942	5,9
Pommes de terre industrielles ²⁾	483	2,1	645	4,1	859	5,4
Pertes de commercialisation	306	1,3	282	1,8	296	1,9
Exportation	38	0,2	18	0,1	28	0,2

1) Y compris les variations de stocks

2) Quantités utilisées par les distilleries et par les fabriques de fécule et d'amidon.

Source : Office statistique des Communautés européennes, Agrarwirtschaft 20 (1971) numéro 12, page 409.

Il convient donc de faire une distinction, dans la suite de l'exposé, entre pommes de terre de consommation et pommes de terre industrielles. En outre, le marché des pommes de terre hâtives doit être examiné séparément.

4.1. Pommes de terre fraîches de consommation

4.1.1. Situation du marché et processus de commercialisation

L'élasticité de la demande de pommes de terre de consommation est négative par rapport aux revenus et peu importante par rapport au prix. Par conséquent, la consommation de ces pommes de terre a constamment diminué depuis la seconde guerre mondiale, alors que les revenus augmentaient. En outre, les fluctuations de la récolte dues essentiellement aux variations de rendement ont abouti à des variations de prix considérables suivant les années.

Le fait que les pommes de terre soient immédiatement consommables favorise particulièrement la vente directe du producteur au consommateur final. Selon les renseignements fournis par les correspondants agricoles du ministère fédéral de l'agriculture, environ 40 à 50 % des pommes de terre de consommation sont vendues directement par les producteurs aux consommateurs finals. Dans ce cas, les prix obtenus sont supérieurs de 4 à 6 DM le quintal aux prix pratiqués dans les autres modes de commercialisation. Les 50 à 60 % des ventes restantes sont effectuées pour plus d'un tiers par les coopératives. La consommation des ménages de producteurs représente 15 à 16 % environ de la consommation de pommes de terre fraîches de consommation. L'intégration verticale ne peut être envisagée que pour la partie des pommes de terre de consommation qui est vendue par l'intermédiaire du secteur commercial et des coopératives.

4.1.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Les efforts faits en vue de conclure des contrats de culture et de livraison pour les pommes de terre de consommation remontent déjà à plusieurs années, mais - à quelques exceptions près - ces efforts n'ont pas été couronnés de succès. En général, les contrats prévoient que le producteur doit livrer à l'acheteur une quantité déterminée ou la totalité de la récolte d'une variété exigée par le partenaire.

En règle générale, les contrats sont conclus sur la base des prix courants et, dans certains cas exceptionnels, sur la base d'un prix supérieur aux prix courants. En outre, certains contrats ont aussi été conclus sur la base de prix fixes.

La culture contractuelle n'a acquis une certaine importance que dans les régions excédentaires éloignées du marché (surtout la Basse-Saxe et le Wurtemberg). L'importance de ces contrats n'a pu être déterminée avec précision, mais elle n'est pas très grande et devrait être inférieure à 10 % des ventes de pommes de terre aux négociants et aux coopératives.

4.1.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Schopen explique de la manière suivante ¹⁾ le peu d'empressement des producteurs à conclure des contrats :

1. Les intégrateurs ne peuvent offrir des prix suffisamment alléchants pour la culture contractuelle de pommes de terre de qualité. Le producteur préfère souvent cultiver des variétés polyvalentes d'un rendement plus élevé afin de pouvoir les vendre comme pommes de terre fourragères ou comme pommes de terre de consommation, selon la situation du marché.
2. Le fait que les pommes de terre soient immédiatement consommables permet, plus que pour d'autres produits, la commercialisation directe, ce qui vaut particulièrement pour les régions proches du marché.
3. Les clients des collecteurs ne sont que rarement disposés à accorder à leurs fournisseurs des garanties de prix et d'achat. Les collecteurs courent ainsi un très grand risque contractuel.

Ces obstacles à la culture contractuelle sont toutefois compensés par des avantages évidents : les contrats permettent la concentration de quantités suffisantes de variétés homogènes destinées à l'approvisionnement continu des grossistes et à l'utilisation maximale régulière des installations centrales de calibrage et de stockage.

1) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration, op.cit. page 75.

Le futur développement de la culture contractuelle devrait dépendre, d'une part, de la mesure dans laquelle on réussira à assortir l'intégration verticale de prix alléchants et de garanties de prix valables et, d'autre part, de l'importance des autres possibilités de transformation et d'écoulement dont disposeront les producteurs. La tendance à conclure des contrats est d'autant plus faible que les autres possibilités de transformation et d'écoulement sont meilleures.

4.2. Pommes de terre hâtives

4.2.1. Situation du marché et processus de commercialisation

Sur le marché partiel des pommes de terre hâtives, la vente directe du producteur au consommateur ne joue naturellement pas un rôle très important. Comme les prix pratiqués au début de la saison des pommes de terre hâtives sont en général très élevés et qu'ils diminuent fortement au cours de la saison (jusqu'au 10 août), la ménagère n'achète que par petites quantités. Les provisions de pommes de terre, qui rendent attrayante la vente directe au consommateur, ne se font qu'en automne. Les pommes de terre hâtives sont donc écoulées en grande partie par le secteur commercial et par les coopératives.

La R.F.A. produit environ 600 à 700.000 tonnes de pommes de terre hâtives. 200.000 tonnes supplémentaires sont importées, surtout d'Italie.

4.2.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Les pommes de terre hâtives se cultivent surtout en Basse-Rhénanie, dans la région de Burgdorf, près d'Hannovre, et dans le Palatinat. Dans ces régions, des groupements de culture et de livraison de pommes de terre se sont créés dès 1964/65, groupements eu sein desquels tant les producteurs que les collecteurs (négociants et coopératives) et les grossistes étaient représentés ¹⁾. Au cours des deux dernières années, ces groupements de culture et de livraison de pommes de terre se sont transformés en groupe-

1) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration in der Landwirtschaft.
Thèse Bonn 1966, page 77.

pements de culture et de livraison de pommes de terre se sont transformés en groupements de producteurs au sens de la loi sur la structure du marché ¹⁾.

Au mois d'avril 1972, il y avait 5 groupements de producteurs agréés, représentant 3.200 membres et une surface cultivée de 7.100 ha, soit près de 30 % de la surface totale cultivée en pommes de terre hâtives dans la R.F.A.

Les groupements de producteurs se sont fixé un programme ambitieux en vue d'adapter qualitativement, quantitativement et dans le temps l'offre aux exigences du marché. Le groupement qui va le plus loin dans ce domaine est le groupement de producteurs de pommes de terre hâtives de Basse-Rhénanie qui a été créé le 24 août 1971 et qui, au mois d'avril 1972, regroupait 1150 producteurs cultivant 2.200 ha.

Les mesures suivantes ont été prévues : ²⁾

- une limitation de la culture en vue d'adapter la production à l'ensemble des besoins,
- la réduction du nombre des variétés en vue d'adapter leur choix aux exigences du marché,
- l'intégration verticale de la production par la conclusion de contrats de culture et de livraison avec les acheteurs,
- un contingentement des livraisons en vue d'adapter les arrivages sur le marché aux besoins journaliers,
- un régime de prix minima par l'introduction de prix minima mobiles à la production.

La conclusion d'un contrat type de 3 ans avec les distributeurs constitue un point important du programme du groupement des producteurs.

-
- 1) O. THIELEKING : Dornenweg und Steuerfallen. Deutsche Bauernzeitung du 1.5.1971. Anonyme : Wird die gebotene Chance genutzt ? "Landwirtschaftliche Zeitschrift" n° 36 du 4 septembre 71.
- 2) R. SCHLUTER : Ziele und Programm der Frühkartoffelerzeugergemeinschaft. "Landwirtschaftliche Zeitschrift" n° 42 du 16 septembre 71.

Ce contrat type comprend les points essentiels suivants :

1. Le groupement de producteurs offre aux distributeurs de collecter, prendre en charge, commercialiser et payer la totalité de la production de pommes de terre hâtives de ses membres dans les limites fixées par le contrat type.
2. Le distributeur s'efforce d'acheter sous contrat de culture et de livraison la plus grande partie possible de la production de pommes de terre hâtives. La quantité totale fixée par le contrat ne peut cependant excéder 75 % des ventes de pommes de terre hâtives au cours des années précédentes. Les contrats doivent être conclus à l'automne; lors de l'achat des plants.
3. Après avoir consulté une commission du marché et des prix, le bureau répartit, en tenant compte des possibilités d'écoulement, la quantité totale fixée par le contrat en quantités à livrer chaque semaine, représentant un pourcentage déterminé. Pendant la campagne, les pourcentages sont fixés chaque semaine et peuvent être augmentés ou diminués au cours de la semaine suivant la situation sur le marché.
4. Le distributeur s'engage,
 - lors de l'achat de pommes de terre au producteur, à respecter les prix courants minima fixés par le bureau du groupement des producteurs sur recommandation de la commission du marché et des prix et,
 - lors de la vente des pommes de terre, d'appliquer une marge destinée à couvrir les coûts.

Le "groupement des producteurs de pommes de terre hâtives du Palatinat" a élaboré un programme identique. Les 700 producteurs membres de ce groupement, qui cultivent 2.000 ha sont tenus :

- "d'offrir jusqu'au 10 août de chaque année, aux prix minima fixés par le groupement, la totalité de leur production de pommes de terre hâtives destinées à la vente exclusivement à la partie contractante désignée par le groupement"
- "de respecter les dispositions qui ont été prises par le groupement de producteurs ou par l'union des groupements de producteurs en vue d'améliorer la qualité des pommes de terre hâtives et d'adapter le volume de l'offre aux exigences du marché".

Le règlement précité du groupement de producteurs stipule notamment que seules les variétés recommandées peuvent être cultivées, que le groupement fixe le début de l'arrachage et peut décider de l'arrêt total ou partiel de l'arrachage en cas d'encombrement du marché et que les membres sont soumis au contrôle de qualité institué par la Chambre d'agriculture. En cas d'infraction grave à ces règles, le bureau peut appliquer des amendes de l'ordre de 1 à 4 DM le quintal.

Le groupement de producteurs conclut avec les acheteurs un contrat de 3 ans, au terme duquel les entreprises contractantes s'engagent à acheter les pommes de terre hâtives des membres du groupement. Ces derniers ne peuvent livrer leur marchandise qu'aux entreprises contractantes. Dans ce cas, il convient de respecter le prix du jour communiqué par la Commission du groupement chargée de la fixation des cours.

Les autres groupements de producteurs ont des programmes identiques. On envisage de réunir les 5 groupements de producteurs en une association conformément à l'article 1, par. 3 de la loi sur la structure du marché, afin d'obtenir une meilleure coordination entre les zones de culture.

4.2.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

La création de systèmes intégrés résulte surtout du souci de régulariser les prix et les quantités sur le marché extrêmement instable des pommes de terre hâtives. Les prix varient considérablement d'année en année et la baisse des prix au cours de la campagne peut, elle aussi varier très fortement. On ne peut éviter de telles variations de prix que si le volume total de l'offre et sa répartition dans le temps sont mieux adaptés à la demande.

Pour des motifs connus, cet objectif ne peut être atteint par un appel général à la limitation de la surface cultivée, de l'arrachage et des livraisons.

Au cours des années précédentes, on avait déjà essayé d'orienter la ventilation de l'offre dans le temps par la fixation journalière de prix minima à la production. A la suite de l'intervention de l'Office des ententes (Kartellamt), ces accords sur les prix furent interdits comme étant contraires au droit des ententes. Le Ministre fédéral de l'économie a aussi refusé d'accorder une dérogation en vue de la création "d'ententes de défense économique" 1) (Krisenkartelle).

A la suite de l'entrée en vigueur de la loi sur la structure du marché, l'article premier de la loi sur les restrictions à la concurrence n'est plus applicable aux décisions d'un groupement de producteurs agréé (article 11 de la loi sur la structure du marché). Par conséquent, l'action en vue de réaliser une meilleure adaptation de la production à la demande par le biais de la transformation des anciens groupements de cultivateurs et de fournisseurs de pommes de terre en groupements de producteurs a pu se développer librement.

On ne peut prévoir dès à présent si cet objectif sera atteint et dans quelle mesure. De toute façon, les forces opposées considérables qui apparaîtront sur le marché auront pour effet de renforcer la tendance des acheteurs à briser l'entente sur les prix et les quantités que les producteurs s'efforcent de réaliser. Cette réaction est d'autant plus prévisible que les groupements de producteurs ne contrôlent que moins de 30 % de la surface cultivée. En outre, les vendeurs étrangers ont aussi accès au marché. Les vendeurs nationaux et étrangers non organisés profiteront aussi des restrictions de culture et d'arrachage imposées par les groupements de producteurs, sans devoir limiter eux-mêmes leur marge de manoeuvre. Si les mesures prises par les groupements de producteurs devaient aboutir à une stabilisation du marché, ceux qui ne font pas partie de ces groupements seraient tentés eux aussi d'accroître l'offre. Le problème de ceux qui ne font pas partie des groupements de producteurs apparaîtra par conséquent comme l'entrave la plus importante à une intégration horizontale et verticale plus rigide sur le marché des pommes de terre hâtives.

1) W. SCHOPEN : op.cit. page 78.

4.3. Pommes de terre industrielles

4.3.1. Situation du marché et processus de commercialisation

Contrairement à la consommation de pommes de terre fraîches, les besoins de l'industrie de transformation des pommes de terre augmentent sans cesse. Au cours de l'année 1970/71, 12,5 % déjà des pommes de terre disponibles ont été transformées par l'industrie en denrées alimentaires, fécule, alcool et aliments désséchés pour bétail. Le tableau n° 8 montre l'évolution de la transformation industrielle pour les différentes catégories de produits.

TABLEAU 8.

La transformation industrielle de pommes de terre en RFA
(en milliers de tonnes)

Année	1967	1968	1969	1970
Total de la transformation industrielle des pommes de terre	1.375	1.611	1.638	1.993
a) denrées alimentaires	537	665	812	942
dont produits désséchés ¹⁾	354	458	528	606
chips et sticks			46	58
pommes frites ²⁾	150	169	179	193
autres ³⁾	32	38	59	85
b) fécule	245	258	244	344
c) alcool ⁴⁾	378	397	397	400
d) aliments désséchés pour bétail	214	291	185	308

- 1) Farine destinée à la confection de boulettes, purées en flocons et en poudre, etc.
- 2) A l'exclusion des pommes frites surgelées et y compris les pommes de terre râpées destinées à la confection de galettes (Reibekuchen)
- 3) Salade de pommes de terre, pâte à boulettes, pommes de terre en boîte, produits surgelés (principalement pommes frites et boulettes)
- 4) Chiffres pour les campagnes 1967 = 1967/68.

Source : Bundesverband der Kartoffelverarbeitenden Industrie (Fédération des industries de transformation de la pomme de terre).

La vente de pommes de terre industrielles est assurée en grande partie par le secteur commercial et par les coopératives, qui se chargent aussi en partie du conditionnement de la marchandise : les producteurs livrent une partie de leur production directement aux entreprises de transformation.

En 1970, il y avait 97 entreprises membres du Bundesverband der Kartoffelverarbeitenden Industrie (Fédération des industries de transformation de la pomme de terre), dont 33 fabricants de denrées alimentaires, 4 féculeries de pommes de terre, 11 fabricants d'aliments pour bétail et 49 entreprises de préparation des pommes de terre. Les entreprises se répartissent comme suit en fonction des différentes catégories de grandeur (tableau 9).

TABLEAU 9

Répartition des industries de transformation de la pomme de terre en fonction des catégories de grandeur ¹⁾ en RFA (1970)

Transformation des pommes de terre en tonnes	Nombre d'entreprises
jusqu'à 10.000	65
10.000 - 20.000	20
20.000 - 50.000	8
50.000 - 100.000	2
plus de 100.000	2
Au total	97

1) Membres de la Fédération des industries de transformation de la pomme de terre

Source : Kartoffelwirtschaft 24 (1971) n° 28, page 308

Les deux plus grandes entreprises, les usines Pfanni à Munich et l'Emsland-Stärke GmbH à Emlichen, ont transformé chacune plus de 150.000 tonnes de pommes de terre en 1971, chiffre qui leur permet d'exercer, du moins sur le plan régional, une influence sensible sur l'orientation de la production agricole.

4.3.2. Formes et extension de l'intégration verticale

L'importance de l'intégration verticale dans la vente des pommes de terre industrielles varie selon les branches de l'industrie de transformation.

Les féculeries qui ont transformé en 1970 quelque 340.000 tonnes de pommes de terre, ont assuré leur approvisionnement en produits de base presque exclusivement par des contrats de culture et de livraison. Citons comme exemples les dispositions essentielles des contrats de l'Emsland-Stärke GmbH, Emlichheim, qui a transformé environ 150.000 tonnes de pommes de terre au cours de l'année :

1. Le contrat est conclu entre l'usine, une maison de commerce ou une coopérative et le producteur.
2. Le producteur s'engage à livrer par l'intermédiaire de la maison de commerce ou de la coopérative une certaine quantité de pommes de terre d'une variété déterminée.
3. L'acheteur s'engage à prendre en charge, franco usine, ces pommes de terre industrielles au prix minimum officiellement fixé en tenant compte de leur teneur en fécule.
4. L'établissement commercial ou la coopérative se porte garant de la livraison des pommes de terre, du respect des quantités à livrer et des délais de livraison.
5. L'acheteur peut imposer au producteur certaines obligations en vue d'assurer la salubrité des stocks, la conservation de la marchandise ou l'amélioration des rendements en fécule.

Les féculeries exploitées par des coopératives nouent, elles aussi, des liens contractuels. Ainsi, l'usine de fécule de Schrobenhausen (transformation annuelle : 65.000 tonnes) est une société coopérative enregistrée à responsabilité limitée (GmbH), la féculerie de Sünching (transformation annuelle : 60.000 tonnes) est une filiale de la BayWa AG, le groupement régional des coopératives bavaroises.

En Basse-Saxe, la féculerie Soltau-Walsrode GmbH a commencé sa production en 1970. Elle a transformé environ 55.000 tonnes de produits de base. Les associés sont la Deutsche Maizena Werke GmbH, Hambourg, et la coopérative de livraison de pommes de terre Wietzendorf GmbH, qui détiennent respectivement 51 et 49 % du capital social. Il s'agit donc d'une co-entreprise. Environ 1.000 agriculteurs sont membres de la coopérative de livraison de pommes de terre et leurs intérêts sont représentés par 17 coopératives agricoles. La souscription d'une part de capital de 1.000 marks est assortie d'un droit ou d'une obligation de livraison de 300 quintaux de pommes de terre par hectare ¹⁾. Environ 2.000 ha se trouvent actuellement sous contrat. La durée du contrat est de quinze ans.

La transformation de pommes de terre dans les distilleries, qui porte environ 400.000 tonnes, est étroitement liée à la production de pommes de terre. Dans la mesure où il s'agit de distilleries organisées en filiales communes, la vente est régie par les droits et les obligations statutaires de livraison des producteurs. Le prix des pommes de terre est basé sur le prix moyen des pommes de terre destinées à la fabrication de la fécula, conformément à la loi sur le monopole des alcools (Bronntweinmonopolgesetz), qui prévoit une transformation appropriée ²⁾. Les membres sont tenus de reprendre au moins la moitié des résidus de la distillation. Le volume de la production d'alcool est fixé par la régie qui accorde le droit de distiller. Etant donné que la loi de 1922 sur le monopole des alcools stipulait que les distilleries devaient être liées à une exploitation agricole et que la distillerie et l'exploitation agricole devaient être exploitées pour le compte d'un même propriétaire, il existe encore actuellement de très nombreuses exploitations qui répondent aux conditions d'une intégration d'entreprises.

1) K. BREMER : Kartoffelstärkefabrik im Wietzendorf - Partner der Landwirtschaft. Der Kartoffelbau 1/1971, pages 1 à 4.

2) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration (op.cit.) page 81.

Dans la vente de pommes de terre aux industries de transformation, les liens contractuels sont aussi très répandus. En 1970, 942.000 tonnes de pommes de terre ont été transformées en RFA. Sur ces 942.000 tonnes, environ 700.000 tonnes proviennent de la production allemande qui, de son côté, semble liée par contrat à raison de 40 à 60 % ¹⁾. Les contrats sont généralement conclus entre l'usine et les coopératives qui, pour leur part, souscrivent des contrats avec les producteurs. Dans le contrat, le producteur s'engage à cultiver et à livrer une certaine quantité de pommes de terre d'une variété déterminée et à prendre différentes mesures en matière de culture. La coopérative se charge du calibrage et du stockage. Le producteur reçoit un prix minimum pour les pommes de terre triées. Dans certains cas, cependant, le producteur livre directement à l'usine qui se charge alors du calibrage et du stockage.

Dans de nombreux cas, les fournisseurs d'entreprises de transformation des pommes de terre se sont constitués en groupements de producteurs. Dans certains cas, ces groupements de producteurs disposent de leurs propres installations de stockage et de calibrage, dans d'autres cas, ces installations sont la propriété des partenaires commerciaux (négociants, coopératives, usine). Dans la mesure où dans ce dernier cas, les partenaires sur le marché ont bénéficié d'aides à l'investissement en vertu de l'article 6 de la loi sur la structure du marché ou de crédits similaires du Land pour installation d'entrepôts, ils ont été tenus de conclure des contrats.

De tels contrats de livraison à long terme ont aussi été conclus lorsque le groupement de producteurs a effectué lui-même les investissements pour la construction d'installations de stockage et de calibrage. C'est ainsi que la nouvelle usine de fabrication de chips de la Flessner KG à Hankensbüttel, près de Gifhorn (capacité de transformation envisagée : 36.000 tonnes), a conclu un contrat type de quinze ans avec le groupement de producteurs qui l'approvisionne.

1) Estimations basées sur une enquête écrite réalisée auprès des entreprises les plus importantes de l'industrie de transformation des pommes de terre.

La Flessner KG s'engage à acheter au seul groupement de producteurs la totalité des pommes de terre nécessaires à la production de chips. Les producteurs s'engagent à livrer les quantités fixées par contrat à la Flessner KG par l'intermédiaire du groupement de producteurs. Pour jouir d'un droit de livraison de 100 quintaux, le producteur doit souscrire une part de 50 DM et effectuer un versement à fonds perdu de 750 marks destinés à couvrir les frais de construction. Le capital est utilisé pour la construction des installations de stockage et de calibrage, qui sont exploitées par le groupement de producteurs ¹⁾.

4.3.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Contrairement à ce qui se passe sur le marché des pommes de terre de consommation, les partenaires sur le marché des pommes de terre industrielles sont désireux, pour de multiples raisons, de conclure des contrats de vente. En règle générale, l'industrie transformatrice est très exigeante en ce qui concerne les caractéristiques et la qualité des produits de base. Pour cette raison, elle s'efforce d'influencer, par le recours au contrat, le choix des variétés et l'application, par le producteur, et de certaines mesures en matière de culture, d'entretien, de fumure et de récolte et de s'assurer la livraison de lots suffisamment importants de produits de base homogènes.

En ce qui concerne les pommes de terre destinées à la fabrication de la fécule, le fait que la culture se pratique presque à 100 % sous contrat s'explique en outre par l'article 11 du règlement 120/67 CEE du Conseil, du 13 juin 1967, qui prévoit l'octroi d'une restitution pour la production de fécule de pomme de terre. Pour pouvoir bénéficier de cette restitution, il faut notamment que des contrats de culture et de livraison soient conclus par écrit entre les producteurs de pommes de terre et la féculerie et qu'ils stipulent la ²⁾ quantité de pommes de terre pour laquelle une restitution est demandée ²⁾.

-
- 1) Anonyme : Kartoffelverbund mit Absatzgarantien. "Landwirtschaftliche Zeritung" n° 25 du 19 septembre 1970. K. Bremer : Flessner KG errichtet norddeutsche Verarbeitungsstätte in Hankensbüttel. Der Kartoffelbau 11/1971, pages 292, 293.
 - 2) Anonyme : Produktionserstattung für Kartoffeln zur Stärkeherstellung. Die Stärkekartoffel 3/1970.

De même, dans le secteur des distilleries, la législation - et plus particulièrement la loi sur le monopole des alcools - exerce une influence décisive sur les rapports verticaux entre les producteurs et les transformateurs.

Naturellement, si la culture contractuelle présente des avantages, elle pose aussi un certain nombre de problèmes, dont l'un résulte des fortes variations du prix des pommes de terre de consommation et de la marchandise n'ayant pas fait l'objet d'un contrat. Il en résulte que beaucoup d'entreprises transformatrices ne couvrent pas entièrement par contrat leurs besoins en produits de base afin de diminuer le risque de différence de prix entre la marchandise qui est liée par contrat et celle qui ne l'est pas. Lorsque les prix contractuels sont supérieurs aux prix du marché, les transformateurs ont tendance à se plaindre de la marchandise livrée. Dans le cas contraire, les agriculteurs sont tentés de ne pas respecter scrupuleusement les termes de leur contrat. En dépit de ces problèmes, la culture contractuelle s'est forcément développée au cours des dernières années.

5. Fruits et légumes industriels

5.1. Situation du marché et processus de commercialisation

Le marché allemand des fruits et légumes se caractérise par une extraordinaire diversité. Si l'on ne considère tout d'abord que l'ensemble de la situation pour les fruits et légumes (tableau 10), on remarque le faible degré d'auto-alimentation (50 à 60 %), ainsi que le pourcentage élevé d'auto-consommation (27 à 30 %).

TABLEAU 10

La situation de l'approvisionnement en fruits et légumes
en R.F.A.

		Fruits		Légumes	
		1968/69	1969/70	1968/69	1969/70
Production	1.000 t	3.554	3.812	2.704	2.505
Importations	1.000 t	2.589	2.485	1.831	2.124
Exportations	1.000 t	78	97	32	36
Quantité disponible	1.000 t	6.074	6.200	4.503	4.593
Freinte et Pertes	1.000 t	451	459	609	540
Consommation	1.000 t	5.623	5.741	3.894	4.003
dont auto-consommation	1.000 t	1.609	1.603	1.151	1.074
Production en % de la consommation		57	59	57	52
Taux d'auto-consommation par rapport à la consommation totale		28,6	27,9	29,6	26,8

Source : Ministère fédéral de l'agriculture.

Ce tableau d'ensemble ne fait pas apparaître les différences importantes qui existent entre les diverses espèces de fruits et de légumes. Une proportion, très variable selon les espèces, de la production destinée à la commercialisation n'est pas écoulee sur le marché des fruits et légumes frais, mais vendue à l'industrie de transformation. Les espèces de légumes industriels les plus importantes sont les petits pois, les haricots, les carottes, les épinards, les choux blancs d'automne et les cornichons de conserve.

Ces espèces sont pour la plupart transformées en conserves fraîches de légumes (surtout petits pois, haricots, carottes), en légumes surgelés (surtout épinards) en choucroute (choux blanc) et en conserves de cornichons. Les fruits sont généralement transformés en conserves de fruits (compotes de fruits, concentrés de fruits), en confitures et marmelades, en jus et vins de fruits.

La diversité du marché des fruits et légumes a provoqué une importante diversification de l'industrie transformatrice. Des différences considérables apparaissent au niveau de la concentration de la demande de l'industrie en produits de base. Ainsi, les deux groupes Unilever (Langnese-Iglo et participation majoritaire chez Findus) et Oetker contrôlent ensemble 70 à 80 % du marché des produits surgelés. Par ailleurs, la fabrication des jus de fruits était répartie, en 1969, sur 949 firmes productrices de vins de fruits. Dans le domaine de la fabrication des confitures et des marmelades, 55 entreprises étaient en activité à la même époque et 7 d'entre elles totalisaient 60 % de la production. Quant à la fabrication des conserves de fruits, 7 des 94 entreprises existantes se partageaient 46 % de la production. La concentration chez les fabricants de conserves de légumes est identique. Sur 115 entreprises, 9 assurent environ 56 % de la production ¹⁾.

Ce sont surtout les fabricants de conserves de fruits et légumes qui rencontrent sur leurs marchés une concurrence étrangère sévère, concurrence qui a abouti à une modification rapide des structures à l'intérieur de cette branche et favorisé le processus de concentration.

1) Bundesverband der Obst- und Gemüseverwertungsindustrie e.V.
(Fédération des industries transformatrices de fruits et légumes,
association enregistrée : rapport de l'exercice 1971, pp. 65, 70, 72.

5.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Les premières tentatives de collaboration contractuelle entre les producteurs et les conserveries remontent à la fin du siècle dernier. Depuis longtemps déjà, on applique les contrats types élaborés par le Bundesarbeitsgemeinschaft Gartenbau (BAG) (Centre d'études pour l'horticulture), au sein duquel sont représentées les fédérations de producteurs, des milieux industriels et des chambres d'agriculture. Ces contrats types fixent les normes de qualité et les conditions générales de vente.

Les prix et autres conditions de livraison sont généralement négociés au niveau régional par les associations des groupes économiques intéressés. Ces négociations débouchent sur des recommandations invitant les producteurs et les fabricants à conclure des contrats aux conditions négociées.

Les contrats, qui sont conclus soit directement entre le producteur et la fabrique, soit par l'intermédiaire d'une coopérative, contiennent généralement des clauses relatives à la surface cultivée, aux variétés, à la qualité, au prix, à la quantité maximum commercialisable; au délai de livraison, à la date de récolte, etc. En outre, diverses règles de culture peuvent être prescrites.

Le tableau 11 montre l'importance de la culture contractuelle pour les espèces de légumes industriels les plus importantes.

TABLEAU 11

Pourcentage de la culture contractuelle par rapport à la surface totale cultivée des principales espèces de légumes industriels destinés à la vente

Espèce de légume	1966	1969	1972
Pois	93	95	92
Haricots nains	84	87	87
Carottes	50	58	52
Epinards	73	76	80
Choux blancs d'automne	57	66	62
Cornichons à conserver	50	59	68

Source : Office fédéral de la statistique

Outre les liens contractuels largement répandus sous forme de contrats d'un an, on connaît également un exemple de lien contractuel plus étroit entre le producteur et l'entreprise de transformation. Il s'agit de la société fondée en 1957 "Unterland Konserven und Tiefkühlkost AG", à Bad Friedrichshall (Baden-Wurtemberg)¹⁾. Cette entreprise est une filiale du groupement des coopératives agricoles du Land de Württemberg (Württembergische landwirtschaftliche Zentralgenossenschaft - WLZ), qui possède 51 % du capital - actions. 49 % des actions sont souscrites directement par les producteurs ayant conclu un contrat. La souscription d'une action autorise et oblige le souscripteur à cultiver sous contrat 1,2 ha de légumes. Au total, quelque 600 producteurs sous contrat cultivent plus de 1000 ha de légumes. Grâce à ce système, on a réussi à établir des liens étroits et d'une plus longue durée entre les producteurs et l'entreprise de transformation.

1) On trouvera une description détaillée dans W. Schopen : Die vertikale Intégration, op.cit. p.58.

Dans le domaine de la vente des fruits industriels, les accords verticaux ne revêtent pas une grande importance jusqu'ici. Il y a toutefois une exception : la création de la "Naturella Südsaft AG", Winnenden, dans le Wurtemberg, dont la structure correspond à celle de l'Unterland AG. La "Naturella" est une filiale du Groupement des coopératives du Wurtemberg (Württembergische Zentralgenossenschaft), qui possède 51 % du capital social : 49 % du capital social ont été souscrits directement par 2.890 fournisseurs de produits de base sous forme d'actions nominatives négociables sous réserve. La souscription d'actions autorise et oblige les intéressés à livrer des fruits à la "Naturella". En outre, la "Naturella" conclut avec ses actionnaires des contrats d'achat et de livraison d'une durée de trois ans, afin de donner à ses prévisions une base plus solide. Lors de la livraison de la marchandise, le producteur reçoit un acompte. Le prix définitif de la marchandise sous contrat est fixé par le comité de direction avec l'accord du conseil de surveillance et d'un comité consultatif des producteurs ¹⁾.

5.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

De même que pour la vente des pommes de terre industrielles, c'est surtout l'industrie qui a pris l'initiative de conclure des contrats de culture et de livraison pour les légumes industriels. Grâce aux contrats, l'industrie s'efforce d'assurer son approvisionnement en produits de base, ainsi que de répartir de manière uniforme et d'étaler le plus possible les livraisons de ces produits. En outre, elle désirerait influencer par les contrats le choix des variétés et la technique de culture afin de garantir une qualité élevée et l'homogénéité des produits.

Les producteurs sont, eux aussi, intéressés par la conclusion de contrats, car ces contrats représentent une garantie de vente à des prix connus d'avance et négociés par les associations de producteurs.

1) On trouvera une description détaillée dans W. Schopen : op.cit. p. 64

La conclusion de contrats dans ce secteur, de même que dans d'autres, a cependant été gênée par le fait que les prix pratiqués sur le marché peuvent s'écarter très sensiblement des prix contractuels. Cela s'est produit à plusieurs reprises, notamment pour le chou blanc et les carottes, et a amené les producteurs à ne plus respecter scrupuleusement les termes de leur contrat et l'industrie à se plaindre de plus en plus de la marchandise livrée. Toutefois, à la suite des progrès de la mécanisation de la culture légumière de plein champ, les producteurs tendent à respecter davantage leurs contrats, car le risque de perdre la garantie de vente est devenu beaucoup plus grand en raison des capitaux plus élevés nécessaires à la production.

Dans le domaine des fruits industriels, les raisons de nouer des liens contractuels sont beaucoup plus faibles. On peut semble-t-il, expliquer partiellement cette situation par le fait que la transformation des fruits (surtout en vin de fruits) est l'oeuvre de petites entreprises.

Par conséquent, le producteur dispose de beaucoup plus de possibilités de vente. Il n'est pas directement contraint de limiter sa marge de manoeuvre par des contrats. Etant donné qu'il s'agit, dans le cas des fruits, de cultures pluriannuelles, l'industrie n'a, en outre, que peu de possibilités d'influencer le choix des variétés, la technique de culture et la répartition de l'offre dans le temps. Enfin, la culture contractuelle est entravée par les fortes variations de rendement.

6. Betteraves sucrières

6.1. Situation du marché et processus de commercialisation

La vente de betteraves sucrières est essentiellement déterminée par l'organisation commune du marché de la C.E.E. qui prévoit, outre la protection des échanges avec l'étranger, un contingentement de l'offre. Il est possible de limiter l'offre parce que le producteur ne peut écouler ses produits que par l'intermédiaire de la sucrerie, ce qui est relativement facile à contrôler. Le contrôle du contingentement de l'offre rend nécessaire une coordination verticale relativement étroite entre les producteurs et la sucrerie.

6.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Le système de commercialisation des betteraves sucrières est basé depuis longtemps sur le principe de l'intégration verticale. Il convient de distinguer surtout deux types de liens verticaux :

- contrats de culture et de livraison entre les producteurs et les sucreries privées.
- contrats de culture et de livraison entre les producteurs et les sucreries ayant la forme juridique d'une "Nebenleistungsaktiengesellschaft" ¹⁾, auxquels les producteurs participent en tant qu'actionnaires.

Sur les 64 sucreries qui existaient en 1964, 16 seulement étaient exploitées sans la participation des agriculteurs. Dans les 48 autres, les producteurs détenaient au moins une partie du capital social ¹⁾. Normalement, ces entreprises ont la forme juridique d'une "Nebenleistungsaktiengesellschaft" ²⁾, dans laquelle les actionnaires - producteurs ont certains droits et certaines obligations de livraison. Les actions sont des actions nominatives négociables sans réserve et non cotées en bourse.

1) W. SCHOPEN : op.cit. p. 81

2) Nebenleistungsaktiengesellschaft = société anonyme où l'actionnaire est tenu à des prestations périodiques en nature ou à certaines obligations accessoires. (N.d.T.)

En plus des liens contractuels qui résultent de la participation, les producteurs tout comme les fournisseurs des sucreries privées, concluent des contrats de livraison de betteraves sucrières avec l'entreprise de transformation. Le contrat fixe le contingent qui doit être livré par le producteur, ainsi que le prix minimum des betteraves contingentées, conformément au règlement CEE en vigueur. En outre, la sucrerie s'engage à acheter la quantité de betteraves produites en plus du contingent et dont la transformation est aussi régie par un règlement CEE. De plus, le contrat prévoit les conditions de paiement, ainsi que des clauses relatives au remboursement des frais de transport, aux indemnités pour livraison tardive, aux livraisons de pulpes, à l'achat de semences de betteraves sucrières etc. Les betteraves sont livrées selon un programme de livraison établi par la sucrerie. Un nouveau contrat est établi au début de chaque campagne betteravière.

6.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

La nécessité d'une liaison verticale étroite entre les producteurs et la sucrerie se justifie par le seul fait du contingentement de l'offre. En l'absence de contrats fermes de livraison, il serait difficile de contrôler le contingentement. En outre, la coordination étroite entre la production et la transformation aurait aussi sa raison d'être, même s'il n'y avait pas de système de contingentement. Pour le producteur, la sucrerie représente le seul partenaire sur le marché - il est donc tenu, avant même de prendre une décision en matière de culture, d'assurer l'achat de ses betteraves sucrières. A l'inverse, il est intéressant pour les sucreries de coordonner la culture et la livraison des betteraves sucrières avec le programme de la campagne afin de garantir une utilisation optimale des capacités de transformation. Les deux partenaires commerciaux sont donc forcés de collaborer étroitement.

7. Porcs à l'engrais

7.1. Situation du marché et processus de commercialisation

La République fédérale d'Allemagne a produit au cours de la campagne 1971/72 30,2 millions de porcs de boucherie, ce qui correspond à une augmentation des abattages de porcs de 29 % au cours des dix dernières années.

Les principales zones de production se trouvent en Basse-Saxe, en Rhénanie du Nord-Westphalie et en Bavière, qui assurent ensemble environ 70 % de la production totale de la R.F.A.

Les statistiques officielles ne permettent pas de se faire une idée exacte des processus de commercialisation des porcs de boucherie; toutefois, l'interprétation des renseignements économiques (économie des entreprises et économie de marché) fournis par les correspondants agricoles du Ministère fédéral de l'agriculture fournit quelques points de repère. Les résultats de l'exploitation de ces renseignements figurent au tableau 12.

Les pourcentages de la vente totale correspondant aux "ventes à la commission" et aux "autres acheteurs" cités par les correspondants agricoles représentent probablement des achats réalisés en premier lieu par les collecteurs (coopératives et particuliers et négociants en bétail). Ainsi, les partenaires commerciaux les plus importants des agriculteurs sont les collecteurs et les boucheries artisanales, qui achètent respectivement plus de 40 % et environ 35 % de la production des éleveurs. Viennent ensuite les abattoirs d'expédition (environ 20 %) et les fabriques de préparations de viande (environ 2 %), qui assurent directement leur approvisionnement sans l'intervention d'un partenaire commercial.

TABLEAU 12

Partenaires commerciaux des producteurs de porcs de boucherie ¹⁾

Partenaire commercial	Pourcentage par rapport aux ventes totales des producteurs	
	1968/69	1971/72
Boucheries - charcuteries	38,0	35,0
Coopératives et commerce du bétail	25,5	25,5
Autres acheteurs	5,4	4,7
Ventes à la commission	14,8	12,0
Abattoirs d'expédition et fabriques de préparations de viande	16,3	22,8
Total	100	100

1) Près de 8.000 correspondants agricoles disséminés sur tout le territoire de l'Allemagne fédérale fournissent les données nécessaires à l'information économique (économie des entreprises et économie du marché). Comme ce nombre est relativement peu élevé et qu'en outre, ces correspondants - comme dans toutes les enquêtes facultatives - n'ont pas été choisis en fonction d'un échantillonnage représentatif, il n'est pas possible de déterminer avec exactitude dans quelle mesure les résultats reproduisent fidèlement la situation réelle. De plus, ce genre d'enquête ne porte que sur les acheteurs primaires, qui se situent à la jonction de l'exploitation agricole et du secteur de la commercialisation.

Source : Ministère fédéral de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts, (Informations économiques - économie des entreprises et économie de marché) 1971/72.

En Bavière, au Bade-Wurtemberg, en Rhénanie-Palatinat et en Hesse, les ventes aux boucheries et aux charcuteries se situent au-dessus de la moyenne fédérale correspondante, tandis qu'en Rhénanie du Nord-Westphalie, les ventes aux coopératives et au commerce de bétail (55,4 %) et au Schleswig-Holstein (52,5 %) et en Basse-Saxe (34,5 %), les ventes aux abattoirs d'expédition et aux fabriques de préparations de viande occupent la place la plus importante. Le fait d'avoir chiffré les ventes aux différents partenaires commerciaux ne permet de tirer aucune conclusion quant à la concurrence que se font les divers agents de commercialisation lors de la collecte du bétail de boucherie. Les agents de commercialisation groupés sous les rubriques "bouchers et charcutiers" ou "collecteurs privés" représentent en fait un groupe très hétérogène de personnes qui non seulement se concurrencent mutuellement, mais également font concurrence aux autres formes de commerce. Des données plus précises sur le nombre des entreprises qui participent au commerce de bétail de boucherie n'existent que pour les coopératives. En 1971, 198 coopératives d'achat et de vente de bétail participaient à la commercialisation; bien que regroupées en cinq centrales régionales (Hambourg, Hanovre, Minich, Munster, Stuttgart) ¹⁾, elles jouissent cependant, à quelques exceptions près, d'une liberté totale d'action en matière commerciale. En 1971, les coopératives ont acheté 6,7 millions de porcs de boucherie, soit 24 % environ de l'approvisionnement du marché en viande indigène. 4,2 millions de porcs, soit 62,7 % des porcs achetés par les coopératives, sont déjà abattus dans les abattoirs des coopératives ou pour le compte de celles-ci. Le reste des porcs achetés par les coopératives est vendu soit directement aux bouchers, soit sur les marchés d'animaux de boucherie. Actuellement, il existe encore dans les grandes villes situées dans les centres d'approvisionnement 33 grands marchés et 44 marchés moyens. Sur ces marchés se sont établies des agences de coopératives et des agences privées, qui achètent leur bétail de boucherie tant aux coopératives locales de vente de bétail qu'aux marchands privés des zones de production. Au cours des dernières années, certaines de ces agences ont cessé de vendre le bétail de boucherie sur les marchés et ont préféré faire abattre le bétail par des entreprises spécialisées et vendre la viande aux demandeurs sous forme de demi-carcasses et de quartiers.

1) Deutscher Raiffeisenverband, annuaire 1971.

Cette forme d'approvisionnement direct s'est déjà répandue à un point tel que certains marchés de bétail de boucherie ont déjà dû être fermés faute d'offres.

Toutefois, un grand nombre d'agences et de chevilleurs éprouvent des difficultés à acheter un nombre de porcs de boucherie suffisamment élevé pour justifier le maintien de leurs installations d'abattage. Cela vaut en particulier pour les abattoirs communaux des grands centres de consommation vers lesquels le bétail de boucherie doit être acheminé de très loin. Au cours de l'année 1960/61, les ventes de porcs de boucherie, y compris les approvisionnements directs sur les grands marchés de bétail de boucherie, représentaient encore 28,4 % des abattages industriels de porcs indigènes; en 10 ans, ce pourcentage est tombé à 9,4 %.

Dans le domaine de la commercialisation du bétail de boucherie, les abattoirs d'expédition ont pu améliorer leur position au cours des dernières années. Selon la Fédération des abattoirs d'expédition, (Bundesverband der Versandschlachtereien), environ 12 millions de porcs ont été abattus en 1961 dans les abattoirs d'expédition, ce qui représente 45 % de tous les abattages industriels en République Fédérale. En 1957, ce pourcentage n'atteignait qu'environ 6 %. Selon d'autres sources, les chiffres de la Fédération des abattoirs d'expédition sont cependant exagérés.

Ce désaccord provient du fait qu'on ne connaît que les abattages des entreprises soumises à déclaration en vertu du quatrième règlement d'application de la loi sur le bétail et les viandes (Vieh- und Fleischgesetz), c'est-à-dire des entreprises qui abattent chaque semaine deux cent porcs et plus. Les abattages effectués par les nombreux petits abattoirs d'expédition qui n'atteignent pas ce chiffre ne peuvent donner lieu qu'à une évolution approximative.

1) cf. à ce sujet Chr. BOYENS : Die Kosten der Schlachtschweinevermarktung in der Bundesrepublik Deutschland. Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e.V. Bonn, numéro 213, 1971, p. 79 sq, ainsi que Deutscher Raiffeisenverband, annuaire 1971, p. 75

Les abattoirs d'expédition sont surtout localisés dans le nord-ouest de l'Allemagne. Dans le Schleswig-Holstein et en Basse-Saxe, ils ont déjà atteint un degré de concentration considérable. Dans ces deux Länder, respectivement 65 % et 50 % environ des porcs de boucherie de l'offre régionale sont abattus par les grands abattoirs d'expédition (cf. tableau 13).

TABLEAU 13

Importance régionale des ventes de porcs de boucherie effectuées par les abattoirs soumis à déclaration en vertu du quatrième règlement d'application de la loi sur le bétail et les viandes.¹⁾

1971		
Land	Abattages de porcs destinés à l'expédition	Evaluation par rapport à l'offre régionale
	par milliers de têtes	en %
Schleswig-Holstein	1.509	65
Basse-Saxe et Brême	3.963	50
Rhénanie du Nord-Westphalie	1.324	24
Hesse	112	6
Rhénanie-Palatinat	72	7
Bade-Wurtemberg	71	3
Bavière	203	4
Territoire fédéral	7.253	27

1) Sont comprises les ventes de porcs de boucherie répertoriées et déclarées par les abattoirs d'expédition et les fabriques de préparations de viande. Doivent être déclarées en vertu du quatrième règlement d'application de la loi sur le bétail et la viande les entreprises qui abattent au moins deux cents porcs par semaine.

Sources : ZMP, (Zentrale Markt-und Preisberichtsstelle), die Agrarmärkte 1971, BRD, EWG und Weltmarkt, Vieh und Fleisch et estimations propres.

Les six plus grandes entreprises dans le secteur de la viande d'expédition sont reprises au tableau 14. Avec ses 2,2 millions de porcs abattus en 1971, la "Zentralgenossenschaft" d'Hannovre arrive en tête. Toutefois, ces chiffres comprennent aussi les ventes de quelques abattoirs d'expédition autonomes appartenant à des coopératives, qui ont adhéré à la "Zentralgenossenschaft", mais dont l'activité doit être considérée comme indépendante.

TABLEAU 14

Principales entreprises d'abattage d'expédition en RFA en 1971

Entreprises	Abattages destinés à l'expédition en millions de porcs	Nombre d'abattoirs
Centralgenossenschaft (Hannovre) ^{a)}	2,2	15
R. Stücken GmbH (Hambourg) ^{b)}	1,1	9
Nordfleisch AG (Hambourg) ^{a)}	0,9	5
Vieh- und Fleischzentrale Westfalen (Münster) ^{a)}	0,6	3
Atlas Handelsgesellschaft (Gütersloh) ^{b)}	0,5	6
Gausepohl (Dissen) ^{b)}	0,2	
Au total	5,5	.
a) entreprises coopératives		
b) entreprises privées		

Sources : Rapports de gestion des diverses coopératives
 Chiffres de la Fédération allemande des abattoirs d'expédition
 (Bundesverband der Versandschlachtereien.)

La concentration de plus en plus forte des abattoirs d'expédition dans les zones de production aboutit nécessairement à une diminution des autres possibilités de vente du bétail de boucherie. Les éleveurs ont de moins en moins la possibilité de choisir entre plusieurs possibilités de vente pour leur bétail de boucherie. Cette évolution favorise le renforcement de l'intégration verticale entre les stades de la production et de la transformation du bétail de boucherie et de la viande.

7.2. Formes et extension de l'intégration verticale

7.2.1. Intégration verticale par contrat

Dans le domaine de la vente des porcs de boucherie, on distingue surtout les types de contrats suivants :

1. contrats de financement ("Mastkreditverträge")
2. Simples contrats de livraison et d'achat
3. Contrats "à façon" ("Lohnmastverträge")
4. Contrats collectifs dans le cadre des groupements de producteurs.

Ad 1 : Contrats de financement

A la suite de l'augmentation constante de la taille moyenne des élevages de porcs et des dépenses inhérentes aux moyens de production, les exploitations sont souvent dans l'impossibilité de réunir suffisamment de capitaux propres pour le financement de la construction de porcheries et l'achat de jeunes animaux et d'aliments. Dans ces cas, on recourt parfois à une forme de financement dans laquelle la partie contractante fournit à l'éleveur les aliments nécessaires à l'engraissement et/ou les porcelets nécessaires à la production d'un certain nombre de porcs et lui avance pendant un certain temps la totalité ou une partie du montant de la dette. A la fin de la période d'engraissement, les porcs de boucherie sont généralement commercialisés par l'intégrateur au nom et pour le compte de l'engraisser¹⁾.

A la livraison des porcs qui ont été financés de cette manière, le contrat est considéré comme résilié automatiquement. Dans certains cas, l'éleveur, à qui la partie contractante a accordé un financement continu, a plusieurs contrats en cours en même temps. Pour la partie contractante, le risque lié au crédit est minime, étant donné que les porcs à l'engrais ne peuvent être commercialisés que par son intermédiaire. Dans la mesure où le contrat ne comprend aucune clause relative à l'assurance des animaux, c'est la partie contractante qui supporte le risque dans les cas les plus défavorables (par ex. : lorsque les animaux périssent dans un incendie ou en cas d'autres accidents graves). L'éleveur supporte la plus grande partie du risque lié à la production et la totalité du risque inhérent au marché.

1) G. FRATZSCHER : Vertragslandwirtschaft, Hambourg u. Berlin 1966, S. 14

Ad 2. Contrats de livraison et d'achat.

Dans ce type de contrat, l'éleveur s'engage à livrer un nombre déterminé de porcs à l'engrais à la partie contractante (abattoir d'expédition, fabrique de préparations de viande ou - rarement - boucherie). De son côté, la partie contractante se déclare disposée à acheter les porcs. Les contrats précisent la date de livraison, la qualité exigée des porcs ("porcs marchands"), ainsi que la cotation retenue comme base pour la détermination du prix et, le cas échéant, les majorations de prix accordées pour des qualités supérieures à la moyenne. En ce qui concerne la fixation des prix, on peut distinguer en gros trois variantes :

- système de prix fixes,
- système de prix dérivés
- système de prix moyens.

Dans le système de prix fixes, on garantit à l'éleveur un prix fixe au kg pour ses porcs de boucherie pendant toute la durée du contrat et indépendamment des prix pratiqués sur le marché. Dans le système des prix dérivés, les parties contractantes se réfèrent soit à la cotation maximum sur plusieurs marchés ou, depuis peu, aussi aux prix pratiqués par un ou plusieurs abattoirs d'expédition. Sur la base de ces chiffres ou de leur moyenne, on opère les retenues en fonction de la localité, fixées pour la durée du contrat et normalement appliquées à l'endroit considéré. Parfois, mais assez rarement, les abattoirs d'expédition appliquent aussi un système de prix moyens. Dans ce système, on fait la moyenne des prix minima et maxima pratiqués pendant la période du contrat, en règle générale, pendant un cycle ¹⁾.

Tous ces contrats ont pour effet de répartir le risque inhérent au marché, risque assumé en majeure partie soit par l'éleveur, soit par la partie contractante selon le système de prix choisi.

1) Pour d'autres précisions sur les accords de prix, voir M.v.OPPEN :
op.cit. p. 78 sq.

Ad 3 : Contrats "à façon".

Dans ce cas, la partie contractante fournit à l'éleveur les aliments et les porcelets. De son côté, l'éleveur met à la disposition de la partie contractante la main d'oeuvre et les porcheries et prend généralement à sa charge la taxe sur le chiffre d'affaires et l'impôt commercial (Gewerbesteuer). Les frais éventuels de vétérinaire sont généralement supportés par la partie contractante. La rémunération de l'éleveur est calculée soit en fonction du nombre de porcs livrés, soit en fonction du nombre de locaux d'engraissement mis à disposition chaque année. Dans le premier cas, le "salaire" de l'engraisseur varie entre 20 et 25 DM par porc, dans le second cas, la rémunération normale est de 50 DM par logement et par année. Le contrat s'étend généralement sur une à six périodes d'engraissement et, dans certains cas particuliers, sa durée peut atteindre six ans. Les parties contractantes sont surtout des firmes d'aliments pour bétail et les abattoirs d'expédition, ainsi que les fabriques de préparation de viande.

Tenter de déterminer le nombre des porcs actuellement engraisés en République fédérale sous l'une ou l'autre forme précitée de contrat ne peut aboutir qu'à des estimations approximatives. Pour 1961, Strecker ¹⁾ estime que leur nombre représente 1,5 % de la production totale en République fédérale. Au niveau des régions, il devrait y avoir des écarts - parfois sensibles - par rapport à cette valeur moyenne. Fratzscher, par exemple ²⁾ affirme que pour le Schleswig-Holstein et au cours de la même période, près de 7 % des porcs vendus ont été élevés sous l'une ou l'autre forme de contrat.

Il est très difficile de préciser de quelle manière l'élevage contractuel a évolué depuis 1961. Si l'on s'en tient aux estimations existantes, les contrats individuels entre éleveurs et entreprises commerciales situées en amont ou en aval ne devraient pas avoir augmenté fortement. Toutefois, dans quelques régions, il est fait plus souvent usage des contrats "à façon".

1) O. Strecker, G. ROLLER, A. SAFT, W.H. SCHUCH : "Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und ihren Marktpartnern".
In : Landwirtschaft- Angewandte Wissenschaft. Heft 118 Hiltrup 1963, p. 134

2) G. FRATZSCHER : op.cit. p. 20

C'est la circonscription de Vechta (Oldenburg) qui semble détenir le record fédéral avec environ 8 % de porcs engraisés sous cette forme de contrat. Pour l'ensemble de la région Weser-Ems et pour le Schleswig-Holstein, les estimations sont respectivement de moins 5 et de moins de 3 %. En Rhénanie-Palatinat, ce type de contrat est assez rare et en Bavière, il n'est guère utilisé.

Ad 4. Contrats collectifs

Les groupements de producteurs concluent des contrats collectifs avec les stades de la commercialisation situés en amont et en aval, (en soi, les groupements de producteurs ne sont pas liés à priori aux stades précédents et suivants). Les liens contractuels qui unissent les éleveurs à leurs partenaires sont généralement garantis à l'intérieur des groupements de producteurs par des obligations statutaires et ils peuvent être d'intensité variable. En décembre 1971, il y avait en République fédérale 96 groupements agréés de producteurs pour le bétail de boucherie et les porcelets ¹⁾. Plus de la moitié des groupements agréés étaient à l'origine des coopératives ²⁾. Cela est dû au fait que des coopératives pour l'achat et la vente de bétail déjà existantes se sont fait agréer en tant que groupements de producteurs en vertu de la loi sur la structure du marché. Ce désir de changer de dénomination est probablement motivé par l'aide financière de démarrage qui est accordée aux groupements de producteurs en vertu des directives du Bund ou du Land pendant les trois premières années qui suivent leur création.

Du point de vue de la commercialisation, la seule différence qui existe entre une coopérative d'éleveurs et un groupement de producteurs pour la commercialisation de bétail de boucherie est que le groupement de producteurs dispose de moyens plus efficaces pour imposer à ses membres l'obligation d'offre, de sorte que cette obligation est généralement respectée.

Dans une coopérative traditionnelle, la situation est différente : certes, les membres sont tenus statutairement de livrer le bétail de boucherie, mais cette obligation ne joue pas un rôle important en pratique.

1) Rapport agricole (Agrarbericht) 1972, p.295

2) Informations du Raiffeisenverband, Bonn.

Les associations de producteurs ("Erzeugerringe") jouent sur le plan régional le même rôle que les groupements de producteurs. Le but de ces associations est surtout de conseiller en matière de technique de production, de contrôler les entreprises affiliées et de servir d'intermédiaires entre les éleveurs de truies et les engraisseurs pour la livraison de porcelets. On trouve la plupart de ces associations dans la région Weser-Ems et en Bavière. Etant donné que ces associations ne présentent pas les caractéristiques essentielles de l'intégration verticale, il n'a pas été tenu compte de leurs ventes dans cette étude. Les ventes des groupements de producteurs figurent au tableau 15.

Seule une partie des groupements de producteurs de la Rhénanie du Nord-Westphalie et quelques groupements isolés dans les autres Länder ont noué des liens verticaux au sens de l'article 6 de la loi sur la structure du marché. Souvent les groupements de producteurs se sont chargés de l'organisation de la collecte des porcs. Pour ce faire, ils s'adressent à des transporteurs privés. Généralement, la quantité minimum à livrer représente 80 % de la production.

Pour le reste, la majorité des groupements de producteurs se bornent à conseiller leurs membres et à leur donner lors de la vente des porcs, des recommandations en matière de prix. Ces recommandations sont cependant très souvent source de difficultés - surtout dans le cas de groupements de producteurs qui s'étendent sur plusieurs circonscriptions - dans la mesure où il n'a pas été possible de tenir compte suffisamment des différences existant entre les divers marchés locaux.

TABLEAU 15

Porcs de boucherie vendus par l'intermédiaire des groupements de producteurs et pourcentages approximatifs par rapport aux disponibilités des marchés régionaux en 1971

Land	Quantités commercialisées par l'intermédiaire des groupements de producteurs	Pourcentage par rapport aux disponibilités des marchés régionaux
	en milliers de têtes	en %
Schleswig-Holstein	± 350	± 11 - 13
Basse-Saxe	± 600 - 700	± 10 - 15
Rhénanie du Nord-Westphalie	± 308	± 5 - 6
Hesse	± 300	± 14 - 16
Bade-Wurtemberg	± 152	± 5 - 6
Bavière	± 220	± 4 - 5
Rhénanie-Palatinat	± 25	± 2 - 3
Total	± 2.000	± 7 - 8
<p><u>Source</u> : Documents et rapports des ministères des Länder et estimations propres.</p>		

Les avis sont partagés sur la question de savoir si un groupement de producteurs doit fonctionner en tant que groupement de ventes (Verhandlungsgemeinschaft) ou en tant que groupement d'offres (Anbietergemeinschaft). Souvent, un groupement de vente s'est avéré peu apte à renforcer la position de ses membres vis-à-vis de leurs partenaires sur le marché. Dans beaucoup de groupements de producteurs, on relève une tendance manifeste à exercer non seulement une fonction d'intermédiaire, mais aussi d'autres fonctions de commercialisation au profit des membres. Dans quelques rares cas, les groupements de producteurs assurent aussi l'abattage. A cet effet, ils louent des installations d'abattage ou font abattre les bêtes par des entreprises spécialisées. Ensuite, les demi-carcasses sont offertes aux acheteurs. Cette façon de procéder est motivée non seulement par les aides de l'Etat, mais aussi par la possibilité de classer les demi-carcasses et d'en déterminer le poids d'une manière plus objective. La création de groupements

de producteurs de ce type représente un moyen de commercialisation supplémentaire et, le cas échéant, un renforcement de la concurrence dans le domaine de la commercialisation.

7.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises

L'intégration d'entreprises représentant des étapes successives de la production, telles que par exemple, l'abattage, la transformation et, dans certains cas, la commercialisation du produit fini (viande) est connue depuis longtemps sous la forme des fabriques de préparation de viande. Le pourcentage des porcs de boucherie produits par les fabriques elles-mêmes a cependant toujours été minime et devrait même être pratiquement nul actuellement.

Récemment, les abattoirs d'expédition et les boyauderies se sont mis à jouer le rôle d'intégrateurs. Dans ce cas aussi, le pourcentage de la production propre par rapport à l'approvisionnement total en porcs est minime et ne sert généralement qu'à compenser en partie les fluctuations de courte durée de l'offre de porcs de boucherie sur le marché.

Quelques tentatives ont permis d'aboutir à une intégration complète, c'est-à-dire que les stades de la production des porcelets, de la fabrication des aliments pour bétail, ainsi que la transformation et la commercialisation des produits propres ont tous été réunis et placés sous un organe de décision unique. Dans deux cas (1), les fondateurs de l'entreprise complètement intégrée sont tant des agriculteurs que des personnes étrangères à l'agriculture. La viande est vendue directement au consommateur par l'intermédiaire de points de vente annexés aux entreprises. Chaque maillon de cette chaîne complètement intégrée à la forme juridique d'une "GmbH und Co.KG" (société en commandite dont le commandité est une GmbH). Aux dernières nouvelles, le projet de la "Fleisch für alle GmbH und Co. KG" de fonder une entreprise complètement intégrée aurait déjà échoué.

1) Visbeck GmbH, Visbeck et "Fleisch für alle GmbH und Co. KG" Witzhave.

Dans un autre cas ¹⁾, la création d'entreprises complètement intégrées est due à l'initiative des propriétaires de divers supermarchés. La société possède ses propres fermes d'élevage (Fleischfarmen) ou a noué des liens contractuels avec d'autres élevages qui vendent leurs "porcs de boucherie" à des prix fermes. Via l'abattoir et l'atelier de découpage, le produit final ("viande de qualité") est dirigé vers les marchés de consommateurs et les consommateurs finals. Un steak-house est annexé à l'entreprise.

La création de co-entreprises par les producteurs agricoles et les entreprises situées en amont et en aval ne va pas au-delà de quelques cas isolés.

Dans un cas ²⁾, les éleveurs se sont groupés en une "GmbH und Co. KG" et ont échangé des participations avec un abattoir d'expédition par l'intermédiaire duquel ils vendent leurs porcs de boucherie sous forme de demi-carcasses. Quelques groupements de producteurs ont aussi adopté cette manière de procéder. Dans tous ces cas, le résultat attendu est l'amélioration de la commercialisation et, par conséquent, une augmentation des recettes des producteurs concernés. Il est nécessaire que les éleveurs se groupent en une société commerciale d'un type quelconque afin de pouvoir faire valoir au sein de la co-entreprise leurs intérêts économiques communs vis-à-vis de leur partenaire commercial.^{1/2}

Dernièrement, plusieurs municipalités ont décidé de fermer leurs propres installations d'abattage en raison des frais trop élevés qu'elles entraînaient. Ces mesures empêchent les entreprises qui utilisaient l'abattoir de continuer à exercer leur activité : aussi fondent-elles très souvent une société responsable, qui continue à administrer l'abattoir à titre privé.³⁾

1) Westerwälder Fleischerzeugung GmbH und Co. Hambourg.

2) Uniporc. Aschendorf

3) par exemple : le Fleischversorgung Köln GmbH, qui a repris l'abattoir municipal de Cologne le 1er janvier 1973.

Peuvent participer à ces sociétés, les bouchers, les chevilleurs, les agences de commercialisation de bétail et parfois aussi les coopératives pour autant qu'elles soient établies dans l'abattoir en question. Ce que l'on sait actuellement des co-entreprises de ce type ne permet pas encore de dire exactement ce qu'il en adviendra à l'avenir.

On ne dispose pas d'informations précises sur les quantités de porcs engraisés pour le compte d'entreprises intégrées. A première vue, le nombre de porcs ainsi engraisés par rapport au volume total du marché devrait être insignifiant. Les dernières années n'ont pas révélé non plus une tendance très nette à l'intégration des entreprises dans le domaine de la production des porcs.

7.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Les tendances nouvelles qui se manifestent dans le domaine de la production et de la vente des porcs, et notamment l'augmentation considérable de la taille des élevages porcins et la concentration accrue de la commercialisation par les abattoirs d'expédition, favorisent le renforcement de l'intégration verticale. Les principales raisons pour lesquelles l'éleveur conclut des contrats sont les suivantes :

- meilleures possibilités de financement
- possibilité de pallier un manque grave de liquidités
- garantie d'écoulement
- diminution du risque de fluctuation des prix
- augmentation de la transparence du marché
- avantages résultant sur le plan de l'organisation de l'adhésion à un groupement de producteurs.

Pour l'industrie, les raisons sont généralement les suivantes :

- vente régulière d'aliments pour bétail et/ou d'animaux de reproduction
- garantie d'approvisionnement d'animaux de boucherie et, par conséquent, garantie d'une utilisation maximale des capacités d'abattage existantes
- possibilité d'influencer la qualité des animaux de boucherie.

Pour les éleveurs qui sont favorables à l'intégration pour des raisons purement économiques, la situation de l'exploitation se présente généralement de la manière suivante : les bâtiments, les aliments pour bétail et les animaux exigeant des investissements sont considérables, beaucoup d'exploitations ne peuvent plus financer leurs achats à l'aide de leurs propres ressources. Obligées de rechercher une meilleure formule de financement, ces exploitations sont amenées à se lier par contrat à celui qui leur procure les capitaux. Dans ces cas, l'engraisser conclut généralement des contrats de financement.

La tendance à conclure de tels contrats est fréquente lorsque la courbe de l'évolution des prix atteint son niveau le plus bas. Bien que le taux d'intérêt exigé par la partie contractante soit généralement plus élevé que celui des organismes bancaires, de nombreux éleveurs préfèrent emprunter auprès de leurs partenaires de marché plutôt que de recourir au crédit bancaire. Les banques ne sont pas non plus disposées à accorder des crédits qui ne sont garantis que par la vente des porcs. En règle générale, elles exigent des garanties supplémentaires des éleveurs ou des parties contractantes. Les éleveurs considèrent un financement accordé par le partenaire commercial plutôt comme hypothèque que comme une dette.

Pour pallier le manque considérable de liquidités, on a recours aux contrats "à façon" ("Lohnmastverträge") car c'est ce type de contrat qui permet à l'éleveur de ne disposer que d'un minimum propre de ressources et qui lui fait courir moins de risques. En effet, dans des contrats "à façon", le risque inhérent au marché est assumé entièrement par la partie contractante et non plus par l'éleveur. Le risque inhérent à la production est supporté en partie par l'éleveur, mais dans une proportion réduite; en effet, l'éleveur ne risque que de perdre la prime de 20 à 25 DM par tête fixée par contrat.

L'engraissement "à façon" suscite une certaine réserve de la part des organisations agricoles. Leurs représentants font valoir notamment que les rémunérations citées ci-dessus, offertes pour l'engraissement d'un porc ne suffisent pas à couvrir toutes les dépenses. L'engraissement "à façon"

ne serait donc valable que pour les exploitations marginales ou celles qui manquent de liquidités. En outre, il est à craindre que l'engraissement "à façon" ne renforce la tendance des abattoirs d'expédition à produire "en régie directe". Si les rémunérations, telles qu'elles ont été fixées, ne permettent pas de couvrir l'ensemble des dépenses, il est à craindre que ce système n'influe sur les prix sur le marché des porcs de boucherie.

L'éleveur essaye de garantir la vente et de diminuer le risque des fluctuations de prix par la conclusion de contrats d'achats et de livraison. Ce sont surtout les exploitations spécialisées qui sont intéressées par ce genre de contrat, car le risque inhérent au marché couru par ces exploitations est plus élevé que le risque auquel sont exposées des exploitations plus diversifiées. Exception faite d'événements fortuits, tels que les épidémies et incendies, les éleveurs respectent généralement leur contrat. Une exception doit être faite pour les contrats à prix fixes portant sur une durée plus longue. Le fait de pouvoir exiger des prix plus élevés d'autres acheteurs, incite de nombreux chefs d'exploitation à livrer une partie de la production contractuelle à des clients qui paient mieux. C'est surtout lorsque l'offre atteint le point le plus bas de son cycle ou pour des raisons d'exploitation maximale de la capacité que ces clients offrent, souvent à l'engraisseur des conditions d'achat meilleures que celles qui ont été fixées par le contrat. Cet état de choses et les fluctuations de prix sur le marché des porcs de boucherie ont empêché le système des prix fixes de s'imposer dans le passé.

La diminution des ventes de bétail sur pied et le fait que l'on se soit tourné vers la vente d'animaux abattus a entraîné, au cours des dernières années, une diminution de la transparence du marché des porcs de boucherie. Jusqu'en 1971, il n'existait de cotations officielles que pour les ventes de bétail sur pied et il n'y en avait pas encore pour les ventes d'animaux abattus. L'augmentation de la transparence du marché est l'une des raisons essentielles pour lesquelles les éleveurs adhèrent à des groupements de producteurs, au sein desquels les membres se font part de leurs expériences et se communiquent des renseignements sur les ventes et les prix.

La création d'un groupement de producteurs s'explique aussi par les avantages qu'en retire l'exploitant agricole sur le plan de l'organisation. Certains groupements de producteurs sont parvenus à abaisser le coût d'enlèvement par porc. On doit à d'autres groupements d'avoir amélioré considérablement la qualité, ce qui n'a été rendu possible que par une nouvelle organisation et une meilleure possibilité de coopérer avec les organismes d'élevage et les associations d'éleveurs de porcelets. Dans de nombreux cas, les membres retirent des avantages de l'achat en commun des moyens de production à des conditions plus favorables par la mise en adjudication de lots importants. L'expérience a aussi montré qu'un groupement de producteurs ne peut avoir une efficacité durable que s'il coopère avec des entreprises possédant une longue expérience et une grande capacité de rendement.

Le sort d'un groupement de producteurs dépend, dans une large mesure, de sa position par rapport au marché et du degré de concurrence au stade immédiatement en aval de la production agricole. Dans les zones situées à proximité du marché et disposant d'un large éventail de débouchés intéressants en ce qui concerne la commercialisation du bétail sur pied, ainsi que dans quelques zones excédentaires éloignées du marché où la concurrence est sévère au stade de la commercialisation, il est apparu difficile de créer des groupements de producteurs. La multiplicité des débouchés fait que de nombreux engraisseurs considèrent qu'il est plus avantageux d'avoir, pour l'essentiel, les mains libres sur le marché plutôt que de souscrire des contrats collectifs ou individuels.

Si le fait de pouvoir bénéficier des aides de l'Etat est la seule raison qui incite les producteurs à se grouper, il faut craindre que les groupements constitués à cette fin ne subsistent pas au-delà de la période requise par les directives en matière d'aides.

En général, les motifs qui incitent les parties contractantes à conclure des contrats avec des éleveurs sont les suivants. Ce sont surtout les producteurs d'aliments pour bétail qui, dans le but de garantir leurs ventes, s'efforcent d'obtenir des éleveurs qu'ils s'engagent pour une longue période à n'acheter leurs aliments que chez eux. Sur le marché de la vente d'aliments d'engraissement où la concurrence s'est accrue, ils essaient de garantir par contrat la vente de leurs aliments afin de maintenir au moins leurs parts de marché. Il est probable qu'à l'avenir, l'augmentation du volume de production des porcs à l'engrais étant moindre que par le passé, les entreprises de préparation et de transformation pourront concurrencer avec succès les producteurs d'aliments pour bétail en ce qui concerne la conclusion de contrats (surtout les contrats "à façon"), d'autant plus que ces producteurs ne peuvent commercialiser eux-mêmes les porcs de boucherie.

Par conséquent, les incitations nécessaires au développement de la production contractuelle émaneront, à l'avenir, plutôt des abattoirs d'expédition. La garantie de l'approvisionnement en produits de base et l'utilisation maximale et continue de la capacité sont les objectifs essentiels de la politique contractuelle. Ces objectifs sont surtout déterminants pour la production contractuelle dans les régions de production disposant d'un excédent d'installations d'abattage et dans lesquelles les abattoirs d'expédition se font, pour cette raison, une concurrence sévère. Dans ces régions, les abattoirs d'expédition concluent surtout des contrats de livraison et d'achat de porcs de boucherie, ainsi que des contrats "à façon" avec les éleveurs. Dans la diffusion de ces contrats, on note une différence entre le Nord et le Sud, différence causée entre autres, par le nombre plus élevé d'abattoirs d'expédition au Schleswig-Holstein, en Basse-Saxe et en Rhénanie du Nord-Westphalie.

Ces trois Länder du nord de l'Allemagne assurent plus de 93 % du total des ventes des abattoirs d'expédition et des fabriques de préparations de viande soumis à déclaration en république fédérale d'Allemagne.

Dans le domaine de la production des porcs à l'engrais, la conclusion de contrats est aussi motivée par les efforts faits par les entreprises de transformation pour influer davantage sur la qualité des porcs, en fixant par exemple, par contrat la provenance des porcelets et la qualité des aliments pour bétail. En de nombreux endroits, les collecteurs et les abattoirs d'expédition interviennent afin d'approvisionner les engraisseurs en porcelets de bonne qualité. Dans ces cas, le commerce des porcelets est considéré comme un service que les engraisseurs rétribuent en remettant à la disposition des fournisseurs de porcelets les porcs engraisés.

Si l'on considère l'évolution de la politique contractuelle dans le domaine de l'engraissement des porcs, on constate que les fabricants d'aliments pour bétail ont été les premiers à avoir tenté de coordonner la production et que l'intervention du secteur de la transformation et de la distribution a été plus tardive. Il n'est pas encore possible actuellement de prévoir dans quelle mesure ces tentatives seront couronnées de succès et si ces types de contrat connaîtront une plus large diffusion. Toutefois, il est certain que l'importance décroissante des marchés d'animaux sur pied et de la vente directe aux boucheries et le rôle de plus en plus actif des abattoirs d'expédition renforceront la tendance à la production contractuelle.

8. Veaux et bovins de boucherie

8.1. Situation du marché et processus de commercialisation

En République fédérale d'Allemagne, 4,3 millions de bovins ont été abattus au cours de la campagne 1971/72, ce qui représente le chiffre le plus élevé atteint jusqu'à présent. Le nombre de veaux abattus s'est élevé à 965.000. Alors que la production de viande bovine a constamment augmenté depuis le milieu des années 60, la production de viande de veau a diminué, étant donné qu'un nombre croissant de veaux ont été destinés à l'engrais et que l'exportation des veaux s'est fortement développée. Par conséquent, le déficit de l'approvisionnement en viande de veau est passé de 8 à 44 % pendant la période de 1960/61 à 1971 (cf. à ce sujet tableau 16). Bien que les quantités de viande bovine importées n'aient que légèrement augmenté (de 175.000 à 181.000 tonnes) au cours de la même période, le degré d'auto-approvisionnement est néanmoins passé de 83 à 90 % grâce au renforcement de la production nationale.

TABLEAU 16

Situation de l'approvisionnement en viande de boeuf et de veau en RFA

Postes	Viande de boeuf		Viande de veau	
	1960/61	1971	1960/61	1971
	1000 t		1000 t	
Production	836	1.224	93	75
Variation des stocks	+ 1	+ 1	-	-
Importation	175	181	8	58
Exportation	21	60	-	0
Degré d'auto-approvisionnement (en %)	83	90	92	56
Consommation (kg/tête)	17,7	21,9	1,8	2,2

Source : Stat. Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 1972 (Annuaire statistique pour l'alimentation, l'agriculture et les forêts 1972).

Les principales régions de production de viande bovine sont situées en Bavière et en Basse-Saxe qui fournissent respectivement 30 et 20 % de l'ensemble du cheptel bovin.

On aura une idée des processus de commercialisation en se référant aux chiffres cités par les informations économiques (économie des entreprises et économie de marché (cf. tableau 17)).

TABLEAU 17

Commercialisation de la production de veaux et de bovins de boucherie en 1971/72 (en %)

	Bovins de boucherie	Veaux
Bouchers et charcutiers	35,5	36,1
Coopératives et marchands de bestiaux	32,8	31,0
Autres	10,5	19,2
Ventes à la Commission	11,6	8,4
Abattoirs d'expédition et fabriques de préparations de viande	9,6	5,3
	100	100

Source : Ministère fédéral de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts Informations économiques (économie des entreprises et économie de marché) 1971/72.

Pour 1971/72, les éleveurs de bétail de boucherie ont vendu au total environ 35 % de leur production aux bouchers et charcutiers et environ 44 % aux coopérative et aux marchands privés de bestiaux. Les ventes aux abattoirs d'expédition et aux fabriques de préparations de viande ne représentent que 10 % environ des ventes de bovins de boucherie réalisée par les éleveurs, pourcentage qui ne comprend naturellement pas les achats effectués par l'intermédiaire des collecteurs. Par rapport aux années précédentes, le pourcentage des ventes aux bouchers et charcutiers a diminué au profit des ventes aux abattoirs d'expédition. Ce glissement des ventes s'est produit en Basse-Saxe et surtout au Schleswig-Holstein, où environ 28 % des bovins de boucherie ont été vendus directement aux abattoirs d'expédition en 1971/72.

En Bavière, en Hesse et en Rhénanie-Palatinat, plus de la moitié des animaux sont encore vendus aux bouchers et charcutiers. Les chiffres qui viennent d'être cités valent aussi, à peu de chose près, pour la commercialisation des veaux.

Le glissement qui s'est produit au niveau des divers circuits de commercialisation résulte essentiellement de l'évolution de la technique d'abattage des animaux et notamment du fait que l'on renonce à la commercialisation d'animaux sur pied pour se tourner vers la commercialisation d'animaux abattus. Le ralentissement de l'expansion sur les grands marchés de bétail de boucherie est un symptôme évident de cette évolution. Alors qu'au cours des années 57/58, 39 % encore des bovins abattus industriellement avaient été commercialisés sur les grands marchés, ce pourcentage n'était plus que de 23,2 % en 1971. Cette évolution des formes de commercialisation des bovins de boucherie s'effectue à un rythme nettement plus lent que pour la commercialisation des porcs de boucherie. Pour le reste, la situation des structures de commercialisation est la même que celle décrite au point 7.7.1.

8.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Dans le domaine de la production de la viande de boeuf, les liens verticaux qui unissent les engraisseurs de bovins et les entreprises commerciales situées en amont et en aval sont peu nombreux. Récemment, quelques entreprises de commercialisation (abattoirs d'expédition et filiales d'entreprises commerciales disposant de leurs propres installations de transformation) ont manifesté un certain intérêt pour les contrats conclus avec les engraisseurs. C'est ainsi, par exemple, que la Nordfleisch-AG conclut, par l'intermédiaire de l'Union des coopératives d'achat et de vente de bétail du Schleswig-Holstein (SHV), coopérative enregistrée à responsabilité limitée, des contrats avec les éleveurs portant sur l'achat de veaux mâles et de taurillons et sur la livraison de taureaux de boucherie. La SHV s'engage à fournir à l'engraisseur une quantité déterminée de veaux mâles ou de taurillons pendant une certaine période. Le prix des animaux à l'engrais est basé sur le prix à la production, auquel s'ajoutent les frais de transport et une commission forfaitaire de l'ordre de 20 DM par animal.

L'engraisseeur doit livrer à la Nordfleisch-AG tous les taureaux qu'il a achetés par l'intermédiaire de la SHV et qu'il a ensuite engraisés. Le contrat ne comporte pas d'accord sur le prix à payer pour les taureaux livrés.

A l'inverse, un abattoir d'expédition du nord de l'Allemagne propose des contrats dans lesquels le prix exact est déterminé à l'avance (1). La firme garantit aux engraisseeurs un prix minimum, qui dépend du prix en vigueur pour les veaux. Lorsque les prix des veaux sont en hausse, le prix payé pour les bovins de boucherie est plus élevé. On ignore si de tels contrats ont déjà été conclus avec des éleveurs. Jusqu'à présent, ces contrats qui comportent un accord sur les prix n'ont pas connu un succès important.

Les contrats d'élevage (2) constituent une autre variante de la production contractuelle des bovins de boucherie. Ces contrats comprennent des dispositions précises sur le choix du bétail utilisé, sur son alimentation et les soins qu'il faut lui apporter, ainsi que sur le moment de l'abattage. Ces contrats laissent entrevoir le paiement de prix supérieurs aux cours normaux pour les animaux engraisés.

Dans le domaine de la production de viande de veau, les liens verticaux sont au contraire très nombreux. Les promoteurs sont les fabriques d'aliments pour bétail et les abattoirs d'expédition. Les contrats de financement et de vente ont acquis une certaine importance. La plupart des contrats sont cependant des contrats "à façon" (Lohnmastverträge). L'intégrateur (dans ce cas, surtout les abattoirs d'expédition) livre ou procure à l'engraisseeur les veaux, les aliments et les médicaments. Pour chaque veau en bonne santé et prêt à être tué, l'engraisseeur reçoit une prime de 40 à 50 DM.

1) R. STUCKEN GmbH (Hambourg)

2) par exemple : contrats d'élevage de la firme Stüssgen, Cologne.

La firme Schweisfurth, à Herten, propose aux éleveurs des contrats identiques.

Il n'est pas possible de fixer avec précision le pourcentage des veaux engraisés sur la base d'un contrat, qu'elle qu'en soit la forme. On peut conclure de données partielles, que dans la zone de concentration d'élevage de Cloppenburg/Vechta, environ 80 % de tous les veaux engraisés ont fait l'objet d'un contrat "à façon", que 5 % environ ont été engraisés sur la base d'autres types de contrat et que 15 % seulement des veaux ont été offerts par des engraisseurs qui n'étaient pas liés par contrat.

En Bavière, il existe deux groupements de producteurs de veaux de boucherie ayant la forme juridique d'une GmbH. L'actif constitutif de chacun de ces groupements prévoit pour les membres, l'obligation de livrer la totalité de leur production. Le groupement peut acheter des veaux à des éleveurs non membres, mais ces achats supplémentaires ne peuvent excéder 20 %. L'un des groupements a racheté une agence, par l'intermédiaire de laquelle il commercialise les veaux qu'il a abattus. Sur le marché de Munich, 70 % des veaux sont vendus par cette agence.

Plusieurs abattoirs d'expédition produisent eux-mêmes des veaux en quantité non négligeable. Dans un cas particulier, jusqu'à 20 % de tous les veaux abattus et commercialisés par une entreprise sont élevés et commercialisés par l'entreprise elle-même (1).

8.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Le développement de la production contractuelle de viande bovine n'est dû que pour une faible partie à l'initiative des éleveurs. Par comparaison, l'objectif des éleveurs - diminuer par la conclusion de contrats, le risque inhérent au marché - ne joue qu'un rôle secondaire. L'engraissement des bovins est étroitement lié à d'autres spéculations et la spécialisation n'a pas encore atteint un niveau très élevé. En outre, l'éleveur ne respecte pas un calendrier fixe pour la vente de ses bêtes. Dans la plupart des cas, il peut arriver que la vente soit différée de quelques semaines. La forte

1) Par exemple : l'abattoir d'expédition E. Bohning (Vechta) engraisse environ 40.000 veaux sous contrat (contrat "à façon") et sa production propre est d'environ 10.000 veaux. C'est donc le plus grand engraisseur de veaux connu en Europe, qui engraisse et abat ses animaux en régie directe.

demande de bovins de boucherie, qui s'explique par le faible degré d'approvisionnement en viande de boeuf de la RFA, permet également aux éleveurs qui ne sont pas liés par un contrat de réaliser des recettes, grosso modo, comparables à celles des éleveurs ayant souscrits un contrat.

De ce qui a été dit des producteurs, on peut conclure que les initiatives en vue de placer la production sous contrat émanent visiblement des entreprises de commercialisation. Les raisons sont essentiellement les mêmes que pour la production des porcs, à savoir la garantie de l'approvisionnement et de l'utilisation maximale de la capacité. Cependant, un autre élément joue ici un rôle plus important : quelques grossistes en denrées alimentaires s'efforcent d'offrir constamment de la viande de marque. Des programmes d'élevage ont été élaborés en vue de la production de cette viande de qualité, programmes qui impliquent l'élevage contractuel de mères et l'engraissement contractuel d'animaux croisés. La réalisation de cette forme de production contractuelle se heurte encore actuellement aux coûts de production très élevés des animaux croisés par rapport aux méthodes d'engraissement traditionnelles et à la modicité des recettes supplémentaires réalisées.

Les contrats d'engraissement sont surtout conclus afin de répartir les risques, risques qui dans ce domaine, sont à la fois inhérents au marché et à la production. Les prix d'achat et de vente sont soumis à de fortes variations, de sorte que la rentabilité de l'engraissement devient rapidement problématique. Les risques inhérents à la production résultent surtout du taux de mortalité relativement élevé, du taux de croissance, du coefficient de transformation des aliments et de la qualité des veaux à l'abattage.

Les industries désirent surtout conclure des contrats afin de garantir leur approvisionnement en veaux, ce qui leur permet d'utiliser au maximum les installations d'abattage existantes. Par la même occasion, les contrats permettent d'influer sur le poids à l'abattage et sur la qualité des veaux.

9. Oeufs

9.1. Situation du marché et processus de commercialisation

Le degré d'auto-alimentation de la République fédérale d'Allemagne en oeufs, qui n'était que de 59 % en 1960, a atteint 86 % en 1970 (voir tableau 18). Pour les années 1968 - 70, en moyenne 61,9 millions de poules ont pondus environ 15 milliards d'oeufs chaque année. Seuls 12,5 milliards d'oeufs environ ont atteint le marché : le reste a été consommé dans les ménages des producteurs.

TABLEAU 18

Production, commerce extérieur et consommation d'oeufs en République fédérale d'Allemagne 1968/69 - 1970/71

	68/69	69/70	70/71
Production brute (en millions d'unités)	14.260	14.995	15.365
Production destinée à la consommation (nette) (en millions d'unités)	13.547	14.245	14.597
Variations des stocks (en millions d'unités)	.	+ 17	- 14
Excédent d'importation en			
a) oeufs en coquilles (en millions)	+1.867	+1.850	+ 1.993
b) produits d'oeufs (valeur d'oeufs en coquilles; en millions d'unités)	+ 601	+ 520	+ 466
Consommation (en millions d'unités)	15.835	16.598	17.070
Consommation par habitant (en unités)	262	272	276
Degré d'auto-alimentation en %	86	86	86

Source : "Agrarwirtschaft", 20ème année, n° 12? Hannover (1971) page 435.

Entre les consommateurs et les producteurs, il existe plusieurs circuits de commercialisation qui se sont constitués avec le temps pour répondre aux besoins des intéressés et dont les fonctions sont adaptées progressivement.

Le plus court d'entre eux est la commercialisation directe par les producteurs ¹⁾. Ce circuit de commercialisation peut revêtir les aspects suivants (cf. à ce sujet le tableau 19): ²⁾

- vente d'oeufs par les producteurs aux consommateurs finals (à la ferme ou au marché hebdomadaire)
- vente d'oeufs de porte à porte par les producteurs
- vente d'oeufs par les producteurs aux détaillants
- vente d'oeufs par les producteurs aux grands consommateurs, tels que les hôtels, restaurants, cantines etc.

Dans ce système, les producteurs assurent eux-mêmes la distribution sans passer par l'intermédiaire des grossistes collecteurs et distributeurs. Le fait que ces formes de commercialisation soient très répandues en RFA est dû aux recettes supplémentaires considérables qui sont généralement supérieures aux dépenses supplémentaires résultant de la vente en quantités relativement petites. Les consommateurs sont disposés à payer un prix plus élevé lorsque l'oeuf est offert directement par le producteur, car ils pensent que cet oeuf est plus frais que celui qui est passé par plusieurs stades de la commercialisation. Le mythe de la fraîcheur de l'oeuf vendu directement remonte à l'époque du rationnement au cours de la seconde guerre mondiale, lorsque les commerçants étaient tenus, en vertu de règlements administratifs, de stocker les oeufs et que les oeufs perdaient une partie de leur fraîcheur ³⁾. Toutefois, le fait de ne pas passer par les négociants collecteurs permet au producteur de réaliser un bénéfice supplémentaire, qui correspond plus ou moins à la marge bénéficiaire à ce stade de la commercialisation. En 1970, le bénéfice supplémentaire moyen pour un oeuf vendu à un consommateur privé par rapport à un oeuf vendu à un négociant collecteur était de 5 Pfg. ⁴⁾

-
- 1) H. WIGGER : Rationelle Eier- und Geflügelfleischvermarktung
Agrarmarktstudien, édité par H. Stamer, Hambourg et Berlin 1969,
p. 33.
 - 2) H. GOCHT : Marktstruktur und Preisbildung bei Eiern und Eiprodukten in der
Bundesrepublik Deutschland Forschungsgesellschaft für Agrar-
politik und Agrarsoziologie, e.V. (Société de recherches pour la
politique et la sociologie agricoles, association enregistrée,
Bonn 1966, (diffusé sous forme de manuscrit).
 - 3) H. WIGGER : Rationelle Eier- und, op.cit. p. 34
 - 4) Ministère fédéral de l'alimentation, l'agriculture et les forêts : La produc-
tion et la vente des oeufs en république fédérale d'Allemagne en 1970.
Bonn, mars 1971, p. 20.

En outre, les variations saisonnières des prix sont moins fortes dans le cas des ventes directes aux consommateurs. En 1970, elles n'étaient que de 1,8 Pfg. contre 3,6 Pfg. pour les ventes aux négociants collecteurs.

La vente directe au consommateur ne nécessite pas d'opérations coûteuses de commercialisation, telles que le calibrage, la standardisation et l'emballage, sauf s'il s'agit d'oeufs vendus aux détaillants. Depuis que le règlement CEE concernant certaines normes de commercialisation applicables aux oeufs a été arrêté, règlement qui impose ces opérations pour les ventes d'oeufs réalisées par l'intermédiaire des négociants collecteurs et des détaillants, la vente directe est considérablement - et légalement - avantagee sur le plan de la concurrence.

La vente directe suppose la proximité d'un nombre suffisant d'acheteurs et la capacité technique d'organiser la vente. Les producteurs qui ont une préférence marquée pour la vente directe sont ceux qui se trouvent à proximité du marché, notamment à la périphérie des zones de concentration, et dont la basse-cour ne dépasse pas un nombre déterminé de poules ¹⁾.

Les élevages qui ne peuvent pratiquer la vente directe en raison de leur éloignement du marché ou de l'importance de leur production sont obligés de vendre aux collecteurs, qui se répartissent en :

- collecteurs ambulants
- grossistes-collecteurs privés ou organisés en coopératives.

Les collecteurs ambulants ne disposent généralement pas d'installations de commercialisation et d'emballage. Ils se contentent par conséquent de collecter de petits lots qu'ils vendent aux consommateurs finals et le volume de leurs ventes est peu élevé. A la suite de la concentration accrue des élevages de pondeuses et en raison surtout du nouveau règlement CEE relatif aux normes de commercialisation applicables aux oeufs, leur importance diminue de plus en plus. Par contre, les grossistes-collecteurs privés ou

1) W. SCHOPEN : Die vertikale Integration, op.cit. p. 90 f

2) H. WIGGER : Rationelle Eier op.cit. p. 36.

organisés en coopératives sont les principaux partenaires de marché des grands élevages. Ils se chargent tant des opérations de :

- collecte
- calibrage
- contrôle de qualité
- standardisation
- emballage,

que de la vente aux grossistes distributeurs ou aux détaillants. La préparation et le stockage partiel des lots collectés nécessitent des installations qui entraînent des investissements relativement importants (calibreuses, machines à emballer et chambres frigorifiques, par ex.). Au cours de l'année 1968/69, environ 3,5 milliards d'oeufs, soit 25,8 % de la production totale, ont été commercialisés par l'intermédiaire des centres d'emballage industriels¹⁾. En outre, une quantité d'oeufs qui ne peut être précisée est passée par les centres d'emballage des producteurs d'oeufs. Ces lots achetés en supplément par les producteurs sont destinés à compléter leur production propre de manière à permettre une utilisation maximum de la capacité des centres d'emballage (entreprises mixtes).

Le système des centres d'emballage industriels perd de plus en plus de son importance au profit des centres d'emballage de producteurs, qui ne conditionnent que la production d'un seul grand élevage ayant une production suffisante. Dès que l'élevage comprend environ 30.000 à 60.000 poules, l'installation d'un centre d'emballage est rentable. Les économies réalisées du fait qu'il n'est plus nécessaire de collecter de nombreux lots peu importants sont supérieures aux coûts unitaires plus élevés dans les centres d'emballage des producteurs - en raison de leur capacité réduite - que dans les grands centres d'emballage. Les agences de vente, les grossistes et les entreprises spécialisées dans la vente de produits frais sont les principaux partenaires de ces élevages disposant de centres d'emballage propres.

1) H. WIGGER : Struktur der Eiervermarktung und der Eierpackstellen in der Bundesrepublik Deutschland 1968/69. "Deutsche Geflügelwirtschaft" 22ème année, n° 3, Stuttgart (1970) p. 85 sq.

Etant donné que ces élevages vendent directement une partie de leur production aux détaillants, la concentration de la production des oeufs n'a pas abouti, contrairement à ce que beaucoup espéraient, à une diminution du pourcentage des ventes directes. La volonté de plus en plus marquée des petits exploitants d'échapper, par la commercialisation directe de leurs produits, au dilemme des prix souvent insuffisants pour couvrir les frais payés par les collecteurs a eu le même effet. Le tableau 19 fait apparaître le volume des ventes réalisées selon les différents modes de commercialisation.

TABLEAU 19

Volume des échanges sur le marché des oeufs en RFA, 1970

Mode de commercialisation	en milliards d'unités	en %
1. Collecteurs privés (y compris collecteurs ambulants)	3,2	21
2. Collecteurs organisés en coopératives	1,0	7
3. Consommateurs privés (+ marché hebdomadaire)	5,7	37
4. Grands consommateurs	2,9	19
5. Oeufs à couvrir et pertes	0,8	5
6. Consommation propre des producteurs	1,8	11
7. Production totale	15,4	100
8. Proportion des ventes directes (postes 3 et 4)	8,6	56
<u>Source</u> : estimations propres.		

Il existe, entre les différentes régions de la RFA, des différences considérables tant en ce qui concerne la concentration de la production, que les pourcentages de ventes réalisées selon les différents modes de commercialisation par rapport à la production totale et que la structure des entreprises de production et de collecte. Les régions de forte production se trouvent dans la partie sud de la zone Weser - Ems, en Westphalie et en Rhénanie du Nord.

Exception faite de ces régions, la production des oeufs se répartit entre petits centres de production disséminés plus ou moins uniformément sur le territoire fédéral. Il existe des liens étroits entre les bilans d'approvisionnement des régions et le pourcentage des oeufs vendus directement : plus l'excédent qui doit être vendu en suivant un processus de commercialisation très long est important, plus le pourcentage des oeufs vendus aux collecteurs est élevé. Le tableau 20 montre que dans les zones excédentaires, c'est-à-dire la zone Weser-Ems à Hanovre, et en Westphalie, le pourcentage des ventes directes est le plus bas (de 40 à 60 % environ en 1970) alors qu'il est le plus élevé (85 %) dans les Länder de Hesse et de Rhénanie-Palatinat qui se situent en dessous de la limite d'auto-approvisionnement.

Il existe aussi une corrélation entre le pourcentage des ventes directes et la taille moyenne des élevages : la taille moyenne de l'élevage est d'autant plus petite que le pourcentage des ventes directes est élevé. En RFA, 28 % des poules appartenaient encore en 1969 à des élevages de 1 à 49 sujets. Il est probable que ce pourcentage a encore diminué jusqu'en 1970. Dans ces élevages, plus la consommation privée est élevée, plus la partie commercialisée est réduite. En 1970, chaque éleveur allemand avait en moyenne un élevage de 50 poules. Les élevages moyens plus importants se trouvent dans les centres de production de Basse-Saxe : dans cette région, 36 % des poules appartiennent à des élevages de plus de 10.000 poules, alors que la moyenne fédérale est de 22 %.

TABLEAU 20

Pourcentage des ventes directes dans les régions de la RFA
en 1967 et 1970, par rapport aux ventes totales des producteurs.

Régions	1 9 6 7			1 9 7 0		
	Grands consommateurs 1)	Consommateurs privés(2)	Ventes directes (total)	Grands consommateurs 1)	Consommateurs privés 2)	Ventes directes (total)
Schleswig-Holstein et Hambourg	25,9	28,8	54,7	25,5	30,9	56,4
Basse-Saxe et Brême	21,5	21,0	42,5	16,6	32,7	49,3
Weser-Ems	18,1	10,1	28,2	13,4	27,7	41,1
Hanovre	25,0	31,9	56,9	19,9	37,7	57,6
Rhénanie du Nord-Westphalie	23,3	48,7	72,0	18,5	56,7	75,7
Westphalie	18,0	40,7	58,7	6,8	55,5	62,3
Rhénanie	28,4	56,3	84,7	29,8	57,8	87,6
Hesse	30,0	61,8	91,8	41,7	56,0	97,7
Rhénanie-Palatinat	29,1	54,9	84,0	37,4	48,2	85,6
Bade-Wurtemberg	25,7	57,3	83,0	28,0	49,4	77,4
Bavière	22,6	45,3	67,9	27,3	41,9	69,2
Sarre	-	-	-	28,1	53,0	81,1
Territoire fédéral	23,4	40,4	63,8	23,1	44,1	67,2

1) Y compris les hôtels, restaurants et détaillants.

2) Y compris ventes sur les marchés hebdomadaires.

Source : Ministère fédéral de l'alimentation, de l'agriculture et des forêts : La production et la vente des oeufs en république fédérale d'Allemagne 1970, Bonn, mars 1971, p. 20. Les chiffres cités dans cette statistique se basent sur les rapports des correspondants agricoles, qui ne sont cependant pas représentatifs pour l'ensemble de la production des oeufs. Etant donné que les grands élevages notamment sont sous-représentés, les pourcentages de ventes directes sont probablement légèrement moins élevés en réalité que dans le tableau. Plus la région comporte de grands élevages (dans la région Weser-Ems p. ex) plus l'écart est important.

La répartition des centres d'emballage par catégorie d'importance et par région donne une image identique. En 1969, la plupart des centres d'emballage industriels étaient situés dans les zones excédentaires du Schleswig-Holstein, de Basse-Saxe et de Bavière. A proximité du marché (Hesse, Rhénanie du Nord-Westphalie), ce sont les petits centres d'emballage de producteurs qui sont plus nombreux. (En ce qui concerne la structure des centres d'emballage en RFA, cf. tableau 21).

TABEAU 21 : la structure des centres d'emballage en RFA, 1969.

Production horaire des installations de calibrage (en unités).	Nombre des entreprises			Nombre d'œufs emballés (en millions)		
	Centres d'emballage de producteurs et entreprises mixtes	Centres d'emballage industriels	Total des centres d'emballage	Centres d'emballage de producteurs et entreprises mixtes	Centres d'emballage industriels	Total des centres d'emballage
<u>1. Jusqu'à 3.600</u>						
Nombre	5.113	328	5.441	2.595	548	3.143
Pourcentage	41,9	55,5	28,4	47,9	18,6	35,2
<u>2. 3.600 - 10.000</u>						
Nombre	439	238	677	2.210	1.801	4.011
Pourcentage	7,9	40,3	11,0	40,8	51,3	44,9
<u>3. Plus de 12.000</u>						
Nombre	10	25	35	61	1.165	1.776
Pourcentage	0,2	4,2	0,6	11,3	33,1	19,9
<u>4. Total des centres d'emballage</u>						
Nombre	5.562	591	6.153	5.416	3.514	8.930
Pourcentage	100	100	100	100	100	100

Source : H. WIGGER : Struktur der Eiervermarktung und der Eierpackstellen in der Bundesrepublik Deutschland 1968/69. "Deutsche Geflügelwirtschaft", 22^e année, n° 3, Stuttgart (1970) page 86.

9.2. Formes et extension de l'intégration verticale

9.2.1. Intégration verticale par contrat

Tant les formes de vente réellement utilisées que les formes de vente virtuelles sont déterminantes pour l'existence de liens verticaux entre les producteurs et les distributeurs. Dans l'ensemble de la commercialisation directe, il n'existe généralement pas de liens verticaux, étant donné que les consommateurs finals et les détaillants n'aiment pas se lier à un fournisseur et préfèrent choisir en fonction de la qualité et du prix de l'offre. De même, il n'y a pas de contrats entre les collecteurs ambulants et les producteurs. Dans ce cas, ce sont surtout les éleveurs qui tiennent à se ménager un autre débouché. Ainsi 65 % environ de l'ensemble du marché en RFA n'entrent pas en ligne de compte pour la conclusion de contrats, de quel type qu'ils soient. Ne sont susceptibles de faire l'objet d'un contrat que le pourcentage représentant les livraisons des producteurs aux grossistes collecteurs (centres d'emballage) et les lots livrés par les gros producteurs disposant de leurs propres installations d'emballage aux grossistes distributeurs ou aux agences de vente.

Les contrats dans lesquels ne sont spécifiés que les quantités à livrer et les dates de livraison (contrats d'achat et de livraison ¹⁾) n'ont pas répondu à l'attente dans le secteur des oeufs et sont peu courants car ils ne répondent pas suffisamment aux besoins des producteurs. Dans les quelques contrats connus de ce type, qui ont généralement une durée d'un an, les fournisseurs ne sont tenus que de livrer la totalité ou une certaine partie de leur production d'oeufs au centre d'emballage. En cas d'infraction à cette règle, une amende conventionnelle de 2 DM par poule peut leur être infligée. Les accords de prix sont basés soit sur le prix que le centre d'emballage obtiendra lors de la vente (certains contrats ne contiennent que des données imprécises sur ce prix et sur la manière exacte dont on en déduit le prix à payer au producteur), soit sur les cours enregistrés sur un marché connu des oeufs.

1) M.v.OPPEN :Möglichkeiten und Grenzen op.cit. p. 60

Plusieurs contrats prévoient un échelonnement des prix en fonction de la quantité de sorte que le prix payé aux fournisseurs de lots importants est en fait plus élevé en raison des suppléments qui leur sont accordés ultérieurement en fonction des quantités livrées.

Dans la production d'oeufs, les risques inhérents à la production sont relativement moyens ¹⁾, mais les risques inhérents au marché et aux investissements sont élevés. Les contrats ne couvrent pas complètement l'éleveur de poules contre les risques inhérents à la production, risques qui sont fonction :

- du patrimoine génétique des poulettes
- de la qualité des aliments
- du maintien du rendement par poule.

Il est possible de se prémunir contre ces risques en suivant les conseils appropriés souvent donnés en matière de médecine vétérinaire et de technique d'alimentation, par les fournisseurs d'aliments intégrés ou non dans un système de contrats. Généralement, les risques inhérents à la production diminuent considérablement lorsque les fournisseurs d'aliments et de poulettes intégrés dans un système contractuel offrent des garanties de qualité (par ex. : garanties d'un rendement minimum conditionné génétiquement)

Le risque important inhérent au marché résulte des fortes variations saisonnières et à moyen terme des prix sur le marché des oeufs. Au cours des cinq dernières années, il est souvent arrivé que le prix payé par les collecteurs pendant une longue période ne permettait pas de couvrir les coûts de production. Les contrats ont été et sont encore un moyen adéquat de répartir d'une manière équitable le risque inhérent au marché sur les partenaires concernés par la production d'oeufs. De même, il est possible de faire supporter par plusieurs partenaires de marché la charge du financement et les manques de liquidités. Répartition du risque et garantie de liquidités sont devenus, par conséquent, les éléments essentiels qui déterminent la conclusion des contrats.

1) cf. à ce sujet : M. v.OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen op.cit. p. 24.

Pour diminuer le risque d'investissement ¹⁾, il faudrait que les éleveurs de poules et les distributeurs souscrivent des contrats à long terme qui garantissent un prix permettant de couvrir plus ou moins les coûts. Etant donné qu'aucun distributeur ne peut se le permettre, le producteur supporte presque seul le risque d'investissement, risque menaçant dans le passé, en raison de la baisse permanente du prix réel des oeufs et du taux d'intérêt élevé.

Dans un type de contrat souvent conclu avec les propriétaires d'élevages importants, l'éleveur supporte à lui seul le risque inhérent à la production, mais ne s'expose pas au risque inhérent au marché. Le centre d'emballage garantit un prix minimum de 2,33 DM le kg. Si le prix à payer, qui est calculé sur la base des cours, est inférieur au prix minimum, le centre d'emballage accorde la différence sous forme de prêt sans intérêt. Si, le solde est négatif à l'expiration du contrat (2 périodes de ponte), le centre d'emballage prend la totalité du déficit à sa charge. Si, au cours d'une période de ponte, le prix moyen dérivé est supérieur à 2,5 DM le kg, le centre d'emballage empêche un supplément. Il n'y a que peu de contrats de ce type qui soient conclus actuellement, car aucun centre d'emballage n'est apte ou disposé à garantir un prix minimum de 13,9 Pfg/par oeuf (ce qui correspond à 2,33 DM le kilo) pendant deux périodes de ponte.

Moins avantageux pour l'éleveur est le type de contrat dans lequel le risque inhérent au marché est réparti en convertissant la différence entre le prix garanti et le prix payé en aide octroyée par un fonds de soutien qui doit être alimenté par plusieurs parties contractantes. Dans un autre type de contrat connu, les fournisseurs de moyens de production sont associés et supportent avec l'éleveur 75 % des pertes. Le reste est à la charge du centre d'emballage. En contrepartie, les éleveurs garantissent aux fournisseurs de poussins et d'aliments pour animaux, l'exclusivité de leurs achats de marchandises. Sous réserve d'un préavis de trois mois, toutes les parties contractantes peuvent résilier le contrat si le maintien de celui-ci aboutissait à une "situation économique intenable".

1) cf. à ce sujet : M.v.OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen....., op.cit. p. 24

Lorsque le contrat s'étend sur trois périodes de ponte, le centre d'emballage peut déjà le résilier après deux périodes, même s'il ne peut invoquer l'argument pertinent précité.

Les contrats "en chaîne" ont surtout pu se développer grâce aux prix défavorables pratiqués sur le marché des oeufs. L'initiative en revient surtout aux centres d'emballage, qui désiraient nouer des liens étroits afin de garantir l'utilisation maximale de leur capacité. Lorsqu'ils agrandissaient ou renouvelaient leurs élevages, les producteurs avaient souvent besoin de capitaux qu'ils ne pouvaient obtenir sous forme de crédits bancaires. Seuls les fournisseurs de moyens de production pouvaient accorder des crédits à court terme destinés à compenser un manque temporaire de liquidités. En général, les producteurs se sont uniquement intéressés à ces crédits pour des raisons de concurrence. Ils ne pouvaient rester tout à fait en dehors du circuit sous peine de perdre une trop grande partie du marché. Ils pouvaient manifestement encore se permettre de renoncer, le cas échéant, à une partie des bénéfices marginaux de ces livraisons.

Dans un type modifié de contrat en chaîne, il n'y a aucun intermédiaire contractuel entre les éleveurs et les centres d'emballage. L'éleveur est tenu d'acheter tous les moyens de production dont il a besoin aux firmes avec lesquelles le centre d'emballage a conclu un contrat. Pour une consommation déterminée d'aliments, l'éleveur doit produire une quantité fixée par contrat d'oeufs par pondeuse en batterie et par période de ponte (par exemple : 268); pour tout oeuf manquant, il est déduit de la somme totale qui lui est payée un montant qui correspond au prix moyen du marché pendant les quatre dernières semaines de la période de ponte. S'il a utilisé plus ou moins d'aliments, la différence en plus ou ^{en} moins est calculée au prix de marché des aliments. Les coûts de production sont estimés à 12,2 Pfg. par oeuf. Le produit net par oeuf se calcule sur la base du produit de la vente départ centre d'emballage, diminué de 1,6 Pfg. pour le travail effectué par le centre d'emballage. En outre, le prix à payer pour les poules de consommation est réparti sur le nombre total des oeufs. Lorsque le produit net par oeuf est

est compris entre 12,2 et 14 Pfg., l'éleveur reçoit 50 % de la différence par rapport aux coûts de production calculés (12,2 Pfg.). L'éleveur reçoit 25 % de la partie du produit supérieure à 14 Pfg. l'oeuf. En cas de produit inférieur à 12,2 Pfg., 25 % de la perte lui sont imputables et la somme est exigible à la fin de la période de ponte. Il est surprenant que l'éleveur ait souvent à garantir une production relativement élevée d'oeufs, alors qu'il n'a aucune influence sur la qualité des poulettes ou de la nourriture et supporte ainsi totalement le risque inhérent à la production et une partie du risque inhérent au marché.

Dans un autre type de contrat en chaîne, les fournisseurs doivent garantir la qualité de leurs produits. Le prix payé aux fournisseurs de poulettes est plus ou moins élevé selon le rendement par poule. La liquidité des entreprises contractantes est assurée par des versements réguliers. L'éleveur reçoit un pfennig par oeuf, la firme qui a construit les poulaillers : un pfennig par oeuf, le fournisseur de poulettes : 4 pfennig par oeuf et le fournisseur d'aliments : 8 pfennig par oeuf. Lorsque le prix des oeufs est supérieur aux coûts, on paie tout d'abord les factures de toutes les parties contractantes et l'éleveur bénéficie de la totalité du surplus. En revanche, lorsque le prix des oeufs ne couvre pas les coûts, l'éleveur doit payer par traite aux parties contractantes le montant total du déficit et, à l'expiration du contrat, il supporte les pertes. Par conséquent, ce contrat est axé sur le financement des moyens de production. En fait, l'éleveur supporte dans sa totalité, le risque inhérent au marché, mais le risque inhérent à la production est limité, car il doit veiller uniquement à appliquer une technique d'alimentation adéquate, à loger ses animaux dans des poulaillers ad hoc et à éviter les maladies. En outre, il continue à courir le risque - particulièrement élevé dans un élevage de pondeuses - d'un rendement insuffisant, risque qui, dans de nombreux cas, a occasionné des pertes considérables aux élevages. C'est pour cette raison que ce type de contrat n'est plus très utilisé. Ces composantes du risque de production pèsent aussi sur l'éleveur dans les contrats "à façon" ("Lohnmastverträge"). Actuellement, ces contrats ne sont plus utilisés que dans quelques cas. Les partenaires contractuels de l'éleveur sont soit des éleveurs de volaille, qui disposent

de leur propre centre d'emballage, soit une société de commercialisation avicole. Les moyens de production sont fournis à l'éleveur, qui ne met à la disposition de son partenaire que son poulailler et sa main-d'oeuvre. Il reçoit, comme rémunération, une somme déterminée par oeuf fourni ou par poule. Le système prévoit une légère incitation au rendement en ce sens que dans le premier cas, il reçoit une prime par oeuf lorsque la quantité d'oeufs fournie par pondeuse en batterie est supérieure à 210 et que dans le second cas, il bénéficie totalement de la partie des bénéfices supérieure à un certain montant.

Dans certains contrats "à façon" (Lohnmastverträge), l'éleveur n'apporte que la main-d'oeuvre; tous les moyens de production lui sont fournis. A la fin de chaque période de ponte, il reçoit un pfennig par oeuf. Si les bénéfices sont supérieurs à une certaine somme, la différence en plus lui est versée intégralement. Les pertes éventuelles sont à la charge des producteurs d'aliments ¹⁾.

La plupart des contrats ont été conclus dans les principales zones de production éloignées du marché : Weser-Ems, Westphalie, Bade-Wurtemberg et Bavière. Dans la zone Weser-Ems, la conclusion de contrats a été stimulée par le fait que les élevages y ont une dimension supérieure à la moyenne, par l'existence de centres d'emballage de grande capacité et par l'absence d'autres formes de commercialisation.

Dans tout le territoire fédéral, les associations de producteurs d'oeufs se sont ici et là transformées en groupements de producteurs, qui ont souscrit des contrats d'achat et de livraison avec des centres d'emabalage organisés ou non en coopérative. Les éleveurs sont généralement soumis à des règles statutaires destinées à garantir une production de qualité et à l'obligation d'offre. Le système souffre des faiblesses précitées inhérentes aux grands centres d'emballage et aux contrats de livraison simples. Dans la mesure où les groupements de producteurs sont agréés par l'Etat, ils reçoivent une aide conformément aux directives de la loi sur la structure du marché.

1) La plupart des types de contrats décrits ont été communiqués par écrit par la Chambre d'agriculture Weser-Ems, Oldenburg l.o.

A l'expiration de la période minimale fixée par les directives en matière d'aide, ils ne subsisteront, de l'avis des experts, que s'ils offrent de véritables avantages, qui peuvent également se traduire, au-delà du but proprement dit de la loi sur la structure du marché par la possibilité d'acheter en commun les moyens de production. Ce n'est qu'à ce moment que l'on pourra dire avec certitude si ces groupement de producteurs n'ont été constitués qu'afin de bénéficier d'aides financières ou si leur création répond à un besoin véritable, économiquement motivé et résultant de la modification des structures du marché. Actuellement, il y a en RFA quelque 23 groupements de producteurs d'oeufs et de volaille, dont l'écrasante majorité produit cependant de la viande de volaille.

Dans la collecte des oeufs, les coopératives agricoles ¹⁾ jouent un certain rôle (environ 1 milliard d'oeufs, soit 6,5 % de la production totale). En 1970, il y avait 38 coopératives de commercialisation des oeufs et 60 centres coopératifs de collecte d'oeufs. Selon les registres des centres d'emballage, ²⁾ ces centres et coopératives collectent 17 % du volume traité par les centres industriels d'emballage.

Les contrats conclus par les coopératives sont fidèles au principe de la cogestion des agriculteurs et évitent, pour autant qu'on sache, de trop favoriser les parties contractantes. Cette sorte d'interpénétration verticale ne peut cependant pas encore être considérée comme une intégration verticale, étant donné que le droit de vote ne confère pas au producteur isolé une influence prépondérante, que son adhésion à la coopérative n'est pas assortie d'une obligation de se lier par contrat et que les centres coopératifs d'emballage concluent aussi des contrats avec des non-membres. Elles doivent donc être considérées comme de simples partenaires commerciaux des producteurs.

Les coopératives exercent une plus grande influence de par leur participation à des sociétés de commercialisation. Elles commercialisent surtout la production des propriétaires de petits élevages. Dans la région de Weser-Ems, par exemple, elles participent très peu à la commercialisation,

mais dans le sud de l'Allemagne, elles jouent un rôle beaucoup plus important. Dans le Bade-Wurtemberg, les trois groupements de producteurs ont conclu des contrats avec le WLZ (groupement des coopératives agricoles du Wurtemberg) et avec la "Süddeutsche Eier und Geflügel AG".

Les contrats ont permis dans une certaine mesure de délimiter les droits des parties contractantes de manière à ce que aucune d'elles ne soit trop favorisée ou défavorisée. On connaît cependant de nombreux cas où la prédominance d'une partie a acculé l'autre partie contractante à la faillite et a, en outre, fait subir des pertes importantes à des tiers. On a souvent pu constater qu'à la suite de la stagnation prolongée des prix, des entreprises de production avaient été acquises par des fabricants d'aliments ou des entreprises d'emballage. Cependant, le cas contraire - l'acquisition de centres d'emballage par des producteurs - s'est aussi produit.

-
- 1) voir à ce sujet F.B. HAUSMANN : "sind die Genossenschaften noch Selbsthilfeeinrichtungen der Landwirtschaft" - Deutsche Geflügelwirtschaft -, 23ème année, n° 9 Stuttgart (1971), p. 220 sq.
 - 2) Les centres d'emballage industriels doivent être déclarés et agréés. Ils sont enregistrés au Bundesamt für Ernährung und Fortstwirtschaft (Office fédéral de l'alimentation et de la sylviculture) à Francfort-sur-le-Main et doivent être agréés par cet organisme.

9.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises

De l'avis des experts, les facteurs qui ont récemment déterminé la naissance d'organismes centraux de décision coiffant des entreprises situées à des stades successifs du circuit de commercialisation continueront à agir, à l'avenir, avec autant de force que par le passé.

Une importante agence de commercialisation des oeufs ¹⁾ avait noué de multiples liens qui avaient soit le caractère d'une participation, soit celui d'une intégration, avec vingt-deux grands élevages de pondeuses, une entreprise de transport d'oeufs, une entreprise de récupération des abats et une entreprise d'élimination des déchets. Entre les élevages de pondeuses d'une part, et les fabricants d'aliments et les fournisseurs de poulettes d'autre part, il existait des contrats qui comportaient des clauses relatives aux achats, aux livraisons et, dans un grand nombre de cas, aux aides financières. Toutes les entreprises précitées avaient la forme juridique d'une GmbH & Co. KG (société en commandite dont le commandité est une société à responsabilité limitée). Les élevages, dont le parc avicole était constitué au début de 1972 d'environ 3,5 millions de poules, disposaient tous de leurs propres centres d'emballage; l'agence, dont les sociétaires détenaient en même temps des parts dans plusieurs élevages, n'intervenait que pour mettre les élevages en rapport avec les clients. L'agence et les élevages, étaient liés par des contrats avec obligation d'offre. L'agence recevait une commission d'intermédiaire fixe par oeuf. En 1970, et 1971, les prix étaient très bas et les fournisseurs d'aliments durent vendre une partie des aliments à crédit. La-dessus, on envisagea de fusionner toutes les entreprises concernées, en y incluant les fournisseurs de poulettes et un abattoir de poules afin de rationaliser la production et de diminuer les risques. Ce pas a été franchi au cours de l'année 1972. En raison des engagements qu'ils avaient accumulés, les anciens propriétaires d'élevages n'étaient plus en mesure de sauver leur exploitation en l'utilisant comme apport dans la nouvelle société. Une grande partie de leurs exploitations, de même que les autres entreprises, sont passées à une société holding à laquelle participent notamment un fournisseur d'aliments pour bétail et un fournisseur de poulettes.

1) Egga-Gruppe, Vechta i.O.

Au Schleswig-Holstein ¹⁾, plusieurs producteurs avaient formé un groupement de producteurs et commercialisaient leurs produits par l'intermédiaire d'une société en commandite; dont le commandité était une société à responsabilité limitée (forme juridique GmbH & Co. KG). La société à responsabilité limitée était constituée par une coopérative et deux organisations soutenues par des coopératives; quelques producteurs d'oeufs détenaient en tant que commanditaires 50 % du capital social. Depuis lors, toute l'entreprise est devenue la propriété des producteurs. Comme précédemment, un groupement de producteurs a été créé en amont. La majeure partie des oeufs vendus par le Schleswig-Holstein à d'autres régions (environ 100 millions d'oeufs par an) le sont par l'intermédiaire de cette entreprise.

Plusieurs gros producteurs disposant de leurs propres centres d'emballage ont créé dans le sud de l'Allemagne une agence de commercialisation ayant la forme juridique d'une société à responsabilité limitée (GmbH). Depuis lors, 31 producteurs y participent ²⁾. Les associés se sont engagés par contrat à offrir la totalité de leur production, obligation dont ils ne sont dispensés que s'ils apportent la preuve qu'ils ont pu vendre leurs oeufs à des tiers à un prix plus élevé. Le respect du contrat est obtenu par des amendes conventionnelles. Ne sont admis comme associés que les producteurs disposant d'installations suffisantes pour loger 60.000 poules; pour chaque emplacement, l'associé doit souscrire une part de 0,10 DM. Les frais de commercialisation donnent lieu à un remboursement forfaitaire annuel de 0,22 DM par poule. Les surplus ou les déficits sont partagés à la fin de l'année. La société achète le matériel d'emballage, qui doit être obligatoirement le même pour toutes les exploitations, et organise une publicité générale au moyen d'un fonds, qui doit être alimenté séparément par les associés. Les producteurs reçoivent des directives identiques en matière d'alimentation et de calibrage, de manière à ce que la qualité des produits soit toujours homogène. La création de la société est due à l'initiative de 23 gros producteurs qui, en déchargeant les exploitations individuelles de leur fonction de commercialisation, espéraient garantir la vente, diminuer les risques inhérents au marché, accroître la transparence du marché et la concentration de l'offre de produits normalisés. C'est précisément la concentration qui devait

1) Nordmark-Ei, KG.

2) Goldei- Vertriebs-GmbH.

permettre de produire un article de marque de qualité constante et d'abaisser les frais de commercialisation par la rationalisation. Au milieu de l'année 1970, ce groupe commercialisait environ 5 % de la production totale de la RFA en oeufs, soit environ 770 millions d'oeufs et estime pouvoir encore se développer car d'autres producteurs désirent y adhérer ¹⁾.

Les coopératives du Bade-Wurtemberg ont élaboré un système d'intégration très complet ²⁾. Fin 1970, la "Badische Eier- und Geflügelverwertungs-AG" a doublé son capital-actions. Les nouvelles actions ont été souscrites par le groupement des coopératives agricoles du Land de Wurtemberg (WLZ) et le groupe ainsi créé s'est intitulé "Süddeutsche Eier- und Geflügel-AG". Les principaux actionnaires de la "Badische Eier- und Geflügelverwertungs-AG" sont la Badische Landwirtschaftliche Zentralgenossenschaft Baden (groupement des coopératives agricoles de Bade), des coopératives de Raiffeisen locales, la Molkerzentrale Baden (centrale laitière de Bade), le centre d'approvisionnement en lait de Heidelberg et plusieurs centaines de producteurs ³⁾. Les actions des producteurs associés sont assorties de droits et d'obligations en matière d'approvisionnement et de livraison. La nouvelle entreprise "Süddeutsche Eier- und Geflügel-AG" est la plus grande de ce type au Bade-Wurtemberg. Elle a loué l'abattoir de volailles Weilheim/Teck et dispose ainsi d'une capacité d'abattage de 6.000 tonnes de volaille de consommation par an. Ont aussi été loués les centres d'emballage d'oeufs de Künzelsau et d'Ulm, où environ 120 millions d'oeufs sont commercialisés chaque année. La collecte des oeufs, de même que celle des volailles de consommation, fait l'objet de contrats d'association.

1) cf. à ce sujet : Vertragsgestaltung in der Landwirtschaft . Extrait d'une étude de la DLG. Francfort-sur-le-Main, juillet 1971, p. 4 (dactylographie).

2) Anonyme : Konzentration in der genossenschaftlichen Eier- und Geflügelwirtschaft. "Deutsche Geflügelwirtschaft", op.cit. 23ème année, n° 1 (1971) page 15.

3) W. SCHOPEN : Vertikale Integration op.cit. page 115.

Dans la région Weser-Ems, il existe une exploitation complètement intégrée ¹⁾, qui élève elle-même les sujets destinés à la reproduction, dispose de son propre couvoir, élève ses poulettes et produit les oeufs. Les oeufs pondus par environ 1 million de poules sont emballés dans l'entreprise et vendus aux grossistes distributeurs.

Non loin de là, se trouve une entreprise semblable ²⁾. A l'origine de cette entreprise se trouve un couvoir, qui a organisé successivement ses propres élevages de pondeuses, une fabrique d'aliments composés et un centre de préparations pharmaceutiques. Entretemps, d'autres entreprises ont participé à ces projets, de sorte qu'il est actuellement très difficile de distinguer l'origine des capitaux.

En Bavière ³⁾, 13 associés dont 11 agriculteurs disposant de logements pour 0,7 millions de poules ont formé un groupement de producteurs. Sont intégrés dans ce groupement une firme d'aliments pour animaux et un établissement d'élevage appartenant en propre au groupement. Les oeufs produits sont commercialisés par l'intermédiaire du Goldeigruppe, agence citée ci-dessus.

Dans un autre cas, des agriculteurs ont dissocié de leurs exploitations l'élevage de pondeuses pour l'utiliser comme apport dans une GmbH & Co. KG. Participait à cette société un grand centre d'emballage privé, qui a offert de ses actions en contrepartie. A la suite de pertes accumulées dans le cadre de contrats, les producteurs commanditaires ont, au cours de l'année 1972, vendu presque toutes leurs installations de production au centre d'emballage privé. La "Eiererzeugungs-GmbH & Co. KG" produisait en outre en régie directe dans une exploitation louée, des aliments composés. L'entreprise produit environ 122 millions d'oeufs chaque année. Il est très difficile de déterminer avec exactitude les quantités d'oeufs produites dans les différents

1) A. POHLMANN, Nellinghof i.O.

2) BERGMANN-Gruppe, Langförden i.O.

3) Landwirtschaftliche Frischeigesellschaft GmbH, Erzeugergemeinschaft KG, Landau (Bavière).

types d'entreprises intégrées. Les entreprises intégrées ou à participation précitées produisent à elles seules 2 milliards d'oeufs chaque année, soit environ 13 % de la production totale en RFA. La classification des exploitations en fonction de leur taille et la structure des modes de commercialisation sont les seules indications qui permettent de se faire une idée des différences régionales. La circonscription de Vechta, qui possède la plus forte densité de production de la RFA, peut être choisie comme exemple; cet exemple n'est toutefois pas représentatif en raison de la situation particulière de cette circonscription. Sur les 5,7 millions de poules de cette circonscription, 2,8 millions environ appartiennent, selon de prudentes estimations, à des élevages de moins de 30.000 poules. Ces exploitations peuvent généralement choisir librement leurs fournisseurs de moyens de production. Sur ce nombre, 0,8 million de poules sont cependant intégrées verticalement en ce qui concerne la vente d'oeufs. Il reste environ 2 millions de poules dont les propriétaires n'ont conclu ni contrat de vente d'oeufs, ni contrat d'achat de moyens de production. Les 2,9 millions de poules restant font partie d'exploitations intégrées verticalement du type décrit précédemment, exploitations dont le parc avicole est constitué de plus de 30.000 sujets.

9.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Dans le secteur de la volaille, la spécialisation dans quelques branches d'activité-voire dans une seule branche - est très marquée. Cependant, le fait de n'exercer qu'une activité économique augmente considérablement les risques, surtout lorsque les branches d'activité concernées subissent le contrecoup de fortes variations de prix. Aucun secteur de la production agricole n'a autant souffert de la stagnation prolongée des prix que les élevages de pondeuses. Le risque relativement élevé inhérent au marché et le manque de liquidités qui a menacé les exploitations ont fortement stimulé la conclusion de contrats. La production d'oeufs exige, pour être lancée, des capitaux considérables (plus ou moins 20 DM par poule et par emplacement). La pénurie notoire de capitaux en agriculture, s'ajoutant au désir de participer malgré tout à la croissance économique générale, a incité de nombreux agriculteurs à assurer par contrat le financement de leurs projets.

En outre, beaucoup d'autres personnes se sont lancées et se lancent encore dans l'élevage de pondeuses, ce sont, par exemple, les conseillers en élevage et en alimentation, des commerçants de matériel agricole, d'anciens collaborateurs d'établissements commerciaux, de firmes d'élevage et de coopératives qui possèdent surtout les connaissances techniques nécessaires, mais ne disposent certainement pas de capitaux suffisants. Ils ont eu et ont encore recours au même type de financement.

Le manque de liquidités se fait particulièrement sentir lorsque le prix des oeufs est bas. En cas de baisses passagères de prix, on observe chez les agriculteurs une tendance particulière à conclure à nouveau des contrats ou à proroger des contrats en cours. Par conséquent, les agriculteurs préfèrent généralement des contrats qui non seulement permettent de répartir les risques, mais leur offrent aussi des garanties de liquidités et des possibilités de financement. La certitude de pouvoir écouler sa production à un prix raisonnable en période de baisse des prix est aussi un facteur déterminant. Etant donné leur champ d'action limité, les agriculteurs peuvent rarement prendre l'initiative de conclure des contrats. Cette initiative vient surtout des centres d'emballage, qui doivent absolument s'assurer un approvisionnement suffisant en produits de base de bonne qualité s'ils veulent utiliser leur capacité au maximum et garantir leurs ventes. Dans certains cas, les fournisseurs d'aliments et de poulettes ont été les promoteurs de systèmes contractuels. Toutefois, ces deux branches n'ont eu généralement recours à la conclusion de contrats que lorsque leur participation au marché se trouvait particulièrement menacée ou lorsqu'elles étaient confrontées à des problèmes d'utilisation maximale de leur capacité.

Un autre facteur est intervenu entretemps. De plus en plus, les entreprises de production ont pris la forme juridique d'une "GmbH & Co.KG" et ne sont donc tenues qu'à concurrence d'un montant peu important en cas de faillite. Le risque supporté par les entreprises commerciales situées en amont et en aval en est considérablement augmenté; elles s'efforcent par conséquent de répartir le risque de rendement insuffisant, particulièrement élevé dans l'élevage de pondeuses, sur plusieurs partenaires contractuels. Les pertes

non négligeables subies notamment dans la région Weser-Ems par l'industrie des aliments pour bétail, les reproducteurs et les centres d'emballage prouvent que cette façon de procéder est judicieuse.

A diverses reprises, les coopératives ont joué un rôle actif. En tant qu'organisations des agriculteurs, elles se sont surtout efforcées, d'une part, de maintenir les débouchés des petits producteurs et, d'autre part, de ne pas se laisser refouler en dehors d'un secteur de commercialisation important.

Le principal obstacle à l'intégration verticale est la vente directe. Même dans les régions relativement éloignées du marché, où cette possibilité n'est que très faible, elle constitue un obstacle caché. L'oeuf étant un produit qui peut être normalisé sans difficulté ¹⁾ et le système de cotation sur le marché des oeufs de la RFA étant satisfaisant, la transparence à court terme du marché est bonne, de sorte qu'à cet égard, le prix suffit en tant qu'instrument de coordination. Dès que le producteur a mis au point son processus de commercialisation, il n'a plus aucune raison de garantir ses ventes par contrat, d'autant plus que la production d'oeufs est relativement continue.

En outre, la concurrence entre les centres d'emballage a probablement empêché momentanément la conclusion de contrats en donnant aux éleveurs de poules la possibilité de traiter tantôt avec un centre d'emballage, tantôt avec un autre ²⁾. Entre-temps, la concurrence entre les centres d'emballage a fortement diminué.

Les liens contractuels sont-ils avantageux pour l'éleveur ? Cela dépend des conditions particulières du contrat. Les contrats "à façon" (Lohnastverträge), par exemple, peuvent présenter des dangers. Parfois, l'éleveur investit des capitaux considérables et les coûts fixes qu'il doit supporter sont importants. Son affaire ne sera rentable que s'il poursuit

1) M.v.OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen op.cit. p. 142.

2) W. SCHOPEN : op. cit. p. 118.

sa production aussi longtemps que le produit de ses ventes lui permet de couvrir les coûts variables. Dans le passé, lorsque les prix étaient bas, beaucoup d'éleveurs ont pu ainsi minimiser leurs pertes. Ils ne pouvaient songer à constituer un capital propre. Si l'éleveur ne réussit pas à accumuler un capital suffisant lui permettant de financer lui-même l'achat de ses poules à l'expiration du contrat, il doit parfois s'attendre en raison de la faiblesse de sa position, à devoir accepter des conditions de contrat désavantageuses.

Les incitations à la création de co-entreprises sont peu nombreuses en raison de la situation particulière du marché des oeufs, parmi ces incitations, qui ont plutôt un caractère général, citons par exemple :

- la possibilité d'influer sur la politique commerciale;
- la garantie d'écoulement,
- la diminution du risque d'approvisionnement ¹⁾,
- la possibilité de gains.

Une participation dans les entreprises situées en amont et en aval ne produit les mêmes effets positifs qu'un groupement d'entreprises que lorsqu'elle s'accompagne d'une obligation particulière de se lier par contrat, et, par conséquent, d'une collaboration étroite en matière de décision entre les nombreux producteurs d'oeufs et les entreprises situées en aval.²⁾ Dans les deux cas, il est possible de constituer des lots d'oeufs importants et homogènes et, par conséquent, de faire face à la concentration dans les entreprises situées en aval ²⁾. Des lots importants permettent d'utiliser des installations d'emballage et de calibrage de grande capacité et laissent entrevoir la possibilité d'économies d'échelle. On peut toutefois supposer qu'aujourd'hui la concurrence est aussi très sévère entre les lots importants.

L'intégration de plusieurs stades de production et de commercialisation semble rentable, plus particulièrement dans le secteur des oeufs. Les frais de vente et de publicité sont partagés entre deux stades et les quantités à acheter et à vendre, ainsi que les périodes pendant lesquelles ces achats et ces ventes doivent être réalisés peuvent être coordonnées d'une manière optimale. Le risque peut être réparti entre plusieurs stades et il est possible de renoncer totalement aux bénéfices d'une partie intégrée.

1) M.v.OPPEN : op.cit. p. 24 sq.

2) voir à ce sujet les notes relatives à la Goldei-Vertriebs-GmbH au point 9.2.2.

3) M.v.OPPEN : op.cit P. 26 sq.

Toutefois, les possibilités de financement sont réduites du fait que le volume du crédit accordé à une entreprise complètement intégrée n'est pas identique à la somme des crédits accordés aux divers stades.

La taille moyenne réduite des élevages est un obstacle à l'intégration verticale des entreprises. Par conséquent, la forte concentration qui s'est manifestée dans l'élevage de pondeuses a, de toute façon, favorisé les tentatives d'intégration.

Actuellement, environ 16 % des œufs sont livrés sur le marché par de grandes entreprises qui ont chacune un volume de ventes supérieur à 100 millions d'œufs. Ces grandes entreprises ont souvent été financées par des personnes riches, étrangères à l'agriculture. Des entreprises spécialisées dans la branche les ont incitées à investir en soulignant les avantages fiscaux importants offerts par la loi relative à l'impôt sur les revenus. Elles ont donc consacré leurs capitaux au financement des grands projets et ont profité de la possibilité qui leur était offerte d'amortir totalement les poules au début de la période de ponte en tant que biens de faible valeur. Les pertes qui en résultaient étaient considérées comme une réduction du revenu de sorte que l'économie réalisée sur l'impôt sur le revenu était supérieur à la somme investie. Une modification de la législation fiscale en 1971 a rendu impossible la déduction de pertes sous cette forme. Toutefois, d'autres possibilités de faire bénéficier légalement ceux qui désirent investir des avantages fiscaux ont été et sont encore recherchées. Actuellement, on ne dispose d'aucune information permettant de dire de quelle manière et dans quelle mesure ces recherches ont abouti jusqu'à présent.

10. Viande de volaille

10.1. Situation du marché et processus de commercialisation

La RFA ne produit que 50 % de sa consommation totale de viande de volaille (cf. tableau 22); pour les poulets de chair, qui constituent la partie la plus importante de la production de viande de volaille (plus de 60 %), le degré d'auto-approvisionnement est identique. On estime que 95 % environ de la production totale de poulets à rôtir, soit 156.000 t en 1970, sont livrés aux abattoirs de volailles, par l'intermédiaire desquels ils sont commercialisés. La consommation propre des producteurs et la vente directe n'ont donc qu'une importance secondaire.

TABLEAU 22

Production, commerce extérieur et consommation de volailles
en RFA 1968/69 - 1970/71

Années	1968/69	1969/70	1970/71
Production 1)	213	241	267
Exportation 1) 2)	2	5	5
Importation 1) 2)	235	241	265
Consommation totale 1)	446	477	527
Consommation en kg par tête d'habitant	7,4	7,8	8,5
Degré d'auto-approvisionnement	48	51	51
1) En milliers de tonnes (poids en carcasse) -			
2) Y compris les sujets vivants, à l'exclusion des variations de stocks.			
Source : Agrarwirtschaft, 20e année, n° 12, Hannover 1971, p. 437			

Les principales régions de production sont situées en Basse-Saxe, dans les subdivisions administratives d'Oldenburg et de Stade. Quelques centres de production moins importants se trouvent en Rhénanie du Nord-Westphalie et surtout dans la partie nord de la subdivision administrative de Detmold. En ce qui concerne la taille des entreprises, on note une différence très nette entre le Nord et le Sud.

En Basse-Saxe, en 1969, 85% des poulets de chair faisaient partie d'élevages de plus de 10.000 sujets. Le nombre moyen de sujets par élevage était de 14.200. Pour la Rhénanie du Nord-Westphalie, les chiffres correspondants étaient respectivement 70 % et 8.400, pour le Bade-Wurtemberg 37 % et 4.000. Par comparaison, 79 % de tous les poulets à rôtir engraisés sur le territoire fédéral appartenaient à des élevages de plus de 10.000 sujets et le nombre moyen de sujets par élevage était d'environ 11.000. Depuis lors, le nombre de sujets par élevage a probablement augmenté sans que les rapports en soient profondément modifiés pour autant (cf. à ce sujet le tableau 23).

TABLEAU 23

Structure de l'élevage de poulets de chair dans les Länder
de la RFA ¹⁾
1969

Land	Nombre d'éleveurs	Nombre de poulets de chair (en milliers)	Nombre de poulets de chair par éleveur
Schleswig-Holstein	73	670	9.180
Basse-Saxe	522	7.412	14.200
Rhénanie du Nord-Westphalie	301	2.534	8.420
Hesse	73	567	7.770
Rhénanie-Palatinat	43	283	6.580
Bade-Wurtemberg	109	481	4.410
Bavière	319	4.138	12.970
Territoire fédéral ²⁾	1.457	16.220	11.130

1) Parcs de plus de 500 sujets.

2) Y compris Hambourg et la Sarre et à l'exclusion de Brème et de Berlin.

Source : Statistisches Bundesamt Wiesbaden : Fachserie B, Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Reihe 3, Viehwirtschaft 1970. Stuttgart und Mainz 1971, S. 16
(Office fédéral des statistiques, Wiesbaden : série B, agriculture, sylviculture et pêche. 3ème série, élevage du bétail 1970. Stuttgart et Mayence 1971, p. 16).

Il existe en République fédérale quelque 230 abattoirs de volailles dont la capacité d'abattage mensuelle est d'au moins 2.000 sujets. Cependant, un certain nombre d'entre eux seulement abattent les poulets de chair. Les 40 plus grands abattoirs transforment plus de 50% de la production totale de volailles abattues en RFA. La plupart des abattoirs de poulets à rôtir figurent de plus en plus au nombre de ces grandes entreprises très spécialisées; par contre, les plus petits abattent surtout les poulets de réforme, les dindes, les canards et les oies ¹⁾. Les abattoirs qui achètent les poulets à rôtir aux quelque 1.500 engraisseurs de la RFA sont donc peu nombreux, mais leur capacité est grande.

10.2. Formes et extension de l'intégration verticale

Bien que les poules de réforme provenant d'élevages de pondeuses représentent une proportion considérable (22 %) de la production de viande de volaille, il n'en sera pas tenu compte ici. Etant donné que des quantités considérables de poules sont consommées dans les ménages de producteurs ou vendues directement aux consommateurs, environ un tiers seulement d'entre elles sont livrées aux abattoirs et font pour la plupart l'objet de contrats dans le cadre des systèmes d'intégration de la production des oeufs. Dans quelques cas, cependant, les abattoirs de poules ont conclu des contrats d'achat de longue durée avec des éleveurs de poules.

10.2.1 Intégration verticale par contrat.

Par contre, la forte concentration dans le domaine de la production des poulets de chair a pour conséquence que les quantités de poulets consommés par les producteurs eux-mêmes ou vendus directement sont peu importantes. Le fait que les poulets à rôtir ne puissent être consommés directement rend nécessaire leur transformation et rend les producteurs fortement tributaires à court terme des abattoirs de volailles. Par ailleurs, les frais d'abattage par sujet augmentent considérablement lorsque la capacité d'abattage n'est pas utilisée

1) R.v. ALVENSLEBEN : Standorte der Junghühnermast in der EWG. Bonner Hefte für Marktforschung, édité par O. Strecker, Stuttgart 1970, p. 56.

au maximum. A moyen terme, la position des producteurs est donc aussi forte que celle des abattoirs. Etant donné que les volailles vivantes de consommation ne supportent pas de longs transports, il existe dans l'ensemble une interdépendance relativement étroite entre les producteurs et les abattoirs. Comme les dates de début et de fin d'engraissement ne sont pas coordonnées, il en résulte une utilisation peu économique des capacités des producteurs de poussins, des engraisseurs et des abattoirs. Il est donc indispensable que les intéressés se concertent en vue de coordonner les dates de livraison et les quantités. C'est pour cette raison que la majorité des producteurs de poulets à rôtir sont liés d'une façon ou d'une autre par contrat.

Entre 70 et 80 % de la production totale de la RFA sont commercialisés par les groupements de producteurs. Généralement, ce sont les abattoirs qui ont incité les producteurs à se grouper et désormais, les producteurs réunis au sein de groupements de type fermé (groupements d'offres) ou de type plus souple (groupements de ventes) sont les partenaires commerciaux directs des abattoirs. Le groupement de producteurs conclut avec l'abattoir des contrats d'achat et de livraison, généralement pour une durée de un à trois ans. Il négocie le prix pour une période d'engraissement. Chaque engraisseur a ainsi la possibilité de vendre au moins un lot de poulets à ce prix. L'abattoir lui communique par écrit - et souvent pour plusieurs périodes d'engraissement à l'avance - les dates de début d'engraissement des poulets et les dates correspondantes d'abattage. L'abattoir et le couvoir se mettent d'accord sur les dates, même lorsque le groupement de producteurs a conclu l'achat de poussins avec un couvoir de son choix. L'engraisreur s'engage vis-à-vis du groupement :

- à respecter les dates,
- à observer des règles de production et de qualité de manière à ce que l'offre soit conforme aux exigences du marché,
- à informer le bureau du groupement du nombre probable de poulets produits,
- à reconnaître au bureau un droit de contrôle,
- à livrer au groupement de producteurs la totalité de la production, à l'exception des sujets destinés à la consommation de l'exploitant.

Il n'existe pas de liens contractuels entre les divers membres d'un groupement de producteurs, d'une part, et l'abattoir de volailles ou le couvoir d'autre part. Quelques groupements de producteurs ont le droit, en cas d'excédent de l'offre, d'ordonner une interruption d'engraissement qui peut durer jusqu'à 30 jours après la livraison d'un contingent de poulets. Dans certains cas, les représentants des groupements de producteurs collaborent à la classification des lots. Le groupement de producteurs a ainsi une vue d'ensemble suffisante de la qualité et peut exercer d'une manière satisfaisante sa fonction de contrôle de la qualité. Il contribue donc dans l'ensemble à adapter l'offre des points de vue qualitatif et quantitatif aux exigences du marché.

Afin de pouvoir bénéficier des aides à la transformation, quelques groupements de producteurs font abattre les poulets sous leur propre responsabilité par des entreprises spécialisées, et les offrent prêts à rôtir aux abattoirs qui sont chargés de les commercialiser. Cette façon de commercialiser les poulets leur est cependant interdite dans certains Länder, étant donné que, de l'avis des organes compétents, cette manière de procéder n'améliore¹/₂ pas la structure de la commercialisation et que l'initiative de créer de nouveaux groupements ne vient pas, comme la loi l'exige, des agriculteurs, mais au contraire de l'abattoir. Les volailles abattues restent la propriété du groupement de producteurs pendant 28 jours à dater de la livraison et au moins jusqu'au moment où l'engraisseur a été payé. L'abattoir joue dans la vente le rôle de commissionnaire.

En Rhénanie du Nord-Westphalie, les groupements de producteurs et les abattoirs de volailles ont convenu ce qui suit : en cas d'extension de la capacité d'abattage, ce sont tout d'abord les membres du groupement de producteurs qui peuvent offrir à l'achat des quantités plus importantes; ce n'est que lorsque les producteurs ne font pas usage de cette possibilité qu'il peut être fait appel aux non-membres pour assurer l'utilisation maximale de la nouvelle capacité.

Le pourcentage des poulets à rôtir commercialisés par les groupements de producteurs varie selon les Länder. Les chiffres les plus élevés sont atteints au Bade-Wurtemberg et en Bavière (plus de 80 % de la production totale). Tant les trois grands abattoirs de volailles bavarois (Nittenau, Bogen et Gangkofen) que les deux abattoirs du Bade-Wurtemberg (Weilheim, Heidelberg) ont pour partenaires commerciaux des groupements de producteurs. L'abattoir hessois d'Obertiefenbach est approvisionné par deux groupements de producteurs, dont un exerce ses activités en Hesse et l'autre en Rhénanie-Palatinat.

En Rhénanie du Nord-Westphalie, quatre groupes de producteurs travaillent en collaboration avec les abattoirs de Ummeln, Lübbecke, Dorsten et Nieukerk. Ils couvrent environ 70 à 75 % du marché. Dans ce Land, environ 6.000 t de poulets de chair sont abattus dans de nombreux petits abattoirs, qui achètent les poulets à des engraisseurs particuliers.

En Basse-Saxe, les groupements de producteurs agréés ne couvrent au total que 50 % environ du marché. Ont été agréés jusqu'à présent les groupements de producteurs de Cuxhaven, Fallingbostel, Hölte et Kalefeld. Les groupements de producteurs situés dans la zone qui dépend de la chambre d'agriculture de Hanovre ont formé une union des groupements de producteurs. Dans la région Weser-Ems, il existe quelques unions de groupements de producteurs qui ne bénéficient cependant pas de l'aide accordée en vertu de la loi sur la structure du marché. Dans cette région, la concurrence entre les abattoirs de volailles est telle que les engraisseurs disposent de plusieurs possibilités de vente. Pour cette raison, les engraisseurs ont probablement considéré qu'il était inutile de nouer des liens plus étroits, qui auraient rétréci leur marge de manœuvre. Une partie des engraisseurs qui n'ont pas adhéré à des groupements de producteurs se sont contentés de conclure des accords verbaux avec les abattoirs.

Dans le but d'assurer leur approvisionnement en produits de base, plusieurs abattoirs de volailles ont conclu des contrats pluriannuels avec des engraisseurs importants, contrats qui prévoient la livraison de quantités

fixes. Le contrat garantit au producteur un prix plus intéressant, mais non un prix fixe. Dans la région Weser-Ems, 20 % environ de la production totale est liée par ce type de contrat.

Il existe quelques contrats entre les abattoirs et les fournisseurs d'aliments, en vertu desquels les engraisseurs sont tenus d'acheter des aliments chez un fournisseur déterminé. Si cette obligation n'est pas respectée, il s'ensuit une diminution des prix. En contrepartie, le fournisseur d'aliments accorde des avantages financiers à l'abattoir. Etant donné que le prix payé pour les aliments est, de l'avis des experts, probablement plus élevé que ne l'exigent la concurrence et la situation du marché, ce sont en fait les engraisseurs qui paient les avantages financiers accordés aux abattoirs par le fournisseur d'aliments.

De la même manière, les producteurs de poussins ont tenté d'assurer leurs ventes. Les engraisseurs devaient payer un supplément de 5 pfennig à l'achat d'un poussin et recevaient par poulet abattu 5 pfennig de plus que les engraisseurs de poulets achetés à un autre fournisseur. Il est probable - bien que l'on ne possède aucune certitude à ce sujet - que les avantages financiers accordés par les firmes de production d'aliments et les fournisseurs de poulets aux abattoirs, qui, en raison des prix très bas pratiqués en 1970 et 1971; ont enregistré des déficits parfois très importants, ont abouti à un certain nombre de participations.

10.2.2. Intégration verticale des entreprises et co-entreprises

L'interdépendance des couvoirs et des abattoirs se traduit par de multiples pénétrations sur le marché des capitaux, auxquelles participent parfois aussi les engraisseurs.

Un abattoir de volailles bavarois est géré par une coopérative enregistrée à responsabilité limitée, dont les membres sont des engraisseurs. La BayWa (Bayerische Warenvermittlung - Coopération bavaroise d'achat et de vente de marchandises) participe aussi en tant que coopérative suprarégionale

à ce même abattoir. Deux abattoirs privés, qui exploitent de leur côté un couveur, détiennent en co-propriété avec l'abattoir bavarois précité deux abattoirs de volailles en Hesse. La Süddeutsche Eier- und Geflügel-AG", dont la structure a été décrite en détail au point 9.2.2., exploite deux grands abattoirs en Bade-Wurtemberg. Des engraisseurs participent à l'un de ces abattoirs et reçoivent des actions nominales, qui leur confèrent un droit de livraison. L'obligation de livrer est garantie par le groupement de producteurs dont les engraisseurs sont membres. Il n'y a aucune obligation de produire, mais seulement de livrer les volailles engraisées.

Le propriétaire d'un abattoir du Nord de l'Allemagne est une entreprise d'élevage de volailles qui, avec le concours de ses filiales et des couveurs auxquels elle participe, exerce une influence sur 70 % environ de la production allemande totale de poussins à rôtir. De même, en Allemagne du Nord, un abattoir de volailles est exploité par un organisme de vente entièrement contrôlé par une coopérative centrale.

L'abattoir de poules de réforme de Raubach près de Coblenze est exploité par une coopérative enregistrée à responsabilité limitée, qui ne compte parmi ses membres que des éleveurs de pondeuses. Ils ont formé un groupement de producteurs d'œufs et de volailles de consommation. Les 50 éleveurs de pondeuses membres de ce groupement disposent de plus de 180.000 emplacements de ponte.

La stagnation persistante des prix au cours des dernières années a amené de nombreux engraisseurs à cesser leur production. Certains abattoirs de volailles ont ainsi été confrontés à des problèmes d'utilisation maximale de capacité et se sont trouvés dans une situation difficile. Afin de pouvoir continuer à écouler leurs produits par l'intermédiaire des abattoirs, les engraisseurs ont souvent créé des unions d'engraisisseurs ayant la forme juridique d'une "GmbH" & Co.KG". Généralement, ces unions sont intégrées dans les coopératives locales de producteurs. Dans de nombreux cas, les abattoirs détiennent des actions dans ces sociétés.

10.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

L'élevage au sol et la rotation rapide font que l'élevage de poulets de chair requiert beaucoup moins de capitaux d'investissement que la production d'œufs, par exemple. Etant donné que, pour la brève période d'engraissement, l'engraisseur peut sans difficulté obtenir un crédit pour les poussins à engraisser et les nourritures sous forme de traite ou de délai de paiement, il n'a plus qu'à financer la construction du poulailler. Comme les variations de prix sont relativement peu importantes et que l'engraisseur a la possibilité d'interrompre momentanément sa production, le risque inhérent au marché est faible. Par conséquent, le financement, la garantie des liquidités et la diminution du risque ne jouent pas, dans la production des poulets à rôtir, un rôle très important dans la conclusion des contrats.

Le fait que l'éleveur soit lié par des contrats d'achat et de livraison ne comporte pour lui ni désavantage, ni danger, à condition qu'il ne soit pas tenu de produire pendant une longue période. Dans ce domaine, c'est l'abattoir de volailles qui occupe la position la plus faible. Etant donné que les installations de transformation exigent beaucoup plus de capitaux que les centres d'emballage par exemple, il est indispensable qu'elles soient approvisionnées d'une manière continue et qu'elles puissent utiliser leur capacité au maximum. C'est pour cette raison, entre autres, que la création de groupements de producteurs est due généralement à l'initiative des abattoirs de volailles. Ils profitent aussi en partie des aides du gouvernement fédéral, aides qui, dans une certaine mesure, semblent les avoir incités, ainsi que les engraisseurs de jeunes volailles, à créer des groupements de producteurs. En dernier ressort, les engraisseurs profitent eux aussi de l'utilisation maximale des capacités d'abattage, car le renchérissement de l'abattage se répercuterait à la longue sur leurs bénéficiaires. En se groupant, ils renforcent leur position vis-à-vis des couvoirs et des abatteurs; s'ils ne le faisaient pas, ils pourraient facilement, en raison de la compénétration massive sur le marché des capitaux, se retrouver sous la dépendance des uns et des autres.

En outre, les groupements de producteurs leur offrent d'autres avantages tels que :

- la possibilité d'acheter des moyens de production en commun;
- la création d'installations communes, telles que installations pour le mélange des aliments;
- la consultation et le contrôle en commun de la rentabilité;
- l'amélioration de la transparence du marché grâce aux accords collectifs de prix et à la participation des groupements à la classification des produits;
- le contrôle et amélioration de la qualité;
- un certain contrôle des quantités.

Les groupements de producteurs défendent avec efficacité leurs intérêts au sein du Fonds de stabilisation pour les volailles de consommation créé l'an dernier par l'intermédiaire de la Fédération des agriculteurs-engraisseeurs de jeunes volailles, qui les représente auprès de cet organisme.

Les compénétrations sur le marché des capitaux évoquées plus haut entre couvoirs et abattoirs sont dues en partie à la pression sur les prix exercée sur le marché des poulets à rôtir. Elles traduisent la volonté de répartir les gains et les risques sur plusieurs stades du circuit commercial. Les tendances les plus récentes révèlent une participation plus forte des fabriques d'aliments pour bétail. L'intérêt que manifestent les abattoirs pour obtenir le droit d'intervenir dans les couvoirs afin d'améliorer la qualité des poussins (particulièrement la qualité des carcasses) ne vient qu'en seconde position. Généralement, les couvoirs n'acceptent de prendre des engagements que dans le but de garantir l'écoulement de leur production. Il est apparu en pratique que le couvoir, l'engraisseeur et l'abattoir parviennent à coordonner les quantités et les dates sans avoir recours à un contrat.

Les participations peu nombreuses d'engraisseeurs à des abattoirs s'expliquent en partie par le désir d'éviter que les engraisseeurs ne prennent trop conscience de leur double dépendance.

11. LAIT

11.1 Situation du marché et processus de commercialisation

Au cours des dix dernières années, la production de lait de vache en RFA a augmenté d'environ 15 % et a atteint environ 22 millions de tonnes en 1970. Cette augmentation de la production, en dépit d'une légère diminution du nombre de vaches par élevage, est due exclusivement à l'accroissement de la production moyenne de lait par vache. A la suite de la diminution sensible (30 %) du nombre d'élevages de vaches laitières entre 1963 et 1970 (760.000 en 1970), le nombre moyen de vaches par élevage est passé de 5,4 à 7,3. En 1969, un tiers environ des vaches laitières faisait partie d'élevages de 6 à 10 ou de 10 à 20 têtes. 12 % seulement des vaches appartenaient à des élevages de 20 à 50 têtes et un peu plus d'un pour cent seulement à des élevages de plus de 50 têtes. Il faut noter à ce sujet que le nombre d'élevages de moins de 10 têtes est en régression, alors que le nombre d'élevages de 10 à 50 têtes augmente ¹⁾.

Au cours des années passées, les réglementations applicables à la vente du lait ont subi de profondes modifications. Les dispositions nationales contenues dans les différentes versions de la Loi sur le lait et les matières grasses (Milch und Fettgesetz) ont été remplacées par la réglementation CEE et les dispositions complémentaires. Aux termes de la réglementation nationale, les producteurs étaient tenus de livrer aux laiteries la totalité de la production de lait non utilisée pour les besoins de l'exploitation. Même la vente directe de petites quantités aux consommateurs était en principe interdite; elle n'était autorisée qu'à certaines conditions. N'était pas soumis à cette interdiction de principe de vendre le lait au départ de l'exploitation, le lait garanti dont la vente était en légère régression depuis 1960 et dont l'importance était tout à fait secondaire (environ 3 % de la production totale de lait).

1) Statistisches Jahrbuch über Ernährung..... (Annuaire statistique pour l'alimentation.....) op.cit. différentes années.

Par contre, le règlement CEE n° 1411/71 établissant les règles complémentaires de l'organisation commune des marchés dans le secteur du lait et des produits laitiers autorise sans aucune restriction la vente de lait cru aux consommateurs au départ de l'exploitation. Cela a eu pour conséquence que la vente au départ de l'exploitation a augmenté dans les communes rurales et couvre dans certaines régions entre 5 et 10 % des besoins totaux en lait de consommation. Toutefois, il est probable que l'augmentation de la vente directe sera à nouveau considérablement freinée par le projet de loi allemande actuellement en préparation, qui fixera les critères sanitaires applicables pour des raisons d'hygiène publique, applicables au lait cru destiné à la vente directe aux consommateurs.

Etant donné que la consommation de lait dans les exploitations a baissé au cours des années 1960, tant en ce qui concerne le lait destiné à l'alimentation humaine que le lait employé pour l'alimentation du bétail, le pourcentage de la production totale de lait livré aux laiteries a constamment augmenté et est passé de 75 % en 1960 à 84 % en 1970. Dans ce domaine, les différences entre les diverses régions du territoire fédéral ont été considérables. Les pourcentages pour 1970 varient entre 75 % en Rhénanie-Palatinat et au Bade-Wurtemberg et plus de 90 % au Schleswig-Holstein, en Rhénanie du Nord-Westphalie et en Sarre. ¹⁾

Quoique le pourcentage du produit des ventes de lait par rapport au produit de toutes les ventes de produits agricoles ait subi une légère baisse, ce secteur de la production représentait encore en 1970/71 plus de 24 % des produits des ventes. Ce secteur est donc plus important encore que celui de l'élevage de porcs ²⁾.

De même que dans le secteur de la production laitière, les structures du secteur des laiteries se sont considérablement assainies au cours des 15 dernières années.

1) Statistischer Bericht..... (Rapport statistique sur l'industrie laitière et les laiteries en RFA, publié par le ministère fédéral pour l'alimentation, l'agriculture et les forêts, Bonn, diverses années.

2) Agrarbericht der Bundesregierung.... (Rapport agricole du gouvernement fédéral, op.cit. 1972, p. 34.

Le nombre de laiteries en RFA est passé entre 1955 et 1975 de 3.153 à 1272, soit une diminution de 60 %¹⁾. Par conséquent, le pourcentage des entreprises ayant une production annuelle de plus de 10.000 tonnes a considérablement augmenté et est passé, pour le territoire fédéral, de 8 % en 1955 à environ 41 % en 1970. En 1970, ces entreprises ont traité 84 % de la production totale de lait contre 39 % en 1955. En 1970, 13 % des entreprises ayant une production annuelle de lait de plus de 30.000 tonnes ont traité à elles seules environ 55 % des livraisons totales de lait.

En ce qui concerne le degré de concentration, on note des différences considérables entre les divers Länder. Alors que le lait traité par les entreprises ayant une production annuelle de plus de 30.000 t ne représentait qu'environ 30 % des livraisons totales au Schleswig-Holstein et en Basse-Saxe, ce chiffre était de 73 % au Bade-Wurtemberg et atteignait presque 90 % en Rhénanie du Nord-Palatinat. Les Länder de Hesse, de Bavière et de Rhénanie du Nord-Westphalie occupent une position intermédiaire (entre 52 et 66 %).

Si l'on répartit les laiteries en fonction de leur forme juridique et leur forme d'exploitation, il apparaît que les coopératives occupent une position dominante. Sur les 1272 entreprises qui existaient au total en 1970, 970, soit 76 %, étaient exploitées sous forme de coopérative; la plupart (64 %) sont exploitées en régie directe, mais une partie d'entre elles sont affermées (10 %). Un peu plus de 2 % des entreprises n'ont de coopératif que le nom. Au total, 240 entreprises (19 %) sont des entreprises individuelles privées ayant la forme juridique d'une société en commandite ou d'une société en nom collectif, tandis que les 62 entreprises restantes sont des sociétés de capitaux ayant la forme juridique d'une société à responsabilité limitée ou d'une société par actions. Dans l'ensemble, on constate que ces proportions ont peu évolué au cours des années 60, les coopératives et entreprises individuelles n'ayant perdu que peu de terrain au profit des sociétés de capitaux, dont 50 % sont implantées en Bavière. 30 % environ des entreprises individuelles exercent leur activité en Basse-Saxe et en Bavière.

1) L. RECKENFELDERBAUMER, H. HAFENMAYER : Die Struktur der Molkereiwirtschaft im Bundesgebiet, "Deutsche Milchwirtschaft" 22è année (1971) Hildesheim pages 1949 - 1955.

De même que les pourcentages d'entreprises, les pourcentages des livraisons de lait sont restés à peu près constants. Ils correspondent grosso-modo à la répartition des entreprises, de sorte que du point de vue de la taille des entreprises, il n'y a guère de différence entre coopératives et entreprises privées.

11.2. Formes et extension de l'intégration verticale

On ne peut se faire une idée exacte du problème de l'intégration verticale sur le marché du lait que si l'on prend aussi en considération la réglementation nationale en matière d'organisation du marché du lait ¹⁾, qui a été appliquée jusqu'au mois de mars 1970. Aux termes de l'article 1er de cette loi, les producteurs de lait étaient tenus de livrer le lait qu'ils désiraient commercialiser à une laiterie désignée par l'autorité supérieure du Land. En vertu de cette loi; la laiterie était tenue d'accepter le lait et le producteur obligé de le livrer, de sorte que le producteur était étroitement lié à la laiterie. La situation juridique étant claire, il ne semblait pas nécessaire de conclure des contrats supplémentaires.

Toutefois, déjà à cette époque, la plupart des laiteries étaient déjà, en pratique, liées par contrat aux producteurs. En effet, toutes les laiteries coopératives avaient conclu des contrats de livraison de lait avec leurs membres, contrats qui étaient basés en premier lieu sur le statut, mais dont certains contenaient aussi des règles particulières en matière de livraison du lait. Tant le statut que la réglementation en matière de livraison du lait équivalaient à des contrats par lesquels les membres s'engageaient à offrir la totalité de leur production de lait à la laiterie coopérative qui de son côté, s'engageait à accepter le lait et à le valoriser au mieux.

1) Milch- und Fettgesetz (loi sur le lait et les matières grasses) dans le texte du 10.12.1952, ainsi que les modifications apportées à cette loi. Das deutsche Agrarrecht (le droit agricole allemand) op.cit.

Dans de nombreux cas, cependant, les laiteries privées avaient elles aussi conclu des contrats avec les producteurs de lait, contrats qui étaient souvent verbaux, contrairement aux contrats des laiteries coopératives, mais qui ne contribuèrent pas moins à la création de comités consultatifs de producteurs de comités de producteurs laitiers et d'organismes similaires ¹⁾.

Alors que l'importance de ces contrats n'était que secondaire tant que la réglementation relative aux zones de ramassage était applicable, elle devint primordiale lors de la suppression de cette réglementation à partir d'avril 1970. A partir de ce moment, les contrats des coopératives doivent être considérés comme de véritables contrats de livraison et d'achat, dont la durée est au moins égale à celle du délai de dénonciation, soit généralement deux ans, et qui sont automatiquement prorogés. Sur la base de cette réglementation, des contrats supplémentaires d'une durée plus longue n'ont pratiquement plus été conclus par les coopératives après la suppression de la réglementation relative aux zones de ramassage. En dépit de l'existence formelle d'un délai de dénonciation, la coopérative n'a plus, en fin de compte, aucune possibilité légale de recours contre un membre qui interrompt momentanément sa production de lait ou qui livre son lait à une autre laiterie. Aucune amende conventionnelle ne peut être infligée.

Contrairement à ce qui se passe dans le secteur des laiteries coopératives, de plus en plus de contrats d'achat et de livraison sont conclus par les laiteries du secteur privé dans le but de garantir l'approvisionnement en produits de base. Dans ce but, des contrats types ont été élaborés par les associations régionales des ministères de l'agriculture, contrats qui contiennent des clauses relatives à l'obligation d'achat et de livraison, mais aussi des accords sur les prix à payer aux producteurs, ainsi que sur le règlement des différents éventuels entre les partenaires contractuels. Les contrats sont généralement conclus pour une durée indéterminée et le délai de dénonciation est de deux ans ¹⁾.

1) Voir à ce sujet : W. MEYER; Abschluss langjähriger Lieferverträge zwischen Erzeuger und Molkerei in Ablösung des Milch- und Fettgesetzes. "Deutsche Milchwirtschaft", 20ème année (1969), Hildesheim p. 66 sq.

Alors que toutes les laiteries privées de Bavière et la majorité des laiteries privées en Hesse et en Rhénanie du Nord-Westphalie assurent leur approvisionnement en produits de base à l'aide de tels contrats, ces mêmes contrats ne jouent qu'un rôle secondaire pour les entreprises situées en Basse-Saxe et au Schleswig-Holstein.

Dans certains cas particuliers, la création de groupements de producteurs laitiers est à l'origine de telles relations entre producteurs et laiteries, tant dans le secteur coopératif que dans le secteur privé. Ce type de relations est probablement choisi en raison des aides auxquelles il donne droit.

Dans certains secteurs particuliers de la fabrication de produits laitiers, notamment dans la fabrication d'Emmental, on rencontre un certain type de production contractuelle. Dans l'Allgäu bavarois, environ 6.500 exploitations ont accepté un règlement relatif à la livraison de lait, qui prévoit non seulement l'obligation d'acheter et de livrer, mais contient aussi certaines obligations relatives à la production, obligations qui ont trait aussi bien à la fumure, à l'achat d'aliments et à l'alimentation qu'à la traite et au stockage du lait et qui visent à obtenir un produit apte à la fabrication de l'Emmental. En cas d'infraction à ces dispositions, des peines sont prévues, qui vont du simple avertissement au paiement de dommages et intérêts.

En raison de la structure particulière du marché dans le secteur du lait, il est très rare d'y rencontrer des co-entreprises caractérisées par une installation commune de production en aval, créée conjointement par des entreprises axées sur la participation des producteurs et des entreprises privées. Citons la Milchversorgung Heilbronn GmbH (entreprise d'approvisionnement en lait de Heilbronn), entreprise administrée conjointement par la ville de Heilbronn par une coopérative de producteurs de lait et par l'organisation du commerce de lait.

1) Cf à ce sujet : F. LEHMANN : Sicherung der Rohstoffgrundlage - Sicherung einer Abnahmemolkerei. "Deutsche Milchwirtschaft", 10ème année 1969, Hildesheim, p. 321 sq.

11.3. Incitations et entraves à l'intégration verticale

Etant donné que sur le marché du lait, l'intégration verticale se résume, pour l'essentiel, à la conclusion de contrats d'achat et de livraison, il convient d'examiner ces derniers un peu plus en détail. Le nom du type de contrat suffit à montrer quels sont les motifs pour lesquels ces contrats sont conclus. Pour s'assurer un approvisionnement suffisant en produits de base, les laiteries sont en partie forcées de conclure de tels contrats, surtout lorsqu'elles envisagent des investissements à long terme. Comme on enregistre, sur le territoire fédéral, un certain déplacement de la production laitière vers les zones d'herbages, il peut en résulter une pénurie régionale d'approvisionnement, que la laiterie tente de combler par la conclusion de contrats. Il est évident que, dans ce cas, ce sont surtout des laiteries qui ont encouragé la conclusion de contrats. Comme il n'en résulte aucun désavantage direct pour le producteur de lait, et qu'au contraire, la vente de sa production est garantie, il est généralement disposé à souscrire un contrat.

Les dispositions des programmes d'amélioration de la structure des laiteries constituent une autre incitation, qui n'est toutefois valable que pour les laiteries privées. Pour pouvoir bénéficier d'une aide dans le cadre de l'amélioration de la structure des laiteries, il est nécessaire de conclure des contrats de livraison. Pour les coopératives, on admet les obligations découlant de leur statut.

Dans l'ensemble, il faut partir de l'hypothèse que les contrats existants, à l'exception de ceux qui concernent des programmes particuliers de production (fromage Emmental par exemple), n'ont dans la pratique, qu'une importance secondaire. En effet, étant donné la concentration croissante des laiteries, les zones de ramassage sont si vastes que les producteurs isolés, à l'exception peut-être des producteurs des zones limitrophes, ne disposent, en pratique, d'aucune autre possibilité de vente. Par ailleurs, une laiterie ne refusera du lait que dans des cas exceptionnels, car une entreprise ne peut s'étendre que si les livraisons de lait augmentent.

12. Facteurs qui déterminent le degré variable d'intégration verticale sur les divers marchés agricoles

Le tableau 24 donne une vue d'ensemble du développement de l'intégration verticale en RFA. Après avoir examiné les formes, le développement et les motifs de l'intégration verticale pour les divers produits de l'agriculture, il convient pour terminer d'examiner et de récapituler les facteurs qui déterminent les variations de l'intégration verticale sur les marchés agricoles.

On peut se baser sur l'affirmation de Schmitt ¹⁾, selon laquelle l'intégration verticale est motivée par le fait que les conditions réelles du marché s'écartent du modèle de la concurrence polypolistique parfaite. Si les marchés agricoles fonctionnaient "parfaitement", le prix suffirait à coordonner les relations entre les partenaires sur le marché. En raison des imperfections du marché, le prix ne peut plus jouer son rôle de coordinateur d'une manière satisfaisante et les partenaires se voient par conséquent contraints de nouer des liens plus étroits ²⁾: dans le cas de l'intégration verticale des entreprises, le processus de formation des prix entre les stades intégrés est même tout à fait éliminé.

-
- 1) G. SCHMITT : Einige Bemerkungen zum Begriff und zur Theorie der "vertikalen Integration" in der Landwirtschaft. Agrarwirtschaft 13/1964, page 347.
G. SCHMITT : Strukturwandlungen: Erscheinungsformen, Antriebskräfte, Konsequenzen und Probleme. In : Konzentration und Spezialisierung in der Landwirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. vol. 2, Munich, Bâle, Vienne 1965, page 153.
- 2) O. STRECKER, G. ROLLER, A. Saft, W.H. SCHUCH : die Landwirtschaft und ihre Marktpartner op.cit. p. 20 sq.

TABLEAU 24

Degré d'intégration verticale sur les marchés agricoles de la RFA, 1971/72 (Evaluation en % de la production intégrée par rapport à la production nationale commercialisée)

Produit	Intégration verticale par contrat	Co-entreprises	Intégration verticale des entreprises	Intégration verticale totale
Blé de force	1)	-	-	1)
Orge de brasserie	25	-	-	25
Houblon	80	-	-	80
Pommes de terre fraîches de consommation	< 10	-	-	< 10
Pommes de terre hâtives	30	-	-	30
Pommes de terre industrielles destinées à la fabrication				
a) de fécule	80	16	-	95 - 100
b) d'alcool	70 - 90	-	2)	70 - 90
c) de denrées alimentaires	40 - 60	-	-	40 - 60
Légumes industriels				
a) pois	92	-	-	92
b) haricots nains	87	-	-	87
c) carottes	52	-	-	52
d) épinards	80	-	-	80
e) choux blanc d'automne	62	-	-	62
f) cernichons à conserver	68	-	-	68
Betteraves sucrières	100	-	-	100
Porcs de boucherie	14 - 15	< 1	< 0,5	15
Veaux de boucherie	60 - 70	-	< 5	65 - 75
Bovins de boucherie	< 1	-	< 0,5	1
Lait	90 - 95 ³⁾	< 1	.	90 - 95
Oeufs	13 - 17	< 3	13 - 15	30 - 35
Volailles	75 - 85	1 - 2	1 - 5	80 - 90

1) Ne peut être évalué, étant donné qu'il est difficile de séparer le blé de force du blé normal. La production totale est évaluée à 60 - 80.000 tonnes.

2) En RFA, il existe encore de nombreuses distilleries agricoles qui présentent les caractéristiques de l'intégration verticale. Leur part de marché n'est pas connue et elle est, par conséquent, reprise sous la rubrique "Intégration verticale par contrat".

- 3) Il s'agit surtout d'obligations statutaires dans le cadre des coopératives, obligations qui sont largement respectées sur ce marché, contrairement aux autres marchés agricoles, en raison de l'absence d'autres débouchés.

Avant d'expliquer les différentes formes et le développement inégal de la concentration verticale, il importe donc avant tout de définir les imperfections du marché. Le degré d'intégration verticale est essentiellement déterminé par la pression plus ou moins forte des facteurs suivants :

- Possibilités d'améliorer l'efficacité de la production, de la commercialisation et de la transformation par la création d'une offre suffisamment importante et homogène, adaptée aux besoins des partenaires de marché en ce qui concerne le lieu, le temps et la qualité de la production.
- Possibilités de diminuer les risques inhérents à l'écoulement et à l'approvisionnement des partenaires de marché,
- Possibilités d'améliorer la position sur le marché.

12.1 Possibilités d'améliorer l'efficacité de la production et de la commercialisation

La création d'une offre suffisamment importante et homogène de produits agricoles, adaptée aux besoins des stades ultérieurs de la commercialisation est un des buts essentiels de la concentration verticale. L'offre peut présenter une hétérogénéité dans l'espace, le temps et la qualité.

On s'efforce d'améliorer l'homogénéité des produits dans l'espace par la création de pôles de production. Cette polarisation permet d'abaisser les coûts de la collecte et est particulièrement importante pour les produits dont le transport est coûteux, tels que les volailles vivantes, les oeufs, les pommes de terre et légumes industriels etc.

- L'amélioration de l'adaptation dans le temps de l'offre aux besoins des partenaires de marché est particulièrement importante, lorsqu'il s'agit de produits dont la conservation est limitée. Cette adaptation entraîne une diminution des frais et des pertes dus au stockage, une amélioration de la qualité du produit et une meilleure utilisation de la capacité de l'entreprise de transformation. Une bonne adaptation de l'offre à la demande est surtout indispensable pour les volailles, le bétail de

boucherie, les légumes industriels, les betteraves sucrières et les pommes de terre hâtives; elle l'est moins pour le blé, les autres catégories de pommes de terre, les œufs et le lait.

- Il est de plus en plus nécessaire de créer une offre de qualité plus homogène. Il y a à cela deux raisons. La concentration croissante du commerce de gros et de détail des denrées alimentaires a abouti à une forte concentration de la demande de lots importants et homogènes. Par ailleurs, le développement de la mécanisation des procédés de transformation exige un produit de base homogène, de manière à ce que le processus de transformation se déroule sans heurts. Ces deux raisons incitent les partenaires de marché des agriculteurs à influencer davantage sur la qualité de l'offre. C'est le cas notamment pour les légumes et les pommes de terre industriels, mais aussi en partie, pour le bétail de boucherie, l'orge de brasserie, le blé de force et, dans une moindre mesure, pour les autres céréales.

L'initiative en ce qui concerne la création d'une offre plus homogène n'est pas due exclusivement aux entreprises de collecte et de transformation. Certains producteurs s'efforcent aussi spontanément d'atteindre ce but en créant des groupements dans le sens horizontal. Beaucoup de groupements de producteurs de blé de force, de pommes de terre et de bétail en font leur objectif principal, sans toutefois s'engager verticalement d'une manière plus étroite envers leurs partenaires de marché. S'ils réussissent à offrir de cette manière des produits d'une qualité supérieure à ceux de leurs concurrents, ils peuvent ainsi retirer les avantages d'une offre plus homogène, éventuellement même sans s'engager verticalement.

12. 2. Possibilités de réduire les risques inhérents à l'écoulement et à l'approvisionnement

Le second objectif important de l'intégration verticale est de réduire les risques courus par les partenaires de marché en matière d'écoulement et d'approvisionnement. Alors que le modèle du marché parfait suppose que les sujets économiques se trouvent en face d'un marché transparent et

disposent de toutes les données nécessaires à l'organisation de leur activité, la réalité économique comporte une marge importante d'incertitudes; l'incertitude quant aux prix futurs engendre un risque d'écoulement et d'approvisionnement qui rend beaucoup plus difficile l'organisation de la production et du financement par les producteurs et les entreprises de transformation.

La volonté de réduire ces risques par des liens verticaux est d'autant plus affirmée que ces risques sont élevés. La création de liens verticaux dépend donc de l'ampleur du risque de commercialisation et des possibilités de réduire ce risque en s'engageant verticalement.

Pour le producteur et l'entreprise de transformation, le risque d'écoulement et d'approvisionnement est d'autant plus grand que

- les variations imprévisibles de l'offre, de la demande et des prix sont importantes;
- la production nécessite une main-d'oeuvre et des capitaux considérables et que la spécialisation de la production et de la transformation est poussée.

En outre, le risque couru par le producteur de ne pouvoir écouler sa production est très grand lorsqu'il y a peu de possibilités de vente et de transformation. Tel est le cas :

- lorsque les possibilités de consommation directe du produit sont réduites;
- lorsqu'il n'est pas possible de transformer le produit à l'intérieur même de l'exploitation;
- en cas de forte concentration des entreprises commerciales ou des entreprises de transformation;
- lorsque les produits ne se prêtent guère au stockage;

- lorsque les coûts de transport sont élevés (éloignement du marché) ou lorsque les produits sont difficilement transportables.

Pour l'acheteur, le risque de ne pouvoir s'approvisionner est grand :

- lorsque les producteurs disposent de nombreuses possibilités de vente et de transformation;
- lorsqu'ils disposent eux-mêmes de peu de possibilités d'approvisionnement (lorsque le produit de base ne se prête guère au transport et au stockage ou lorsque le degré d'organisation des producteurs est élevé.

La répercussion de ces risques sur les divers marchés a été fonction de leur intensité et de la possibilité plus ou moins grande de les réduire par l'intégration verticale. Ainsi, par exemple, si le houblon est, dans une grande mesure, cultivé sous contrat, c'est que les risques inhérents aux prix sont élevés et qu'ils sont encore accrus du fait que cette culture nécessite une main-d'oeuvre et des capitaux importants. Les mêmes motifs incitent les producteurs d'oeufs et de porcs à l'engrais, éloignés du marché, à conclure des contrats "à façon" (Lohnmastverträge). A l'opposé, les producteurs d'oeufs, de porcs et de pommes de terre situés à proximité du marché n'ont pas intérêt à s'engager verticalement. En raison des nombreuses possibilités de vente dont ils disposent (vente directe au consommateur final, au détaillant et au boucher), le risque inhérent au marché est faible. Il en est de même pour les céréales, car l'organisation du marché garantit la stabilité des prix et ces produits peuvent facilement être stockés et transportés. Font exception, le blé de force et l'orge de brasserie, dont les prix se situent à un niveau supérieur aux prix d'intervention garantis par l'Etat et qui peuvent, par conséquent, présenter une marge de variation plus importante.

Le fait que le risque inhérent à l'écoulement soit minime pour le producteur ne signifie pas toujours que le risque inhérent à l'approvisionnement est aussi minime pour l'acheteur. En particulier, lorsque les producteurs disposent de nombreuses possibilités d'écoulement ou de transformation, l'approvisionnement en produits de base des entreprises de

collecte et de transformation est très incertain. Dans ce cas, les acheteurs, contrairement aux producteurs, sont désireux de s'engager verticalement. Les acheteurs sont alors obligés d'accorder des avantages contractuels supplémentaires, tels que crédits, services, etc. à leurs fournisseurs de produits de base. Si cette solution est trop coûteuse ou si les agriculteurs ne sont pas suffisamment disposés à conclure des contrats, l'entreprise chargée de la collecte et de la transformation peut se voir dans l'obligation de procéder à la création d'une entreprise intégrée et d'assurer elle-même la production des produits de base. On trouve des exemples en ce sens dans le secteur de la production de porcs, de veaux et de volailles de consommation. Toutefois, ces entreprises se heurtent au fait que la production agricole requiert beaucoup de capitaux, ce qui, surtout pour la production du sol, empêche dans une large mesure les entreprises de collecte et de transformation d'accéder à la production des produits de base.

12.3. Possibilités d'améliorer la position sur le marché.

Lorsque le nombre de possibilités d'écoulement et de transformation des produits agricoles est réduit, la position des producteurs sur le marché est généralement précaire. Cette situation précaire peut inciter, elle aussi, les producteurs à nouer des liens verticaux. En principe, les producteurs disposent de deux moyens pour améliorer leur position à l'égard des acheteurs : le premier moyen est la création de groupes de négociation. De tels groupes se sont surtout constitués sur le marché des légumes industriels et des poulets de chair et ils sont de plus en plus nombreux sur le marché de l'orge de brasserie, des pommes de terre industrielles et des porcs à l'engrais. La création de groupes de négociation est nécessaire, car il n'est généralement pas possible d'améliorer la position sur le marché en négociant individuellement les conditions du contrat. L'intégration verticale par contrat ne peut donc aboutir à une amélioration de la position des producteurs sur le marché que lorsqu'elle s'accompagne d'une intégration horizontale.

L'autre moyen d'améliorer la position sur le marché est d'accéder au stade ultérieur de la commercialisation par la création de coopératives, de sociétés agricoles de capitaux et de co-entreprises. Ce moyen a surtout été utilisé dans le domaine de la transformation du lait et du sucre, de la fabrication de la fécule de pommes de terre et de la collecte des céréales, ainsi que pour la commercialisation des oeufs, du bétail de boucherie et des pommes de terre dans les régions éloignées du marché.

Toutefois, la seule existence, aux stades ultérieurs de la commercialisation, d'entreprises axées sur la participation des producteurs ne permet généralement pas de conclure à une intégration verticale, "étant donné que le simple fait de créer une telle entreprise ne s'accompagne pas nécessairement d'une obligation de se lier par contrat et qu'il n'en résulte donc pas obligatoirement une coordination de la programmation entre la co-entreprise et l'exploitation particulière"¹⁾. On ne peut parler d'intégration verticale que lorsque les rapports entre la coopérative et les membres, en ce qui concerne les livraisons, sont réglés en détail par des contrats ou des obligations statutaires.

Il est donc aussi possible d'améliorer la position des producteurs sur le marché par la création d'entreprises axées sur la participation des producteurs, même si cette création ne s'accompagne pas d'une intégration verticale. Si les conditions de concurrence sont peu satisfaisantes, il suffit, en général, que les entreprises axées sur la participation des producteurs rétablissent, de par leur existence, une concurrence valable. Lorsque les entreprises axées sur la participation des producteurs nouent, en plus, des liens verticaux plus étroits avec leurs membres, c'est en premier lieu dans le but d'accroître l'efficacité de la commercialisation et de diminuer les risques. La position des producteurs sur le marché n'est améliorée qu'indirectement par une meilleure compétitivité de la coopérative.

1) W. SCHOPEN : op.cit. p. 23.

Les entreprises axées sur la participation des producteurs et les groupes de négociation sont particulièrement nombreux sur les marchés et dans les régions où les producteurs ne disposent que d'un nombre limité de possibilités de vente et dans lesquelles la concurrence risquait donc de devenir insuffisante ¹⁾. A proximité du marché et pour les produits pour lesquels il existe de nombreuses possibilités d'écoulement et de transformation (œufs, pommes de terre, bétail de boucherie), les entreprises axées sur la participation des producteurs et les groupes de négociation sont moins répandus. Le tableau 25 indique dans quelle mesure les entreprises axées sur la participation des producteurs couvrent le marché de la R.F.A.

1) cf. O. WIESE : Genossenschaftlicher und privater Landwarenhandel in der Bundesrepublik Deutschland. Karlsruhe 1968, p. 103 sq.

TABLEAU 25

Pourcentage des marchés agricoles de vente et d'approvisionnement couvert par les coopératives et les autres entreprises axées sur la participation des producteurs en RFA (1970/71/72).

Marchés de vente	Pourcentage
Collecte des céréales	50
Pommes de terre	20 - 25 ²⁾
Betteraves sucrières	50 - 60 ¹⁾
Fruits	16
Légumes	34
Vin	30
Ramassage du lait	80
Porcs	
- Collecte	24 ²⁾
- Approvisionnement du marché	29
- Abattages industriels	15
Bovins	
- Collecte	22 ²⁾
- Approvisionnement du marché	23
- Abattages industriels	11
Oeufs	7 ²⁾
Poulets de chair	13
Marchés d'approvisionnement	
Production d'aliments composés	34 - 35
Achats d'aliments composés	60 - 65
Achats d'engrais	65
Achats de machines et d'outils	25
Achats de produits antiparasitaires	70
1) Sociétés agricoles de capitaux	
2) Marchés présentant un pourcentage élevé de ventes directes aux consommateurs finals ou aux bouchers.	

Remarque : Au total, les agriculteurs ont, en 1971/72, réalisé 46 % de leurs ventes totales sur les marchés de vente et d'approvisionnement par l'intermédiaire des coopératives (1962/63 : 40 %). Simultanément, le pourcentage des achats par rapport au chiffre d'affaires total des coopératives est passé de 36 % en 1960 à 45 %.

12.4. Analyse simultanée des facteurs qui déterminent l'intégration verticale

Comme l'ont montré les points précédents, il existe toute une gamme de facteurs qui favorisent ou entravent l'intégration verticale dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles. Après avoir traité de chaque facteur en particulier, il convient à présent d'examiner simultanément tous les facteurs qui influencent l'intégration verticale.

Von OPPEN (1) a proposé une interprétation intéressante de l'intégration verticale par contrat. Il a réuni dix critères qui permettent de juger dans quelle mesure les produits agricoles se prêtent à un régime contractuel (cf. schéma p. 127) et analysé dix produits. Pour chaque produit, il a établi si les critères favorisaient (influence positive) ou entravaient (influence négative) le régime contractuel. Aucune valeur n'était attribuée lorsque le critère n'exerçait pas une influence déterminante. L'addition des influences positives et négatives permettait de voir sommairement, dans quelle mesure chaque produit se prêtait ou était réfractaire à un régime contractuel (2).

Bien que l'on puisse formuler des réserves à l'égard d'un tel procédé, il a été possible de tirer quelques conclusions intéressantes : ainsi que le montre le schéma en annexe, l'addition des points est largement positive pour les légumes industriels, les volailles de consommation et le houblon. Pour les légumes frais et les porcelets, les influences positives sont un peu plus nombreuses que les autres. Pour les porcs à l'engrais, les influences positives et négatives s'équilibrent, alors que pour les oeufs, les influences négatives l'emportent déjà sur les influences positives. C'est dans le domaine des pommes de terre de consommation et des céréales panifiables que l'on rencontre le plus d'influences négatives. Ces denrées ne se prêtent guère à un régime contractuel. Ces résultats sont largement confirmés par les études qui ont été faites.

1) M. von OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen op.cit. p. 139 sq.

2) Ibidem p. 140

Appréciation de produits agricoles en fonction des possibilités de production contractuelle - (schéma ^a)

Critères	Produits animaux					Produits végétaux				
	Oeufs	Porcelets	Volailles de consommation	Porcs à l'engrais	Bovins de boucherie	Légumes frais	Légumes indust.	Houblon	Pommes de terre de consommation.	Céréales panifiables
1. Risque naturel de production	(-)	(+)	(-)	(-)	moyen	(+)	(+)	(+)	moyen	(-)
2. Capitaux et main-d'oeuvre exigés, per le processus de production agricole.	(+)	(+)	(+)	(+)	moyen	(+)	(+)	(+)	moyen	(-)
3. Possibilités de stockage	moyen	moyen	(+)	(+)	moyen	(+)	(+)	(-)	(-)	(-)
4. Possibilité de transport	"	"	(+)	(+)	"	moyen	(+)	(-)	moyen	(-)
5. Possibilité de normalisation	(-)	(-)	moyen	moyen	"	"	moyen	(-)	(-)	(-)
6. Possibilité de consommation directe.	(-)	(-)	(+)	(+)	(+)	(-)	(+)	(+)	(-)	(-)
7. Nombre de possibilités de transformation	(-)	moyen	(+)	(+)	(+)	moyen	(+)	(+)	(-)	moyen
8. Fluctuations des prix	(+)	(+)	(-)	(-)	(-)	(+)	(+)	(+)	(+)	moyen
9. Capitaux et main-d'oeuvre exigés par la transformation	(-)	(+)	(+)	(-)	(-)	(-)	(+)	(+)	(-)	(-)
10. Compétitivité de l'offre étrangère	(+)	(-)	(+)	(-)	(-)	moyen	moyen	moyen	(-)	(+)
Aptitude à la production contractuelle	(-2)	(+1)	(+5)	(+0)	(+0)	(+2)	(+8)	(+3)	(-5)	(-6)

a) Influence positive = (+); influence négative = (-); Pas d'influence déterminante - aucune valeur.

b) Si la somme des critères est positive, le produit se prête à une production contractuelle; il s'y prête d'autant plus que la somme est élevée. L'inverse est vrai lorsque la somme est négative. Etant donné que les divers critères ont été appréciés selon une échelle de valeurs à 3 degrés, ce qui est un procédé relativement simpliste, et que ces critères n'ont pas tous le même poids, il n'est pas possible de faire une distinction très nette entre les produits en se basant uniquement sur la somme des critères obtenus pour chaque produit. Cette méthode permet seulement de répartir les produits en trois catégories selon la possibilité (bonne, moyenne, faible) de recourir à une production contractuelle.

Source : M. von OPPEN , op.cit. p. 142

Contrairement à l'intégration verticale par contrat, l'intégration verticale des entreprises, qui s'étend aussi à la production agricole, est relativement peu répandue. Les raisons en sont connues ¹⁾:

1. Il y a une très grande différence entre la taille optimale d'une entreprise de transformation et celle d'une exploitation agricole. Pour pouvoir exploiter simultanément une entreprise qui lui permette de transformer ses propres produits, un agriculteur doit disposer d'une grande surface cultivée et d'un cheptel important. Il semblerait que la production agricole d'un exploitant ne lui permette que rarement d'utiliser sa capacité au maximum. Si, à l'opposé, une entreprise de transformation désire produire elle-même ses produits de base, elle doit engager des capitaux importants dans l'agriculture, ce qui représente souvent un très grand risque. Si une telle possibilité existe, c'est dans la production animale indépendante du sol. C'est donc dans ce domaine que l'on trouve quelques exemples d'entreprises de transformation qui produisent elles-mêmes au moins une partie de leurs produits de base.
2. Le degré de spécialisation des exploitations agricoles est différent de celui des entreprises de transformation. Dans le secteur agricole, certaines considérations incitent toutefois les exploitants à diversifier leur production. Seules les entreprises de transformation d'une certaine taille ont intérêt à diversifier la leur. Ce n'est que dans la production animale que le degré de spécialisation de l'exploitation agricole peut être adapté à celui de l'entreprise de transformation. C'est pourquoi l'intégration verticale des entreprises se réalise tout d'abord dans le secteur des produits de transformation d'origine animale.

1) cf. O. STRECKER, G. ROLLER, A. SAFT, W.J. SCHUCH : op.cit. p. 32
G. SCHMITT : Einige Bemerkungen, op.cit. p. 346.
W. SCHOPEN : op.cit. p. 19

Les co-entreprises de producteurs ou les entreprises axées sur la participation des producteurs et les entreprises privées situées en aval ne sont pas non plus très répandues. Les raisons en sont les suivantes :

1. Si la concurrence est assurée au stade de la commercialisation situé en amont ou en aval, le producteur et les entreprises situées en aval n'ont plus intérêt à s'engager vis à vis des entreprises situées à ce stade de la commercialisation. Généralement, le capital disponible est investi plus avantageusement dans l'entreprise propre. Cela vaut surtout pour les marchés de produits sur lesquels les producteurs disposent d'un nombre suffisant de possibilités de vente.
2. La pénétration des stades de la commercialisation situés en amont ou en aval présente d'autant plus d'attrait que la concurrence n'est pas suffisante à ces stades. C'est le cas sur les marchés et dans les régions où existe un danger de formation de monopsones ou de monopoles régionaux. Dans un tel cas, les deux parties s'efforceront cependant d'exploiter l'entreprise en régie directe. Ce n'est que lorsque cela n'est pas réalisable ou n'est pas possible pour des raisons de capitaux que les parties manifestent un intérêt pour la création d'une co-entreprise.
3. Pour que les parties collaborent au sein d'une co-entreprise, il est indispensable que le conflit d'intérêts résultant de la fixation des prix de revient et de vente puisse être résolu, ce que la référence à une cotation devrait permettre. Toutefois,, c'est sur ce point que des difficultés surgiront souvent.
4. Dans de nombreux cas, les producteurs se demanderont si la création d'un groupe de discussion ne leur apportera pas les mêmes avantages que la participation à une co-entreprise. Si tel est le cas, ils pourraient épargner le capital qu'ils devraient investir dans la co-entreprise.

Si une co-entreprise est créée en dépit de ces obstacles, elle peut présenter les mêmes avantages que l'intégration verticale par contrat.

13. Effets de l'intégration verticale

Après avoir examiné aux points précédents les formes et l'extension de l'intégration verticale, ainsi que les facteurs qui la déterminent, il convient pour terminer d'analyser les répercussions de l'intégration verticale sur la situation des partenaires sur le marché. Malheureusement, il n'existe presque pas d'études quantitatives sur ce problème en RFA. Au point suivant, nous nous limiterons donc pour l'essentiel à exploiter ce que la pratique nous apprend et à tirer des conclusions à partir de la théorie.

Les effets de l'intégration verticale doivent être regroupés et expliqués en quatre points. Il convient en effet de se demander dans quelle mesure l'intégration verticale en agriculture influence :

- l'efficacité de la production et de la commercialisation
- la stabilité des marchés
- la position des agriculteurs sur le marché
- les revenus agricoles et les prix aux consommateurs.

13.1 Efficacité de la production et de la commercialisation

L'efficacité de la production agricole peut être influencée de diverses manières par l'intégration verticale des partenaires sur le marché. Il faut notamment souligner :

- a) l'influence due à la spécialisation
- b) l'influence due à l'information.

Ad a) L'influence due à la spécialisation résulte du fait que les liens verticaux favorisent généralement la spécialisation de la production agricole.

Inversément, il faut voir dans la spécialisation croissante une incitation importante à l'intégration verticale; c'est-à-dire que les deux phénomènes se conditionnent mutuellement.

Une enquête de BESCH (1) montre dans quelle mesure l'intégration verticale peut favoriser la spécialisation : au cours de cette enquête effectuée auprès de 225 exploitations qui avaient noué des liens contractuels étroits pour la vente du bétail de boucherie et de 107 exploitations choisies à titre comparatif et non liées par contrat, il est apparu qu'au cours de la période de 1963 à 1967, 52 % des exploitations liées par contrat et 23 % seulement des exploitations choisies à titre comparatif avaient étendu leur production de porcs à l'engrais. Il n'est cependant pas certain que l'on puisse généraliser cet exemple. Dans une enquête menée parallèlement à l'étude précitée et portant sur les liens contractuels dans la production des oeufs, il est apparu que la production contractuelle n'exerçait que peu d'influence sur la structure de l'exploitation. Près de 90 % des producteurs interrogés ont déclaré qu'ils auraient agrandi leur élevage dans $\frac{1}{2}$ la même proportion, même si leurs ventes n'avaient pas été garanties par contrat (2).

Ainsi que le montrent les deux exemples, l'intégration verticale n'a pas nécessairement pour effet de spécialiser la production. Le degré d'extension de la production contractuelle dépend, également dans une large mesure des autres avantages que présente la production contractuelle. Dans les exemples précités, les producteurs ont retiré beaucoup plus d'avantages des biens contractuels dans la vente de bétail de boucherie que dans la vente des oeufs.

-
- 1) M. BESCH : Spezielle Formen der Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und ihren Marktpartnern. Beispiel Schlachtschweine. Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e.V. Bonn 1968, n° 198, page 87.
 - 2) W. MEYER : Spezielle Formen der Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und ihren Marktpartnern. Beispiel Eier. Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e.V. Bonn 1968, n° 198 page 155.

On ne peut donc pas répondre de façon générale à la question de savoir si le fait de garantir la vente par contrat aboutit à une spécialisation de la production. Si tel était le cas, il devrait aussi en résulter généralement une rationalisation de la production.

Ad b) La création d'accords verticaux s'accompagne généralement d'une orientation de la production grâce aux organisations de producteurs et à l'information en matière de technique de production. Cette orientation permet parfois d'obtenir d'importants résultats du point de vue de la rationalisation. Ainsi, Besch (1) fait remarquer dans l'étude précitée que 80 % des producteurs interrogés ont modifié l'alimentation de leur bétail après avoir conclu un contrat. De même 80 % des producteurs liés par contrat croyaient avoir obtenu de meilleurs résultats d'engraissement. En outre, la qualité des porcs à l'engrais s'était nettement améliorée. Dans d'autres secteurs d'exploitation, l'information devrait en principe avoir un même effet.

L'intégration verticale semble exercer une influence favorable importante sur l'efficacité du système de commercialisation. Il est probable qu'elle influence favorablement les coûts de la collecte et de la transformation et qu'elle augmente l'efficacité de l'entreprise de commercialisation sur les marchés de vente. On ne dispose malheureusement pas d'études quantitatives sur l'importance de cette rationalisation; toutefois, il est évident que la fixation par contrat entre les partenaires du marché des dates de livraison et d'approvisionnement et la polarisation de la production aboutissent à une diminution des coûts de stockage et de collecte.

Les coûts de préparation et de transformation peuvent être réduits grâce à l'approvisionnement continu en produits de base, ce qui permet une meilleure utilisation de la capacité (par exemple, abattoirs de volailles, centres d'emballage des oeufs, abattoirs d'expédition, fabriques de conserves de légumes).

1) M. BESCH : op.cit. p. 66

En outre, la production régulière de variétés et de qualités homogènes (par exemple : légumes industriels, pommes de terres industrielles, blés de mélange, etc) facilite le déroulement du processus de transformation et aboutit à une réduction des coûts.

Enfin, l'efficience des entreprises de commercialisation sur les marchés de vente est renforcée par le fait qu'une meilleure coordination entre les producteurs et les distributeurs permet généralement d'améliorer l'offre du point de vue de la quantité, de la qualité et des délais de livraison. Grâce à son efficience ainsi accrue, l'entreprise de commercialisation voit augmenter sa capacité de vente, et par conséquent, son chiffres d'affaires.

13.2. Stabilité des marchés

On attend souvent des liens verticaux qui unissent les agriculteurs à leurs partenaires de marché qu'ils stabilisent les marchés agricoles (1). En général, cette prévision ne se réalise - pour autant que des prix fixes aient été conclus que pour la partie du marché liée par contrat. Sur le marché libre, les fluctuations de prix sont inévitables. Certes, on attribue parfois à la marchandise sous contrat le pouvoir d'exercer une influence déterminante sur les prix, car les prix pratiqués pour la marchandise sous contrat peuvent être pris à l'occasion comme première base de référence pour la fixation des prix sur le marché libre (par exemple : houblon de brasserie, blé de mélange). Il convient toutefois de ne pas exagérer cette influence, étant donné que les prix pratiqués sur le marché comme ceux fixés par contrat, ne peuvent, du moins à long terme ni évoluer différemment, ni s'éloigner du prix d'équilibre.

1) cf. M. v. OPPEN : Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung vertraglicher Regelungen beim Absatz landwirtschaftlicher Produkte. Braunschweig-Völkenrode 1968, page 147.

La stabilisation des prix agricoles par l'intégration verticale n'ouvrira probablement des perspectives intéressantes que si l'on réussit à adapter l'ensemble de l'offre à la demande probable. Les chances de réussite à cet égard varient considérablement selon les marchés agricoles.

- Tout d'abord, il existe des difficultés d'adaptation pour les produits pour lesquels le volume de l'offre dépend dans une large mesure des conditions atmosphériques et d'autres facteurs incontrôlables (par exemple, les épidémies). Les variations imprévisibles de l'offre doivent nécessairement aboutir à des variations correspondantes de prix.
- En outre, le contrôle de l'offre par l'intégration verticale se heurte à une résistance considérable lorsqu'il s'agit de produits pour lesquels il existe plusieurs possibilités de commercialisation (surtout les œufs, les porcs de boucherie et les pommes de terre de consommation). Il ne sera pas possible de réaliser une intégration verticale complète de la production sans contrainte légale (par exemple : interdiction de la vente directe).
- L'offre ne peut être parfaitement adaptée à la demande que lorsqu'il s'agit de produits dont la commercialisation passe par un nombre relativement peu élevé de lieux de transformation (par ex. pommes de terre industrielles, légumes industriels, betteraves sucrières, lait, volailles de consommation). En raison des contrats (et aussi des interventions de l'Etat dans le cas du lait et des betteraves sucrières), les fluctuations de prix sont peu importantes pour ces produits. Il est vrai que les prix ne peuvent pas s'écarter à long terme des prix d'équilibre.

La stabilisation des marchés par l'intégration verticale ne peut donc être réalisée que pour quelques produits.

13.3. Position des agriculteurs sur le marché.

Si l'on veut analyser de quelle manière l'intégration verticale influence la position des agriculteurs sur le marché, il faut tout d'abord établir quels sont les facteurs qui déterminent cette position, bonne ou mauvaise. Lorsqu'on connaît la réponse à cette question, on peut analyser l'influence de l'intégration verticale sur ces facteurs déterminants et juger de l'évolution de la position des agriculteurs sur le marché.

Le tableau 26 comporte six critères qui influencent la position des agriculteurs sur le marché. Ils ont été subdivisés en 15 sous-critères en tout. Critères et sous-critères peuvent être commentés de la manière suivante :

1. La position des agriculteurs sur le marché est d'autant meilleure que le nombre de possibilités de commercialisation est élevé.
Le nombre de possibilités de commercialisation croît :
 - a) lorsque le produit peut être consommé directement (possibilité de la vente directe);
 - b) lorsque la concentration des établissements et entreprises des acheteurs est faible;
 - c) lorsque les frais de transport et de stockage sont peu élevés;
 - d) lorsque des entreprises axées sur la participation des producteurs participent au marché.

2. La position des agriculteurs sur le marché est d'autant meilleure que le nombre de possibilités d'approvisionnement des acheteurs est plus petit.
Le nombre des possibilités d'approvisionnement diminue :
 - a) lorsque les frais de transport et de stockage sont élevés;
 - b) lorsque la concentration des exploitations des producteurs est forte,
 - c) lorsque le degré d'organisation (intégration horizontale) des producteurs est élevé.

3. La position des agriculteurs dans les discussions est d'autant plus forte qu'ils disposent de plus de possibilités de production. Il est plus facile de passer à une autre production:
 - a) lorsque le degré de spécialisation des producteurs est faible,
 - b) lorsque la production ne nécessite pas des capitaux élevés.

TABLEAU 26 Influence de l'intégration verticale sur la position des agriculteurs sur le marché.

Critères	Situation actuelle	Influence de l'intégration verticale
1. Possibilités de commercialisation des producteurs a) Possibilité de consommer le produit directement b) Concentration des acheteurs c) Frais de transport et de stockage d) Existence d'entreprises basées sur la participation des producteurs	faible (-) forte (-) moyens élevés (0) nombreuses (+)	pas d'influence (0) pas d'influence (0) pas d'influence (0) pas d'influence (0)
2. Possibilités d'approvisionnement des acheteurs a) Frais de transport et de stockage b) Concentration de la production c) Degré d'organisation des producteurs	moyens à élevés (0) faible (-) faible (-)	pas d'influence (0) positive (+) positive (+)
3. Possibilités de production a) Degré de spécialisation b) Capitaux exigés	faible à moyen (0) moyen (0)	positive (-) positive (-)
4. Possibilités de production des acheteurs a) Degré de spécialisation b) Capitaux exigés	élevé (+) élevés (+)	positive (+) positive (+)
5. Conditions d'accès au marché a) au niveau des producteurs b) au niveau des acheteurs	élevé (-) bonnes (0) moyennes (0)	positive (-) variable (+) variable (-)
6. Transparence du marché a) des producteurs b) des acheteurs	faible à moyenne (0) moyenne à bonne (0)	variable (+) pas d'influence (0)

Explications : + positif
- négatif
0 indéterminé
) Influence sur la position des agriculteurs allemands sur le marché

4. La position des agriculteurs dans les discussions est d'autant plus forte que les acheteurs disposent de moins de possibilités de production. Il est plus difficile pour les acheteurs de passer à une autre production.
 - a) lorsque le degré de spécialisation des acheteurs est élevé,
 - b) lorsque la transformation exige des capitaux élevés.

5. La position des agriculteurs dans les discussions est d'autant plus forte :
 - a) que les conditions d'accès au marché au niveau des producteurs sont défavorables, et
 - b) que les conditions d'accès au marché au niveau des acheteurs sont meilleures.

6. La position des agriculteurs sur le marché est d'autant meilleure
 - a) que la transparence du marché des agriculteurs est plus grande et
 - b) que la transparence du marché des acheteurs est moins grande.

Le tableau 26 montre de quelle manière l'intégration verticale influence les différents critères de la position sur le marché. Il y a des facteurs qui exercent une influence positive sur la position des agriculteurs sur le marché et d'autres qui ont une influence négative.

L'intégration verticale a une influence positive sur la position des agriculteurs sur le marché pour les raisons suivantes :

- l'intégration verticale favorise la concentration des exploitations agricoles (2b)
- En même temps, elle exerce une influence positive sur le degré d'organisation des producteurs; en effet, les liens verticaux renforcent généralement la tendance à l'intégration horizontale (2c).
- L'intégration verticale permet aux acheteurs de spécialiser davantage leur production et d'engager plus de capitaux, car elle diminue le risque d'approvisionnement (4a, b).
- Au niveau des producteurs, les conditions d'accès au marché sont rendues plus difficiles du fait que le lancement de la production n'est possible que lorsque la vente est garantie par contrat. Par ailleurs, l'accès au

marché peut être également facilité par le fait que l'intégration verticale améliore dans de nombreux cas (surtout lorsqu'il s'agit de produits de transformation d'origine animale, les possibilités de financement (5a).

- L'intégration verticale a tout d'abord pour effet de diminuer la transparence du marché des producteurs ¹⁾. La transparence du marché peut cependant être améliorée lorsque l'intégration verticale entraîne un renforcement du niveau d'organisation horizontale des producteurs et l'élaboration de contrats types accessibles à tous (6a).

A côté des effets positifs sur la position des agriculteurs sur le marché, l'intégration verticale a aussi quelques effets négatifs :

- l'intégration verticale permet aux producteurs de spécialiser davantage leur production et d'investir plus de capitaux. Par conséquent, les producteurs disposent de moins de possibilités de production et il peut en résulter une plus grande dépendance vis-à-vis des acheteurs (3a, b).
- Au niveau des acheteurs aussi, les conditions d'accès au marché sont rendues plus difficile lorsque la plupart des possibilités de vente du produit de base sont fixées par contrat (5b).

On ne peut répondre d'une manière générale à la question de savoir si l'intégration verticale exerce une influence positive ou négative sur la position des agriculteurs sur le marché et dans quelle mesure cette influence s'exerce. En général, l'influence positive sera prédominante lorsque l'intégration verticale permet de renforcer le degré d'organisation des producteurs et d'améliorer la transparence de leur marché. Tel est le cas notamment pour l'intégration verticale dans la vente des légumes industriels et des poulets de chair. Il en va de même pour les efforts

1) cf. O. STRECKER, G. ROLLER, A. SAFT, W.H. SCHUCH : Die Landwirtschaft und ihre Marktpartner. OP.cit. p. 151 sq.

W. GROSSKOPF : Landwirtschaft und Ernährungsindustrie - Entwicklung der Wettbewerbsbeziehungen. Compte rendu de la 13è session de la GeWiSoLa à Stuttgart-Hohenheim, p. 34.

destinés à promouvoir la culture contractuelle du houblon de brasserie. Lorsque, par contre, l'intégration verticale n'a pas permis de renforcer le degré d'organisation horizontale et la transparence du marché, la position sur le marché a plutôt tendance à se détériorer. Ceci vaut surtout pour certaines formes d'intégration verticale de la production des oeufs et, en partie aussi pour la production des porcs.

13.4. Revenus agricoles et prix aux consommateurs

Les effets de l'intégration verticale évoqués plus haut doivent influencer plus ou moins positivement le revenu des agriculteurs et les prix aux consommateurs.

La rationalisation de la production profite en partie aux producteurs et en partie aux consommateurs (prix moins élevés). A la suite de l'abaissement des coûts de production, la fonction d'offre se déplace vers la droite, ce qui, selon le degré d'élasticité de la demande par rapport au prix, se traduit par une baisse plus ou moins forte des prix. Si la demande réagit de manière peu élastique, l'abaissement des coûts de la production se traduit en grande partie par une baisse des prix. Si, au contraire, la demande réagit avec beaucoup d'élasticité, la baisse des prix est moins sensible et les producteurs peuvent profiter davantage de l'abaissement des coûts.

Cette théorie des prix est modifiée par le fait que généralement, une partie seulement des producteurs agricoles nouent des liens verticaux et améliorent ainsi l'efficacité de leur production. Le déplacement vers la droite de la fonction d'offre agrégée du marché dans son ensemble est moins prononcé et la baisse des prix est aussi moins forte. L'effet produit de cette manière - ceteris paribus - est le suivant :

- les agriculteurs qui ont rationalisé leur production supportent une baisse des prix, qui est cependant largement compensée par l'abaissement des coûts. Ils étendent par conséquent leur production.

- Les agriculteurs qui n'ont pas rationalisé leur production supportent eux aussi une baisse des prix, qui n'est cependant pas compensée par un abaissement des coûts. Ils limitent par conséquent leur production.
- Etant donné que la fonction d'offre agrégée se déplace vers la droite à la suite de l'abaissement des coûts, les consommateurs peuvent acquérir une plus grande partie du marché à des prix moins élevés.

Dans l'ensemble, la rationalisation de la production est avantageuse pour les consommateurs et pour les agriculteurs qui ont rationalisé leur production; elle est désavantageuse pour les agriculteurs qui n'ont pris aucune mesure de rationalisation.

La rationalisation aura un effet identique sur la commercialisation. Si l'entreprise de commercialisation est aux mains d'une coopérative, l'abaissement des coûts de commercialisation profite aux producteurs groupés au sein de la coopérative et aux consommateurs, de la même manière que l'abaissement des coûts de production ¹⁾. Cela sera aussi vrai dans le cas des entreprises privées de commercialisation dans la mesure où la concurrence les obligera à faire profiter les producteurs et les consommateurs des avantages de la rationalisation. Cela ne sera pas tout à fait le cas, au moins pour les entreprises rationalisées qui ont un avantage dans la concurrence qui leur permet de conserver comme "pionniers" une partie de la vente que constitue l'économie réalisée sur les coûts.

1) En pratique, les excédents d'une coopérative sont généralement utilisés pour accroître l'actif. Dans ce cas, les membres n'ont aucun accès direct à l'excédent réalisé. Toutefois, le capital de la coopérative est renforcé.

L'étude précitée de Besch ¹⁾ montre dans quelle mesure la pénétration des agriculteurs dans le secteur de la commercialisation, ainsi que les liens verticaux étroits et l'information en matière de technique de production peuvent contribuer à améliorer le revenu des agriculteurs concernés. Alors que les producteurs sous contrat, de porcs de boucherie ont obtenu pour l'année 1966 un prix de vente moyen de 373,3 DM par quintal (poids en carcasse), les exploitations choisies à titre comparatif n'ont obtenu que 344,9 DM par quintal (poids en carcasse). Ce prix nettement plus avantageux accordé aux producteurs liés par contrat s'explique, d'une part, par la qualité supérieure de la production, et d'autre part, par le fait que la coopérative de vente redistribue aux exploitants qui en sont membres les gains réalisés grâce à la rationalisation ²⁾. Cet avantage financier n'est que peu affecté par la perte d'intérêts due au fait que les coopérateurs sont tenus de souscrire 100 DM de parts sociales non productrices d'intérêts par unité de gros bétail livrés par an. L'étude ne dit pas dans quelle mesure d'autres charges plus élevées viennent en déduction des bénéfices supplémentaires.

Cet exemple ne peut naturellement pas être généralisé. Ainsi, dans l'étude parallèle réalisée par Meyer ³⁾ sur la production contractuelle des oeufs, celui-ci a constaté que les producteurs sous contrat avaient, pour 1966, obtenu un prix moyen de 15,2 pfennig par oeuf-B, alors que les élevages choisis à titre comparatif avaient obtenu, sans s'engager verticalement, 16,5 pfennig par oeuf. Cet avantage de prix, dont ont bénéficié les élevages choisis à titre comparatif, devait être attribué à l'importance plus grande des ventes directes (32 % pour les élevages choisis à titre comparatif et 32 % pour les élevages sous contrat). L'intégration verticale n'est pas toujours de nature à améliorer le revenu des agriculteurs. Toutefois, surtout lorsque les liens verticaux ont pour effet de rationaliser la production, il faut s'attendre à ce que l'intégration verticale exerce une influence positive sur le revenu des agriculteurs.

1) M. BESCH : op.cit. p. 67

2) Ainsi que l'a montré Besch dans une étude ultérieure, les avantages de prix obtenus par les engraisseurs sous contrat représentaient surtout un bénéfice de "pioniers" qui disparaît au bout de quelques années. Cf. M. Besch : Vertikale und horizontale Koordination als Instrumente zur Anpassung des landwirtschaftlichen Angebots an die Anforderungen des Lebensmittelmarktes in der Bundesrepublik Deutschland. Compte rendu de la 13^e session de la GeWiSoLa à Stuttgart-Hohenheim, P. 26

3) W. MEYER : op.cit p. 126, 153.

Informations internes sur L'AGRICULTURE

	Date	Langues
N° 1 Le boisement des terres marginales	juin 1964	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 2 Répercussions à court terme d'un alignement du prix des céréales dans la CEE en ce qui concerne l'évolution de la production de viande de porc, d'œufs et de viande de volaille	juillet 1964	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 3 Le marché de poissons frais en république fédérale d'Allemagne et aux Pays-Bas et les facteurs qui interviennent dans la formation du prix du hareng frais	mars 1965	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 4 Organisation de la production et de la commercialisation du poulet de chair dans les pays de la CEE	mai 1965	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 5 Problèmes de la stabilisation du marché du beurre à l'aide de mesures de l'Etat dans les pays de la CEE	juillet 1965	F D
N° 6 Méthode d'échantillonnage appliquée en vue de l'établissement de la statistique belge de la main-d'œuvre agricole	août 1965	F ⁽¹⁾ D ⁽²⁾
N° 7 Comparaison entre les « trends » actuels de production et de consommation et ceux prévus dans l'étude des perspectives « 1970 » 1. Produits laitiers 2. Viande bovine 3. Céréales	juin 1966	F ⁽¹⁾ D
N° 8 Mesures et problèmes relatifs à la suppression du morcellement de la propriété rurale dans les Etats membres de la CEE	novembre 1965	F ⁽¹⁾ D
N° 9 La limitation de l'offre des produits agricoles au moyen des mesures administratives	janvier 1966	F D
N° 10 Le marché des produits d'œufs dans la CEE	avril 1966	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 11 Incidence du développement de l'intégration verticale et horizontale sur les structures de production agricole – Contributions monographiques	avril 1966	F ⁽¹⁾ D
N° 12 Problèmes méthodologiques posés par l'établissement de comparaisons en matière de productivité et de revenu entre exploitations agricoles dans les pays membres de la CEE	août 1966	F ⁽¹⁾ D
N° 13 Les conditions de productivité et la situation des revenus d'exploitations agricoles familiales dans les Etats membres de la CEE	août 1966	F D
N° 14 Situation et tendances des marchés mondiaux des principaux produits agricoles – « bovins – viande bovine »	août 1966	F D
N° 15 Situation et tendances des marchés mondiaux des principaux produits agricoles – « sucre »	février 1967	F D ⁽¹⁾
N° 16 Détermination des erreurs lors des recensements du bétail au moyen de sondages	mars 1967	F ⁽¹⁾ D ⁽³⁾

⁽¹⁾ Epuisé.

⁽²⁾ La version allemande est parue sous le n° 4/1963 de la série « Informations statistiques » de l'Office statistique des Communautés européennes.

⁽³⁾ La version allemande est parue sous le n° 2/1966 de la série « Informations statistiques » de l'Office statistique des Communautés européennes.

		Date	Langues
N° 17	Les abattoirs dans la CEE I. Analyse de la situation	juin 1967	F D
N° 18	Les abattoirs dans la CEE II. Contribution à l'analyse des principales conditions de fonctionnement	octobre 1967	F D
N° 19	Situation et tendances des marchés mondiaux des principaux produits agricoles – « produits laitiers »	octobre 1967	F D ⁽¹⁾
N° 20	Les tendances d'évolution des structures des exploitations agricoles – Causes et motifs d'abandon et de restructuration	décembre 1967	F D
N° 21	Accès à l'exploitation agricole	décembre 1967	F D
N° 22	L'agrumiculture dans les pays du bassin méditerranéen – Production, commerce, débouchés	décembre 1967	F D
N° 23	La production de produits animaux dans des entreprises à grande capacité de la CEE – Partie I	février 1968	F D
N° 24	Situation et tendances des marchés mondiaux des principaux produits agricoles – « céréales »	mars 1968	F D
N° 25	Possibilités d'un service de nouvelles de marchés pour les produits horticoles non-comestibles dans la CEE	avril 1968	F D
N° 26	Données objectives concernant la composition des carcasses de porcs en vue de l'élaboration de coefficients de valeur	mai 1968	F D
N° 27	Régime fiscal des exploitations agricoles et imposition de l'exploitant agricole dans les pays de la CEE	juin 1968	F D
N° 28	Les établissements de stockage de céréales dans la CEE – Partie I	septembre 1968	F D
N° 29	Les établissements de stockage de céréales dans la CEE – Partie II	septembre 1968	F D
N° 30	Incidence du rapport des prix de l'huile de graines et de l'huile d'olive sur la consommation de ces huiles	septembre 1968	F D
N° 31	Points de départ pour une politique agricole internationale	octobre 1968	F D
N° 32	Volume et degré de l'emploi dans la pêche maritime	octobre 1968	F D
N° 33	Concepts et méthodes de comparaison du revenu de la population agricole avec celui d'autres groupes de professions comparables	octobre 1968	F D
N° 34	Structure et évolution de l'industrie de transformation du lait dans la CEE	novembre 1968	F D
N° 35	Possibilités d'introduire un système de gradation pour le blé et l'orge produits dans la CEE	décembre 1968	F D
N° 36	L'utilisation du sucre dans l'alimentation des animaux – Aspects physiologiques, technologiques et économiques	décembre 1968	F D

(¹) Epuisé.

		Date	Langues
N° 37	La production de produits animaux dans des entreprises à grande capacité de la CEE – Partie II	février 1969	F D
N° 38	Examen des possibilités de simplification et d'accélération de certaines opérations administratives de remembrement	mars 1969	F D
N° 39	Evolution régionale de la population active agricole – I : Synthèse	mars 1969	F D
N° 40	Evolution régionale de la population active agricole – II : R.F. d'Allemagne	mars 1969	F D
N° 41	Evolution régionale de la population active agricole – III : Bénélux	avril 1969	F D
N° 42	Evolution régionale de la population active agricole – IV : France	mai 1969	F
N° 43	Evolution régionale de la population active agricole – V : Italie	mai 1969	F D
N° 44	Evolution de la productivité de l'agriculture dans la CEE	juin 1969	F D
N° 45	Situation socio-économique et perspectives de développement d'une région agricole déshéritée et à déficiences structurelles – Etude méthodologique de trois localités siciliennes de montagne	juin 1969	F I ⁽¹⁾
N° 46	La consommation du vin et les facteurs qui la déterminent I. R.F. d'Allemagne	juin 1969	F D
N° 47	La formation de prix du hareng frais dans la Communauté économique européenne	août 1969	F D
N° 48	Prévisions agricoles – I : Méthodes, techniques et modèles	septembre 1969	F D
N° 49	L'industrie de conservation et de transformation de fruits et légumes dans la CEE	octobre 1969	F D
N° 50	Le lin textile dans la CEE	novembre 1969	F D
N° 51	Conditions de commercialisation et de formation des prix des vins de consommation courante au niveau de la première vente – Synthèse, R.F. d'Allemagne, G.D. de Luxembourg	décembre 1969	F D
N° 52	Conditions de commercialisation et de formation des prix des vins de consommation courante au niveau de la première vente – France, Italie	décembre 1969	F D
N° 53	Incidences économiques de certains types d'investissements structurels en agriculture – Remembrement, irrigation	décembre 1969	F
N° 54	Les équipements pour la commercialisation des fruits et légumes frais dans la CEE – Synthèse, Belgique et G.D. de Luxembourg, Pays-Bas, France	janvier 1970	F

(¹) Cette étude n'est pas disponible en langue allemande.

		Date	Langues
N° 55	Les équipements pour la commercialisation des fruits et légumes frais dans la CEE – R.F. d'Allemagne, Italie	janvier 1970	F
N° 56	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale I. Autriche	mars 1970	F D
N° 57	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale II. Danemark	avril 1970	F D
N° 58	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale III. Norvège	avril 1970	F D
N° 59	Constatation des cours des vins de table à la production I. France et R.F. d'Allemagne	mai 1970	F D
N° 60	Orientation de la production communautaire de viande bovine	juin 1970	F D en prép.
N° 61	Evolution et prévisions de la population active agricole	septembre 1970	F D
N° 62	Enseignements à tirer en agriculture d'expérience des «Revolving funds»	octobre 1970	F D
N° 63	Prévisions agricoles II. Possibilités d'utilisations de certains modèles, méthodes et techniques dans la Communauté	octobre 1970	F D
N° 64	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale IV. Suède	novembre 1970	F D
N° 65	Les besoins en cadres dans les activités agricoles et connexes à l'agriculture	décembre 1970	F D
N° 66	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale V. Royaume-Uni	décembre 1970	F D
N° 67	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale VI. Suisse	décembre 1970	F D
N° 68	Formes de coopération dans le secteur de la pêche I. Synthèse, R.F. d'Allemagne, Italie	décembre 1970	F D
N° 69	Formes de coopération dans le secteur de la pêche II. France, Belgique, Pays-Bas	décembre 1970	F D
N° 70	Comparaison entre le soutien accordé à l'agriculture aux Etats-Unis et dans la Communauté	janvier 1971	F D
N° 71	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale VII. Portugal	février 1971	F D
N° 72	Possibilités et conditions de développement des systèmes de production agricole extensifs dans la CEE	avril 1971	F D
N° 73	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale VIII. Irlande	mai 1971	D

		Date	Langues
N° 74	Recherche sur les additifs pouvant être utilisés comme révélateurs pour la matière grasse butyrique – Partie I	mai 1971	F ⁽¹⁾ D en prép. ⁽¹⁾
N° 75	Constatation de cours des vins de table II. Italie, G.D. de Luxembourg	mai 1971	F D
N° 76	Enquête auprès des consommateurs sur les qualités de riz consommées dans la Communauté	juin 1971	F D I
N° 77	Surfaces agricoles pouvant être mobilisées pour une réforme de structure	août 1971	F D
N° 78	Problèmes des huileries d'olive Contribution à l'étude de leur rationalisation	octobre 1971	F I
N° 79	Gestion économique des bateaux pour la pêche à la sardine – Recherche des conditions optimales – Italie, Côte Méditerranéenne française I. Synthèse	décembre 1971	F I
N° 80	Gestion économique des bateaux pour la pêche à la sardine – Recherche des conditions optimales – Italie, Côte Méditerranéenne française II. Résultats des enquêtes dans les zones de pêche	décembre 1971	F I
N° 81	Le marché foncier et les baux ruraux – Effets des mesures de réforme des structures agricoles I. Italie	janvier 1972	F D
N° 82	Le marché foncier et les baux ruraux – Effets des mesures de réforme des structures agricoles II. R.F. d'Allemagne, France	janvier 1972	F D
N° 83	Dispositions fiscales en matière de coopération et de fusion d'exploitations agricoles I. Belgique, France, G.D. de Luxembourg	février 1972	F
N° 84	Dispositions fiscales en matière de coopération et de fusion d'exploitations agricoles II. R.F. d'Allemagne	février 1972	D
N° 85	Dispositions fiscales en matière de coopération et de fusion d'exploitations agricoles III. Pays-Bas	février 1972	N
N° 86	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale IX. Finlande	avril 1972	F D
N° 87	Recherche sur les incidences du poids du tubercule sur la floraison du dahlia	mai 1972	F D
N° 88	Le marché foncier et les baux ruraux – Effets des mesures de réforme des structures agricoles III. Pays-Bas	juin 1972	F D
N° 89	Agriculture et politique agricole de quelques pays de l'Europe occidentale X. Aperçu synoptique	septembre 1972	F en prép. D

(¹) Etude adressée uniquement sur demande.

		Date	Langues
N° 90	La spéculation ovine	Septembre 1972	F D en prép.
N° 91	Méthodes pour la détermination du taux d'humidité du tabac	Octobre 1972	F D en prép.
N° 92	Recherches sur les révélateurs pouvant être additionnés au lait écrémé en poudre.	Octobre 1972	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 93	Nouvelles formes de collaboration dans le domaine de la production agricole - I : Italie	Novembre 1972	F D en prép. I
N° 94	Nouvelles formes de collaboration dans le domaine de la production agricole - II : Benelux	Décembre 1972	F D en prép. N
N° 95	Nouvelles formes de collaboration dans le domaine de la production agricole - III : R.F. d'Allemagne	Décembre 1972	F D
N° 96	Recherche sur les additifs pouvant être utilisés comme révélateurs pour la matière grasse butyrique - Partie II	Janvier 1973	F ⁽¹⁾ D ⁽¹⁾
N° 97	Modèles d'analyse d'entreprises de polyculture-élevage bovin - I : Caractéristiques et possibilités d'utilisation	Janvier 1973	F D
N° 98	Dispositions fiscales en matière de coopération et de fusion d'exploitations agricoles - IV : Italie	Janvier 1973	F I
N° 99	La spéculation ovine II. France, Belgique	Février 1973	F D en prép.
N° 100	Agriculture de montagne dans la région alpine de la Communauté I. Bases et suggestions d'une politique de développement	Février 1973	F D I
N° 101	Coûts de construction de bâtiments d'exploitation agricole - Étables pour vaches laitières, veaux et jeunes bovins à l'engrais	Mars 1973	F en prép. D
N° 102	Crédits à l'agriculture I. Belgique, France, G.D. de Luxembourg	Mars 1973	F D
N° 103	La spéculation ovine III. R.F. d'Allemagne, Pays-Bas	Avril 1973	F D en prép.
N° 104	Crédits à l'agriculture II. R.F. d'Allemagne	Avril 1973	F en prép. D
N° 105	Agriculture de montagne dans la région alpine de la Communauté II. France	Mai 1973	F D
N° 106	Intégration verticale et contrats en agriculture I. R.F. d'Allemagne	Juin 1973	F D

(¹) Etude adressée uniquement sur demande.

