

# Commercialiser des porcs sous contrat

## Expériences à l'étranger, enseignements pour la France

*Estelle ANTOINE et Hervé MAROUBY*

*IFIP-Institut du porc, 34 Bd de la Gare, 31400 Toulouse*

*estelle.antoine@ifip.asso.fr*

### **Commercialiser des porcs sous contrat : expériences à l'étranger et enseignements pour la France**

Les contrats de commercialisation traduisent l'engagement de partenaires à fournir et à recevoir un bien ou un service, précisant les modes de livraison et de paiement. Ils permettent aux partenaires de se couvrir d'un risque de variation importante du prix ou d'approvisionnement/débouché, mais les expose au risque qu'une des parties au contrat ne respecte pas ses engagements. Au travers d'une étude bibliographique et d'entretiens auprès d'experts, les contrats de commercialisation des porcs en Europe, aux Etats-Unis et au Brésil ont été recensés et caractérisés. Leur intérêt pour la production porcine française a été ensuite analysé.

En Europe, la commercialisation des porcs se fait essentiellement sur la base de prix négociés sur l'instant (spot). En Angleterre et en Italie cependant, 70 à 80% des animaux sont vendus via des contrats de moyenne à longue durée. Aux Etats-Unis, les contrats à livraison différée (exécution ultérieure de termes décidés à la signature du contrat) sont fréquents (61% des porcs abattus). Ils peuvent être basés sur des prix fixes, sur des cotations officielles ou sur des valeurs encadrées par des seuils ou indexés sur un coût de revient estimé.

Du fait de ses caractéristiques et un mode de commercialisation actuel qui garantit la transparence des prix et un débouché aux animaux, la production porcine française n'a globalement pas d'intérêt à s'engager dans contrats à prix fixes. Mais face à des variations interannuelles des prix croissance, de telles pratiques permettraient cependant de limiter la variabilité des résultats. L'utilisation de contrats nécessiterait toutefois un profond changement de culture de l'ensemble de la filière.

### **Selling pigs under contracts : experiences abroad and opportunities for France**

In agriculture, marketing contracts reflect a commitment to give and receive goods or services, specifying modes of delivery and payment. They allow partners to protect themselves from market or supply/outlet risks, but they are still exposed to the risk that one of them does not respect his commitment. Through a literature review and interviews with experts, existing contracts in Germany, Spain, Poland, Netherlands, United Kingdom, Italy, United States and Brazil were identified and characterized. A critical analysis of their interest for French pig production was then carried out.

In Europe, pork sales are essentially based on the spot price, with little or no contracts. In England and Italy, however, a large proportion of animals (70 to 80%) are sold through medium to long term contracts. Roughly a dozen reference prices exist in the United Kingdom, reflecting a strong adaptation to the specificities of its national market. In the United States, forward contracts are common (61% of the pigs slaughtered). Its contents are decided on the day the contract is signed but will only be executed in the future. They can be based on fixed prices, on official quotations, on framed values or be indexed to a production cost estimate.

Due to its characteristics (geographic concentration, organization, mode of production ...) and the current sale conditions that guarantee a clear price and secure an outlet for animals, French pig production has not yet a particular need of entering into such contracts. But confronted to higher inter-annual price fluctuations, this opportunity exists. It would however require an investment by the whole sector.

## INTRODUCTION

Les cours sur les marchés agricoles connaissent actuellement des variations de forte amplitude. Une des solutions fréquemment évoquées est celle de la contractualisation. Mais quel sens les acteurs donnent-ils à ce terme ? Quels effets sur le marché génèrent ces contrats ?

La loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP) de juillet 2010 ouvre la voie à une réflexion sur la mise en place de contrats dans l'ensemble des secteurs de la production agricole. Des contrats sont déjà utilisés pour la commercialisation des céréales et en cours de discussion dans la filière laitière. En France, les producteurs de porcs utilisent déjà différentes formes de « contrats », avec comme base de paiement un prix spot (cotation déterminée sur l'instant, issue de la confrontation directe de l'offre et de la demande).

Cette étude avait pour objectif de recenser et caractériser les différents modes de commercialisation des porcs, autres que ceux de gré à gré, dans les principaux pays producteurs de porc du monde : diversité, poids relatif, objectifs, modalités... Dans un second temps, une analyse critique de l'intérêt des contrats de commercialisation pour la production porcine française a été réalisée.

## 1. METHODE ET RAPPELS THEORIQUES

### 1.1. Méthodologie

Cette étude a été conduite pour les principaux pays producteurs de porcs, **européens et mondiaux**. Ont ainsi été recensés les modes de commercialisation par contrat en Allemagne, en Espagne, en Pologne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Italie (zone Europe) ainsi qu'aux Etats-Unis et au Brésil.

Dans un premier temps, une **recherche bibliographique** approfondie a été menée, en particulier sur les Etats-Unis. Au cours des deux dernières décennies, la commercialisation des porcs y a connu de fortes mutations, qui ont été largement documentées.

Cette recherche a été complétée par des **entretiens** avec des experts pour les principaux pays étudiés, tant institutionnels (USDA, chambre d'agriculture de Basse-Saxe...), que professionnels (BPEX, Boerenbond, PVE, Animex, Anas...) ou dans le monde de la recherche (WUR, Université du Missouri...).

En France, des échanges inter-instituts (Idele, Itavi) ont permis de réaliser un état des lieux au sein des filières animales. Des entretiens avec des groupements et Coop de France ont permis de caractériser les pratiques. Les acteurs de la mise œuvre des premiers contrats à livraison différée en France (Syproporc, MPB) ont également été rencontrés pour connaître les objectifs et modalités de réalisation de ces contrats et leur évolution récente.

### 1.2. Définition et objectifs des contrats en agriculture

Il existe dans le milieu agricole trois principaux moyens de commercialiser des biens, produits ou services : les échanges de gré à gré, les contrats et l'intégration verticale. Les prix sur lesquels se basent ces transactions peuvent être déterminés sur l'instant (prix « spot »), soit à une échéance déterminée avec des modalités fixées.

Un contrat témoigne d'un engagement à fournir et à recevoir un bien ou un service, précisant les modalités de paiement et

de livraison. Il peut s'agir d'un contrat sur les **marchés à terme** (MAT) ou « futures contract », contrat très standardisé par lequel une personne s'engage à vendre ou acheter une quantité spécifiée d'un produit, précisément défini, à une date déterminée et un prix fixé à l'avance. Ces actes très standardisés s'échangent sur des marchés organisés et ne se traduisent que très rarement par une livraison effective. Leur objectif est de se prémunir du risque d'une évolution défavorable du marché, en prenant, avant l'échéance du contrat, une position opposée à celle prévue pour la livraison réelle des produits. En théorie, les deux marchés évoluent dans le même sens et ce qu'on perd sur l'un est compensé par ce qui est gagné sur l'autre.

**L'intégration verticale** (participation d'une entreprise à plus d'une étape successive de production ou de distribution d'un produit – MacDonald et Korb, 2011) fait également appel aux contrats. Elle permet à l'entreprise de réduire ses coûts et de mieux maîtriser ses procédés et les prix (Bouamra Mechemache, 2012).

Enfin, un **contrat à livraison différée** (CLD) voit ses termes fixés le jour de la signature et sera exécuté dans le futur. En cela, il est proche d'un contrat conclu sur le MAT, mais à l'inverse, son objectif premier est d'aboutir à une livraison. Aussi, des clauses, propres aux cocontractants en l'absence de documents standardisés, sont prévues pour rendre la livraison effective et résoudre les conflits potentiels liés à son exécution.

Dans le milieu agricole, deux grands types de CLD existent. Les *contrats de production* spécifient les services fournis par l'agriculteur pour l'entrepreneur et la rémunération de ceux-ci. L'entrepreneur gère alors seul le risque de marché (évolution défavorable des prix). Les *contrats de commercialisation* portent sur un produit à échanger, précisant à minima un prix ou mécanisme de fixation de celui-ci, une quantité à livrer ainsi qu'une date et un lieu de livraison. Bien négociés, ils permettent aux cocontractants de se prémunir du risque de marché et/ou de garantir un revenu plus stable. Ils proposent également un débouché sûr au vendeur et une garantie d'approvisionnement à l'acheteur. Ils sont cependant exposés aux défauts de contrepartie (absence de livraison ou de paiement), de livraison (date ou volume non respecté) et de qualité (non conforme au contrat).

## 2. LA CONTRACTUALISATION DANS LES PRINCIPAUX BASSINS MONDIAUX

La commercialisation des porcs sur la base d'un prix spot est la référence actuelle dans les plus grands bassins de production européens (Antoine *et al.*, 2009). Le marché à terme de Francfort peine à fonctionner. Roguet et Rieu (2004) ont montré les limites de ce type de commercialisation pour la production porcine européenne : base à l'échéance (écart entre la cotation et le prix sur le MAT) peu stable et peu prévisible, coûts inhérents trop élevés...

### 2.1. Etat des lieux des principaux contrats de commercialisation des porcs dans le monde

#### 2.1.1. Situation en Europe

En Europe, il existe cependant des alternatives au marché spot. Aux **Pays-Bas**, des contrats à livraison différée, garantissant les volumes livrés et les modes de fixation du prix, existent dans les filières de qualité, mais ne concernent que de

faibles volumes. En **Belgique** et en **Espagne**, les contrats de production et l'intégration verticale représentent 50% des porcs commercialisés, les autres modes de vente ne faisant pas appel à des contrats. Dans le modèle espagnol d'intégration, l'intégrateur est une société qui généralement fabrique des aliments composés et possède des participations financières dans un abattoir. La société est propriétaire des animaux et l'éleveur du bâtiment. Les bâtiments hébergent entre 500 et 3 000 truies ou plus de 2 000 porcs à l'engrais. L'éleveur reçoit une rémunération fixe (11 euros/porc en 2009), pour un cycle ou la durée du contrat. En Belgique, les contrats ont une durée de 2 ans et les rémunérations sont basées sur le nombre de porcs produits, en fonction de critères de productivité et de la qualité des porcs, mais aussi en fonction du marché.

En **Pologne**, le deuxième abatteur du pays, Animex (groupe Smithfield), propose des contrats de production pour environ 60% des porcs qu'il abat. Les 40% restant sont achetés via un contrat de commercialisation en volume, garantissant l'achat des animaux, payés sous deux semaines au prix du marché, selon un système de paiement au classement. Ce sont des contrats de longue durée dont la rupture ne peut intervenir qu'après un préavis de 3 mois. Pini, premier abatteur du pays, opère via des négociants.

Les porcs en **Italie** sont majoritairement vendus directement par les éleveurs (70%), 20% sont commercialisés via des organisations de production et 10% par des négociants. Environ 90% des ventes se font par contrats, le plus fréquemment sur un engagement de volume, basé sur un prix de référence (CUN, négocié entre producteurs et abatteurs), avec un bonus de 3 à 10 ct/kg de poids vif, en fonction du nombre de porcs à livrer et de la durée de l'engagement (le plus souvent un an). Il existe également des contrats basés sur le coût de production ou des surcoûts liés aux systèmes de production (ex : porc sans OGM).

En **Allemagne**, la pratique courante est la commercialisation de gré à gré, chaque semaine, avec une forte diversité régionale (Roguet *et al.*, 2006), sur la base du « *Vereinigungspreis* » (Antoine *et al.*, 2009). Les contrats ne représenteraient que 5% des porcs commercialisés. A cela s'ajoutent cependant les contrats proposés par Westfleisch, troisième abatteur du pays, à ses éleveurs coopérateurs dans le cadre du programme « *Bestschwein* ». Ces contrats proposent un bonus dépendant de la quantité livrée (de 2 à 4 euros par porc), plus un bonus annuel fonction du résultat de l'exercice de la coopérative. Les contrats de un an prévoient un apport total de la production à Westfleisch (Roguet *et al.*, 2006) ; ils représentent environ 10% des porcs commercialisés en Allemagne.

Il n'existe pas en **Angleterre** d'organisations de producteurs comme en France, les ventes sont gérées individuellement. La commercialisation se fait pour 80% par contrats, les ventes spot représentant 10% des volumes et l'intégration verticale les 10% restants. L'engagement se fait sur une durée de 2 à 5 ans, avec un préavis de 3 à 6 mois en cas de rupture. Les porcs sont payés sur la base d'un prix de référence et de modalités fixés dans le contrat. Il existe de nombreuses cotations de références en Angleterre en raison de la large palette des demandes de l'aval (porcs plus ou moins lourds, plus ou moins gras...). Les trois principaux sont : le DAPP (dead average pig price, cotation officielle de référence des semaines passées), une estimation du coût de production et le « *shout price* », prix d'appel d'un certain nombre d'abatteurs anglais,

non négociable. Les plus gros éleveurs peuvent détenir divers types de contrats, voire plusieurs contrats de même nature, avec différentes entreprises, comme outils de gestion du risque de prix.

### 2.1.2. Situation aux Etats-Unis

Aux Etats-Unis, les contrats représentaient 39% de la production agricole américaine en valeur en 2008, contre 28% en 1991 et 16% en 1969 (MacDonald et Korb, 2011).

Selon Key et MacBride (2007 actualisé en 2013), 70% des porcs sont produits sous contrats de production. La plupart d'entre eux sont ensuite vendus via des contrats de commercialisation.

Le *Livestock Mandatory Price Reporting Act* de 1999 a entraîné l'obligation pour les abatteurs contrôlés traitant plus de 100 000 porcs par an, de déclarer à l'USDA Agricultural marketing Service (AMS) les prix et volumes quotidiens commercialisés ainsi que les modalités de commercialisation : contrats, spot... (Plain, 2013).

La part de la production porcine commercialisée par contrat est en forte croissance depuis le début des années 1990 (tableau 1). En 2012, environ 30% des porcs proviennent d'un site d'élevage détenu par un abatteur ou « packer » qui peut être l'abattoir traitant les porcs (26,6% du total) ou un site appartenant à un autre « packer » (4,1%). Les autres porcs sont vendus soit sur le marché spot ou « *Negotiated* » (3,4%) soit par contrats (60,8%)

**Tableau 1 – Etats-Unis : % de ventes de porcs selon leur mode de commercialisation**

	2002	2012
« Packer sold »	2,1	4,1
« Packer owned »	16,4	26,6
<b>Achat à Abatteurs (1)</b>	<b>18,5</b>	<b>30,7</b>
<b>Sans contrats (1) « Negotiated »</b>	<b>13,8</b>	<b>3,4</b>
« Market Formula »	40,8	38,9
« Other Market Formula »	8,7	7,3
« Other purchase agreement »	12,2	14,6
<b>Ensemble contrats (1)</b>	<b>61,7</b>	<b>60,8</b>
<b>Autres (2)</b>	<b>6,0</b>	<b>5,0</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(1) Prix déterminés en carcasses et soumis au "Mandatory price reporting"

(2) Prix déterminés en vif et déclarations non soumises au Mandatory Price Reporting

Source : IFIP, d'après Plain, USDA/AMS Market news reports

Plain est préoccupé par la faible part des « *negotiated* » (prix négociés de gré à gré entre détenteurs des animaux et abattoirs), car cette valeur est une référence fréquente pour déterminer les prix pour les ventes sous contrats.

Il existe trois grands types de contrats aux Etats-Unis. Les « **market formula** » ont un prix de vente basé sur une cotation publique et contemporaine de la date de vente. Ces contrats garantissent une livraison et un prix de marché. Ils sont appréciés des éleveurs dans les zones de moindre densité porcine. Ils limitent l'effet négatif de la localisation de l'éleveur en liant le contrat à une référence issue d'une zone de production importante.

Le « **other market formula** » est un CLD basé sur le MAT de Chicago. L'abatteur garantit au producteur un prix de vente basé sur celui du MAT à la période de livraison choisie, cotée au jour de la signature du contrat. Cela permet à l'éleveur de connaître son prix et gérer sa marge, tout en prenant des

décisions lot par lot. Ces contrats permettent aux partenaires de profiter des possibilités offertes par le MAT pour prendre des contrats « futures » sur une position opposée à celle du CLD. Cependant, cela nécessite de disposer de moyens financiers importants, pour s'acquitter des garanties nécessaires. Ces deux grands types de contrats ne permettent pas un lissage du prix de vente des porcs.

Finalement, les « **other purchase agreement** » regroupent des contrats dont la rémunération est autre que celles évoquées dans les catégories précédentes. Certains se basent sur la valeur reconstituée de la carcasse, le plus souvent la cotation officielle de l'USDA. D'autres se basent sur le coût de production, ce qui garantit une marge à l'éleveur. Il existe des contrats dit « *fenêtre* », encadrant la référence de prix par des valeurs minimale (plancher) et maximale (plafond). Si le prix de référence dépasse ces seuils, le contrat peut imposer une rémunération située à la médiane du prix de référence et de la valeur seuil. Dans les contrats « *planchers* », l'acheteur garantit au vendeur un prix minimum (floor price). Pour compenser les frais de l'acheteur occasionnés pour garantir ce prix, une réduction s'applique le plus souvent sur le prix habituel perçu par le vendeur. Ainsi, l'accord peut être une rémunération des porcs à 98% du prix Iowa/Minnesota, avec comme prix plancher 44\$/cwt. Ces contrats gagnent en popularité et plaisent aux organismes de prêt. Trois quarts des contrats liés au coût de revient et un quart de ceux de type « *plancher* » font appel à des « *ledgers* ». Ce sont des livres qui permettent de tenir une comptabilité d'exercice pendant la durée du contrat. Le prix effectivement payé est comparé à un prix d'objectif spécifié (prix fixe, prix de vente estimé par l'abatteur...); le partenaire qui aura tiré bénéfice du contrat sur l'ensemble de sa durée sera tenu de compenser une partie de l'écart constaté à son cocontractant. Cela peut prendre la forme d'une prime versée par l'abatteur à l'éleveur ou, à l'inverse, d'un prolongement du contrat jusqu'à rétablissement de l'équilibre du solde. Pour résumer, le « *ledger* » est un mécanisme où le prix payé constitue une avance qui sera régularisée dans les conditions prévues au contrat en fonction de l'évolution du marché.

## 2.2. Principales clauses des contrats

Les co-contractants doivent bien comprendre les obligations juridiques avant de conclure un contrat, pour le cas où les conditions qui y sont prévues ne sont pas respectées.

Afin de couvrir les risques évoqués à la fin du point 1.2, certains paramètres de ces contrats doivent être clairement définis :

**Dates/périodes et lieu de livraison ;**

**Durée du contrat :** court terme, long terme, indéfini... ;

**Méthode de fixation du prix de base :** adossé à une valeur de référence (les plus fréquents, tant en Europe qu'aux Etats-Unis) ou basé sur une formule (modalité régulièrement utilisée dans des démarches qualité en Europe) ;

**Quantité** (volume fixe, apport total de la production) et **qualité** des porcs ou des carcasses (poids, TMP, génétique, rendement de la carcasse, pH...)

**Méthode de classement** des porcs, équations de classement ;

**Grilles de paiement** de la qualité des porcs ou des carcasses

Clauses pour les porcs **refusés** à l'embarquement ou **décédés** lors du transport ou au déchargement, ainsi que pour les carcasses ou pièces **déclassées** ;

**Conditions de paiements et de crédit :** garanties de paiement (données par l'acheteur) ou de la solvabilité des partenaires, délais de paiements... ;

Clauses de **révisions du contrat** (notamment dans le cas de contrats à long terme) : changements de dates et ou de périodes de livraison, de mode de calcul du prix, de méthode de classement, de qualité des animaux, de volume vendu... ;

Procédure de **gestion/résolution des conflits**, notamment, la juridiction dont dépend le contrat. En France, il peut s'agir de la chambre arbitrale internationale de Paris, située à la Bourse du Commerce ;

Clauses pour cas de **force majeure** : maladie sur l'élevage, conditions météorologiques, grèves, incendie, changement de réglementation... ;

Mais aussi des clauses de **confidentialité**, de **rupture** et de **clôture** de contrats.

## 3. LA CONTRACTUALISATION EN FRANCE

En France, la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP) de juillet 2010 a rendu obligatoire la passation de contrats écrits entre producteurs et acheteurs dans les secteurs du lait et des fruits et légumes, même si elle n'est pas encore active dans ce dernier secteur. Elle ouvre la voie à une réflexion dans l'ensemble des secteurs de la production agricole.

### 3.1. Les contrats au niveau du maillon « production »

Les éleveurs de porcs recourent à plusieurs types de contrats :

Pour l'**achat d'aliments** pour les animaux ;

Pour les **porcelets** : Ceux-ci formalisent les échanges entre naisseurs (ou maternités collectives) et engraisseur, pour environ 4,7 millions d'animaux en 2007 (Roguet *et al.*, 2008).

**Entre les éleveurs et les façonniers** : en 2006, 17% des porcs étaient engraisés à façon par des sous-traitants, tout particulièrement en Bretagne (Roguet *et al.*, 2008). Ce sont des contrats de production, passés de gré à gré entre éleveurs, sans intervention des coopératives.

**Entre les éleveurs et leur groupement** : Les éleveurs adhérant à un groupement signent un bulletin d'engagement, précisant un niveau d'approvisionnement en porcs charcutiers et une durée (trois, cinq ou sept ans). Le mode de rémunération (prix de référence, grille de qualité, délais de paiement...) des porcs est fixé par le conseil d'administration et figure dans le règlement intérieur. C'est un contrat d'engagement particulier et tous les groupements fonctionnent sur ce modèle (Coop de France). L'éleveur choisit à quel type de coopérative il adhère, selon les services qu'elle propose (collecte/vente, services, approvisionnement...).

**Entre les groupements et les abatteurs** : il n'existe que rarement des contrats écrits. Le plus souvent, il s'agit d'une pratique habituelle ou d'une entente valant contrat. Les ventes se basent pour la très grande majorité sur le prix du porc au Cadran.

### 3.2. La commercialisation des porcs d'abattage

En France, les transactions sont pour la plupart basées sur le prix au Cadran du Marché du Porc Breton (MPB), en tenant compte des plus ou moins values liées aux animaux, propres à chaque opérateur. Des alternatives, plus ou moins récentes, existent cependant.

### 3.2.1. Initiative Syproporcs-Kerméné

Une initiative passée en mars 2011 entre le groupe Syproporcs et l'abatteur Kerméné permet de commercialiser en moyenne 400 porcs par semaine, via des contrats à livraison différée (CLD) de 14 semaines environ (Tableau 2).

**Tableau 2** – évolution des signatures de CLD entre les adhérents de Syproporcs et l'abatteur Kerméné

	2011 (mars-déc)	2012
Nombre d'éleveurs	32	37
Nombre de contrats passés		96
Nombre de porcs commercialisés	17 290	20 000

Source : Syproporcs

Près de 10% des adhérents sont des utilisateurs réguliers des CLD. Les lots sont de taille variable, le plus souvent entre 50 et 200 porcs.

Il s'agit un contrat d'engagement tripartite entre l'éleveur, le groupement Syproporcs et l'abatteur, en l'occurrence Kerméné. Le groupement et l'abattoir signent un contrat-cadre précisant les engagements de chacun, comme par exemple le rôle de garantie du groupement en cas de défaut de livraison. L'éleveur signe ensuite un engagement par lot vendu via le CLD, précisant le volume, le prix et la date de livraison des porcs.

L'abatteur propose chaque semaine un prix à cinq semaines ou plus. Cette cotation est indiquée aux adhérents de Syproporcs par lettre hebdomadaire. Ils sont libres de se positionner ou non sur cette vente à terme.

Certains vendent une part variable de leur production (30 à 50% le plus souvent) par CLD et le reste classiquement par le Cadran, selon une formule proposée par Syproporcs. Elle permet à l'éleveur de jouer sur deux tableaux, en se confrontant pour partie aux fluctuations des prix spots et pour une autre partie en sécurisant sa marge le plus possible. L'utilisation du CLD suppose toutefois une bonne connaissance par l'éleveur de ses prix de revient ; c'est pour cela que tout éleveur s'engageant dans cette démarche est tenu de suivre une formation en ce sens. Par ailleurs, pour optimiser la sécurisation de son revenu, l'éleveur doit se couvrir sur une partie au moins de ses achats, notamment les achats d'aliment.

Du côté des abatteurs, Kerméné souhaite ainsi sécuriser une partie de ses besoins, notamment lorsque l'offre est réduite par rapport à la demande et que la lutte est la plus rude sur le Marché du Porc Breton (Poilvet, 2011). C'est aussi une assurance pour l'avenir, en anticipant une réduction de l'offre régionale et nationale. Mais cela suppose que les éleveurs ne choisissent pas une autre voie lorsque les cours sont élevés.

### 3.2.2. Le contrat à livraison différée du Marché du Porc Breton

Après cette initiative de Syproporcs, le MPB a proposé, à compter de fin novembre 2011, un CLD de 6 à 20 semaines. Celui-ci a été ouvert à tout éleveur adhérent d'un groupement de producteurs cotisant au MPB. Les acheteurs comme les groupements doivent être accrédités par le MPB pour avoir accès à la vente à livraison différée. Trois acheteurs se sont enregistrés : l'abattoir Abera, entreprise du groupe Glon, le groupe Cooperl et l'abattoir Kerméné appartenant au groupe Leclerc. Dans les faits, seul ce dernier a acheté des porcs via les contrats à livraison différée.

La vente à livraison différée au MPB est encadrée par une convention signée par le MPB et chacun des acteurs présents,

tant acheteurs qu'organisation de producteurs (OP). L'éleveur fait parvenir au MPB un bulletin d'annonce où il précise le nombre total de porcs proposés (par lots de 50), la semaine de livraison et un prix d'objectif, qui ne paraît pas dans le catalogue. Ce bulletin d'annonce est cosigné par l'OP, qui s'engage à être solidaire de ses adhérents pour l'exécution de leur engagement.

La vente est réalisée par internet, sous forme d'enchères progressives, d'une durée de 30 minutes divisée en six tranches de cinq minutes, le dernier enchérisseur remportant le lot de porcs concerné. Chaque opérateur accrédité dispose d'un code d'accès personnel. Si le prix d'objectif de l'éleveur n'est pas atteint, les propositions de prix des acheteurs lui seront transmises. L'éleveur a la possibilité de refuser la vente et de la reporter à la prochaine séance.

Lors des premiers mois suivant la mise en œuvre du CLD du Marché du Porc Breton, le nombre de porcs présentés a oscillé entre 400 et 5 000 têtes par semaine, pour fortement ralentir par la suite. Malgré des écarts de prix ponctuellement importants, il est important de noter qu'il n'y a eu aucun défaut de livraison de la part des éleveurs. En 2013, aucun porc n'a été commercialisé par ce biais ; les dernières ventes datent de décembre 2012.

### 3.2.3. Autres pratiques

Il existe des démarches de prix garantis pour des éleveurs dans des situations particulières (installation d'un jeune hors cadre familial ou investissement ou développement conséquent de l'outil de production). Ces pratiques sont financées par l'effort collectif du groupement, dans le but de développer la production locale. Elles ne sont pas extrêmement répandues. La plupart des coopératives mettent plutôt en place un système d'accompagnement, notamment pour les plus jeunes, tant pour les démarches administratives que pour le suivi technico-économique.

## 4. INTERET DE LA CONTRACTUALISATION DU PRIX DU PORC EN FRANCE

### 4.1. Analyse du besoin

La concentration géographique des acteurs et l'organisation de la filière limitent le risque d'approvisionnement et de débouché. La standardisation des porcs les rend relativement interchangeables. Seules les productions spécifiques (bio, races locales, IGP...) ont senti un besoin de contractualiser leurs échanges. Finalement, du fait de la prédominance du système naisseur-engraisseur en France, la fréquence de commercialisation des porcs permet un lissage des prix à court ou moyen terme, diminuant l'intérêt d'un contrat à prix fixe ou lissé. Si les éleveurs souffrent de prix qu'ils jugent parfois insuffisants face à leurs coûts de production, leur réflexe n'est pas encore de se prémunir contre ce risque, alors même que certains le font déjà pour l'aliment.

De leur côté, les abatteurs font face à un marché des pièces aux prix très fluctuants et la valorisation de la carcasse peut varier complètement d'une semaine à l'autre en fonction des besoins des clients (Van Ferneij et al., 2004). Ils misent plutôt sur un maintien à court terme de leur marge brute, grâce à des fluctuations parallèles de leurs prix d'achat et de vente. A l'aval du maillon d'abattage découpe, certains opérateurs s'intéressent à la conclusion de contrats, comme la chaîne de restauration rapide MacDonald's. Elle propose des contrats tripartites aux producteurs et aux abatteurs/découpeurs pour garantir l'origine France des produits proposés dans les

enseignes françaises. Plus spécifiquement à la filière porcine, Système U a signé début 2013 un partenariat avec près de 180 éleveurs pour leur filière porc bio, en collaboration avec Cooperl, Tradival et Bioporc (LSA, 2013). Il s'agit pour l'enseigne de garantir un approvisionnement régulier et de qualité pour un produit « rare ».

#### 4.2. Intérêts des contrats et éléments de mises en œuvre

En résumé, les contrats sont principalement utilisés pour garantir un débouché, un approvisionnement ou une qualité de produit ou pour garantir une marge ou un prix.

##### 4.2.1. Connaissances à maîtriser

L'indexation du prix de vente sur le coût de revient permettrait à un éleveur de se protéger de fortes hausses du prix de l'aliment. A l'inverse, des contrats portant sur l'aliment donnent une certaine maîtrise du coût de revient qui peut être complétée par des ventes de porcs à prix fixés à l'avance. Dans tous les cas, les éleveurs doivent disposer de bons indicateurs technico-économiques sur leur atelier, en particulier savoir calculer leur coût de revient.

Un abatteur-découpeur, de son côté, n'a intérêt à passer des contrats d'achat que s'il peut anticiper ses besoins et s'il a de bonnes perspectives sur le prix des pièces.

##### 4.2.2. Conditions de marché nécessaire

D'après Powernext (2011), les liens entre les différents maillons de la filière ne sont pas, à l'heure actuelle, particulièrement favorables à la conclusion de contrats à livraison différées à prix fixés. Ces types de contrats fonctionnent particulièrement bien quand il existe, dans toute la filière, le souci de réguler le système des prix pour l'ensemble des maillons. Or, au contraire, domine en France une logique très marchande, dans laquelle chacun défend ses intérêts immédiats, en négociant au jour le jour, en fonction de son pouvoir de négociation.

Les contrats, plutôt avec indexation des prix, sont nécessaires pour garantir débouchés et approvisionnement de produit aux spécifications particulières, moins substituables sur le marché.

##### 4.2.3. Types de contrats

###### Modalité de fixation du prix

Si l'objectif est un lissage du prix dans le temps, les partenaires peuvent utiliser un CLD à prix fixe ou avec des valeurs seuils

(minimum et/ou maximum). Lorsque l'objectif est de garantir une marge, l'indexation du prix payé sur le coût de revient est un mode de calcul du prix de vente adapté, tout particulièrement lorsque le coût est basé sur un prix d'aliment lui-même lissé par contrat.

###### Prix de référence

Dans le cas où le prix de vente n'est pas fixé dans le contrat, il est fait appel à un prix de référence, lié au marché, qui est à la base du paiement de l'éleveur.

Actuellement, la référence en France est le prix au Cadran, qui traduit la situation d'une partie des opérateurs du bassin breton à un moment donné et les deux/trois jours suivants.

A l'instar de ce qui progresse aux Etats-Unis, la référence à un prix indexé sur la valeur de la carcasse reconstituée introduirait un lien plus étroit entre amont et aval de la filière.

## CONCLUSION

S'il existe déjà à l'heure actuelle des contrats pour la commercialisation des produits agricoles, en France la vente des porcs charcutiers aux abatteurs repose essentiellement sur des ententes non contractuelles, des habitudes de fonctionnement.

Des expériences étrangères montrent que les contrats permettent d'assurer un débouché régulier pour les porcs (Etats-Unis) ou de garantir une marge.

Il s'agit également de répartir le risque de prix sur plusieurs outils (Angleterre) ou d'offrir la possibilité d'un prix plus élevé à des éleveurs en zone de faible densité porcine (Etats-Unis).

En France, les analyses et témoignages montrent que l'organisation de la production porcine et le mode de commercialisation des porcs avec des modalités claires de fixation du prix et une garantie de débouchés n'a pas vraiment à s'engager dans de tels contrats.

Intéressante dans certains cas de figure, l'utilisation de contrats pourrait être une solution à envisager lors de fortes variations interannuelles des prix. Mais pour cela, au-delà d'une analyse plus détaillée sur les revenus des éleveurs, il s'agira pour l'ensemble des partenaires de poursuivre la réflexion sur les types de contrats à mettre en œuvre et la mise en place de prix de références adaptés.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Antoine-Ilari E., Duflot B., Van Ferneij JP., Marouby H., Rieu M., 2009. Le prix du porc perçu par les producteurs dans l'Union Européenne, Les études économiques de l'Ifip, 81 p.
- Bouamra-Mechemache Z., 2012. Typologie des contrats et conséquences, intervention orale RMT économie des filières, groupe « organisation des filières animales ».
- Key N., McBride W., 2007. The Changing Economics of U.S. Hog Production, USDA, Economic Research Report Number 52, 38 p.
- LSA, 2013. Viandes de porc, les magasins U organisent leur filière bio, <http://www.lsa-conso.fr/viandes-de-porc-les-magasins-u-organisent-leur-filiere-bio,139623>.
- MacDonald J.M., Korb J., 2011. Agricultural Contracting Update : Contracts in 2008, USDA ERS, Economic Information Bulletin, N° 72, 35 p.
- Plain R., 2013. U.S. Market Hog Sales, 2002-2012, Agricultural Electronic Bulletin Board, University of Missouri Extension, 6p. Disponible sur le site.
- Powernext, 2011. Recherche de nouveaux outils de formation du prix du porc en France, Etude Inaporc-FranceAgriMer.
- Poilvet D., 2011. La vente à livraison différée arrive au Marché du porc breton, Réussir Porc, N°187, 6-7.
- Roguet C. et Rieu M., 2004. Le marché à terme pour gérer le risque de prix du porc : mythe ou réalité ?, Techniporc, Vol. 27, 5, 3-9.
- Roguet C., Gourmelen C., Rieu M., Marouby H., 2006. Perspectives de la production porcine en Allemagne : Les structures de la filière, les coûts et les résultats des élevages, Les études économiques de l'Ifip, 141 p.
- Roguet C., Laugé V., Rieu M., 2008. La production et les flux de porcelets en France, Les études économiques de l'Ifip, 61 p.
- Van Ferneij JP, Rieu M., Vermeil de Conchard R., 2004. Le commerce de viande de porc issue de la découpe en France, Les études économiques de l'ITP, 101 p.