

Caractérisation de la mise en marché des porcs charcutiers et des modes de fixation du prix dans quelques pays européens et nord-américains

Elisa HUSSON et Boris DUFLOT

IFIP, Pôle Economie, la Motte au Vicomte, La Motte au Vicomte, 35651 Le Rheu

elisa.husson@ifip.asso.fr

Caractérisation de la mise en marché des porcs charcutiers et des modes de fixation du prix dans quelques pays européens et nord-américains

Le marché du porc charcutier est traditionnellement marqué par une forte volatilité des prix. Eleveurs et abatteurs expriment le besoin d'échanger régulièrement une information transparente et homogène sur l'offre et la demande afin d'établir le prix des porcs échangés. Des institutions telles que le Marché du Porc Breton en France ou le Mercolleida en Espagne remplissent cette fonction pour une région ou un pays entier. Leur fonctionnement est divers selon les pays ainsi que l'application dans les transactions réelles des références de prix qu'elles produisent.

Notre étude vise à étudier la relation entre le mode d'organisation des filières porcines et le mode de construction et d'application de ces références de prix, dans quelques pays d'Europe (Allemagne, Danemark, Espagne, France) et d'Amérique du Nord (Etats-Unis, Québec), au début de l'année 2020. A partir d'une étude bibliographique, de l'analyse de données sectorielles et d'entretiens d'experts des différents pays étudiés, nous caractérisons les filières selon le mode d'organisation des éleveurs et abatteurs et leur degré de concentration, la dépendance géographique ou capitalistique entre éleveurs et abatteurs, l'existence de contrats ou relations commerciale pérennes entre éleveurs et abatteurs. Cette caractérisation nous amène à positionner les filières porcines des pays étudiés dans le champ des formes hybrides proposé par O. E. Williamson dans un gradient entre marché concurrentiel parfait et firme verticale. Le fonctionnement des institutions de formation des références de prix reflète, mais de manière hétérogène, l'organisation de leurs filières régionales ou nationales.

Characterization of pig marketing and pricing methods in some European and North American countries

Traditionally, the pig market is marked by price volatility. Suppliers and buyers express the need to exchange regularly about pig prices to establish the price of the pigs traded. Institutions such as the Marché du Porc Breton in France or the Mercolleida in Spain fulfill this function for a region or an entire country. Their operation varies among countries and the application to real transactions of the price references they produce. Our study aimed to understand relationships between the mode of organization of pig supply chains and the mode of construction and application of these price references in a few European countries (Germany, Denmark, Spain, France) and North American countries (United States, Canada (Quebec)) at the beginning of 2020. Based on a literature review, analysis of sectoral data and interviews with experts from the countries studied, we characterized the sectors according to the organization mode of farmers and slaughterers and their degree of concentration, the geographic or capital dependence between farmers and slaughterers, and the existence of long-term contracts or commercial relations between farmers and slaughterers. This characterization led us to position the pig sectors of the countries studied in the field of hybrid forms developed by O. E. Williamson in a gradient between a perfect competitive market and a vertical firm. The functioning of institutions that form price references reflects, albeit in a heterogeneous way, the organization of their regional or national sectors.

INTRODUCTION

Parmi les diverses productions agricoles, le marché du porc se caractérise par une forte volatilité des prix. Dans un marché aussi volatil, offreurs et acheteurs expriment le besoin d'échanger de façon régulière, typiquement hebdomadaire, une information transparente et homogène sur le prix du porc. Des conventions de confrontation de l'offre et la demande et de détermination des prix ont ainsi été développées dans tous les bassins de production d'importance. Ces conventions ont été formalisées dans des institutions de natures et statuts divers selon les régions et les pays. Le Marché du Porc Breton en France et le Mercollida en Espagne sont des exemples emblématiques. Elles jouissent souvent d'une reconnaissance des pouvoirs publics qui défendent l'intérêt et l'efficacité de marchés plus transparents.

Ces institutions de fixation du prix organisent des transactions réelles ou des négociations. Les prix qu'elles fixent sont typiquement directeurs des prix réellement appliqués dans les transactions entre éleveurs (ou groupements d'éleveurs) et abatteurs, au sein d'un bassin de production déterminé. Ce mode de fixation du prix au comptant coexiste cependant avec d'autres modalités qui prennent plus ou moins d'importance selon les bassins de production. Différents types d'organisation et relations contractuelles peuvent en effet être établis entre éleveurs et abatteurs. Ils mettent en place des mécanismes d'assurance contre les risques ou organisent d'autres modalités de rémunération de l'éleveur comme les contrats (Antoine et Marouby, 2013). Des indicateurs comme les coûts de production du porc ou les prix des pièces sont parfois utilisés pour fixer les prix du porc à la sortie de l'élevage. L'histoire du développement des filières et la segmentation de la production expliquent des différences de verticalisation et d'organisation des filières, de fonctionnement du marché du porc vivant et in fine de modalités de fixation des prix (Antoine et Duflot, 2015).

Cette étude avait pour objectif de recenser dans quelques pays européens et d'Amérique du Nord les modes de commercialisation des porcs et d'explicitier la construction des références de prix appliquées dans les transactions. Une hiérarchisation des marchés du porc vivant dans chaque pays étudié a ensuite été établie pour les caractériser.

1. MATERIEL ET METHODES

1.1. Méthodologie

L'étude a été conduite pour des pays d'importance en termes de production porcine en Europe et en Amérique du Nord, mais aussi dans le but d'étudier plusieurs formes originales de mise en marché des porcs. L'Espagne, l'Allemagne, la France, le Danemark, les Etats-Unis et le Québec au Canada ont ainsi été étudiés.

Dans un premier temps, une recherche bibliographique a été réalisée, valorisant cinq travaux précédemment réalisés par différents auteurs, dont des auteurs de l'IFIP. La question de la mise en marché des porcs, des prix perçus, et de la contractualisation est une thématique régulièrement étudiée. Le recueil des éléments bibliographiques a ensuite été complété par une douzaine d'entretiens avec des experts (un chercheur, un responsable commercial d'entreprise, cinq analystes de marché, six responsables institutionnels) dans les pays étudiés.

Enfin, une analyse des données sectorielles issues de sources européennes et nationales (nombre de porc abattus, recensement des élevages et des cheptels, recensement des ventes de porcs en 2018 et 2019) - telles que l'USDA, Eurostat, ou encore le SSP - et privées (activité des entreprises d'intégration et d'abattage en 2018 et 2019) a permis de compléter les informations recueillies.

1.2. Deux axes d'étude

L'étude a été menée selon deux axes de travail. Le premier visait à caractériser l'organisation du marché du porc vivant, c'est-à-dire à décrire ses acteurs acheteurs et vendeurs, et les modalités de leurs transactions. Le second visait à préciser la construction et l'application dans les transactions réelles de références conjoncturelles de prix dans les pays étudiés.

1.2.1. Caractérisation de l'organisation du marché

Les marchés se définissent par la mise en relation de vendeurs et acheteurs pour la commercialisation d'un bien ou service d'une certaine qualité, à un endroit et un moment donné. Dans le cas du porc vivant, l'achat des animaux donne lieu à une contrepartie monétaire dépendante généralement du poids de carcasse de l'animal et de certains critères de qualité, les plus fréquents étant le taux de muscle ou la participation à un cahier des charges de production.

Les formes de marchés sont pour la plupart des formes hybrides situées entre deux pôles opposés que sont la concurrence parfaite et l'intégration verticale (Williamson, 1996). La concurrence parfaite se caractérise par une atomisticité des acheteurs et des vendeurs échangeant un même produit au même endroit et l'absence de relations régulières entre couples acheteur-vendeur. Au contraire, l'intégration verticale se matérialise par une relation pérenne entre le fournisseur et le récepteur du produit échangé. Les formes hybrides sont dominantes pour la plupart des marchés de biens et services. Bien que diverses, ces formes peuvent être caractérisées par des propriétés telles que (Ménard, 2003) :

- l'existence d'investissements communs entre les partenaires d'une même organisation économique,
- l'existence de liens définis entre les partenaires d'une activité économique (contrats, relations partenariales),
- le maintien d'une mise en concurrence entre les partenaires.

Pour mener cet axe de l'étude, il s'agissait de définir les caractéristiques des acheteurs et vendeurs et leurs modalités d'échanges, d'évaluer leur degré de concentration respectifs dans une région et de décrire les liens de dépendance commerciale entre eux selon trois variables : i) dépendance géographique (alternatives régionales qui s'offrent à un vendeur ou un acheteur au regard de ses clients ou de ses fournisseurs), ii) dépendance capitalistique (verticalisation des activités d'une même entreprise, copropriété d'actifs matériels ou immatériels comme des marques ou cahiers des charges), iii) régularité et/ou formalisme dans les relations commerciales (contrats, liens commerciaux historiques et/ou réguliers).

1.2.2. Caractérisation de la référence de prix

Ce second axe s'est intéressé à l'existence d'une ou plusieurs références servant à l'orientation du prix du porc vivant dans les transactions futures d'une même région de production. Il s'agissait alors de caractériser les acteurs qui y participent, d'analyser le mode de construction de la référence, et d'évaluer son application dans les transactions réelles.

2. DES MODES DE MISE EN MARCHÉ DES PORCS DIVERSIFIÉS DANS LES DIFFÉRENTS PAYS

2.1. Le marché français : un marché organisé et des références de prix collectives

En France, les éleveurs sont en grande majorité rassemblés en organisation de producteurs (OP), qui regroupent près de 90% de la production. Les OP sont en majorité des coopératives ou unions de coopératives (80%). Les groupes coopératifs Cooperl et EVEL'Up représentent à eux deux 41 % de la production française. Les OP assurent l'achat, la vente, garantissent l'enlèvement et le paiement des porcs et assument ainsi une partie des risques de marché. Les OP se concentrent : leur nombre est passé de 92 à 32 entre 2000 et 2018 (IFIP, 2019).

Face à cette organisation collective de l'amont, le secteur de l'abattage se concentre de plus en plus. Les trois premiers leaders du secteur réalisent plus de la moitié des abattages nationaux. Une majorité des porcs français est donc abattue par un faible nombre de groupes d'abattage. De plus, pour des raisons historiques, de dépendance géographique ou capitalistique, les relations entre OP et abatteurs ne cessent de se renforcer. L'établissement de cahiers des charges communs entre OP et abatteurs et non étendus à d'autres OP ou abatteurs participe à l'exclusivité des relations OP-abatteurs et à une verticalisation souvent informelle des filières.

Créé en 1972, le Marché du Porc Breton (MPB) a pour objectif d'organiser la vente et l'achat en physique de porcs charcutiers et cochons, ainsi que d'établir des conditions de vente et de paiement. Au fur et à mesure de son développement, le prix de base (hors plus-value du classement) défini par les enchères au cadran a acquis le rôle de prix d'orientation pour quasiment l'ensemble des porcs vendus en France, définissant par là un objectif majeur du MPB. Le MPB garde aujourd'hui cette fonction malgré la faible part des porcs français qui y sont commercialisés (7,5 % en 2019). Les OP françaises favorisent en effet la vente directe de leurs porcs à quelques abattoirs avec lesquels ils ont des relations régulières. Mais les prix des transactions en dehors du MPB sont pour la grande majorité indexés sur le prix au cadran. Seul le prix des porcs bio en est totalement décorrélé. Toutefois, au cours des dernières années des démarches contractuelles se sont développées, utilisant pour partie d'autres indicateurs que le prix de base du MPB, comme le coût de production des porcs. Ces démarches représentent 6 à 10 % des porcs commercialisés en France, en majorité dans des cahiers des charges particuliers.

2.2. Le marché espagnol : intégration verticale et élaboration collective d'une référence de prix du porc

En Espagne, la production nationale s'organise autour des firmes intégratrices, qui sont donneuses d'ordre pour des élevages produisant sous contrat. Cette modalité de production représente 70 à 80 % des porcs produits en Espagne. Malgré une concentration croissante, les acteurs de l'élevage en Espagne restent nombreux. Les 10 premiers intégrateurs espagnols ne représentent que 32 % des porcs produits dans le pays. En revanche, la concentration géographique de l'élevage est forte et près de la moitié du cheptel porcin se situe en Catalogne et en Aragon.

Les acteurs du secteur de l'abattage sont aussi nombreux mais se concentrent. Les 3 premiers groupes d'abattage espagnols réalisent 30 % de la production du pays.

Les outils sont répartis de manière encore plus concentrée sur le territoire, la Catalogne comptabilisant plus de 40 % des abattages. La commercialisation des porcs en Espagne se réalise préférentiellement de gré à gré entre intégrateurs privés ou coopératifs et abatteurs. Seule une part infime des porcs commercialisés (5 %) se fait directement entre un éleveur indépendant et un abatteur (Antoine et Duflot, 2015). La verticalisation des filières se renforce avec l'investissement des intégrateurs dans l'abattage et la transformation des viandes. Près de 30 % des porcs élevés par des intégrateurs sont abattus dans leur propre groupe. Cependant, les intégrateurs continuent de vendre et acheter des porcs auprès d'autres intervenants.

À l'échelle nationale, une grande majorité des transactions de porcs sont réalisées sur la base du prix décidé au marché de Lérida (Mercolleida), en Catalogne. Chaque semaine, une négociation a lieu entre huit représentants du maillon de la production et huit représentants du maillon de l'abattage. Près de 40% des porcs abattus dans le pays sont représentés par les entreprises participant à la négociation. Chaque abatteur suit le prix d'orientation établi au marché de Lérida, et définit ensuite le prix d'achat en fonction d'une grille de paiement des porcs qui lui est propre et ajuste les plus-values en fonction de différents critères de qualité.

2.3. Allemagne : des producteurs indépendants sur un marché libéral, hétérogène et relativement atomisé

L'organisation du marché allemand est composée d'une multitude d'acteurs de l'amont et l'aval, peu regroupés. Le secteur de l'abattage se caractérise par de nombreux groupes, dont des leaders très imposants. Les 10 premiers groupes d'abattage totalisent plus de 79 % de la production, dont 57 % pour les trois premiers (Tönnies, Vion, Westfleisch).

Par cette organisation complexe, et par la place centrale qu'occupe le marché allemand à l'échelle européenne, la commercialisation des porcs en Allemagne se fait sous haute concurrence et avec l'intervention de nombreux intermédiaires. La mise en marché des porcs en Allemagne peut être considérée comme libérale, le prix se formant sur le marché par une confrontation active entre acheteurs et vendeurs. Plusieurs circuits de vente s'offrent aux producteurs et varient fortement selon les entreprises d'abattage et les régions (Antoine et Marouby, 2013) :

- Les ventes directes entre un éleveur et un abatteur (2 à 5 % des transactions). Ce mode de commercialisation est essentiellement le fait de grands éleveurs.
- Les livraisons directes aux abattoirs entre une coopérative de commercialisation de bétail et les abatteurs (30 %). Les coopératives de commercialisation (*Marketing-Genossenschaft*) assurent la vente des porcs avec transfert de propriété. Au sein de cette modalité existe le cas particulier de la coopérative Westfleisch. L'entreprise possède des outils d'abattage et elle s'approvisionne directement auprès de ses adhérents, liés par contrat (en moyenne d'un an), pour environ 40 % de ses besoins.
- Les négociants, intermédiaires entre éleveurs et abatteurs acheteurs, transporteurs et revendeurs de porcs (environ 40 % des porcs commercialisés),
- Les groupements de producteurs (*Erzeugerringe*) (environ 28 %). Ces associations offrent des services techniques aux éleveurs et certaines se chargent aussi de la négociation du prix sans transfert de propriété.

La commercialisation des porcs se base sur un prix de référence, proposé par l'union de groupements Bétail & Viande du Nord-Ouest de l'Allemagne (*Vereinigung der Erzeugergemeinschaften für Vieh und Fleisch*, VEZG). En amont de la filière, le VEZG rassemble environ 75% des groupements de producteurs situés en Basse-Saxe, Rhénanie du Nord-Westphalie et Schleswig-Holstein. Ces unions de producteurs apportent plus du tiers des porcs de la zone et certains possèdent des liens structurels avec des entreprises d'abattage. Ils ont une connaissance approfondie du marché. Chaque vendredi, les 38 groupements membres du VEZG échangent des informations sur le marché ainsi qu'une appréciation de la conjoncture porcine. Ils proposent ensuite un prix d'appel pour la semaine à venir.

La Chambre d'Agriculture de Basse-Saxe traite ces informations et réalise une synthèse de la situation du marché national et européen. Elle organise ensuite une réunion téléphonique avec huit organisations de producteurs, au cours de laquelle un prix d'orientation est établi pour la semaine suivante.

La négociation d'un prix de vente est ensuite complexe et peu transparente. Chaque société d'abattage définit ses propres règles pour déterminer le prix payé à ses fournisseurs, qu'ils soient éleveurs ou intermédiaires, eux-mêmes se rémunérant selon des modalités variées.

2.4. Le Danemark, une filière coordonnée verticalement autour des coopératives, dont un quasi-monopole

La filière danoise se caractérise par une structuration verticale très poussée, avec de forts liens entre la production, l'abattage, la transformation et la commercialisation en particulier à l'export. La concentration du secteur de l'abattage est de plus très forte. Danish Crown et Tican sont formellement deux sociétés anonymes qui abattent respectivement 75 % et 20 % des porcs charcutiers au Danemark. La coopérative d'éleveurs Danish Crown contrôle toutefois l'intégralité de la société d'abattage du même nom alors que Tican est contrôlé à la fois par une coopérative d'éleveurs et l'abatteur privé allemand Tönnies. Les producteurs de porcs danois sont donc en très grande majorité membres d'une de ces deux coopératives ayant un fort contrôle sur leurs débouchés.

La commercialisation des porcs se réalise ainsi essentiellement au sein de ces filières coopératives. Les éleveurs, historiquement liés à leur coopérative, s'engagent à livrer directement l'abattoir de cette coopérative. Des contrats pluriannuels de livraison des porcs régissent ces engagements.

Les prix issus des transactions se basent sur un prix d'acompte, établi chaque semaine par les abattoirs. En pratique le quasi-monopole exercé par Danish Crown fait que le prix d'acompte qu'elle propose s'applique quasiment à l'ensemble des ventes de porcs au Danemark (Antoine et Duflo, 2015).

L'élaboration de ce prix d'acompte est le résultat d'une analyse interne à Danish Crown de la conjoncture porcine à l'échelle nationale et internationale. Il est déterminé de manière à suivre la réalité du marché, tout en atténuant la volatilité. Un complément annuel propre à chaque coopérative, dépendant aussi des cahiers des charges appliqués en élevage, est aussi une composante du prix issu de la vente des porcs. Ce complément constitue une forme de partage des bénéfices de la société coopérative, et dépend de la performance économique, commerciale et industrielle du groupe. Le mécanisme de formation du prix au Danemark est donc relativement opaque vu de l'extérieur, bien qu'issu d'un processus interne de la gouvernance coopérative.

2.5. Le marché américain, diversité des circuits de commercialisation et contractualisation

Aux Etats-Unis, la production porcine se concentre dans la région du Midwest (en Iowa et Minnesota). Un faible nombre d'éleveurs produit la majorité des porcs américains sous contrat avec des intégrateurs : 30 % des élevages produisent 70 % des porcs américains (Antoine et Marouby, 2013).

Le secteur de l'abattage découpe est lui aussi concentré. Les 10 premiers groupes d'abattage détiennent 90 % de la capacité d'abattage totale du pays, dont 61 % pour les trois premiers (Smithfield Food, JBS et Tyson Foods). Dans certaines régions, plusieurs abattoirs concurrents cohabitent. Cette concurrence bénéficie aux éleveurs du Midwest. En revanche, dans d'autres régions, certains abatteurs bénéficient d'une situation de quasi-monopole, comme par exemple en Caroline du Nord avec Smithfields, une firme intégrée verticalement.

Diverses voies de commercialisation s'offrent aux producteurs de porcs américains (Tableau 1). Ces multiples possibilités de transaction permettent aux producteurs d'atténuer les risques de marché et la volatilité des prix. Une majorité des intégrateurs commercialisent les porcs produits par leurs sous-traitants via des contrats de commercialisation (64 %). Ces contrats définissent à l'avance le prix et la destination des porcs pour l'abattage. Il existe trois types de contrats :

- « *market formula* » : ces contrats garantissent une livraison et un prix de marché (prix au marché spot ou formule de prix basée sur le marché spot) ;
- « *other market formula* » : il s'agit de contrat de longue durée, basé sur le marché à terme de Chicago. Il permet aux éleveurs d'anticiper leur prix de vente et de poser des objectifs prévisionnels de marge ;
- « *other purchase agreement* » : contrats dont la rémunération est basée sur d'autres indicateurs tels que le coût de production, des prix planchers et plafonds, ...

Une autre voie de commercialisation se réalise en intra-firme ou inter-firme, c'est-à-dire au sein des entreprises intégrées verticalement. Près de 34 % des porcs proviennent d'un site d'élevage détenu par un abatteur. Enfin, une infime part des porcs américains peut être vendue sur le marché spot (2 %).

Tableau 1 – Voies de commercialisation des porcs américains

Mode de commercialisation	Part des porcs commercialisés (2019)
Vente intra-firme ou inter-firme	34 %
Contrat de commercialisation :	64 % dont
- « Market formula »	31 %
- « Other market formula »	11 %
- « Other purchase agreement »	22 %
Marché spot	2 %

Depuis 1999, un système de déclaration obligatoire des prix a été mis en place : le Livestock Mandatory Price Reporting Act. Il rend obligatoire la déclaration des achats (volume, prix, modalité de vente) pour toute entreprise produisant plus de 100 000 porcs par an. Actuellement 21 groupes d'abattage opérants dans 50 abattoirs rapportent leur prix, ce qui représente 97 % des ventes de porc et de la production aux USA (Brodeur *et al.*, 2019). Les acteurs de la mise en marché des porcs ont accès, grâce à cette réglementation, à un relevé quotidien des prix pratiqués dans chaque Etat.

2.6. Une mise en marché collective et conventionnée des porcs au Québec

La production de porcs au Québec se concentre au sud de l'État. Près d'un tiers de la production canadienne est réalisée au Québec. Les abatteurs ont suivi un important mouvement de concentration au fil des ans. Olymel détient désormais près de la moitié de la capacité d'abattage du Québec, d'autres mouvements d'acquisition sont en cours et amplifieront son importance sur le marché. Par ailleurs, quatre grandes entreprises intègrent l'ensemble des activités de la filière porcine : production, abattage, production d'intrants, découpe et transformation. Pour faire face au poids du secteur de l'abattage, la majorité des éleveurs est représentée par l'association les Eleveurs de Porcs du Québec.

La commercialisation des porcs se réalise de manière collective et institutionnalisée. Depuis les années 80, les éleveurs se sont appuyés sur une mise en marché collective des porcs pour stimuler le développement de la production. La filière a subi d'importants changements structuraux au fil des ans (spécialisation, périodes de prix bas), menant à réviser régulièrement les modes de mise en marché des porcs. En permettant aux éleveurs de parler d'une seule voix, la mise en marché collective a pour objectif d'équilibrer le rapport de force entre éleveurs et abatteurs (Le Page-Gouin, 2014).

Les mécanismes de commercialisation sont institutionnalisés. Des règles précises sont définies entre acheteurs et vendeurs pour assurer le fonctionnement de la filière. Ces derniers sont liés par une Convention de mise en marché, et la Régie des marchés agricoles – organisme public de régulation économique – s'assure de la bonne application de celle-ci. D'après le règlement sur la production et la mise en marché des porcs, les acheteurs s'engagent à assurer l'écoulement de tous les porcs québécois. L'ensemble des porcs est assigné aux divers abattoirs. Les acheteurs peuvent aussi négocier des arrangements pour faire abattre les porcs qui leur sont assignés dans un autre établissement. Une formule de prix est également définie dans cette convention de mise en marché.

Compte tenu de la forte relation de dépendance entre le Québec et les États-Unis, et en l'absence de système québécois ou canadien d'information sur les prix, les références de prix américains participent à l'élaboration de la référence québécoise. Depuis 2009, les porcs (hormis ceux issus d'un système intégré) sont vendus d'après une formule de prix indexée sur la moyenne pondérée des prix américains *Spot*, ou *Market Formula* observés l'avant-veille. Par rapport à cette

référence américaine, le prix québécois est limité par un prix plancher et un prix plafond, définis respectivement à 90 % et 100 % de la valeur de la carcasse reconstituée aux États-Unis. Enfin, pour améliorer l'adéquation entre la cotation et le marché canadien, un bonus de 2\$CAN/100kg est ajouté.

3. HIERARCHISATION DES MODES DE MISE EN MARCHÉ DES PORCS DANS LES DIFFÉRENTS PAYS

Les éléments collectés sur l'organisation des filières porcines, sur leurs acteurs et sur la commercialisation des porcs nous permettent de positionner les marchés du porc des pays étudiés dans le gradient des formes hybrides entre concurrence parfaite et intégration verticale précédemment détaillé. Etant donné la coexistence partielle de différentes formes de marché au sein de certains des pays étudiés, nous nous intéressons aux traits majeurs du cœur du marché dans les principales régions de production de chaque pays.

En premier, l'organisation des relations entre acheteurs et vendeurs est caractérisée (Tableau 2). Celle-ci peut s'analyser selon plusieurs facteurs dont :

- Le positionnement géographique des vendeurs et acheteurs : quel est le degré d'alternatives qui s'offrent à la fois aux éleveurs par rapport à leur client, et aux abattoirs par rapport à leurs fournisseurs ?
- L'existence d'investissements communs (par exemple des marques ou cahiers des charges), ou des liens capitalistiques. Une différenciation du prix peut être appliquée en fonction de la qualité des porcs. Mais d'autres critères peuvent être appliqués, portant sur le type génétique des animaux, l'application ou non de castration, un mode d'élevage particulier, l'application d'un cahier des charges ou toute autre démarche de différenciation. Les modalités de fixation de cette incitation qualitative peuvent être définies à une échelle collective ou bien individuelle.
- L'existence d'une certaine dépendance commerciale : contrat, relations régulières, assignation des porcs...

En second, sont caractérisées la représentativité des cotations et des systèmes de prix de référence utilisés dans les pays étudiés, principalement dépendants de :

- La représentativité des acteurs (vendeurs et acheteurs) qui participent à l'élaboration de la référence.
- L'influence que la référence a sur les prix pratiqués à l'échelle nationale, sur l'ensemble des transactions.

Tableau 2 – Hiérarchisation des marchés porcins des six pays ou province étudiés selon la dépendance commerciale des acteurs et mise en relation avec les caractéristiques des systèmes de prix de référence employés nationalement

Pays ¹	Dépendance commerciale entre acheteurs et vendeurs ²			Représentativité de la cotation de référence	
	Dépendance géographique	Investissement communs et liens capitalistiques	Régularité des échanges	Représentativité des contributeurs	Influence sur les prix pratiqués
Allemagne	1	2	1	Faible	Modérée
Espagne	2	4	3	Modérée	Forte
Etats-Unis	2	4	3	Forte	Forte
France	3	3	3	Faible	Forte
Danemark	2	4	4	Forte	Totale
Québec	4	4	5	Forte	Totale

¹Pays, province ou région d'importance dans la production porcine nationale

²Notation de 1 à 5 illustrant un gradient d'une très faible dépendance commerciale à une dépendance totale

En Allemagne, l'organisation du marché se rapproche fortement d'une forme libre et concurrentielle. Les éleveurs du

nord-ouest disposent géographiquement de multiples alternatives pour l'abattage des porcs, et il existe peu

d'investissements en commun entre ces deux parties. Les échanges entre éleveurs et abatteurs sont peu réguliers, leur réalisation dépendant de la qualité des lots de porcs échangés et des prix relatifs pratiqués par chacun des abatteurs. La dépendance commerciale entre acheteurs et vendeurs est donc faible en Allemagne. Le prix du porc en Allemagne est hétérogène et décentralisé et s'ajuste continuellement en fonction de l'offre locale de porcs et de ses débouchés. Le VEZG n'est établi que par des représentants des vendeurs de porcs et n'est pas appliqué uniformément par les abatteurs. L'influence de cette cotation de référence est donc plutôt modérée.

En Espagne et aux Etats-Unis, la dépendance commerciale entre acheteurs et vendeurs est similaire. Les outils d'abattage-découpe sont répartis de manière homogène sur les régions de production. Plusieurs alternatives s'offrent à un éleveur lorsqu'il souhaite vendre ses porcs. La dépendance géographique est alors plutôt faible. En revanche, l'importance de l'intégration et de la verticalisation dans ces deux pays rendent les acteurs dépendants entre eux sur le plan capitalistique. Enfin, la régularité des échanges commerciaux entre vendeurs et acheteurs est modérée en Espagne et aux Etats-Unis. Elle varie selon l'existence de contrats à modalités et durées variables (Etats-Unis), et selon l'existence d'accords historiques et de nature partenariale (Espagne).

Dans ces deux pays, les cotations qui servent de référence aux transactions sont considérées comme très représentatives. En Espagne, acheteurs et vendeurs contribuent à l'élaboration du prix au Mercolleida de manière égale, et ils représentent 40% de la production nationale. L'influence de ce prix d'orientation établi au marché de Lérida est considérée comme forte, les prix réellement appliqués lors des transactions suivant cette référence. Aux Etats-Unis, tout abattoir produisant plus de 100 000 porcs par an a l'obligation de déclarer chacune des transactions réalisées et les modalités de la vente sont rendues publiques de manière quotidienne ou hebdomadaire. Les contributeurs à l'établissement des références de prix sont donc très représentatifs du marché et ces cotations influencent les prix pratiqués puisqu'elles sont utilisées à posteriori dans les formules de prix des contrats commerciaux.

En France, certaines organisations de producteurs possèdent des liens capitalistiques avec l'aval (abattage, transformation), et ont mis en place des investissements communs tels que de nombreux cahiers des charges. Par ailleurs, il existe une certaine régularité dans les échanges entre producteurs et abatteurs qui peut se formaliser par des contrats ou non. La dépendance commerciale entre les vendeurs et acheteurs sur le marché du porc français est modérée et comparable à celle observée aux

Etats Unis ou en Espagne. La cotation de référence est élaborée au Marché du Porc Breton par des acteurs du secteur de la production et du secteur de l'abattage dont la représentativité en termes de segment de marché n'est pas complète. De plus, les volumes échangés au cadran ne représentent qu'une fraction minoritaire du marché breton et français. En revanche la cotation est largement suivie dans tous les autres modes de commercialisation.

Au Danemark, la situation quasi-monopolistique de Danish Crown renforce la dépendance commerciale entre acheteurs et vendeurs et la représentativité du prix de référence qu'elle propose. Le marché danois se rapproche fortement d'une organisation verticale intégrée où l'ensemble des modalités de vente sont définies de manière concertée sans mise en concurrence.

Au Québec, le marché s'approche aussi d'une organisation verticalisée. La loi de mise en marché des porcs définit une dépendance quasi-totale entre les acheteurs et vendeurs, et la cotation de base – utilisée pour chaque transaction – est négociée en amont avec l'ensemble des parties prenantes du secteur porcin québécois.

CONCLUSION

Les expériences étrangères montrent que les modes de fixation du prix du porc sont hétérogènes et en dépendance plus ou moins étroite avec l'organisation des filières et les modalités de commercialisation des porcs. Dans plusieurs pays, la verticalisation progressive des filières et le besoin de lissage de la volatilité ont conduit à la construction de mécanismes de fixation de prix originaux, centralisés (Québec, Danemark, Espagne) ou décentralisés (Etats-Unis), répondant à des objectifs propres de partage des profits, bien que non déconnectés des pouvoirs relatifs de négociation des acteurs.

En France, la verticalisation des filières opère aussi. La place de marché institutionnalisée par le Marché du Porc Breton est minoritaire à l'échelle nationale dans la commercialisation des porcs, mais continue d'être une référence de prix appliquée dans la quasi-totalité des transactions.

REMERCIEMENTS

Les auteurs tiennent à remercier les différents experts sollicités pour la réalisation de ce travail. Cette étude a été réalisée avec le soutien financier du Marché du Porc Breton.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Brodeur C., Montel B., Caffyn J.r, 2019. « Made-in-Canada » hog price. Groupe Agéco, Gira, Québec, 114 p.
- Antoine E., Marouby H., 2013. Fixer le prix du porc par contrat. Expériences à l'étranger, enseignements pour la France, Rapport d'étude. Ed. IFIP, Toulouse, 62 p.
- Antoine E., Dufлот, 2015. Le prix du porc perçu par les producteurs dans l'Union Européenne, Les Cahiers de l'Ifip, Vol 2 n°1, IFIP, Paris, 1-17
- IFIP-Institut du porc, 2019. Porc par les chiffres. La filière porcine en France, dans l'UE et le monde, Paris, 44 p.
- Le Page-Gouin J., 2014. Étude de l'interaction entre institutions et acteurs dans l'industrie porcine québécoise. Mémoire de maître en agroéconomie. Univ. Laval, Québec, 195 p.
- LégisQuébec, 2020. Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche, Règlement sur la production et la mise en marché des porcs, chapitre M-35.1, a. 92, 98 et 100, Québec, 68 p.
- Ménard C., 2003. Economie néo-institutionnelle et politique de la concurrence les cas des formes organisationnelles hybrides. Economie rurale, N°277-278. 45-60
- Williamson O.-E., 1996 The Mechanisms of Governance. Oxford University Press, Oxford-New York, 429 p.