

L'agriculture irriguée du Maghreb face aux évolutions des marchés agroalimentaires

Enseignements de la filière pomme au Maroc

Anne CHOHIN-KUPER*, M.R. DOUKKALI**

*20, avenue Abdelouahed El Marrakchi, Rabat, Maroc

**Institut agronomique et vétérinaire Hassan II, BP 6202, 10101, Rabat-Instituts, Rabat, Maroc

Mel : anne.chohin-kuper@menara.ma

Résumé – L'agriculture des pays du Maghreb dispose grâce aux fruits et légumes d'un potentiel de diversification et de valorisation de la ressource en eau à travers des produits à haute valeur ajoutée destinés aux marchés d'exportation et aux marchés locaux. Ces marchés connaissent des mutations en raison des accords commerciaux ou de mesures de libéralisation susceptibles de créer de nouvelles opportunités d'exportation mais aussi de renforcer la compétition sur les marchés locaux pour les produits de substitution aux importations. Cependant, d'autres facteurs apparaissent déterminants dans l'évolution du commerce international et local. La structure et la gouvernance des chaînes de valeur alimentaires déterminent les conditions d'accès aux marchés d'exportation et aux marchés locaux. Les évolutions des marchés et du commerce des produits agroalimentaires sont analysées ainsi que leur impact sur les filières agricoles, en particulier dans le cas de la filière pomme au Maroc.

Introduction

L'agriculture des pays du Maghreb dispose grâce aux fruits et légumes d'un potentiel de diversification et de valorisation de la ressource en eau à travers des produits à haute valeur ajoutée destinés aux marchés d'exportation et aux marchés locaux. Ces marchés connaissent des mutations en raison des accords commerciaux ou de mesures de libéralisation susceptibles de créer de nouvelles opportunités d'exportation mais aussi de renforcer la compétition sur les marchés locaux pour les produits de substitution aux importations. Au Maroc, l'Accord de libre-échange avec les Etats-Unis ou l'Accord d'association avec l'Union européenne, notamment, sont susceptibles de renforcer la compétitivité des produits marocains sur les marchés européens ou américains mais aussi d'accroître la concurrence potentielle sur le marché local pour les produits dits de substitution aux importations – certains fruits et légumes, notamment la pomme pour laquelle un démantèlement tarifaire progressif sur dix ans est prévu avec les Etats-Unis. Cependant, d'autres facteurs apparaissent déterminants dans l'évolution du commerce international et local. La structure et la gouvernance des chaînes de valeur alimentaires déterminent les conditions d'accès aux marchés d'exportation et aux marchés locaux. Les évolutions des marchés et du commerce des produits agroalimentaires sont analysées ainsi que leur impact sur les filières agricoles, en particulier dans le cas de la filière pomme au Maroc.

La première partie de cette communication dresse les tendances de la structure et de la gouvernance du commerce des produits alimentaires, en particulier des fruits et légumes, et analyse l'évolution des circuits de distribution moderne au Maroc. Ces évolutions posent plusieurs questions relatives à la gouvernance qui

sont analysées dans le cas de la filière pomme au Maroc. Comment les chaînes de valeur sont-elles coordonnées ? Quels acteurs définissent les spécifications des produits et processus de production ? La deuxième partie analyse en détail la structure et la gouvernance de la filière pomme au Maroc. Dans la troisième partie, l'impact des évolutions en cours et les perspectives sont discutés. Les différents modes de gouvernance des chaînes d'approvisionnement en fruits et légumes sont analysés en référence au contexte international.

Evolutions des chaînes d'approvisionnement en fruits et légumes

Tendances du commerce international des fruits et légumes

La globalisation¹ et la mondialisation des marchés modifient la structure et le fonctionnement des chaînes de valeur. Le concept de chaîne de valeur, en référence à la terminologie anglo-saxonne « *global value chain* » (GVC), englobe l'ensemble des activités possibles d'une chaîne depuis la conception d'un produit jusqu'au produit fini (Gereffi *et al.*, 2005). Les marchés internationaux des produits alimentaires sont de plus en plus concentrés au sein de quelques grandes chaînes de distribution (Vorley, 2003 ; Dolan et Humphrey, 2001 ; Fearné *et al.*, 2004), contrôlant ainsi l'accès au marché (Humphrey et Schmitz, 2001). Ces firmes définies comme des « *global buyers* » par Gereffi *et al.* (2005) ont un rôle clé dans la gouvernance² des chaînes d'approvisionnement en produits alimentaires, notamment dans le cas des fruits et légumes frais (Dolan et Humphrey, 2001). Les acheteurs globaux tels que les chaînes de distribution alimentaires répercutent les exigences des consommateurs sur leurs fournisseurs, faisant des chaînes de produits alimentaires des « *demand driven commodity chain* » (Gereffi, 1999). En conséquence, aux normes de conditionnement, taille, couleur s'ajoutent des normes phytosanitaires (SPS), en raison des préoccupations croissantes des consommateurs des pays du Nord en matière de santé et de diététique. En outre, les préoccupations sociales ou environnementales peuvent s'ajouter aux exigences des consommateurs. Cette évolution a conduit à la multiplication des standards en fonction des pays ou régions d'exportation (Aloui et Kenny, 2005). Ainsi, l'obligation de traçabilité sur le marché européen, principale zone d'exportation des fruits et légumes marocains, impose un suivi de la qualité depuis la production jusqu'au consommateur final. Ces dispositions engendrent des coûts additionnels qui peuvent cependant être réduits par des gains de productivité ou une meilleure valorisation des produits. Mais des risques de pertes de marché existent si la mise en place de certifications n'est pas anticipée (World Bank, 2005).

Mutations sur les marchés locaux des pays du Maghreb

Les marchés locaux des pays en développement connaissent des mutations importantes avec le développement de circuits de distribution moderne regroupés sous l'appellation « supermarchés ». La distribution moderne s'est développée relativement récemment dans les pays du Maghreb, après successivement l'Amérique latine, l'Asie et certains pays d'Afrique australe (Reardon *et al.*, 2003 ; Codron *et al.*, 2003 ; Weatherspoon et Reardon, 2003 ; Reardon et Berdegué, 2002). Son développement est lié notamment à l'investissement direct étranger (Codron *et al.*, 2003). Au Maroc, les premières implantations de supermarchés datent de 1990 pour l'enseigne Marjane mais la participation des groupes étrangers, en particulier Auchan, n'a démarré qu'au début des années 2000. Le groupe Carrefour, implanté en Algérie depuis 2006, prévoit l'ouverture de 18 hypermarchés d'ici 2012 (Planet Retail, 2006) et Auchan a prévu l'ouverture de 10 hypermarchés dans les principales villes au cours des cinq prochaines années (Maghreb Continental, 2006). En Tunisie, où Monoprix détient 23 % de parts de marché de la distribution moderne, le secteur a connu un développement important au cours des dernières années avec l'entrée sur le marché de trois nouvelles enseignes internationales – Carrefour, Champion, Géant – et l'émergence d'hypermarchés (Tunisie valeurs, 2006).

Les parts de marché de la distribution moderne demeurent relativement faibles, de l'ordre de 12 % en Tunisie. En particulier, l'importance de la grande distribution dans le commerce des fruits et légumes frais est relativement limitée. Au Maroc, la part des supermarchés dans le commerce de la pomme a été

¹ La mondialisation fait référence à l'extension géographique des activités alors que la globalisation implique l'intégration des fonctions et la coordination de ces activités dispersées au niveau international, selon la définition de Dicken (2003) cité par Gereffi *et al.* (2005).

² Le terme gouvernance au sens large comprend la coordination par le marché et la coordination par des mécanismes hors marché (Williamson, 1979) mais est restreint dans l'approche GVC à la coordination non marchande (Humphrey et Schmitz, 2001).

estimée à environ 10 %. Cependant, les fruits et légumes constituent des produits d'appel et ce rayon connaît une croissance forte. Les taux de croissance de la distribution moderne sont élevés avec 15 % par an en Tunisie (Tunisie valeurs, 2006), alors que la progression du nombre de supermarchés au Maroc se fait à un rythme de 20 % par an (figure 1) et que le chiffre d'affaires de certains hypermarchés a parfois été multiplié par deux ou trois en l'espace de deux ans.

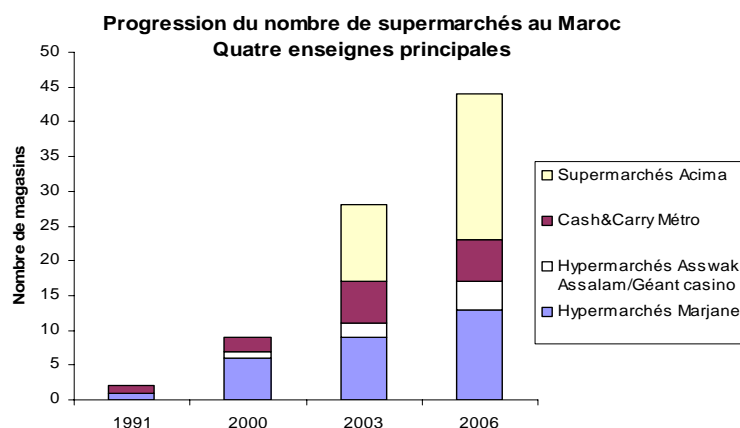


Figure 1. Développement des supermarchés au Maroc (source : ONA, Auchan, MCI, enquêtes).

Le développement de la grande distribution au Maroc a entraîné des modifications dans la structure et le fonctionnement des systèmes d'approvisionnement, en particulier concernant les fruits et légumes :

- la mise en place de centres de distribution ; la plus grande enseigne de distribution est passée d'un approvisionnement magasin par magasin à la création en 2005 d'une centrale d'achat qui redistribue les produits sur l'ensemble de ses magasins, sauf exceptions ;
- l'amélioration de la logistique, en parallèle au développement des centrales d'achat avec par exemple l'obligation de livrer en palette ;
- le changement de type de fournisseur, l'approvisionnement sur le marché de gros se faisant essentiellement auprès de grossistes qui assurent la fonction de groupage des produits, de quelques fournisseurs privilégiés et d'importateurs ; après la mise en place de la centrale d'achat, la priorité est l'approvisionnement direct auprès de producteurs devenant des fournisseurs privilégiés (*preferred suppliers*), l'approvisionnement auprès des importateurs continuant à se faire sur le marché de gros ;
- la spécification de normes et conditions d'approvisionnement dans un cahier des charges (variété, couleur, taille, type d'emballage ou encore calendrier de livraison, par exemple).

L'enseigne leader sur le marché marocain s'inscrit ainsi dans quelques-unes des tendances observées dans d'autres pays en développement concernant l'évolution des systèmes d'approvisionnement en fruits et légumes frais des supermarchés (Neven, 2004 ; Reardon *et al.*, 2003), à savoir :

- la centralisation de l'approvisionnement et la mise en place de centres de distribution lorsque le nombre de magasins augmente ;
- le passage d'un approvisionnement auprès de grossistes traditionnels à l'utilisation de grossistes spécialisés ;
- le passage d'un achat sur les marchés à un système de fournisseurs privilégiés ;
- le passage d'un approvisionnement local à un approvisionnement régional ;
- l'imposition de normes privées de qualité et de sécurité.

Dans la mesure où les exigences de la grande distribution se rapprochent de celles du marché mondial en termes d'emballage, de normalisation et de qualité, la dichotomie pouvant exister entre fournisseurs des marchés d'exportation et des marchés locaux (Codron *et al.*, 2003) tend à se réduire, dans la mesure où certains fournisseurs des marchés d'exportation trouvent des débouchés sur le marché local avec le développement de la distribution moderne, comme cela a pu être le cas au Kenya (Neven et Reardon, 2004).

Les marchés de gros et les marchés urbains – souks – continuent de jouer un rôle majeur dans la distribution des produits frais. Au Maroc, plus des deux tiers du commerce des fruits et légumes transitent par les marchés de gros. Les marchés de détail sont approvisionnés régulièrement à partir de ces marchés de gros par un réseau dense de transporteurs avec pick-up, petits camions. Le nombre important de détaillants offre une large gamme de produits et de prix en fonction de la qualité des produits.

Structure et gouvernance des filières : le cas de la pomme au Maroc

Approche méthodologique

L'analyse de la filière pomme au Maroc fait appel à l'approche filière, développée notamment par le CIRAD. Les méthodes d'analyse concernent les aspects techniques, économiques et institutionnels (MAE, 2000, 2003 ; Ribier et Dabat, 2002 ; Fabre, 1997 ; Moustier et Leplaideur, 1999). L'analyse institutionnelle met l'accent sur le rôle des acteurs et les modes de coordination. La théorie de l'économie des conventions (Boltanski et Thévenot, 1991 ; Eymard-Duverney, 1989) est mobilisée pour définir les formes de coordination non marchandes développées par les agents lorsque le prix ne suffit pas pour évaluer la qualité des produits (Daviron et Ponte, 2005). Quatre formes de coordination sont définies :

- la coordination domestique résout le problème de l'incertitude sur la qualité par une relation de confiance issue de relations de long terme ou d'une référence à une marque ou indication géographique signes de la réputation du produit ;
- la coordination industrielle s'appuie sur des normes et standards déterminés par un agent tiers faisant l'objet de contrôles, d'inspections et de certifications ;
- la coordination par le marché ;
- la coordination civique est basée sur un engagement collectif pour le bien-être, l'identité des produits faisant alors souvent référence à son impact sur la société ou l'environnement.

Structure et gouvernance de la filière pomme au Maroc

La filière pomme au Maroc peut être caractérisée par trois sous-filières³ principales en fonction de la structure (figure 2) et du mode de coordination ou gouvernance.

Sous-filière intégrée

Un nombre d'acteurs restreint intervient dans la chaîne d'approvisionnement des commerces de détail. Les fonctions de production, stockage, conditionnement et commercialisation sont regroupées au sein de grandes exploitations ou sociétés, spécialisées dans la production fruitière pour certaines. Celles-ci ont des relations directes⁴ avec les grandes surfaces qui représentent une part croissante de leurs débouchés. Elles vendent aussi sur les marchés de gros *via* leur propre distributeur et sous leur marque. La logique d'offre qui a pu prévaloir au début de l'implantation des supermarchés évolue vers une logique de demande avec des exigences croissantes des supermarchés en termes de volume, régularité de livraison, conditionnement, variété, couleur, auxquelles s'ajoutent des préoccupations sanitaires, même si l'obligation de certification ou de traçabilité n'est pas encore imposée.

Les modalités de transaction font l'objet d'un contrat et d'un cahier des charges entre les fournisseurs et les grandes surfaces. Les exigences en termes de conditionnement imposent notamment une livraison en plateau ou en sac plastique pour les produits promotionnels par exemple, avec un produit normalisé (calibre, variété), et interdisent les caisses en bois utilisées dans les marchés de gros.

D'une coordination essentiellement domestique basée sur la marque commerciale avant le développement de la grande distribution, les relations entre fournisseurs et grande distribution tendent à évoluer vers une convention industrielle avec une exigence de normalisation des produits, bien que celle-ci ne soit pas systématiquement contrôlée par un organisme tiers. Ainsi, il n'existe pas de mécanisme garantissant au consommateur la qualité sanitaire des produits – résidus de pesticides, par exemple. Cet attribut de qualité relève en effet d'attributs de croyance (*credence attributes*) qui ne sont pas aisément vérifiables ou à un coût élevé, contrairement aux attributs d'expérience que l'on peut vérifier après achat du produit (le goût sucré du fruit, par exemple). La mise en place de la certification EurepGap par certains fournisseurs s'inscrit ainsi pleinement dans la logique de la coordination industrielle et vise une réduction des coûts de transaction liés à l'incertitude sur la qualité.

³ Une autre sous-filière, essentiellement locale et peu connectée au marché national, n'est pas décrite ici.

⁴ La relation directe, même si elle peut éviter un passage physique de la marchandise par le marché de gros, n'exclut cependant pas l'obligation de payer la taxe du marché de gros.

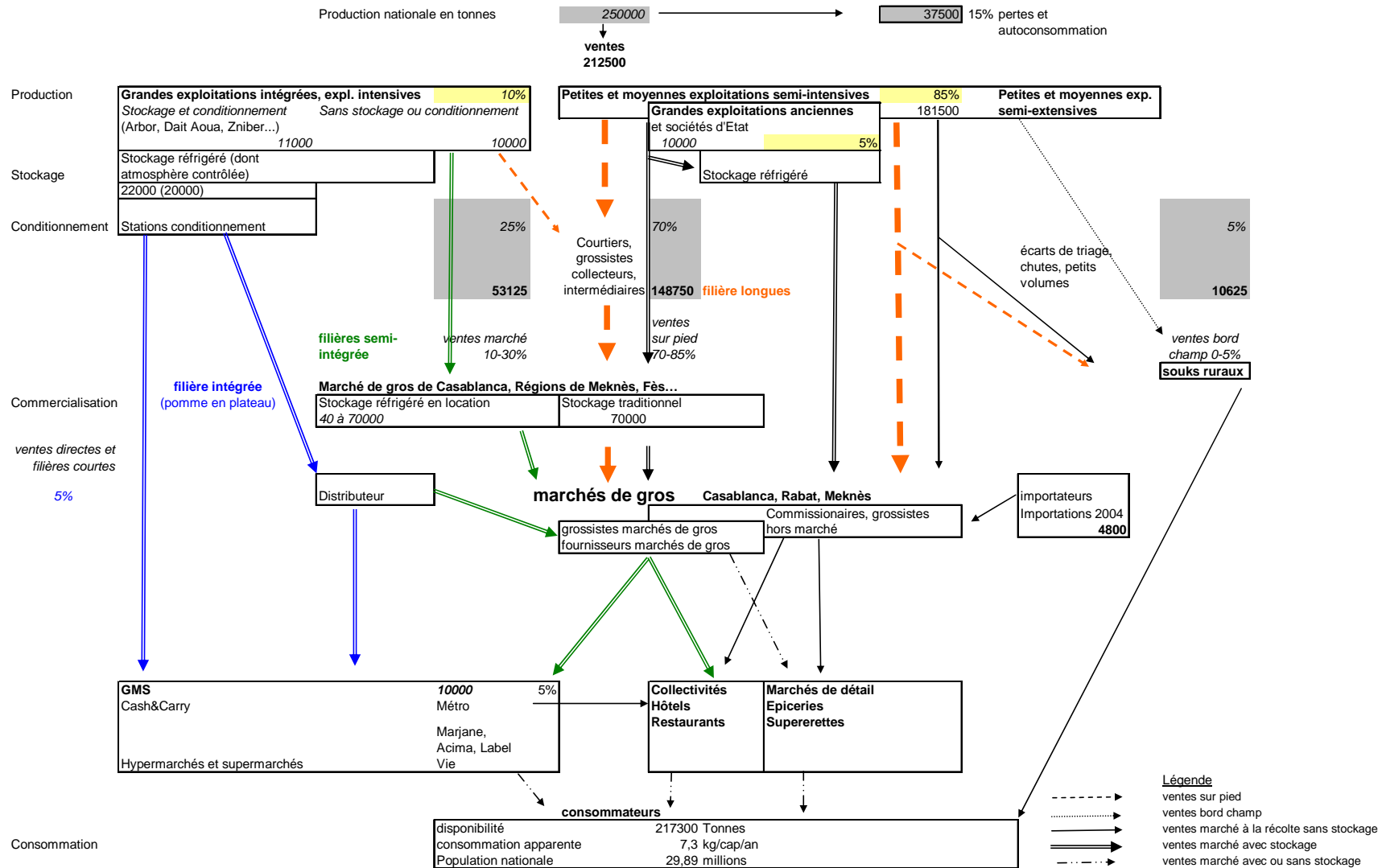


Figure 2. Schéma de la filière pomme au Maroc (source : FAO, 1995 ; Basler *et al.*, 1995 ; Poeschk, 2001 ; MADRPM ; enquêtes).

L'importance de la convention domestique est liée au faible nombre de fournisseurs potentiels de pomme conditionnée – dans un contexte de marché protégé – pouvant répondre aux exigences et à la demande croissante en produits normalisés des supermarchés. Cependant, le démantèlement des barrières tarifaires et l'accroissement de la compétition avec les produits importés normalisés impliquent un renforcement de la coordination industrielle afin de répondre aux exigences de qualité de la grande distribution à un coût compétitif.

Sous-filière semi-intégrée

Elle est caractérisée par un nombre plus grand d'acteurs, la fonction de stockage peut être réalisée par le producteur – généralement un grand producteur disposant d'une chambre froide – ou un autre agent (grossiste ou grand producteur). La vente s'effectue directement au frigo ou sur le marché de gros par un revendeur exclusif du producteur lorsque celui-ci stocke. Pour les producteurs de taille plus modeste, la vente sur le marché de gros est assurée par un commissionnaire. Dans les deux cas, la transaction repose sur une relation de confiance faisant référence à la coordination domestique. Les producteurs travaillent le plus souvent avec des personnes de confiance, faisant fréquemment partie de leur famille. Il faut noter qu'une partie des ventes ne passe pas par le marché de gros même si celui-ci peut jouer un rôle. Le marché de gros peut en effet être le lieu de contact entre acheteur et vendeur et un lieu d'exposition de la marchandise alors qu'une partie des transactions va ensuite se dérouler directement au frigo. La pomme est le plus souvent commercialisée en vrac (caisses en bois). L'appréciation de la qualité n'est pas basée dans la plupart des cas sur une marque mais sur la connaissance du produit (région de production, variété) et sur la réputation du producteur (pratiques agricoles, qualité organoleptique du produit) ou de son revendeur. Cependant, quelques commerçants grossistes tentent de différencier leur produit par un tri et calibrage des fruits, et une étiquette jouant le rôle de signal de qualité, voire par un emballage en carton et une marque, comme ce qui est pratiqué par les entreprises intégrées. Toutefois, malgré ces efforts, il subsiste une asymétrie d'information sur la qualité – variété, provenance, qualité organoleptique, qualité sanitaire – au niveau du consommateur.

Sous-filière longue

Elle est caractérisée par une multitude d'intervenants au stade du stockage et de la commercialisation pouvant faire intervenir quatre ou cinq intermédiaires avant la vente en détail. Ce circuit concerne la pomme des producteurs de taille petite à moyenne intensifs, vendue sur pied avant récolte et pouvant passer par plusieurs intermédiaires avant d'être vendue sur les marchés de gros ou aux détaillants. Le marché de gros de Casablanca jouant un rôle de marché de réexpédition, la pomme transitant par ce marché passe par plusieurs intermédiaires. On peut distinguer deux catégories de grossistes de pomme sur ce marché. Les grossistes ayant leur magasin sur le marché de gros sont en général ceux qui s'approvisionnent auprès des producteurs ou sont eux-mêmes de grands producteurs ou leurs commissionnaires. Ils revendent aux grossistes d'autres marchés de gros et à des demi-grossistes du marché de gros de Casablanca présents sur les carreaux. Ces derniers approvisionnent les demi-grossistes et détaillants se rendant sur les souks hebdomadaires et urbains de Casablanca. Les circuits de commercialisation les plus longs concernent ceux des produits destinés à être réexpédiés sur d'autres marchés de gros. Dans ce cas, le produit peut transiter par deux ou trois grossistes au minimum. Les modes de coordination sont le plus souvent de type marchand même si la convention domestique peut intervenir à certains maillons de la filière. Le nombre de transactions, le mode de coordination, en particulier l'absence de normalisation, accroissent l'incertitude sur la qualité des produits pour le consommateur.

Le développement des supermarchés a fait évoluer la gouvernance des filières. La coordination entre acteurs, essentiellement basée sur les relations marchandes, puis domestiques avec le développement de marques et des relations de confiance entre acteurs, s'est complexifiée parallèlement à la modification de la structure des chaînes d'approvisionnement. La centralisation des achats a conduit les chaînes de distribution à la mise en place d'un système de *preferred suppliers* avec de nouveaux modes de coordination. Des modes de coordination plus explicites – type de produit, normes, opérations promotionnelles – sont ainsi progressivement mis en place. La chaîne de valeur de type « marché » évolue ainsi vers une chaîne de type « réseau », où des modes de coordination explicites sont mis en place entre supermarchés et fournisseurs, comme au Royaume-Uni, par exemple (Gereffi *et al.*, 2005 ; Dolan et Humphrey, 2001). Cependant, le degré d'explicitation est encore limité. Certains critères de qualité, par exemple, notamment les critères sanitaires, ne sont pas encore imposés par les distributeurs même si le souci de traçabilité est de plus en plus pris en compte.

Sur les marchés locaux, la coordination non marchande par l'introduction d'étiquetages, par exemple, reflète l'intérêt des acteurs pour une meilleure transmission de l'information sur la qualité des produits. Mais le manque de normalisation et de contrôle par un organisme tiers ne permet pas d'apporter de garanties au consommateur en termes de qualité des produits, en particulier concernant les attributs de croyance tels que la qualité sanitaire (résidus de pesticides).

Perspectives et enjeux futurs pour les marchés et implications pour l'agriculture

Perspectives d'évolution du marché marocain : supermarchés ou souks

L'évolution des marchés, en particulier le remplacement des systèmes de distribution traditionnels par les supermarchés, recouvre une diversité de situations. Dans les économies asiatiques à niveau de vie relativement élevé et où les chaînes de distribution opèrent depuis longtemps – Hong Kong, Taiwan, Singapour, Thaïlande – la part de marché des grandes chaînes de distribution est très inférieure à 50 % (Goldman *et al.*, 2002). De même, les situations sont contrastées en Europe. En France, la grande distribution, bien que très développée avec 68 % de parts de marché, ne commercialise qu'un tiers des fruits et légumes. En revanche, au Royaume-Uni, les supermarchés totalisent près de 80 % du marché des produits alimentaires (Cadilhon *et al.*, 2003). Plusieurs facteurs jouent un rôle déterminant dans, respectivement, le développement de la distribution moderne et le maintien de systèmes de commercialisation traditionnels. Après une revue rapide de ces facteurs, nous les analysons et discutons par rapport au contexte marocain.

Plusieurs facteurs de développement de la grande distribution ont été analysés (Reardon *et al.* 2003 ; Traill, 2006) :

- l'accroissement et la distribution des revenus, en particulier la part de la classe moyenne (Codron *et al.*, 2003) ;
- l'urbanisation rapide et le travail des femmes ;
- la libéralisation du commerce et du marché domestique et l'investissement direct étranger ;
- les faibles parts de marché de la grande distribution (indicateurs du taux de saturation du marché) et les taux de croissance élevés, qui indiquent un potentiel de développement important au Maroc et en Tunisie (Codron *et al.*, 2003 ; Tunisie valeurs, 2006).

De même, plusieurs facteurs déterminants pouvant expliquer l'importance des marchés de gros, qui sont au cœur des systèmes alimentaires traditionnels, ont été décrits (Goldman *et al.*, 2002 ; Cadilhon *et al.*, 2003) :

- le facteur culturel ;
- le facteur économique et social, à savoir le service (crédit) et l'avantage social (relation, attention personnelle) des circuits traditionnels ;
- la structure des marchés (importance de la répartition géographique, volume d'activités, revenus et emploi) ;
- la capacité d'adaptation des marchés de gros à l'évolution de la demande des consommateurs ;
- les mécanismes de régulation en faveur du commerce de détail indépendant tels que les restrictions à l'implantation des supermarchés en centre-ville, les aires de protection comme celle du marché de Rungis en France.

L'urbanisation rapide au Maroc semble jouer en faveur du développement de la grande distribution. L'extension des supermarchés aux quartiers populaires de Casablanca, par exemple, ou aux villes secondaires telles que Béni Mellal témoigne de l'évolution du positionnement des supermarchés et de leur clientèle. Initialement cantonnés aux quartiers à revenus élevés des grandes villes (Codron *et al.*, 2003), les supermarchés diffusent vers les populations à pouvoir d'achat plus faible et vers les villes secondaires, grâce notamment à un positionnement par rapport au prix. Cette évolution suit les tendances observées dans d'autres pays comme le Kenya (Neven et Reardon, 2004). Une enquête qualitative auprès d'un panel de 120 consommateurs marocains de différentes classes socioprofessionnelles montre que toutes les classes font des achats dans les supermarchés mais à des fréquences différentes et pour des produits différents, les autres achats se faisant de manière complémentaire auprès des petits commerçants et des souks (NDI, 2004). Le cas des fruits et légumes semble, cependant, se distinguer des autres produits alimentaires, avec une prédominance plus forte des marchés traditionnels.

Les accords commerciaux, notamment l'accord de libre-échange avec les Etats-Unis, sont susceptibles de renforcer la position des supermarchés. En effet, la plus grande diversité des produits liée à la libéralisation se fait en faveur des grandes surfaces, capables de stocker une plus large gamme de produits (« *economies of scope* ») (Neven et Reardon, 2004). La libéralisation apparaît d'autre part comme un facteur déterminant du développement des supermarchés. L'ouverture du marché multiplierait par trois la part de marché de la grande distribution au Maroc, selon les estimations (Traill, 2006).

Les facteurs culturels ont été avancés pour expliquer l'importance du rôle des marchés de gros dans certains pays du Sud de l'Europe contrairement aux pays du Nord qui auraient une culture du supermarché (Saphir, 2002 cité par Cadhillon *et al.*, 2003). Ces facteurs pourraient jouer fortement au Maroc en faveur du maintien d'un rôle important des marchés de gros et du réseau de marchés urbains – souks. La structure des marchés avec un bon maillage géographique, une proximité des marchés urbains, l'importance de l'emploi et des revenus qui y sont générés jouent aussi en faveur des systèmes traditionnels. Cependant, la capacité d'adaptation des marchés de gros à l'évolution de la demande pourrait devenir le facteur limitant. Dans un contexte d'ouverture des marchés et de modernisation de la distribution, les marchés de gros présentent un risque de dégradation accrue de la qualité et de décalage croissant avec la distribution moderne, comme cela a pu être observé au Royaume-Uni (Cadilhon *et al.*, 2003). En effet, le fonctionnement obsolète de ces marchés pose la question de leur capacité d'adaptation, en l'absence notamment d'équipements de stockage et de conditionnement modernes, de contrôles sanitaires, de modes de gestion adaptés.

Enfin, des analyses complémentaires sont nécessaires pour éclairer la question de la régulation des marchés. L'impact du développement de la grande distribution sur le commerce de détail, la satisfaction des besoins du consommateur ou encore l'impact sur les producteurs restent insuffisamment analysés pour identifier les éventuels effets négatifs et les mécanismes de régulation adaptés.

Les implications pour l'agriculture irriguée

Les nouvelles formes de gouvernance apparues avec le développement de la grande distribution posent de nouvelles contraintes aux producteurs. Au Maroc, la centralisation des approvisionnements de plusieurs chaînes de distribution a conduit à la mise en place d'un système de « *preferred suppliers* ». Les exigences imposées en termes de conditionnement, qualité, délais de livraison, paiement tendent à exclure les petits et moyens producteurs individuels par de nouvelles barrières à l'entrée. Ceux-ci ne disposent pas des capacités techniques et financières pour répondre aux critères de la distribution moderne.

Les conditions pour l'intégration des petits producteurs dans la distribution moderne sont les suivantes :

- nécessité d'un intermédiaire entre petit producteur et distribution moderne assurant le rôle de stockage, conditionnement mais aussi de transmission de l'innovation – qualité, normalisation, marketing, traçabilité ; dans d'autres filières, ce rôle est rempli par les coopératives comme la Copag pour les agrumes ou les produits laitiers ou par un industriel – Aicha dans le cas du concentré de tomate, par exemple ;
- amélioration de la compétitivité prix mais surtout de la qualité ; la normalisation des produits devient un enjeu incontournable pour s'intégrer à la distribution moderne, elle exige une formation et une mise à niveau des producteurs en termes notamment de pratiques ;
- nécessité d'un accès fiable à l'irrigation, y compris dans la petite hydraulique ; le facteur eau est un facteur déterminant pour la qualité des produits et la régularité de la production, notamment. Au Kenya, l'accès à l'eau d'irrigation fait partie des conditions imposées par les supermarchés pour être enregistré comme « fournisseur privilégié » (Neven et Reardon, 2004).

Il apparaît donc nécessaire d'engager une réflexion sur les formes de partenariat entre les producteurs et les autres acteurs, les modalités d'appui technique mais aussi de garantir l'accès, la disponibilité et la gestion des ressources en eau.

Conclusion

L'avenir de l'agriculture irriguée du Maghreb repose à la fois sur les marchés d'exportation des pays du Nord et les marchés locaux, principaux débouchés en particulier pour les fruits et légumes frais. Les nouvelles formes de gouvernance des chaînes de valeur des produits alimentaires au niveau international

– *global value chains* – et le poids des groupes de distribution alimentaire internationaux posent de nouveaux défis aux agricultures des pays exportateurs. L'entrée de ces groupes internationaux dans le commerce de détail des pays du Maghreb modifie aussi profondément la structure et la gouvernance des marchés locaux. Les marchés agroalimentaires traditionnels continuent de jouer un rôle prédominant dans le commerce des fruits et légumes au Maghreb, et en particulier au Maroc, malgré le développement récent et rapide de la distribution moderne. Plusieurs facteurs concourent au développement de la distribution moderne qui dispose d'un potentiel de croissance important. Cependant, compte tenu de la très forte prédominance des marchés traditionnels, en particulier dans la distribution des fruits et légumes, et des facteurs culturels et structurels qui jouent en sa faveur, les circuits traditionnels devraient continuer à jouer un rôle important dans le court terme, comme dans d'autres pays dans des situations comparables (Cadilhon *et al.*, 2006). Le devenir du secteur traditionnel dépend fortement de sa capacité d'adaptation à l'évolution de la demande des consommateurs. La modernisation de ce secteur, en particulier les marchés de gros, doit être prise en compte s'il veut continuer à jouer un rôle central dans la distribution des produits alimentaires. L'avenir du secteur de la distribution dépend aussi des éventuelles politiques de régulation du marché.

Le développement de la distribution moderne entraîne des modifications dans la structure et la gouvernance des chaînes d'approvisionnement qui ne sont pas sans implications pour l'agriculture. La mise en place de structures centralisées d'approvisionnement s'accompagne du développement de systèmes de « fournisseurs privilégiés » et de nouveaux modes de coordination plus explicites ne reposant plus uniquement sur la coordination marchande. Les nouvelles exigences des supermarchés tendent à exclure les petits producteurs – cas de la pomme au Maroc – ne disposant pas des capacités techniques et financières requises. Une intégration des petites et moyennes exploitations aux circuits de distribution moderne nécessite une réflexion sur de nouvelles formes de partenariat et de coordination.

L'impact du développement de la grande distribution sur le commerce de détail, les consommateurs ou encore les producteurs mérite d'être analysé plus en détail afin d'identifier les éventuels effets négatifs et les modes de régulation ainsi que les implications pour les politiques publiques.

Références bibliographiques

- ALLOUI O., KENNY L., 2005. The Cost of Compliance with SPS Standards for Moroccan Exports : A Case Study. World Bank, ARD.
- BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991. De la justification. Les économies de la grandeur. Paris Gallimard.
- CADILHON J.-J., FEARNE A.P., HUGHES D.R., MOUSTIER P., 2003. Wholesale Markets and Food Distribution in Europe : New Strategies and Old Functions. Discussion paper n° 2, Centre for Food Chain Research, Imperial College London.
- CADILHON J.-J., MOUSTIER P., POOLE N.D., GIAC TAM P.T., FEARNE A.P., 2006. Traditional vs. Modern Food Systems ? Insights from vegetable supply chains to Ho Chi Minh City (Vietnam). *Development Policy Review*, 24 (1) : 31-49.
- CODRON J.-M., BOUSHINA Z., FORT F., PUECH A., 2004. Supermarkets in Low-income Mediterranean Countries : Impacts on Horticultural Systems. *Development Policy Review*, 22 (5).
- DAVIRON B., PONTE S., 2005. The Coffee Paradox. Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development. London and New York, Zed Books.
- DOLAN C., HUMPHREY J., 2001. Governance and Trade in Fresh Vegetables : The Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry. *Journal of Development Studies*, 37 (2) : 147-176.
- EYMARD-DUVERNAY F., 1989. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue Economique*, 40 (2) : 329-359.
- FABRE P., 1997. Analyse financière et économique des projets de développement. Manuel. Commission européenne, série Méthodes et instruments pour la gestion du cycle de projet.
- FEARNE A., DUFFY R., HORNIBROOK S., 2004. Measuring Distributive and Procedural Justice in Buyer/Supplier Relationships : an Empirical Study of UK Supermarket Supply Chains. 88^e séminaire de l'Association européenne des économistes agricoles, Paris.

- GEREFFI G., HUMPHREY J., STURGEON T., 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12 (1) : 78-104.
- GOLDMAN A., RAMASWAMI S., KRIDER R.E., 2002. Barriers to the advancement of modern food retail formats : theory and measurements. *Journal of Retailing*, 78 : 281-295.
- HUMPHREY J., SCHMITZ H., 2001. Governance in Global Value Chains. *Institute of Development Studies Bulletin*, 32.3.
- MAE, 2003. Contribution de l'analyse des filières à l'élaboration des politiques agricoles. Paris, ministère des Affaires étrangères.
- MAE, 2000. *Eléments pour l'analyse économique des filières agricoles, synthèse Pierrick Fraval*. Paris, ministère des Affaires étrangères.
- MAGHREB CONTINENTAL, 2006. www.regoverningmarkets.org
- MOUSTIER P., LEPLAIDEUR A., 1999. *Méthodes d'analyse des filières vivrières en Afrique*. Montpellier, Cirad, coll. *Alimenter les villes*.
- NEVEN D., REARDON T., 2004. The rise of Kenyan Supermarkets and the evolution of their Horticulture Procurement Systems. *Development Policy Review*, 22 (6) : 669-699.
- NDI, 2004. *Perception des petits commerçants et des supermarchés*. Rabat, ministère du Commerce, de l'Industrie et des Télécommunications.
- PLANET RETAIL, 2006. www.planetretail.net
- REARDON T., BERDEGUÉ J., 2002. The Rise of Supermarkets in Latin America. *Development Policy Review*, 20 (4) : 371-388.
- REARDON T., TIMMER P., BARRETT C.B., BERDEGUÉ J., 2003. The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America. *American Journal of Agricultural Economics*, 85 (5) : 1140-6.
- RIBIER V., DABAT M.H., 2002. *Concepts de base de l'analyse filière*. Montpellier, CIRAD.
- TRAILL B.W., 2006. The Rapid Rise of Supermarkets ? *Development Policy Review*, 4 (2) : 163-174.
- TUNISIE VALEURS, 2006. *Revue Recherche n° 24, juin 2006*. www.tunisievaleurs.com
- WEATHERSPOON D.D., Reardon T., 2003. The rise of supermarkets in Africa : implications for Agrifood Systems and the Rural Poor. *Development Policy Review*, 21 (3) : 333-355.
- WORLD BANK, 2005. *Food Safety and Agricultural Health Standards : Challenges and Opportunities for Developing Country Exports*. Washington, World Bank.