



ETUDES

**La structure
du commerce
des fruits
et légumes
dans les pays
de la C.E.E.**

**Standardisation
et système
de contrôle**

COMMUNAUTÉ
ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE
EUROPÄISCHE
WIRTSCHAFTSGEMEINSCHAFT
COMUNITÀ
ECONOMICA EUROPEA
EUROPESE
ECONOMISCHE GEMEENSCHAP

série
agriculture

12

1963
BRUXELLES

**La structure
du commerce
des fruits
et légumes
dans les pays
de la C.E.E.**

**Standardisation
et système
de contrôle**

COLLECTION ÉTUDES

SÉRIE AGRICULTURE n° 12

BRUXELLES 1963

TABLE DES MATIERES

	Pages
PREMIERE PARTIE. — LA STRUCTURE DU COMMERCE DES FRUITS ET LEGUMES	
CHAPITRE I. - INTRODUCTION	
Fonction et revenu du commerce	7
Deux phases	7
Approvisionnement sans intervention du commerce	7
CHAPITRE II. - LA PHASE DE COLLECTE	
1. <i>La fonction du commerce collecteur de gros</i>	9
L'aspect « classification »	9
L'aspect « quantité »	9
Autres aspects	9
2. <i>De la fonction au revenu</i>	10
Le coût	10
Le revenu	10
Tensions sur le plan horizontal	11
3. <i>Tensions sur le plan vertical</i>	11
a) <i>Différenciation</i>	11
Le commerce d'exportation	11
Le commerce de ramassage	12
Le système des criées	13
b) <i>Elimination et intégration</i>	14
Du producteur au commerce de détail	14
Du producteur aux grossistes distributeurs	14
Intégration à la phase de distribution	15
Coopératives de vente	15
CHAPITRE III. - LA PHASE DE DISTRIBUTION	
1. <i>La fonction du commerce distributeur de gros</i>	17
L'aspect « classification »	17
L'aspect « quantité »	17
Autres aspects	18
2. <i>De la fonction au revenu</i>	18
Le coût	18
Le revenu	18
Tensions sur le plan horizontal	19
3. <i>Tensions sur le plan vertical</i>	20
Commerce d'importation et autres différenciations	20
Les grandes entreprises de vente au détail	21
CHAPITRE IV. - LA SITUATION DANS LES PAYS DE LA C.E.E.	
1. <i>Belgique</i>	23
La phase de collecte	23
La phase de distribution	24
2. <i>France</i>	24
La phase de collecte	24
La phase de distribution	25
3. <i>Italie</i>	26
La phase de collecte	26
La phase de distribution	27
4. <i>Luxembourg</i>	28

	Pages
5. <i>Pays-Bas</i>	28
La phase de collecte	28
La phase de distribution	29
6. <i>Allemagne (R.F.)</i>	30
La phase de distribution	30
La phase de collecte	31

DEUXIEME PARTIE. - STANDARDISATION ET SYSTEME DE CONTROLE

CHAPITRE V. - OBJECTIFS ET MOYENS D'ACTION ACTUELS

1. <i>La lutte contre la concurrence déloyale</i>	33
Lutte contre la fraude sur les marchés	33
Lutte contre les abus dans le commerce avec les régions lointaines	33
Meilleure réputation	34
2. <i>Permettre une vue d'ensemble du marché</i>	35
Détermination du prix dans le commerce de gros	35
Paiement selon la qualité et le calibre	36
Approvisionnement du commerce de détail	36
Information et protection des consommateurs	36
3. <i>La protection phytosanitaire</i>	37
4. <i>L'organisation du marché</i>	37
Intervention dans le commerce international	37
Une réglementation nationale	38

CHAPITRE VI. - LA PLACE DU CONTROLE DANS LA POLITIQUE DE LA C.E.E.

1. <i>Objectifs</i>	39
La lutte contre la concurrence déloyale	39
Permettre une vue d'ensemble du marché	39
La protection phytosanitaire	39
Organisation du marché	40
2. <i>Proposition</i>	40
Bases	40
Standardisation générale obligatoire	40
1. Principe	40
2. Echelons intéressés	41
3. Marques	41
4. Système de contrôle	41
5. Enregistrement et sanctions	41
6. Importations en provenance des pays tiers	42
Envois avec certificat	42
1. Principe	42
2. Délivrance des certificats	42
3. Valeur probante	42
Conditions minima	42
1. Exportations vers les pays tiers	42
2. Conditions régionales minima	42
Le contrôle phytosanitaire	43
1. Principe	43
2. Contrôle	43
Le service de contrôle	43
1. Services nationaux en tant que base du système	43
2. Pouvoirs de la C.E.E.	43
3. Financement	44
4. Remarque finale	44

REFERENCES	45
------------	----

AVANT-PROPOS

Cette étude a été effectuée dans le cadre du programme d'étude de la direction générale de l'agriculture par le Dr W. H. Kemmers, de Honselersdijk (Pays-Bas) avec la participation de la division « bilans et études » (J.M.J. Lommez) et de la division « produits des cultures spécialisées et produits de transformation » (C.P. Driesprong).

Le projet de rapport a servi de base de discussion en groupe d'experts et la discussion a permis à l'auteur de tenir compte de nombreuses suggestions et compléments d'informations dans la version finale de son rapport.

La direction générale de l'agriculture est très reconnaissante à M. Kemmers du travail substantiel qu'il a fourni à cette occasion. Elle remercie également les personnes ayant participé au groupe de discussion.

La présente étude ne peut être considérée comme exprimant les conceptions de la Commission de la C.E.E. en ce qui concerne l'organisation de la standardisation et du contrôle dans le secteur des fruits et légumes, et ne préjuge en rien les mesures qui pourraient être décidées en la matière. Elle constitue en revanche un élément important pour une meilleure connaissance des problèmes qui se posent dans ce domaine et des solutions qui peuvent y être apportées.

OBJET DE L'ETUDE

La direction générale de l'agriculture de la Communauté économique européenne avait demandé une étude sur les questions suivantes:

- a) A quels stades du commerce de gros des fruits et légumes sera-t-il possible de procéder aux contrôles sanitaires et aux contrôles de qualité et de conditionnement nécessaires et prévus dans le cadre de la politique agricole lorsque ceux-ci ne pourront plus avoir lieu aux frontières nationales?
- b) Quelles seront à ces stades les conditions et les modalités d'un contrôle efficace donnant satisfaction aux contractants et présentant suffisamment de garanties?

Un tel système de contrôle aura surtout un sens s'il aide les entreprises aux divers stades du commerce à remplir leurs fonctions essentielles et s'il tient compte de l'importance que revêt le processus de commercialisation pour les producteurs et les consommateurs; il ne pourra fonctionner efficacement que s'il s'adapte à la structure du commerce et de la production ainsi qu'à l'évolution qu'elle subit. C'est pourquoi il nous a paru nécessaire de faire précéder la réponse aux questions ci-dessus d'une description de la structure du commerce des fruits et légumes.

**LISTE DES PERSONNES AYANT PARTICIPE
AU GROUPE DE DISCUSSION**

BOS J. J. J.	vice-président de l'Union du commerce de gros en fruits et légumes des Etats membres de la C.E.E. - Rotterdam
BRETEAU J.	président de l'Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes - Paris
CADSKY W.	exportateur - Bolzano
de LACOMBE J.	secrétaire général administratif de l'Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes - Paris
KLAMER P.H.W.	directeur de l'Uitvoer Controle Bureau - La Haye
MÜLLER E. Dr	président de l'Union européenne du commerce de gros des fruits et légumes - Cologne-Marienburg
SCHMIT Jos.	du service agricole - Luxembourg

Les idées avancées dans la présente étude expriment uniquement les conceptions personnelles de l'auteur et n'engagent en rien la responsabilité des personnes ayant participé à la discussion.

PREMIERE PARTIE

LA STRUCTURE DU COMMERCE DES FRUITS ET LEGUMES

CHAPITRE I

INTRODUCTION

Cette étude de la structure du commerce des fruits et légumes vise à donner une description analytique des principaux échelons par lesquels passent des produits entre le moment où les producteurs les vendent et celui où les consommateurs les achètent. Nous comptons parmi les fruits et légumes tous les produits commercialisables consommés frais et que le langage courant appelle de ce nom, y compris les agrumes, mais exception faite des fruits tropicaux tels que des bananes et des noix.

Nous désignons par commerce tant les entreprises des commerçants indépendants, c'est-à-dire de ceux qui achètent et vendent pour leur propre compte, que les commissionnaires achetant ou vendant pour compte d'autrui.

Fonction et revenu du commerce

Nos considérations se fondent sur l'idée que, dans le cadre de la division du travail, le commerce remplit une fonction productive dans la vie économique. En ce qui concerne le commerce des fruits et légumes, cette fonction consiste à éliminer les différences de lieu, de temps, de qualité et de quantité existant entre les produits vendus par les producteurs et ceux achetés par les consommateurs.

Une activité économique ne peut être remplie de manière permanente que si elle produit un revenu raisonnable. Cela vaut pour le commerce des fruits et légumes en général, et ses divers échelons, aussi bien que pour l'entreprise de chaque commerçant en particulier. Dans la plupart des cas, le revenu brut d'une entreprise d'un échelon du commerce est la différence entre le prix au marché d'achat et celui au marché de vente situé à un échelon plus proche du consommateur; dans d'autres cas, il consiste en une commission reçue à l'achat ou à la vente sur le premier ou le second de ces marchés. Le revenu net est égal au revenu brut ainsi obtenu, diminué des frais de gestion de l'entreprise.

Deux phases

Dans notre étude, nous distinguerons deux phases : la phase de collecte et la phase de distribution. Dans la première, les lots vendus par les producteurs sont rassemblés en unités plus grandes, et une première classification de l'assortiment a lieu; dans

la seconde, les grandes unités ainsi formées sont de nouveau scindées en unités plus petites et l'assortiment subit une deuxième classification. Les tâches du commerce ne se bornent d'ailleurs pas à ces modifications du volume et de la composition des lots.

Chaque phase peut comprendre un ou plusieurs échelons du commerce. Chaque échelon ne pourra obtenir ou conserver une place économiquement justifiée que s'il provoque une diminution du coût de l'ensemble des opérations, ou s'il parvient à satisfaire les besoins d'échelons situés plus haut ou plus bas mieux que ceux-ci ne pourraient le faire eux-mêmes. C'est ainsi que s'est constitué tout un ensemble d'échelons. Pour aller du producteur au consommateur les divers produits passent tantôt par un grand nombre d'échelons, tantôt par quelques échelons seulement.

Approvisionnement sans intervention du commerce

Le cas où les consommateurs n'achètent pas les fruits et les légumes dans le commerce, mais les obtiennent d'une autre façon, ne sera pas pris en considération dans la suite de cette étude. Il s'agit notamment de la production pour la consommation propre ou de la vente directe des producteurs aux consommateurs.

La production pour les besoins du ménage ou, en cas d'abondance, pour la famille et les connaissances, est surtout importante à la campagne; dans les milieux ruraux notamment, l'auto-approvisionnement est presque partout très considérable. Pour la population non agricole, ce système est beaucoup moins important. Dans certaines régions, les travailleurs d'usine disposent encore, à cause de leurs anciennes attaches avec la terre, de quelques parcelles utilisées notamment pour la culture de fruits et de légumes. C'est surtout le cas là où le passage à un travail dans l'industrie n'a pas fait quitter la campagne. Par endroits, cette forme de culture (soit par le mari pendant ses loisirs, soit par les autres membres du ménage) prend même la forme de production à caractère commercial avec vente aux commerçants; dans l'ensemble de la production destinée au commerce, elle n'a toutefois qu'une importance secondaire.

La vente directe du producteur au consommateur est très fréquente, mais elle n'atteint nulle part des proportions considérables. Les producteurs doivent s'adapter aux débouchés limités qui existent pour chaque produit sur un marché d'acheteurs locaux et ne peuvent donc se spécialiser. Même s'ils ont un assortiment particulièrement étendu pour une exploitation horticole, ils ne peuvent offrir qu'un choix très restreint aux consommateurs. Leurs frais

de vente par unité ne sont pas très inférieurs à ceux du commerce de détail — ambulants par exemple — qui leur est comparable. Il est probable que leur prix de vente, qu'on peut également comparer à celui du commerce de détail et que les producteurs considèrent certainement comme élevé, ne compense pas suffisamment les inconvénients que nous avons indiqués.

LA PHASE DE COLLECTE

1. LA FONCTION DU COMMERCE COLLECTEUR DE GROS

Pour arriver à une méthode de travail économiquement rentable, les producteurs de fruits et de légumes doivent organiser leur exploitation de manière à pouvoir appliquer un plan de production et de plantation qui permette une gestion rationnelle. Dans la plupart des cas il en résultera une récolte composée de fruits et de légumes de diverses espèces ⁽¹⁾ et, certainement en ce qui concerne les fruits, également d'un certain nombre de variétés par espèce. Même si leur exploitation est fortement spécialisée pour une seule ou pour quelques espèces ou variétés, ils récolteront, dans chaque espèce ou variété, des produits différents quant à la qualité, au calibre et à la couleur.

Pour réaliser la plus grosse production de chaque variété ou de chaque espèce par qualité, par grandeur ou par couleur, il est généralement nécessaire de faire un triage pour trouver des débouchés différents : par exemple, marché intérieur ou extérieur, pays A ou pays B, marché des produits frais ou industrie de la conserve, villes industrielles ou centres hospitaliers, régions pauvres ou riches, etc.

L'aspect « classification »

Un des principaux aspects du rôle du commerce collecteur de fruits et de légumes en gros est la classification de l'assortiment en fonction de la situation que nous venons de décrire. A ce stade du commerce, les entreprises reprennent l'assortiment des producteurs, composé d'espèces, de variétés et de types divers et dont, de plus, la composition diffère d'une période à l'autre, et le classifient de manière à former de nouvelles combinaisons destinées chacune à un marché particulier.

Dans bien des cas, cette tâche va de pair avec un triage selon la qualité, la taille ou la couleur, ce qui donne la plupart du temps des rebuts. Les producteurs eux-mêmes ne peuvent pas effectuer le triage ou font seulement un tri très sommaire; en effet, ils ne connaissent pas la destination des produits en fonction de la situation toujours changeante du marché et ils ne sont donc pas en mesure d'adapter le triage aux possibilités des marchés choisis. Le triage est souvent encore précédé du nettoyage et d'opérations similaires.

Une deuxième conséquence de la classification, du même ordre cependant, est l'emballage. La

plupart des produits sont expédiés emballés. Certains sont emballés par les producteurs directement dans leur emballage définitif; un grand nombre est cependant récolté dans un emballage autre que celui dans lequel il est expédié. Il est souvent nécessaire de choisir un emballage différent selon la région de vente. Dans le même ordre d'idées, on peut encore signaler l'emploi d'emballages à retourner ou d'emballages perdus, qui dépend surtout de la distance du lieu de destination, et la différence entre l'emballage maritime et l'emballage pour le transport par chemin de fer ou par véhicule automobile.

L'aspect « quantité »

Pour que les frais par unité vendue ne soient pas trop élevés, une entreprise doit avoir un certain chiffre d'affaires. Presque aucun producteur ne peut atteindre le chiffre d'affaires qui lui permettrait de maintenir, au meilleur prix, de bons contacts avec les divers marchés qui entrent en ligne de compte pour la vente de ses produits.

La plupart des producteurs ne peuvent pas non plus constituer eux-mêmes des chargements assez importants par région de destination ni expédier de manière assez régulière pour que les frais de transport dans de bonnes conditions soient les plus réduits possible, surtout si les distances sont grandes. Il n'y a pas, de ce point de vue, de grandes différences que le transport soit assuré par l'entreprise elle-même ou confié à des entreprises de transport, qu'il se fasse par wagon réfrigéré ou non.

Dans tous ces cas, mais aussi pour le travail de triage et d'emballage, une entreprise commerciale de collecte peut obtenir un volume d'affaires optimum plus facilement qu'une entreprise horticole.

Autres aspects

Si un temps considérable s'écoule entre la récolte et la consommation, il est nécessaire d'assurer l'entrepôtage, éventuellement réfrigéré. Ce stockage se fait de préférence dans la région de production; cela est à la fois souhaitable pour une bonne conservation, et rationnel du point de vue économique; en effet, toutes les destinations restent alors possibles et le risque financier n'est pas augmenté par des frais supplémentaires de transport et de manutention. Le commerce de collecte est l'échelon indiqué pour remplir cette fonction d'entrepôtage,

⁽¹⁾ Nous entendons par espèce : les pommes, la salade, les oignons, les poires, les tomates, etc.

lorsque les producteurs ne l'assurent pas eux-mêmes en raison du coût, du risque, de la crainte d'une baisse des prix ou du besoin de liquidités, etc.

Cette situation se présente lorsque les producteurs vendent leurs produits avant la récolte, soit pour les raisons que nous venons d'énumérer, soit pour se décharger des travaux de récolte. Le commerce de collecte est alors aussi l'échelon le mieux à même d'acheter les produits de cette façon. Dans les centres où cela se pratique fréquemment, le commerce est organisé à cet effet.

Dans les localités où le financement agricole laisse à désirer, le commerce de collecte joue aussi le rôle de banquier des producteurs. Le commerce de collecte qui occupe déjà une position plus forte que les producteurs en raison de ses meilleurs contacts avec les débouchés peut alors devenir une force dont l'influence locale est très grande.

2. DE LA FONCTION AU REVENU

Le coût

Comme il ressort de ce qui précède, le commerce collecteur de gros a toujours son point de départ dans la région de production. Le lieu d'établissement le plus favorable est dès lors situé dans cette région ou à proximité de celle-ci. A cet échelon, la distance entre l'entreprise commerciale et la région horticole ne sera pratiquement jamais telle qu'un groupement des entreprises dans un centre régional ou dans les environs de celui-ci, en un endroit d'où l'on peut avoir une vue d'ensemble de la région de production, d'où le contact avec les débouchés peut être maintenu sans trop de peine et où sont réunies les conditions d'une bonne organisation industrielle.

Une bonne organisation exige : une réserve suffisante de personnel qualifié, tous les services nécessaires pour maintenir les contacts que nous avons mentionnés, du matériel de triage et d'emballage, souvent une certaine quantité de produits d'emballage, éventuellement des entrepôts (réfrigérés ou non), ainsi qu'une installation de transbordement (exceptionnellement avec réfrigération préalable) et des moyens de transport avec installations frigorifiques dans les pays chauds. Il n'est pas nécessaire que tous les services appartiennent à l'entreprise elle-même : le téléphone, le télégraphe et le télex par exemple ne lui appartiennent évidemment jamais. Les moyens de transport, notamment le chemin de fer, n'appartiennent pas non plus à l'entreprise et, pour ce qui est des transports automobiles, ils se trouvent parfois entre les mains d'entreprises distinctes; pour le transport maritime, on recourt à une compagnie de navigation, soit aux services réguliers, soit à un navire affrété.

Dans un certain nombre de ces services, il y a un élément de frais fixe, notamment dans tout ce qui appartient à l'entreprise et dans la location de moyens de transport. C'est pourquoi une entreprise doit dépasser un certain chiffre d'affaires pour que les frais unitaires restent suffisamment bas. Le chiffre d'affaires optimum est d'autant plus élevé que les services comportant un élément de frais fixe sont plus nombreux. Dans certains pays, cela peut avoir pour conséquence que de nouveaux établissements sont difficiles et que seul un petit nombre d'entreprises peuvent atteindre un volume d'affaires optimum. Par ailleurs, cet élément «coût» est trop peu important dans ce commerce pour conduire, à lui seul, à des tendances à la concentration comme dans certains autres secteurs industriels. Il existe dans la plupart des pays assez de forces antagonistes pour que les différences de coût ne puissent donner lieu à une situation de monopole⁽¹⁾.

Le revenu

Le revenu brut du commerce de collecte consiste dans la différence entre le prix payé aux producteurs et celui payé par le commerce du stade suivant, c'est-à-dire la distribution (abstraction faite du risque représenté par les débiteurs).

Cette différence peut être obtenue instantanément ou après un délai plus ou moins long. Les différences de prix sont réalisées dans un délai peu important lorsque le commerce de collecte envoie les produits en consignation et que le produit de la vente n'est par conséquent connu qu'après le transport et après l'opération qui y succède. Ce petit écart de temps comporte déjà un risque très important de baisse de prix et une possibilité de gain; les fluctuations du prix des fruits et des légumes sont souvent très nombreuses et très fortes et elles ne se limitent pas seulement aux espèces les plus périssables. Le risque de baisse est sensiblement plus grand si un temps considérable s'écoule entre l'achat et la vente, par exemple dans le cas de stockage ou d'achat à terme. Le risque de baisse ne tient pas seulement à la situation du marché, mais aussi aux changements de qualité.

La vente au commerce de distribution a lieu le plus souvent dans des localités où un grand nombre de commerçants exercent leurs activités ou peuvent être atteints et où, pour cette raison, une concurrence très vive existe de part et d'autre. Sur les marchés peu importants, qui, de ce fait, risquent de s'engorger facilement, c'est la vente ferme qui est d'usage; les envois en consignation sont destinés le

⁽¹⁾ Dans cette étude le mot « monopole » désigne à la fois, conformément à l'usage courant, la situation où il y a un nombre très limité de vendeurs et, ce qui s'écarte de la terminologie usuelle de la théorie économique, celle où les acheteurs sont très peu nombreux.

plus souvent aux grands centres où le marché ne risque pas d'être perturbé par le moindre arrivage.

Les conditions de l'achat sont très variées. L'horticulture est pratiquée presque partout par de petites entreprises, de sorte que, dans tous les centres de production, de nombreux producteurs présentent leurs produits à la vente. Dans nombre de ces centres, on trouve également assez de commerçants pour que l'on puisse parler d'une concurrence considérable de leur côté aussi. C'est manifestement le cas là où des « criées » puissantes sont apparues, ainsi que dans les régions de production où se tiennent des marchés⁽¹⁾ importants; ailleurs, ce sera un café local qui sert de point de contact entre les producteurs et les commerçants ou entre les commerçants eux-mêmes; on parle alors d'une bourse primitive. Mais la concurrence peut être beaucoup moins vive là où le commerce de collecte achète à l'occasion de contacts individuels avec les producteurs et surtout lorsqu'un nombre très limité de commerçants opèrent dans une région située en dehors du champ d'action d'autres commerçants. Si le commerce joue de plus le rôle de bailleur de fonds, la concurrence peut devenir tellement limitée qu'il en résulte une situation de monopole.

C'est principalement lorsque la concurrence est limitée que l'usage peut s'établir que le commerce de collecte reçoit les produits en consignment ou à un prix à déterminer. Dans ce cas, le risque de différence de prix dans le temps disparaît. A vrai dire, le revenu brut ne consiste plus alors dans une différence de prix mais dans une commission (y compris la commission de ducroire). Pourtant, en certains endroits, il est d'usage que le commerce de collecte, quel que soit le prix obtenu, ne paie qu'après coup un prix qui lui permette, compte tenu de la concurrence éventuelle, de maintenir ses relations avec le producteur.

Pour réagir à bon escient aux différences de prix qui sont souvent le résultat d'une forte concurrence multilatérale, il faut un sens aigu des conséquences que les changements éventuels dans l'offre et la demande peuvent entraîner. L'intuition personnelle du chef de l'entreprise commerciale est ici d'une importance décisive. Cela se traduit par le fait qu'en pratique toutes les entreprises de cette phase (et de la suivante) du commerce des fruits et légumes prospèrent ou déclinent selon la personnalité du commerçant et qu'elles sont restées des entreprises purement individuelles.

Tensions sur le plan horizontal

La spécialisation des entreprises, c'est-à-dire la limitation de l'assortiment traité à certaines espèces

(1) Nous appellerons désormais ces marchés « marchés des producteurs ».

ou catégories, ne se présente pas de façon systématique. Elle maintiendrait le volume des affaires trop en-dessous du volume optimum ou provoquerait une trop longue période creuse. Un faible degré de spécialisation est pourtant perceptible dans les grands centres horticoles. C'est le cas pour les entreprises qui, dans l'assortiment de la région, n'achètent que les produits qu'elles peuvent vendre sur un ou sur quelques marchés pour lesquels elles se sont spécialisées. Elles sont donc essentiellement orientées vers la vente, à l'inverse de celles qui s'intéressent à l'assortiment complet — et souvent à divers débouchés — et pour lesquelles l'aspect « achat » prédomine. La recherche d'un volume d'affaires suffisant et la limite des capacités personnelles font qu'il s'agit plutôt de différences d'intensité que de différences fondamentales.

La combinaison, c'est-à-dire l'extension de l'assortiment au-delà du secteur des fruits et légumes, ne se pratique en général pas à ce stade du commerce. Seul le commerce de pommes de terre est parfois combiné avec celui des fruits et légumes.

3. TENSIONS SUR LE PLAN VERTICAL

Il existe un certain nombre de tensions entre les échelons successifs du commerce et à l'intérieur de ceux-ci.

A l'intérieur d'un échelon, elles peuvent faire que des tâches qui se succèdent sont accomplies par des entreprises distinctes, de sorte que le nombre d'échelons que le produit parcourt entre le producteur et le consommateur en est augmenté. Il s'agit dans ce cas d'une différenciation.

Les formes les plus importantes de différenciation dans la phase de collecte sont : le commerce d'exportation, le commerce de ramassage et le système des criées.

Les tensions entre les divers échelons peuvent entraîner l'élimination de certaines entreprises d'un échelon par d'autres se trouvant à un échelon antérieur ou postérieur. Nous parlons d'élimination pour les unes et d'intégration pour les autres. A ce stade, il faut mentionner à cet égard : le commerce direct entre les producteurs et les détaillants, le commerce direct entre les producteurs et le commerce de gros au stade de la distribution, ainsi que les coopératives de vente constituées par les producteurs.

a) DIFFERENCIATION

Le commerce d'exportation

Le rôle du commerce d'exportation des fruits et légumes n'est pas différent en principe de celui du commerce de gros au stade de la collecte. La

différence est que les entreprises d'exportation ont spécialisé leurs ventes notamment vers un ou plusieurs pays étrangers. On ne peut pour autant parler de différenciation, mais seulement d'une certaine forme de spécialisation.

Les connaissances et la tournure d'esprit particulières nécessaires pour faire réussir une entreprise d'exportation constituent le fondement de cette forme particulière du commerce. Il y a lieu d'acheter sur l'offre intérieure et en concurrence avec les firmes spécialisées pour l'approvisionnement intérieur les produits qui peuvent être vendus sur les marchés étrangers compte tenu des conditions d'offre et de demande qui y règnent.

Les frais fixes sont sensiblement plus élevés dans le commerce d'exportation en raison de la nécessité de maintenir des contacts avec l'étranger, et en raison de l'emballage et du transport nécessaires. Le volume optimum est donc beaucoup plus grand que celui du commerce de gros intérieur au stade de la collecte. Il y a aussi interaction; une firme d'exportation florissante est une relation intéressante pour les entreprises d'importation et elle obtiendra de meilleures relations d'affaires qu'une firme peu importante. Ce phénomène est d'autant plus sensible que les distances sont plus grandes et les communications plus difficiles.

Il arrive souvent que la situation de l'offre et de la demande intérieure et extérieure est telle qu'un seul centre de production ne dispose pas, ou à peine, d'un assortiment suffisant pour mettre une entreprise d'exportation à l'abri de longues périodes creuses. En raison du volume d'affaires à traiter, l'orientation de la vente vers l'étranger doit, soit rester une activité secondaire pour les grandes entreprises qui ont leur raison d'être dans le commerce intérieur, soit mener à une extension de la gamme des achats. Celle-ci peut être obtenue par une prospection intensive du centre local de production aussi bien que par une extension des achats à d'autres centres de production. Dans les deux cas, il y a place pour des ramasseurs entre les producteurs et les exportateurs. Il s'agit là d'une véritable différenciation puisque la phase de collecte comprend alors deux échelons.

Dans le commerce d'exportation lui-même, il s'est produit en beaucoup d'endroits une certaine spécialisation à la vente selon le pays ou la région de destination. Ce phénomène ne s'observe que là où le chiffre d'affaires atteint est suffisant pour résoudre les difficultés (distance et communication), par exemple lorsque des exportations massives et régulières sont possibles ou que les distances ne sont pas trop grandes. On rencontre aussi une spécialisation partielle, c'est-à-dire qu'une entreprise d'exportation prospecte, outre les débouchés habituels, une région de vente particulière où seul

un petit nombre de concurrents peuvent atteindre un volume d'affaires suffisant. Cependant, il existe aussi beaucoup d'entreprises d'exportation qui ne se sont pratiquement pas spécialisées et chez lesquelles par conséquent l'orientation vers l'achat, c'est-à-dire l'exportation de produits locaux vers divers pays, prédomine.

Il peut y avoir une autre différenciation à l'échelon de l'exportation : c'est celle des agents qui interviennent entre exportateurs et importateurs. Elle est surtout nécessaire lorsque les exportateurs sont peu importants, lorsqu'ils sont établis loin du marché d'importation ou qu'ils ne peuvent pratiquer le commerce d'exportation que pendant une période limitée vu le caractère restreint de l'assortiment local. Un agent qui travaille pour un certain nombre de ces exportateurs peut espacer les expéditions dont il s'occupe de manière à entretenir un contact intensif, régulier et étendu avec le marché d'importation et être ainsi un intermédiaire précieux tant pour les firmes d'importation que pour les exportateurs que nous avons cités.

Le commerce de ramassage

Les grandes entreprises du commerce collecteur de gros ont besoin de lots importants de chaque catégorie. Surtout dans les régions où il n'existe pas de marchés importants des producteurs et où l'offre n'est donc pas concentrée par les producteurs eux-mêmes, il est difficile et par conséquent coûteux pour ces entreprises de composer ces lots à partir d'innombrables petites quantités.

C'est alors qu'apparaissent des entreprises commerciales qui se spécialisent dans la première partie de la phase de collecte. Leur champ d'action est généralement limité à un village situé dans un centre de production; elles possèdent ainsi une meilleure connaissance des conditions locales que le commerce collecteur de gros. Elles achètent régulièrement une plus ou moins grande partie de la récolte des producteurs et elles vendent à une ou à plusieurs entreprises du commerce collecteur de gros. Leurs relations avec les acheteurs sont très variées, soit des liens solides avec un seul acheteur, soit des contacts individuels avec plusieurs acheteurs, soit la vente sur les marchés pour producteurs ou dans les cafés faisant office de bourses.

Les diverses tâches du commerce collecteur de gros ne sont assurées qu'en partie par le commerce de ramassage. Pour la plupart des produits, le triage ne peut être que sommaire puisque la destination n'est pas encore connue. L'emballage, pour cette même raison, n'est que provisoire; pourtant, le commerce de ramassage assure souvent l'emballage nécessaire pour le transport du producteur au grossiste. Le transport ne va pas au-delà des installations des grossistes collecteurs. Le stockage n'est

généralement pas important. La vente à terme avec versement d'un acompte est possible; c'est pourquoi, dans certaines régions, l'acheteur joue un rôle dans le financement des producteurs.

Les cas où cette forme de différenciation peut apparaître sont très variés. Si l'offre journalière totale par producteur est peu importante, les frais dus aux transports et à la perte de temps sont trop lourds, même si les distances sont relativement courtes, pour que les producteurs puissent entrer eux-mêmes en rapport avec le commerce collecteur de gros. Les producteurs doivent alors faire appel au commerce local de ramassage et il arrive même que des grossistes collecteurs relativement peu importants trouvent avantage à utiliser les services des ramasseurs. Il en va de même alors que les producteurs offrent des quantités un peu plus grandes, si les communications avec le centre de commerce de gros sont plus longues ou plus difficiles et que l'horticulture locale n'est pas assez importante pour attirer le commerce collecteur de gros.

Moins ces obstacles sont prononcés, moins le commerce de ramassage trouve un champ d'activité étendu. Seul le très gros commerce collecteur, notamment le commerce d'exportation, continue à avoir besoin de cet échelon intermédiaire.

La distinction que nous avons déjà mentionnée entre l'orientation vers l'achat et l'orientation vers la vente s'observe également dans le commerce de ramassage. L'orientation vers l'achat, lorsque l'acheteur reprend l'assortiment complet du producteur, prédomine là où les producteurs sont obligés de s'adresser au ramasseur de l'endroit pour écouler leurs produits. Dans ce cas, le ramasseur peut jouir d'un monopole local puissant, surtout s'il est en même temps bailleur de fonds ou fournisseur d'accessoires. Nous avons déjà signalé au paragraphe précédent les conséquences possibles d'une telle situation.

L'orientation vers la vente donne lieu à un commerce de ramassage d'un tout autre type; étant donné que dans ce cas l'acheteur ne peut utiliser qu'une partie de la récolte du producteur, le lien entre le producteur et le ramasseur est beaucoup plus lâche. C'est en général cette forme qui dessert le commerce d'exportation ou d'autres grandes entreprises de commerce collecteur (parfois même l'industrie de la conserve). Il convient de faire encore deux remarques à ce propos. La première est que ces entreprises de ramassage — souvent les plus grandes — utilisent parfois de petits ramasseurs, si bien que le nombre d'échelons dans la phase de collecte s'élève alors à trois. La deuxième est que le commerce de ramassage, surtout là où l'offre est concentrée sur les criées, prend la forme d'un commerce d'achat à la commission. Le commissionnaire assure alors généralement l'emballage définitif.

Dans les régions où il n'existe pas de criées, le commerce de ramassage qui travaille pour un exportateur éloigné accomplit en général cette dernière tâche sur la base d'un contrat.

Dans quelques rares cas, cette tâche n'est pas remplie par un tel emballer sous contrat mais par une succursale de la firme d'exportation. Le ramasseur assure alors le triage en plus de l'emballage souvent pour des produits agricoles. Il est évident qu'à l'achat déjà, on veille autant que possible à ce que les produits soient propres à l'exportation.

Au demeurant, bien des entreprises de ramassage fournissent une partie des produits reçus à des entreprises de distribution des régions de consommation voisines. Parfois cela va jusqu'à la fourniture à des entreprises étrangères de distribution de gros; le ramasseur devient alors exportateur.

Le système des criées

Le système des criées, notamment sous forme coopérative, était à l'origine une réaction contre certains abus liés à des positions monopolistiques au premier échelon de la phase de collecte. Il est principalement destiné à organiser la première classification de manière telle que les producteurs puissent vendre leurs produits à des commerçants qui se font mutuellement une vive concurrence. Le marché des producteurs permet déjà en principe une très bonne classification, mais dans les criées cette opération est rationalisée encore davantage. Alors que, sur le marché des producteurs, les cultivateurs offrent leurs produits triés de façon seulement sommaire, les acheteurs assurant le triage définitif, dans les criées le produit est offert définitivement trié. Le contact personnel entre le commerçant et l'acheteur qui existe généralement sur le marché des producteurs fait défaut dans les criées. En outre, le prix est établi en public.

Le résultat est, d'une part, pour les producteurs, que le prix s'établit dans des conditions plus favorables et que, grâce à l'automatisme de la vente, ils peuvent se consacrer en premier lieu à l'aspect « production » de leur entreprise et, d'autre part, pour les commerçants, que chacun peut se limiter aux catégories qu'il peut utiliser dans sa ou ses régions de vente. Il n'y a plus de place pour le commerce de ramassage, sauf à la commission. Le commerce collecteur de gros doit s'orienter davantage vers la vente. La vente à terme convient mal à ce système.

La réussite du système des criées dans la phase de collecte dépend d'un certain nombre de conditions. Une des premières est qu'une classification soit souhaitée et possible dans la région où la criée est établie; souhaitée, pour que les éléments d'un assortiment puissent être vendus à divers endroits

éloignés les uns des autres et y être envoyés directement; possible, pour qu'un volume assez important de produits soit envoyé à chaque lieu de destination de façon à permettre une rationalisation du transport.

Une deuxième condition est que l'offre totale soit suffisante pour attirer un ensemble de commerçants assez nombreux et diversifiés afin qu'il y ait une concurrence satisfaisante sur tous les éléments de l'assortiment et pour maintenir les frais de fonctionnement à un taux modique par unité vendue.

Enfin, cette différenciation dans la phase de collecte ne présente que peu d'intérêt pour ceux des producteurs qui peuvent vendre d'une autre manière et à des conditions plus attrayantes la totalité de leur assortiment à des acheteurs soumis à des conditions de concurrence identiques. Il s'agit en général de producteurs dont l'entreprise est assez grande pour qu'ils puissent entretenir des contacts avec la phase de distribution sans frais trop lourds ni autres inconvénients.

Accessoirement à leur tâche principale, la plupart des criées procurent certains services secondaires aux producteurs : triage, pour autant qu'il puisse mieux se faire de manière centralisée que par les producteurs isolés, emballage, en premier lieu pour l'acheminement à la criée mais aussi pour le transport ultérieur si un réemballage n'est pas nécessaire, usage d'entrepôts en plus de l'espace dont disposent les producteurs mêmes, étant donné que la constitution de réserves importantes par le commerce compromettrait le rôle de classification des criées.

La principale source de revenus est la commission de criée payée par les producteurs, encore que certains services accessoires puissent donner des profits non négligeables. Dans certains cas, l'organisation des criées est utilisée pour la vente de fleurs afin que cette vente parallèle répartisse la charge des frais fixes sur un plus gros chiffre d'affaires.

La criée est toujours située dans un centre de production ou en bordure de celui-ci et une situation excentrique par rapport aux canaux commerciaux ne doit évidemment pas gêner la première classification.

b) *ELIMINATION ET INTEGRATION*

Du producteur au commerce de détail

Beaucoup de détaillants achètent la plus grande partie des fruits et légumes qui leur sont nécessaires aux grossistes de la phase de distribution. Les seuls frais résultant des échelons intermédiaires font que le niveau des prix y est généralement plus élevé que sur les marchés où les producteurs vendent

au commerce collecteur de gros. Lorsqu'un producteur peut vendre directement au commerce de détail, il passe par-dessus tous ces échelons et il peut alors bénéficier du niveau de prix plus élevé cité en premier lieu.

En regard de ce prix plus avantageux, il y a cependant des frais plus lourds. Le plan de culture doit rester limité aux espèces dont l'ensemble peut être vendu aux détaillants accessibles. Le transport porte sur de petites quantités et est donc cher. La quantité vendue par détaillant étant minime, la vente prend beaucoup de temps. Ces frais élevés sont cause que deux types de cette forme de vente seulement sont de quelque importance.

Le premier est la vente de légumes et de certaines espèces de fruits par des producteurs établis à proximité des grandes villes aux détaillants de ces villes. En règle générale, cette vente s'effectue dans les centres de consommation sur les marchés de gros dont nous parlerons plus tard et où les grossistes distributeurs vendent au commerce de détail. Sur ces marchés, un emplacement est réservé aux producteurs et les détaillants peuvent y acheter une partie de l'assortiment dont ils ont besoin. Les frais de transport ne sont pas élevés et la perte de temps est réduite au minimum. Le producteur doit assurer lui-même le triage, l'emballage et éventuellement l'entreposage.

Le deuxième est l'approvisionnement des grosses entreprises de vente au détail auprès des grandes exploitations horticoles. Nous parlerons ultérieurement de cette méthode, notamment à propos de cette forme de commerce de détail.

Dans le même ordre d'idées, signalons une méthode d'achat pratiquée par certains détaillants et qui diffère peu de la précédente à savoir l'achat direct aux criées. Les frais dus au transport et à la perte de temps sont la raison pour laquelle dans ce cas les détaillants, surtout les petits, ne peuvent fréquenter que les criées des environs immédiats, criées des faubourgs des villes, où l'offre est si diversifiée que le détaillant y peut acheter une partie importante de l'assortiment dont il a besoin.

Dans ce dernier cas encore, les grosses entreprises de vente au détail occupent une position à part dont nous parlerons plus loin.

Du producteur aux grossistes distributeurs

Les producteurs qui n'ont pas la possibilité de livrer directement au commerce de détail, parce qu'ils en sont trop loin par exemple, se rendent évidemment compte de la différence de prix entre les marchés des producteurs et les marchés de gros dans les centres de consommation, et ils cherchent à bénéficier d'une manière ou d'une autre des prix

les plus élevés. Cela leur est possible en partie en livrant directement aux grossistes distributeurs, encore qu'ils doivent alors assurer eux-mêmes le triage, l'emballage, l'entreposage éventuel et le transport. Bien que nous n'en soyons pas encore à l'étude de la structure de la phase de distribution, faisons déjà remarquer que, dans la majorité des cas, les envois sont destinés aux maisons de courtage établies dans les marchés de gros, qui vendent pour le compte et aux risques et périls des producteurs.

Pour que cette méthode de vente, c'est-à-dire l'envoi en consignation, soit profitable, il faut que certaines conditions soient remplies. Premièrement, le producteur doit faire des envois suffisamment importants pour permettre un transport rationnel. Seules des entreprises horticoles assez grandes y parviennent. Deuxièmement, l'assortiment complet du producteur doit pouvoir atteindre les plus hauts prix dans une seule ville ou dans quelques-unes. Il faut donc que l'entreprise horticole ait un assortiment assez uniforme ou que la demande des consommateurs soit diversifiée. Troisièmement, il faut que le producteur soit absolument certain que le courtier fera les efforts nécessaires et qu'il portera en compte la totalité du produit de la vente, déduction faite de sa commission. A côté de maisons de courtage d'une parfaite correction, on en trouve d'autres qui ne méritent probablement pas cette confiance, ce qui est à l'origine de graves frictions. L'influence de la plupart des producteurs, à l'exception des plus grands, est trop faible pour qu'ils puissent obtenir un traitement correct dans ce dernier cas.

Parfois les producteurs envoient leurs produits à des maisons de courtage étrangères en éliminant ainsi même l'exportateur. Tout ce qui vient d'être dit au sujet de l'élimination du commerce collecteur de gros est applicable dans ce cas aussi.

Une autre possibilité de contact direct entre les grossistes distributeurs et les producteurs se présente dans le cas où les grossistes, attirés par les prix réduits à cette phase, se passent de la phase de collecte. Ils peuvent le faire en fréquentant les marchés des producteurs ou en s'adressant directement aux exploitations horticoles. Les grossistes doivent pouvoir y acheter des quantités suffisantes pour compenser les frais supplémentaires de transport et de perte de temps. Cette condition est remplie s'ils peuvent obtenir une grande partie de l'assortiment journallement nécessaire en visitant régulièrement quelques marchés pour producteurs ou s'ils peuvent trouver chez quelques producteurs un large volant de fruits propres au stockage.

C'est surtout l'extension des transports automobiles qui a élargi considérablement le champ d'action des grossistes distributeurs travaillant ainsi.

Là où le système des criées s'est développé, les conditions sont encore plus favorables à cette forme de commerce; en effet, ce commerce distributeur de gros peut alors, dans les centres de production, faire un choix dans une offre composée d'un assortiment complet. Le commerce collecteur de gros perd ainsi un débouché important dans un large cercle autour de son lieu d'établissement. Les grossistes collecteurs spécialisés pour ce débouché ne peuvent même pas se maintenir.

Intégration à la phase de distribution

Une des formes de résistance aux phénomènes que nous venons de mentionner est l'intégration du commerce collecteur de gros à la phase de distribution. Bien des entreprises qui pratiquaient auparavant le commerce collecteur de gros sont ainsi devenues en fait des entreprises de distribution de gros opérant sur un seul marché de gros dans un centre de consommation; seul leur lieu d'établissement rappelle encore leur fonction précédente.

Une autre forme d'intégration de la phase de collecte dans celle de distribution est l'établissement par les entreprises d'exportation d'une agence dans un pays d'importation. Il s'agit parfois de simples bureaux sans équipement qui jouent le rôle d'intermédiaires dans la vente et qui transmettent des renseignements à l'entreprise d'exportation. Les intégrations réussies se sont toutes transformées en véritables maisons de gros de la phase de distribution, complètement indépendantes de leur maison mère. Presque nulle part il n'a paru possible de subsister dans la phase de distribution avec les seuls produits du pays d'origine que la maison mère peut fournir.

Une intégration dans l'autre sens, c'est-à-dire un collecteur de gros se livrant à la production, est tout à fait exceptionnelle.

Coopératives de vente

La coopérative de vente est une deuxième forme de résistance des producteurs aux abus de la phase de collecte du commerce. Contrairement au système des criées, qui ne cherche pas à éliminer le commerce mais veut le forcer à la concurrence, la coopérative de vente vise bien à le faire disparaître. En pratique, cela revient à supprimer la phase de collecte.

Le niveau de prix pratiqué sur les marchés de gros dans les centres de consommation devient ainsi l'élément déterminant de la valeur des produits. Toutefois, la coopérative doit accomplir les mêmes tâches et supporter par conséquent les mêmes charges que le commerce collecteur de gros, à savoir les frais de triage, d'emballage, d'entreposage éventuel, de transport, d'entretien des contacts, etc. Le prix que la coopérative pourra payer aux producteurs après déduction de tous les frais ne

pourra être supérieur au prix payé par le commerce collecteur que si l'une ou plusieurs des conditions suivantes sont remplies : que la coopérative dispose d'une meilleure organisation que le commerce collecteur, qu'elle satisfasse mieux aux besoins du commerce distributeur ou qu'elle occupe une position plus forte que le commerce de collecte pour négocier avec le commerce distributeur, que les bénéfices du commerce collecteur soient de caractère monopolistique. La coopérative de vente est donc, en général, un excellent correctif en faveur des producteurs lorsque le commerce collecteur abuse d'une position locale privilégiée ou qu'il fonctionne mal et lorsque le niveau des prix dans le centre de production subit de ce fait une pression vers le bas.

La tâche d'une coopérative de vente est presque toujours de chercher des débouchés pour toutes les espèces de fruits ou de légumes que ses membres produisent. Si l'orientation vers l'achat prédomine dans le commerce collecteur et que les entreprises commerciales de cet échelon vendent la presque totalité de l'assortiment local, la position de départ de la coopérative et celle du commerce collecteur sont équivalentes. Là où le commerce collecteur s'est spécialisé en fonction des débouchés et que chaque entreprise n'achète de l'offre locale que ce dont elle a besoin, la coopérative se trouve désavantagée en raison de son faible degré de spécialisation. Il s'ensuit que beaucoup de coopératives de vente ne s'occupent que d'un assortiment limité. Dans un certain nombre de centres, une extension ne serait même pas possible à cause de la faible diversité de l'assortiment local; dans d'autres, la coopérative n'accepte que des membres ayant un plan de culture identique et assez peu diversifié. Si la répartition géographique des ventes est peu étendue, le point de

départ de la coopérative est encore le même que celui du commerce collecteur de gros.

L'établissement du prix présente certaines difficultés dans cette forme de vente. Etant donné que le prix à payer dépend du résultat de la vente, il ne peut être connu qu'après coup. Cela a deux conséquences étroitement liées. En premier lieu, les prix sont mal connus et le marché est difficile à suivre. En second lieu, il arrive souvent, dans le cas de coopératives peu puissantes, que les producteurs vendent directement au commerce collecteur dès que celui-ci semble offrir un prix favorable et que, par contre ils inondent la coopérative lorsque le « marché libre » semble faible. Ces deux phénomènes empêchent tantôt la coopérative tantôt le commerce collecteur de travailler efficacement.

Cette forme d'intégration ne s'est jamais étendue jusqu'à la phase de distribution; cela n'a semblé ni nécessaire ni possible. Pas nécessaire, parce que la concurrence sur les marchés de gros des centres de consommation est suffisamment forte pour « faire apparaître la tendance profonde du marché » et que de meilleurs résultats ne peuvent donc être obtenus; pas possible, parce que l'assortiment de la coopérative est trop limité pour qu'elle puisse étendre avec succès son action à la phase de distribution.

Il est vrai que, dans un certain nombre de cas, les produits des coopératives n'arrivent pas au commerce distributeur de gros, notamment lorsqu'ils sont vendus aux grosses entreprises de vente au détail. Sans vouloir anticiper sur l'étude de ce type d'entreprise, signalons dès maintenant que la coopérative de vente est par excellence propre à satisfaire aux besoins de ces magasins qui désirent une fourniture régulière de lots uniformes. Le commerce collecteur de gros peut d'ailleurs s'organiser aussi à cet effet.

LA PHASE DE DISTRIBUTION

1. LA FONCTION DU COMMERCE DISTRIBUTEUR DE GROS

Le consommateur achète une grande partie des fruits et légumes dont il a besoin au commerce de détail; il achète le plus souvent de petites quantités à la fois, pour un ou pour quelques jours. Les cas où le commerce de détail n'intervient pas ont déjà été traités au chapitre premier.

Le commerce de détail des fruits et légumes prend diverses formes. Nous pouvons distinguer le commerce spécialisé dans les fruits et légumes, et le commerce général d'alimentation qui, à côté de nombreux autres produits, vend également des fruits et des légumes.

Le commerce spécialisé a diverses méthodes de travail. La vente au marché est universellement répandue; elle se fait périodiquement — au moins une fois par semaine et souvent même quotidiennement — sur des marchés de détail qui se tiennent sur les places publiques des centres peuplés et où les consommateurs font leurs achats. Une deuxième méthode est le magasin de fruits et de légumes qui vend presque exclusivement ces produits, soit frais, soit en conserves; dans certains cas le commerçant fait aussi une tournée dans le quartier, c'est-à-dire qu'il visite ses clients habituels avec une voiture portant son assortiment principal. Une troisième méthode est la vente à un emplacement fixe autre que les marchés de consommateurs, par exemple au croisement de rues très passantes. Il y a enfin le commerçant ambulant qui parcourt les rues avec une charrette remplie de produits. Les deux premières formes, surtout les magasins, ont un assortiment très étendu; la dernière est en général destinée à la vente d'un seul produit qui doit être écoulé rapidement pour éviter qu'il ne se gâte.

Le magasin d'alimentation avec vente de fruits et de légumes se rencontre lui aussi sous diverses formes. La plus simple est l'épicerie où l'on vend des articles d'alimentation et d'autres articles de consommation courante, de même que quelques espèces de fruits et éventuellement quelques légumes. L'épicier peut être membre d'une coopérative d'achat ou d'une chaîne volontaire, mais il peut aussi être totalement indépendant. D'ailleurs, les fruits et les légumes se vendent de plus en plus dans les magasins d'alimentation appartenant aux entreprises à succursales ou aux coopératives de consommation qui ont très souvent un assortiment assez complet. Ces produits sont également en vente au rayon d'alimentation des grands magasins.

Chaque commerce de détail qui vend des fruits et des légumes a donc un assortiment différent, tant en volume qu'en composition.

La composition, variable selon la saison, dépend en premier lieu du type du commerce, mais aussi des habitudes de consommation qui varient selon la localité et selon la catégorie de population à laquelle appartient la clientèle. Insistons sur le fait que les habitudes de consommation varient considérablement de région à région et, dans une même région, selon un certain cycle saisonnier.

Les éléments de chaque assortiment proviennent de divers centres horticoles dont beaucoup sont situés à l'étranger et certains même sur d'autres continents.

L'aspect « classification »

Un des aspects les plus importants de la tâche du commerce distributeur de gros est de faire venir dans la région consommatrice un assortiment sélectionné parmi tout ce que proposent les diverses régions de production, et susceptible d'offrir aux détaillants ce qui leur convient le mieux. Nous trouvons donc là la dernière classification de l'assortiment, pour autant évidemment que le commerce de détail n'achète pas lui-même dans les centres de production.

Normalement, cette classification n'exige pas de travail de triage et d'emballage car il aura déjà été effectué dans la phase de collecte. Cependant, certains produits supportent bien le transport en vrac et ne sont emballés qu'à leur arrivée au centre de consommation; c'est alors le commerce distributeur de gros qui a pour tâche d'assurer l'emballage; même le triage pourra être différé jusqu'à ce moment. Autrement, celui-ci reste limité à tel ou tel lot qui semble avarié et qui doit de ce fait être trié.

Le commerce distributeur de gros est en outre souvent chargé de reprendre chez les détaillants les emballages non perdus provenant des centres de culture et de les renvoyer à leurs propriétaires. Ailleurs, des entreprises spécialisées, notamment les centres d'emballage, s'en chargent.

L'aspect « quantité »

Le chiffre d'affaires moyen par point de vente au détail est trop réduit par sorte ou par catégorie pour que le détaillant puisse entretenir sans frais unitaires trop élevés des contacts permanents avec la phase de collecte dans les différents centres de

culture intéressés et assurer un transport efficace au départ de chaque centre. Seul un très gros chiffre d'affaires le permet.

Le commerce distributeur de gros par contre peut atteindre le chiffre d'affaires minimum nécessaire pour maintenir les frais de contact et de transport à un niveau suffisamment bas par unité vendue.

Autres aspects

Le commerce distributeur de gros ne joue pas un rôle important dans l'élimination de la différence de temps entre la récolte et la consommation qui se situe souvent beaucoup plus tard. Comme nous l'avons déjà fait remarquer, l'entreposage se fait de préférence dans les centres de production. C'est pourquoi le commerce distributeur de gros ne dispose que d'un volant suffisant pour combler l'intervalle entre deux envois successifs. En cas d'engorgement passager du marché, on peut louer des locaux réfrigérés dans la plupart des centres d'approvisionnement. La formation de réserves ne se déplace vers les régions de vente que si la capacité de stockage dans les centres de culture est inférieure aux besoins.

Il n'est pas exclu que le commerce distributeur de gros assure parfois le financement du commerce de détail. Contrairement à la relation commerce de gros-producteur où la récolte constitue une garantie, il n'existe dans ce cas aucune garantie que les obligations contractées seront respectées. C'est pourquoi ce mode de financement reste limité aux grossistes collecteurs qui, pour pouvoir se maintenir, sont obligés d'augmenter fortement leurs ventes.

2. DE LA FONCTION AU REVENU

Le coût

Le commerce distributeur de gros a sa place dans les centres de consommation ou à proximité de ceux-ci. Il ne doit pas être à une distance telle que le commerce de détail puisse trouver plus près une partie importante de son assortiment.

Dans les grandes villes, notamment dans les agglomérations de plus de 500 000 habitants, le débouché est assez vaste pour qu'une grande concentration de grossistes soit possible. Le contact entre le commerce distributeur de gros et les détaillants s'établit alors sur le marché de gros où le commerce de gros a ses emplacements de vente. Dans les villes plus petites, la concentration locale n'existe pas sous cette forme apparente, bien qu'on puisse l'observer sous une forme plus discrète. Dans les deux cas, le détaillant de la ville ou des alentours se déplace d'habitude lui-même et compare les prix et les qualités chez plusieurs grossistes. Dans

ces conditions, les frais des firmes de gros comprennent le personnel, les locaux et l'équipement nécessaires aux activités de vente et de classification, les frais pour maintenir des contacts avec la phase de collecte dans les divers centres de production et, éventuellement, les frais de transport pour aller chercher la marchandise et les frais dus aux pertes.

La situation à la campagne est tout autre. La faible densité de population et le haut degré d'auto-approvisionnement ne permettent pas d'avoir un réseau serré d'entreprises de distribution. Le commerce distributeur de gros doit pouvoir desservir une région étendue pour atteindre un chiffre d'affaires suffisant. La visite chez les détaillants au moyen de véhicules portant l'assortiment principal, éventuellement complétée par des conversations téléphoniques, est alors la méthode de vente usuelle des grossistes. Dans ce cas, les frais du commerce distributeur de gros comportent aussi les frais occasionnés par le parc automobile qui maintient la liaison entre l'entrepôt du grossiste et le détaillant.

Bien que beaucoup de ces frais contiennent un élément fixe, celui-ci n'est pas si lourd qu'il en résulte une tendance à la formation de grandes entreprises. Là encore, d'ailleurs, certaines forces agissent en sens contraire.

Le revenu

Le revenu brut du commerce distributeur de gros provient de différences de prix ou d'une commission.

Quand il s'agit d'envois en consignation, c'est le taux de commission habituel dans la région (y compris la commission de ducroire) qui constitue le revenu brut. Dans ce cas, on ne peut parler de différence de prix. Cependant, il n'est pas certain que tous les commissionnaires portent en compte le produit exact de la vente et non (seulement) un prix qui suffit tout au plus à ne pas perdre le contact avec l'expéditeur. Ce n'est pas que nous voulions condamner le commerce à la commission en tant que tel ni dénigrer la grande majorité des maisons de courtage extrêmement sérieuses, mais nous signalons simplement ce phénomène qui existe réellement et qui peut causer des déceptions, surtout aux petits commettants qui n'ont pas une connaissance suffisante du marché et pas assez de puissance pour négocier.

On peut réellement parler de différence de prix si le commerce distributeur de gros achète pour son propre compte à la phase de collecte ou éventuellement aux producteurs. La différence entre le prix d'achat payé et le prix obtenu lors de la vente au commerce de détail constitue alors le revenu brut. Il faut aussi que le risque que représentent les débiteurs soit couvert par cette différence. L'intervalle entre l'achat et la vente est généralement

court. Le risque de baisse de prix mais aussi les chances de gain sont cependant très grands en raison des fluctuations rapides de prix et du caractère périssable de certains produits. Cette probabilité de perte ou de gain est évidemment encore beaucoup plus grande si le commerce distributeur de gros veut se livrer à la spéculation et procède à la constitution de stocks ou à l'achat à terme.

La concurrence à l'achat est généralement vive. Les acheteurs de la phase de distribution aussi bien que les vendeurs de la phase de collecte connaissent la situation du marché et ont assez de relations pour profiter des occasions qui se présentent.

La vente au commerce de détail dans les villes, surtout les grandes villes, s'effectue également dans des conditions qui ressemblent fort à la concurrence parfaite. Il ne faut pas oublier qu'il y a très longtemps déjà l'autorité communale a joué un rôle régulateur dans le système des marchés. En certains endroits, surtout dans les grandes villes anciennes, cette intervention existe encore en partie par le jeu de la réglementation municipale moderne. Il se peut, par exemple, que la vente en gros ne soit autorisée que sur les marchés de gros ou que l'établissement de firmes de gros à proximité de ces marchés soit interdit. Lorsque les marchés sont trop petits, cette réglementation limite la concurrence du côté de l'offre dans la mesure où elle entrave tout nouvel établissement. Très souvent, le terrain et les bâtiments du marché de gros appartiennent directement ou indirectement à l'autorité communale parce que celle-ci y voit une tâche utile à l'approvisionnement de la ville. Ce service fourni par l'autorité ne constitue pas en soi une restriction, bien au contraire; un marché bien organisé qui attire le commerce permet d'avoir une meilleure vue d'ensemble et contribue ainsi à une bonne formation des prix.

A cet égard aussi, la situation est différente à la campagne et dans les villes de moindre importance. Le commerce de détail ne peut s'adresser qu'à quelques grossistes tout au plus; d'où, éventuellement, une situation de monopole qui se traduit par un assortiment encore plus limité et un niveau de prix encore plus élevé que celui qui découle du fait que les frais sont plus importants. L'apparition de la camionnette et du camion de livraison a permis à beaucoup de détaillants de prendre directement contact avec les grands centres commerciaux et de réduire notablement, dans beaucoup d'endroits, le monopole en question.

A cette phase également, une réaction appropriée aux innombrables fluctuations des prix est d'une importance capitale pour la réussite de l'entreprise de commerce de gros. C'est en partie pour cette raison que ce genre d'entreprise est lié à la personne

du dirigeant et que presque toutes les entreprises de distribution de gros sont restées des entreprises purement individuelles.

Pour être complet, il convient, à la fin de ce paragraphe, de faire quelques remarques au sujet du processus de formation du prix au dernier échelon de la phase de distribution, celui du commerce de détail. En beaucoup d'endroits, la concurrence est limitée malgré l'existence d'innombrables commerces de détail sous de nombreuses formes. Le consommateur n'a qu'une vue très réduite du marché et, consciemment ou non, il ne fait pas seulement attention au prix et à la qualité, mais aussi à l'étendue du choix, à la possibilité de crédit, à la proximité et à la réputation de la maison, à la personne du détaillant et à des facteurs semblables qui tous libèrent en quelque sorte le détaillant de la concurrence directe. C'est ainsi que beaucoup de magasins de détail se maintiennent malgré un chiffre d'affaires minime, et malgré les frais et les prix élevés qui en découlent.

Tensions sur le plan horizontal

Le commerce distributeur de gros offre en général l'assortiment complet de fruits et de légumes frais dont l'ensemble des acheteurs a besoin; l'orientation vers la vente prédomine donc. C'est pourquoi les firmes doivent s'efforcer d'avoir l'assortiment le plus large.

Sur les marchés de gros, une entreprise spécialisée peut cependant avoir un volume d'affaires suffisant pour travailler rationnellement. Cette spécialisation doit porter sur la nature des produits: fruits ou légumes, pommes seulement, etc., ou sur le lieu d'origine: marché intérieur ou extérieur, pays A, pays B, etc. Dans tous ces cas, il faut plutôt parler de tendances que de spécialisation formelle, l'orientation vers l'achat prédominant.

Une spécialisation vers la vente, c'est-à-dire vers une certaine catégorie de consommateurs, est encore moins fréquente, du moins si nous négligeons la spécialisation géographique, c'est-à-dire les entreprises de distribution de gros qui s'orientent vers une région déterminée, le plus souvent vers celle où elles sont établies.

La combinaison des ventes, c'est-à-dire l'extension de l'assortiment au-delà du secteur des fruits et légumes, ne se rencontre pas à cet échelon. Seules les pommes de terre font exception.

Une seule remarque doit être faite au sujet de l'élimination sur le plan horizontal, c'est-à-dire l'élimination d'entreprises de distribution de gros de fruits et légumes par d'autres. En certains endroits, les chaînes volontaires y ont réussi. Nous appelons chaîne volontaire une organisation de grossistes distributeurs autonomes (en épicerie)

dirigée de façon centralisée et qui, par une délimitation mutuelle des secteurs, par la conclusion de contrats avec des détaillants (épiciers) autonomes groupés à cet effet, par l'établissement d'un certain lien entre le client et les détaillants, vise à rationaliser le système de distribution (système universellement connu sous le nom de « Spar » d'après la première organisation de ce genre en Europe). Certaines de ces organisations fournissent aussi, le cas échéant, des fruits et des légumes aux détaillants affiliés dans les régions où ces produits figurent assez fréquemment dans leur assortiment.

3. TENSIONS SUR LE PLAN VERTICAL

Les notions de différenciation, d'intégration et d'élimination mentionnées au paragraphe précédent ont aussi leur importance pour la description ultérieure de la phase de distribution.

Dans la plupart des cas, la phase de distribution comprend au minimum deux échelons, le commerce de détail et le commerce de distribution de gros. Nous avons déjà expliqué cette distinction plus haut et nous ne nous arrêterons maintenant qu'aux différenciations dans le commerce de distribution de gros. Le commerce d'importation en particulier constitue une telle forme de division du travail.

Par endroits, le commerce de distribution de gros a éliminé tout ou partie des entreprises de collecte en s'approvisionnant directement chez les producteurs ou aux criées. Nous avons déjà parlé de ce procédé au chapitre précédent et nous n'y reviendrons plus. Pour le reste, il n'y a pas de tentatives d'intégration à signaler de la part du commerce distributeur de gros, sauf quelques rares cas où un commerce de gros exploite en même temps un magasin de détail. Toutefois, ces intégrations peuvent aussi être entreprises par le commerce de détail.

Après ce que nous avons fait observer au sujet des contacts directs entre producteurs et commerce de détail, l'élimination du commerce de distribution de gros par les diverses formes de grandes entreprises de vente au détail devra aussi retenir notre attention.

Commerce d'importation et autres différenciations

Les explications données aux deux paragraphes précédents s'appliquent aussi en grande partie au commerce d'importation qui n'est en réalité qu'un commerce de distribution de gros orienté vers l'achat à l'étranger, c'est-à-dire une forme de spécialisation. Dans de nombreux cas les maisons d'importation ne vendent cependant pas directement aux détaillants ordinaires. L'échelon du commerce de gros se décompose alors en commerce d'importation et en commerce de demi-gros, ce dernier formant un chaînon intermédiaire entre importateurs et détaillants.

Après les considérations générales sur le commerce de distribution de gros, le commerce de demi-gros n'exige pas d'autres commentaires. Il s'occupe de toutes les activités dont nous avons déjà parlé, sauf de l'importation; il achète les produits étrangers au commerce d'importation. Il ne reçoit généralement que peu ou pas d'envois en consignation.

Le commerce d'importation trouve sa justification économique dans un chiffre d'affaires relativement grand et dans les connaissances spéciales qui sont requises pour y réussir. Pour être prise en considération en tant qu'acheteur par le commerce d'exportation, une entreprise d'importation doit avoir des ventes assez considérables et assez diversifiées pour pouvoir vendre régulièrement et rapidement les chargements normaux (wagon, camion) à des prix raisonnables. La vente directe au commerce de détail avec fractionnement des lots en de très nombreuses petites unités empêche d'atteindre la capacité nécessaire. D'un autre côté, le niveau assez élevé des frais fixes, notamment pour le maintien des contacts avec l'étranger, exige un chiffre d'affaires relativement important. Ces contacts sont indispensables pour obtenir une bonne vue d'ensemble de ce qui est disponible à l'étranger à des prix qui permettent un approvisionnement régulier de la clientèle intérieure en produits courants.

Pour atteindre le chiffre d'affaires nécessaire, une entreprise entièrement spécialisée dans l'importation doit disposer de débouchés importants dans les environs immédiats. C'est pourquoi, en règle générale, on trouve ces firmes sur les marchés de gros dans les grandes villes. La spécialisation d'après le pays d'origine maintiendrait la capacité d'exploitation très en-deçà du minimum requis pour pouvoir travailler de façon concurrentielle, et elle est de ce fait rare. En acceptant des produits en consignation, le commerce d'importation se libère des risques découlant du fait qu'il ne peut être au courant de la situation dans chacun des pays et il les reporte sur le commerce d'exportation plus compétent en la matière. Il est alors mieux à même de se consacrer à une prospection très intensive de la région de vente.

Cette spécialisation existe exceptionnellement dans les localités où un très grand flot de fruits ou de légumes arrive d'un pays d'exportation déterminé. Il s'agit alors vraiment d'une spécialisation en fonction de ce pays d'origine.

On remarque souvent aussi une spécialisation partielle lorsqu'une maison d'importation se consacre à la fois à l'assortiment général de tous les pays et spécialement aussi aux produits d'un pays déterminé qui exporte peu et avec lequel d'autres firmes locales n'ont pas de relations commerciales.

Il faut mentionner à part les firmes d'importation spécialisées pour les produits d'outre-mer. Les frais

fixes sont plus élevés par suite des difficultés de communication et, de plus, les unités de chargement sont souvent plus grandes dans le transport maritime que dans les transports terrestres. Ce phénomène est très important dans le commerce des bananes dans lequel les conditions d'achat, de transport et de manutention sont très particulières; seules de très grandes firmes d'importation ont des chances de succès d'où certaines formes particulières. En premier lieu, une différenciation supplémentaire peut apparaître, dans laquelle l'importateur de produits d'outre-mer fournit à l'importateur ordinaire moins important les produits d'outre-mer dont celui-ci a besoin pour compléter son assortiment. Un échelon supplémentaire est ainsi ajouté à la phase de distribution. En second lieu, il arrive que l'importateur de produits d'outre-mer recoure à une méthode de vente très dynamique, le système des criées. Il existe dans beaucoup de villes portuaires des criées pour les produits importés; ce ne sont pas des entreprises différenciées mais des installations appartenant à des groupes de firmes d'importation et où ces firmes vendent elles-mêmes leurs produits. En troisième lieu, la nécessité de vendre sur une grande échelle a conduit à l'établissement de succursales de firmes d'importation de ce type sur de nombreux marchés de gros. En général, et afin que les acheteurs aient un choix suffisant, ces succursales n'offrent pas que les produits d'outre-mer qui constituent cependant la base de leur assortiment.

Dans les grands pays, la distance entre régions de production et régions de consommation peut être plus grande qu'entre certains pays d'exportation et d'importation. Il y a alors place dans la phase de distribution pour une différenciation semblable à celle du commerce d'importation. Il s'agit surtout de maisons de courtage approvisionnées par la phase de collecte ou directement par les producteurs, et qui vendent en partie aux grossistes et en partie aux détaillants.

Nous ne pouvons terminer cette partie sans signaler un phénomène qui se manifeste depuis un certain nombre d'années et qui fait reculer, ou élimine même, le commerce d'importation en tant que branche différenciée du commerce. On remarque de plus en plus que le commerce de distribution de gros ordinaire, travaillant souvent en demi-gros, commence à importer directement lui-même : d'abord d'un pays voisin puis souvent aussi d'autres pays. Les raisons de ce changement sont à notre avis les débouchés croissants dans les villes plus petites par suite de l'expansion des villes et d'une consommation accrue par habitant, l'amélioration des communications avec l'étranger et la grande souplesse des transports automobiles. Dans ces villes, il n'y a pas place pour plusieurs importateurs et l'entreprise de distribution de gros ainsi spécialisée jouit en quelque sorte d'une position de monopole,

surtout s'il n'existe pas, dans les environs immédiats, de marché de gros que le commerce de détail pourrait facilement atteindre en camionnette.

Les grandes entreprises de vente au détail

Dans un passé récent, la tendance à éliminer le commerce distributeur de gros s'est nettement manifestée. Elle trouve son origine dans le commerce de détail, non dans le commerce spécialisé des fruits et légumes, mais dans le commerce d'alimentation générale. Dans ce dernier secteur, à l'inverse du premier, il existe d'importantes concentrations de firmes ou d'entreprises.

Cette concentration se manifeste sous diverses formes. Voici les principales formes de grandes entreprises de vente au détail : l'établissement à succursales multiples, c'est-à-dire une entreprise dirigée de façon centralisée, faisant le commerce des articles de première nécessité, travaillant dans une région uniforme, ayant de nombreuses succursales, toutes établies dans des endroits où les consommateurs font leurs achats journaliers; le grand magasin, ayant un assortiment très vaste qui comprend souvent les denrées alimentaires, situé dans les centres commerçants des grandes agglomérations et travaillant dans une région étendue avec un certain nombre de succursales toutes importantes; la coopérative de consommateurs, c'est-à-dire l'élimination du commerce de détail indépendant par une organisation de vente se trouvant dans les mains des consommateurs, ayant une autonomie locale et fondée sur la coopération volontaire sur le plan régional ou national; le groupement d'achat d'épiciers indépendants visant à l'élimination du commerce de distribution de gros par sa propre organisation de commerce de gros (on rencontre aussi cette forme avec des détaillants en fruits et légumes seulement, mais elle n'est jamais très importante). La chaîne volontaire que nous avons mentionnée ailleurs présente une certaine ressemblance pratique avec le groupement d'achat.

Toutes ces entreprises et organisations ont au moins un élément commun, à savoir que la concentration fait que la demande est un multiple de celle de chaque magasin particulier. En ce qui concerne le secteur des fruits et légumes, le dernier échelon du commerce de distribution de gros devient superflu, sauf pour quelques rares produits qui ne peuvent être vendus sur une grande échelle. La plupart des produits peuvent utilement être achetés à la phase de collecte ou au commerce d'importation. Le besoin de certains produits essentiels est si grand que le contact direct avec le commerce d'exportation se justifie commercialement. Cela vaut d'autant plus à mesure que la capacité de vente et la direction centrale sont plus fortes. Une entreprise aussi puissante qui achète des lots non fragmentés

et qui est financièrement solide est évidemment intéressante pour toute entreprise de commerce de gros, ce qui se traduit par des prix très favorables.

L'élimination de certains échelons du commerce de gros ne signifie pas que le travail normalement effectué à ces échelons puisse aussi être supprimé. Mais il est possible que la grande entreprise de vente au détail le fasse plus rationnellement. C'est certainement nécessaire étant donné que ces grandes concentrations fonctionnent inévitablement de manière plus bureaucratique que le commerçant qui a un intérêt personnel immédiat dans la marche des affaires. Dans les organisations plus grandes, ces deux éléments ne coïncident pas toujours entièrement. C'est un inconvénient parce que nous avons constaté plus haut que l'intuition personnelle joue précisément un rôle décisif dans le commerce de gros.

Habituellement, une grande entreprise de distribution approvisionne un certain nombre de magasins à partir d'un dépôt. C'est donc là que la dernière classification s'effectue et elle se fait entièrement en fonction des magasins affiliés. En laissant venir les différents produits de l'échelon de vente directement à ce dépôt, on peut établir un système particulier de distribution fonctionnant en souplesse et épargnant beaucoup de frais de transport aller-retour, de classification, de conditionnement et de transbordement que les rapports habituels entre le producteur et le consommateur comportent. L'efficacité de ce système peut encore être renforcée en mettant l'accent sur les produits essentiels et en organisant un flot régulier de produits standardisés. L'adaptation continue, si difficile, à des variations toujours nouvelles se trouve ainsi plus ou moins limitée. Ce besoin d'assurer une telle régularité et une telle uniformité pousse les grandes entreprises de distribution plus fortement encore dans la direction de la phase de collecte que ne le fait déjà leur grand pouvoir d'achat. Là elles trouvent en effet des coopératives de vente, des ententes de grands producteurs, des grossistes collecteurs assistés éventuellement par des criées

qui tous peuvent satisfaire ces besoins. A cet égard il importe peu que les cours à l'achat suivent à peu près l'évolution des prix de marché. Les grandes entreprises de vente au détail évitent habituellement de constituer des stocks; elles n'ont pas besoin de spéculer. Ces avantages peuvent, dans une entreprise bien organisée, compenser l'inconvénient de la bureaucratie, surtout dans les régions où plusieurs éléments du commerce de détail sont susceptibles de rationalisation, soit parce que la main-d'œuvre est trop coûteuse, soit parce que les méthodes de travail sont inefficaces.

Une grande entreprise de vente au détail est d'ailleurs capable de beaucoup plus : surtout de rationaliser les méthodes de vente. Elle peut disposer de capitaux nécessaires à la construction de supermarchés et de magasins à libre service; elle a une administration qui peut orienter l'assortiment vers les produits rentables; elle peut appuyer systématiquement son travail par des campagnes de publicité appropriées. Ces moyens ne se trouvent évidemment pas tout à fait hors de portée des petits magasins; toutefois, la grande entreprise de vente au détail occupe une position plus forte à cet égard.

Nous sommes finalement conduits à parler du préemballage que beaucoup considèrent, non sans fondement, comme un élément indispensable de ces méthodes rationnelles de vente. Le préemballage est sans doute déjà important pour un certain nombre de produits; son développement est cependant encore manifestement freiné par les difficultés techniques et psychologiques. Il en résulte qu'il n'y a pas encore d'uniformité dans l'organisation du préemballage. Il s'effectue parfois dans les magasins, mais le plus souvent dans les dépôts de la grande entreprise de distribution ou dans la phase de collecte. Il semble qu'on ait tendance à placer autant que possible le préemballage à la phase de la collecte, surtout si le niveau des salaires y est bas et si le caractère périssable des produits ou les frais de transport n'y font pas obstacle.

LA SITUATION DANS LES PAYS DE LA C.E.E.

Après l'analyse de la structure du commerce de fruits et légumes en général, nous arrivons à la description de la situation dans les six pays de la C.E.E. Une description exhaustive serait trop détaillée et elle n'est d'ailleurs plus nécessaire; nous nous bornerons à mentionner les échelons principaux et ceux qui font défaut, et à faire quelques remarques concernant certains phénomènes particuliers.

1. BELGIQUE

La phase de collecte

La plupart des méthodes dont nous avons parlé sont appliquées en Belgique. On y trouve la vente dans les criées, l'achat direct par le commerce de gros aux producteurs sur le marché des producteurs, de même que la livraison aux ramasseurs. Les exportateurs interviennent aussi. De plus, la vente directe par les producteurs aux consommateurs et au commerce de détail a une certaine importance. Les fruits sont parfois pris à ferme, c'est-à-dire qu'ils sont achetés longtemps avant la récolte laquelle est effectuée par l'acheteur.

Les coopératives de vente n'existent pas en Belgique et les producteurs n'envoient jamais leurs produits en consignment dans les villes. La production est probablement trop variée et provient dans une trop grande mesure de petites entreprises familiales.

Ces derniers temps ont vu surtout un développement prononcé du système des criées, tant dans le secteur des légumes que dans celui des fruits, sauf pour la chicorée witloof et les raisins. Dans ce petit pays où la distance entre régions de production et régions de consommation n'est jamais grande, si bien que tous les transports de fruits et de légumes se font par la route, le développement des criées a contribué à l'élimination du commerce de collecte par les grossistes distributeurs qui achètent directement aux producteurs. Les grossistes eux-mêmes ont été forcés de vendre directement au commerce de détail dans les centres de consommation; ils ont continué à se spécialiser pour les produits de leur région d'établissement ou d'origine. C'est ainsi qu'en dehors des criées il n'existe souvent plus qu'un seul échelon entre producteur et détaillant. Les détaillants les plus importants peuvent même souvent s'approvisionner utilement aux criées.

Il ne faut pas déduire de ce qui précède que le système des criées aurait supplanté complètement les autres méthodes citées ou que le nombre

d'échelons ne serait nulle part supérieur à un. Par endroits, le commerce de collecte continue d'effectuer ses tâches habituelles telles que le triage, l'emballage et l'entreposage éventuel. Même le commerce de ramassage est encore actif, notamment pour la chicorée witloof qui est un important produit d'exportation, ainsi que dans quelques régions où l'horticulture sert d'occupation d'appoint aux familles des travailleurs industriels.

Le système belge des criées a une structure coopérative, il applique la livraison obligatoire et fonctionne pour le reste de la manière habituelle. Dans quelques rares criées, la vente des légumes est combinée avec celle de fleurs ou d'œufs. Les criées pour les fruits peuvent assurer le triage et l'entreposage pour des quantités limitées, bien que leurs membres — notamment ceux dont les exploitations sont plus grandes — assurent le plus souvent ces tâches eux-mêmes.

Les exportations belges se chiffrent en moyenne à 920 millions de francs belges (18,5 millions de dollars) par an ⁽¹⁾. Les produits principaux sont la chicorée witloof (470 millions de francs belges, soit 9,3 millions de dollars), exportée surtout vers la France, et les pommes et les poires (120 millions de francs belges, soit 2,4 millions de dollars), expédiées principalement vers l'Allemagne (R.F.).

Ce volume d'exportation est trop petit pour donner lieu à un commerce d'exportation très différencié. Bien que certaines entreprises commerciales se consacrent exclusivement à l'exportation de chicorée witloof, et quelques autres à celle de pommes et de poires, les exportations sont faites en règle générale par des entreprises qui s'occupent d'abord intensivement du commerce de gros intérieur. L'exportation de chicorée witloof vers les Etats-Unis, relativement peu importante, est une semi-spécialisation de certaines entreprises d'exportation.

Alors que les envois en consignment n'existent pratiquement pas dans le commerce intérieur, ils sont loin d'être exceptionnels dans le commerce d'exportation.

Le transport vers des pays situés sur le continent européen s'effectue généralement par véhicule automobile, mais le transport par chemin de fer a encore une certaine importance.

(1) a) Sauf mention contraire, tous les chiffres cités au présent chapitre représentent la moyenne de la période 1958-1961.
b) Source: Bulletin mensuel du commerce extérieur de l'Union économique belgo-luxembourgeoise.

La phase de distribution

Le commerce de distribution de gros n'appelle pas de remarques spéciales. Les considérations générales formulées au chapitre précédent s'y appliquent à peu près totalement.

Les importations se chiffrent à 2 010 millions de francs belges (40,3 millions de dollars) par an, et consistent principalement en oranges et en pommes, provenant surtout d'Espagne et des Pays-Bas. Bien que ce volume permette une certaine différenciation, une partie des importations se trouve dans les mains du commerce général de distribution de gros qui fournit aussi bien aux demi-grossistes qu'aux détaillants et qui, en plus des produits d'importation, vend des marchandises d'origine locale.

C'est pour les produits venant sur le marché par l'intermédiaire de la criée des produits d'importation à Anvers que la différenciation est le plus prononcée. Ces produits sont destinés en partie au pays même, en partie au commerce de transit, notamment vers la république fédérale d'Allemagne.

En ce qui concerne la vente de fruits et légumes, les grandes entreprises de vente en détail n'ont qu'une importance secondaire dans le commerce de détail, bien que des modifications survenues récemment puissent être considérées comme étant les signes précurseurs d'une évolution. Ce type d'entreprise achète surtout au commerce de gros.

2. FRANCE

La phase de collecte

En France, où les centres horticoles et les grandes régions de consommation sont souvent très éloignés les uns des autres, on remarque, contrairement à ce que nous avons constaté en Belgique, une distinction très nette entre la phase de collecte et la phase de distribution.

Le grossiste collecteur, appelé en France expéditeur et orienté vers la vente sur le marché intérieur, est de loin l'échelon le plus important. Il accomplit dans cette phase presque toutes les tâches générales que nous avons décrites au deuxième chapitre. Il en va différemment pour le raisin parce qu'il ne se prête pas à un traitement dans le centre de triage et d'emballage de l'expéditeur; il est emballé sur le lieu de récolte. Contrairement à la tendance générale, les entreprises de la phase de collecte n'assurent pas l'entreposage des fruits. Celui-ci est effectué en partie par les producteurs, mais principalement dans les grands centres de consommation. Cela provient de l'existence de grands entrepôts réfrigérés dans ces centres alors qu'ils font défaut dans les centres de production. Au reste, la construction d'entrepôts frigorifiques dans les centres de production est à

l'heure actuelle encouragée avec succès, si bien que la situation à cet égard change rapidement.

Dans l'ensemble, on trouve un grand nombre de petits expéditeurs. Cela a donné naissance à une fonction auxiliaire particulière, celle de « groupeur », qui consiste à grouper en chargements suffisamment grands les lots des petits expéditeurs. Le transport vers les régions de vente se fait par la route et par le rail.

Les expéditeurs traitent généralement tout l'assortiment local et ils achètent la majorité des produits sur les marchés de producteurs qui se tiennent dans toutes les grandes et dans de nombreuses petites régions horticoles. De plus, ils achètent aussi directement aux producteurs; les pommes et les poires surtout s'achètent de cette façon; exceptionnellement, ils achètent même certains produits avant la récolte et effectuent eux-mêmes alors parfois les travaux de récolte. La chicorée witloof ne se vend pas non plus sur des marchés de ce genre. Sur les marchés de producteurs, la vente ferme est de règle. L'expédition se fait parfois aussi avec vente ferme, mais également en consignation, notamment vers les grandes villes (Paris en premier lieu).

Le commerce d'exportation n'est en général pas pratiqué par des entreprises séparées, mais par une branche des entreprises de collecte de gros orientées en premier lieu vers le marché national. En outre, certains grossistes de la phase de distribution, établis à Paris, mais ayant parfois des succursales travaillant (temporairement) dans les centres de production, participent à l'exportation. Cette situation tient au volume relativement minime des exportations. Par an, les exportations s'élèvent à 140 millions de francs ⁽¹⁾ (28,5 millions de dollars), principalement à destination de l'Allemagne (R.F.) ainsi que vers la Suisse, l'Algérie et la Grande-Bretagne. Les principaux produits sont les choux-fleurs, les raisins et les pommes de terre. Le transport se fait essentiellement par voie ferrée.

Par endroits, le commerce de ramassage a pu devenir une fonction complètement différenciée. Il forme la liaison entre le producteur et l'expéditeur là où le producteur a une récolte trop peu importante ou lorsqu'il habite trop loin du marché de producteurs pour s'y rendre lui-même. Les ramasseurs vendent généralement les produits collectés sur ces derniers marchés; ils reçoivent les produits en consignation aussi bien qu'à prix ferme.

Une autre forme de commerce de ramassage forme la liaison entre le marché des producteurs et l'exportateur installé ailleurs; en règle générale, un expéditeur établi sur ce marché pourra assurer cette liaison.

⁽¹⁾ Source: Statistique mensuelle de la France.

Vu le faible volume et le caractère discontinu des exportations, cette façon de faire se justifie. Le commerce de ramassage n'est pas, somme toute, un échelon important.

Le système des criées est peu important en France. Il est vrai qu'un plan prévoit de doter le pays d'un certain nombre de criées reliées entre elles par téléx; l'avenir montrera si ce plan est réalisable. Par contre, le pouvoir central met un grand plan à exécution en vue de rénover les principaux marchés pour producteurs et marchés de gros; dans les premiers, un emplacement est réservé à une criée. Mais cette faculté n'a été utilisée — et très modestement — qu'une seule fois. Au reste, ce vaste plan de rénovation consiste à créer des marchés très efficacement organisés et permettant une vue d'ensemble, ce qui ne modifiera pas la structure du commerce mais permettra de rationaliser le fonctionnement et d'améliorer la transparence du marché. Dans cet ordre d'idées, il convient de signaler encore qu'indépendamment de ce plan, un certain nombre de criées ont été instituées surtout en Bretagne.

La vente directe par les producteurs aux consommateurs est rare.

La vente des producteurs aux détaillants est un peu plus importante, surtout dans les alentours immédiats des grandes villes. Cependant, dans de nombreux cas, les producteurs de ces régions préfèrent recourir au commerce distributeur de gros. Ce contact s'établit en partie sur les marchés de producteurs qui sont situés assez près des régions de consommation pour être, grâce au développement des transports, à portée immédiate des grossistes distributeurs. Une autre possibilité consiste dans la livraison par le producteur à une grande entreprise de distribution située dans la région de consommation, ce qui épargne ainsi le temps exigé par la vente au commerce de détail.

Un certain nombre de grands producteurs établis dans des régions horticoles plus éloignées des centres de consommation pratiquent une autre forme de vente directe au commerce de gros. Ils envoient les produits en consignment aux marchés de gros. Pour des petites quantités, ils peuvent le cas échéant faire appel au « groupeur ».

Il y a en outre la coopérative de vente, un échelon relativement nouveau, qui est également encouragée par le pouvoir central, notamment pour ce qui concerne la construction d'entrepôts frigorifiques. Elle fonctionne généralement dans les conditions évoquées au chapitre II, c'est-à-dire avec un assortiment réduit qui est offert à la phase de distribution. Depuis peu elle a pris de l'importance dans certains centres. Elle cherche des débouchés à l'intérieur du pays aussi bien qu'en dehors des frontières.

Signalons enfin une forme mixte, dont l'importance va croissant, à mi-chemin entre la coopérative et la vente directe au commerce de distribution. Il s'agit de communautés d'intérêt dont les membres sont de gros producteurs et, le cas échéant, des commerçants qui disposent de vastes superficies de culture fruitière moderne. Elles assurent elles-mêmes le triage et l'emballage, de même que le stockage dans des entrepôts frigorifiques, et entretiennent elles-mêmes le contact avec les différents échelons du commerce de distribution.

La phase de distribution

Les deux formes principales du commerce distributeur de gros sont les entreprises qui vendent sur les marchés de gros les produits qu'elles ont achetés elles-mêmes ou qu'elles ont reçus en consignment, et les entreprises qui ont leur rayon d'action en dehors des grandes villes.

Le premier groupe vend au commerce de détail qui fréquente le marché ou aux demi-grossistes qui ont leur champ d'activité dans les environs de la ville. Un nombre croissant de détaillants des grandes villes couvrent leurs besoins chez des grossistes qui ne travaillent pas sur les marchés de gros. Dans les localités où le projet du pouvoir central que nous avons mentionné créera des marchés parfaitement équipés et de capacité suffisante, le marché de gros pourra regagner en importance. Là où rien n'a encore été fait, l'équipement est généralement primitif, le marché difficile à suivre et la capacité insuffisante, avec tous les inconvénients qui en découlent pour une formation régulière des prix.

Après les remarques faites à ce sujet au chapitre III, il n'y a rien de particulier à signaler en ce qui concerne le deuxième groupe. Son importance croît progressivement. Signalons pourtant que ces entreprises achètent directement à la phase de collecte et qu'elles n'ont donc aucun contact avec les marchés de gros.

Le commerce d'importation est établi surtout dans les villes portuaires. L'Afrique du Nord étant le principal pays fournisseur, Marseille a pu attirer une part considérable de ce commerce. Cependant, le commerce d'importation est développé dans les autres ports du Midi de la France aussi et dans quelques ports de la côte occidentale. Le total des importations se chiffre à 900 millions de francs (184,4 millions de dollars); les principaux produits sont les oranges et les tomates, ainsi que les pommes, les clémentines et les citrons.

L'Afrique du Nord fournit pour 570 millions de francs (115,8 millions de dollars), l'Espagne pour 119 millions de francs (24,3 millions de dollars) et l'Italie pour 87 millions de francs (17,8 millions de dollars). Les importateurs vendent aux deux types de grossistes distributeurs. Ils font parfois du

commerce de transit. La position du commerce portuaire est forte; toutefois, en certains cas, ce commerce est éliminé par les grandes entreprises de la phase de distribution ou par des entreprises de commerce de transit qui établissent des contacts directs avec les pays producteurs. L'élimination par les entreprises de distribution joue plus largement pour les exportations en provenance d'Espagne, pour lesquelles le transport sur terre est possible, que pour celles en provenance d'Afrique du Nord.

Les grandes entreprises de distribution n'occupent pas encore une position importante dans la distribution des fruits et légumes. Leur importance s'accroît cependant. Comme d'habitude, elles cherchent à éliminer le commerce distributeur de gros.

3. ITALIE

La phase de collecte

De même qu'en France, la structure du commerce en Italie présente une distinction très nette entre la phase de collecte et celle de distribution. Cependant, il y a aussi de grandes différences avec la France; l'absence de marchés des producteurs dans de nombreux centres et le volume considérable des exportations font que la structure du commerce est toute différente en Italie.

Le commerce collecteur de gros accomplit en général toutes les activités décrites au chapitre II, y compris parfois le financement. Quelques rares produits, tels que les raisins, ne supportent pas le réemballage dans un centre de triage et d'emballage, et sont préparés pour l'expédition au lieu de récolte. L'entreposage est fait par les ramasseurs dans des installations frigorifiques appartenant à eux-mêmes ou aux pouvoirs publics. L'achat à terme se rencontre parfois; dans ce cas, la récolte est souvent effectuée par le commerçant.

Les marchés de producteurs font défaut dans la plupart des centres. Pour cette raison, et comme de nombreux producteurs sont de petits métayers qui n'ont que des petites quantités à vendre, un commerce de ramassage très important a pu se développer. Nulle part ailleurs dans les pays de la C.E.E. cette différenciation n'est aussi accusée et aussi variée. Il en résulte que, dans la plupart des cas surtout en Italie du Sud malgré les contacts directs très efficaces entre les commerçants collecteurs et les grands producteurs, quelques ramasseurs très liés ensemble opèrent entre les petits producteurs et le dernier échelon de la phase de collecte, de manière tout à fait rationnelle ou en abusant par des moyens de toute sorte de leur position clef. Cela n'empêche pas qu'une vive concurrence se manifeste aux échelons suivants.

Dans quelques rares régions à fruits rouges d'Italie du Nord, il existe des marchés de producteurs; sur

le plus grand de ceux-ci, celui de Vérone, les producteurs ne peuvent vendre aux échelons suivants du commerce collecteur que par l'intermédiaire de commissionnaires, de sorte que là encore il ne peut s'établir de contact direct entre les producteurs et le commerce collecteur de gros proprement dit.

Le prix que le producteur reçoit est fixé tantôt à l'achat, tantôt après coup. Dans le second cas, le producteur doit attendre le résultat de la vente. Même dans le premier cas, il n'est pas exclu que de temps en temps une « correction » doive être apportée lorsque le résultat de la vente ne répond pas à l'attente. A cet égard, le gros producteur occupe une position un peu plus forte que le petit.

Le gros volume des exportations qui se chiffrent à 145 milliards de liras (232,5 millions de dollars) ⁽¹⁾ laisse suffisamment de place pour une spécialisation et une différenciation prononcées, bien qu'il existe de nombreux grossistes collecteurs qui vendent à la fois sur les marchés intérieur et extérieur. Chaque exportateur doit s'efforcer de vendre sur le marché intérieur les produits qui ne sont pas propres à l'exportation.

En règle générale, l'exportateur n'expédie que des produits provenant de la région où il est établi; il se conforme aux habitudes locales et aura d'autant plus souvent recours au commerce de ramassage qu'il aura besoin de plus grandes quantités. Il cherche ainsi à mettre la main sur les lots qui lui conviennent le mieux. A côté de cela, il y a les très grandes maisons d'exportation qui achètent dans diverses régions. Elles y ont leurs propres succursales (parfois temporaires) ou font préparer les produits par des ramasseurs-emballeurs autonomes qui sont en relation permanente avec elles. Par endroits, le commerce de ramassage se rattache à ces deux formes d'organisation et assure la liaison avec les producteurs. Signalons finalement que certains gros producteurs, de même que de nombreux acheteurs-emballeurs ont commencé à exporter eux-mêmes et que quelques exportateurs ont fondé des entreprises horticoles modernes et très rationalisées.

Les exportations sont destinées à de nombreux pays. L'Allemagne (R.F.) prédomine cependant avec 77 milliards de liras (123 millions de dollars), viennent ensuite la Suisse avec 16 milliards de liras (26,1 millions de dollars), la France, l'Autriche et la Grande-Bretagne. Les produits principaux sont : les pommes, les citrons, les pêches, les oranges, les raisins et les poires.

La spécialisation par pays n'est pas très importante. Beaucoup de petits exportateurs travaillent exclusivement avec la république fédérale d'Allemagne.

⁽¹⁾ Source : Statistica mensile del Commercio con l'Estero.

Le commerce avec l'Afrique en tant que spécialisation a partielle est surtout entre les mains de quelques grandes maisons d'exportation.

Les communications avec les débouchés étrangers sont relativement difficiles, d'autant plus qu'il n'existe pas de communications télex. Il en résulte que nombre d'exportateurs envoient pendant la période de récolte un membre de leur famille ou une connaissance en observateur dans les centres d'importation. D'autres préfèrent vendre par l'intermédiaire d'agents sûrs, la plupart fixés en Italie du Nord, en Suisse ou en Allemagne du Sud, qui prospectent les marchés et établissent des relations avec les importateurs. Quelques très grandes maisons d'exportation ont une certaine communauté d'intérêt avec certaines firmes d'importation, auquel cas une collaboration plus étroite que d'habitude peut exister entre l'échelon exportation et l'échelon importation.

En utilisant des agents, il est possible de vendre à prix ferme; autrement il est d'usage d'envoyer en consignation avec tous les avantages et les inconvénients que cela comporte. Sur ce point, il n'y a d'ailleurs aucune différence entre le commerce intérieur à grande distance et l'exportation.

Le marché intérieur, même celui de l'Italie du Sud, présente une capacité d'absorption croissante; en certains endroits, les firmes spécialisées d'exportation en sont affectées, tandis que les entreprises commerciales travaillant pour le marché intérieur peuvent se développer. Cela est évident lorsqu'on considère que, malgré les exportations très grandes, la majeure partie des récoltes reste dans le pays. Il est normal qu'un faible accroissement de la consommation intérieure ait déjà une assez forte influence sur les exportations.

Le transport à longue distance se fait presque exclusivement par chemin de fer, souvent en wagons frigorifiques. Les transports automobiles gagnent cependant du terrain, en partie grâce à l'extension des autoroutes. Cela se manifeste aussi bien dans le commerce intérieur que dans les exportations de l'Italie du Nord vers les pays voisins.

Le système des criées n'existe nulle part en Italie, sauf une exception récente au Tyrol du Sud, sous une forme non coopérative.

La vente directe des producteurs aux consommateurs n'est pas d'usage; la vente directe au commerce de détail reste limitée aux quelques maraîchers qui travaillent à proximité immédiate des villes et qui ont un emplacement réservé sur le marché de gros. Les envois en consignation des producteurs à la phase de distribution sont exceptionnels.

Sauf au Tyrol du Sud, et malgré l'appui de l'administration, des coopératives de vente ne sont appa-

rées que dans quelques régions de l'Italie du Nord. Elles ont peut-être une certaine influence politique mais ne sont pas devenues des organisations commerciales puissantes. Par ailleurs, des coopératives de vente de fruits et de légumes sont prévues dans le cadre des plans de réforme agricole qui sont mis en application dans le Sud de l'Italie. Il n'est pas encore possible de dire si ces coopératives imposées ou organisées par l'administration seront viables. A ce propos, on peut signaler une des activités des syndicats agricoles qui sont une sorte de coopératives générales d'achat et de vente pour les produits agricoles, auxquelles l'administration a confié également certaines activités. C'est le cas pour la section des exportations F.E.D. qui vend en principe des fruits et des légumes pour ses membres, sur une base de confiance. En pratique, ce n'est pas une exportation à caractère coopératif mais une simple activité commerciale, qui d'ailleurs n'est pas devenue très importante, de cette organisation.

Nous avons déjà noté à quelques reprises que le Tyrol du Sud constitue une exception. Là, dans les vallées isolées à cultures fruitières, un mouvement coopératif très puissant a pris naissance et écoule pour le moment plus de 60 % de la récolte régionale. Les diverses coopératives qui maintiennent toutes sévèrement l'obligation de livraison et qui coopèrent étroitement, assurent toutes le triage, l'emballage, l'entreposage ainsi que la vente et la livraison (surtout l'exportation). En général, le commerce collecteur de gros reçoit et vend les fruits aussi bien des cultivateurs qui ne font pas partie d'une coopérative que des coopératives elles-mêmes, et fait le décompte après la saison. La conséquence en est qu'il n'y a aucune connaissance des prix au cours de la saison. Un groupe de commerçants collecteurs essaie maintenant, en créant des criées, d'arriver à une formation de prix en public et d'orienter vers la vente le commerce pour le moment habituellement dirigé vers l'achat. Ils vendent les fruits non triés et assurent l'emballage et l'entreposage réfrigéré, étant donné que les producteurs n'assurent eux-mêmes ni le triage ni l'entreposage. Seul le commerce collecteur de gros régional a accès à ces criées en tant qu'acheteur.

La phase de distribution

Le commerce distributeur de gros est très important en Italie; cependant, il n'y a rien de spécial à en dire. Dans cette phase, on trouve la structure habituelle.

Les marchés de gros dans les plus grandes villes reçoivent de nombreux envois de consignation. Milan est plus important à cet égard que Rome, parce que cette dernière n'a pas d'arrière-pays et que seul le commerce de détail peut y acheter sur le marché de gros.

Dans les grands centres de consommation, il y a place, là aussi, pour une différenciation analogue à celle du commerce d'importation; cela concerne surtout la vente de produits provenant de centres de production nationaux très éloignés.

Le commerce d'importation proprement dit est très peu important, ce qui ressort déjà du chiffre total des importations qui n'est que de 1,4 milliard de liras (2,2 millions de dollars).

La tendance générale d'après laquelle le commerce distributeur de gros des villes assez petites veut entrer de plus en plus en contact direct avec la région de production, soit en achetant lui-même au commerce collecteur de gros, soit en recherchant les produits souhaités dans les régions horticoles voisines et en allant les chercher en camion, se manifeste en Italie aussi. C'est pourquoi l'importance des marchés de gros diminue progressivement dans les grandes villes, bien que dans la plupart, la réglementation interdise le commerce de gros en dehors de ces marchés. En Italie aussi, on trouve des marchés de gros dont l'organisation est vétuste.

Les grandes entreprises de vente au détail ne s'occupent que depuis peu de la vente de fruits et de légumes et n'ont pas (encore) provoqué de grands changements dans la structure du commerce. Si d'un côté les possibilités semblent considérables en raison des grandes marges bénéficiaires, d'un autre côté le consommateur reste très attaché au commerce de détail ordinaire. Il est intéressant de signaler une entreprise travaillant à Milan et dans les alentours et qui, en collaboration avec l'autorité communale, effectue le préemballage des fruits et des légumes, et fait vendre ces produits par des commerçants ambulants à des prix relativement bas et à des heures fixes en des points donnés.

Le commerce de détail ordinaire est pratiqué par des détaillants spécialisés, cela étant dû en partie à la politique communale en matière de licences de magasins de commerce.

4. LUXEMBOURG

Bien que le pays dispose d'une certaine production de fruits et de légumes, la structure du commerce est entièrement dominée par les échelons de distribution.

La distribution présente toutes les caractéristiques de celle d'une agglomération relativement petite et isolée. La consommation totale est trop réduite pour qu'un marché de gros et une concentration de grossistes soient possibles. Il y a seulement place pour quelques importateurs qui entretiennent des relations avec des pays éloignés. Le reste de l'importation n'est, du point de vue économique, rien d'autre que du commerce distributeur de gros qui se fait envoyer les produits par des grossistes

collecteurs établis dans les pays environnants, surtout en Belgique et aussi aux Pays-Bas, et qui peut éventuellement acheter aussi des produits étrangers aux importateurs dans ces pays.

Le commerce distributeur de gros vend directement au commerce de détail. Il en est de même pour le commerce d'importation, quoique celui-ci fournisse parfois aussi aux demi-grossistes.

Beaucoup de maraîchers habitent à proximité de la ville et vendent directement aux consommateurs, par exemple sur les marchés de détail; ils vendent en outre leurs produits aux détaillants, notamment aux marchands forains. Quelques grands producteurs approvisionnent parfois aussi le commerce distributeur de gros. Toutes ces méthodes de vente sont également importantes pour les fruits. Dans ce secteur, la récolte est quelquefois encore prise à ferme; d'autre part, en ce qui concerne les fruits de qualité, quelques coopératives de vente fonctionnent activement depuis peu et assurent le triage, l'emballage et la vente au commerce distributeur de gros.

L'exportation est insignifiante; une petite quantité de fruits est cependant vendue aux commerçants d'Allemagne (R.F.) et de Belgique.

5. PAYS-BAS

La phase de collecte

Aux Pays-Bas la situation dans la phase de collecte est caractérisée par le système des « veilingen (criées) » et le commerce d'exportation.

Dans ce pays, les circonstances ont été favorables à une extension généralisée du système des criées, presque exclusivement sur une base coopérative. La plupart des producteurs en sont d'ailleurs membres. Presque toutes les organisations ont inclus dans leurs statuts l'obligation pour leurs membres de faire vendre par elles tous leurs fruits et légumes. Le règlement de l'organisme semi-public « Produktschap voor groenten en fruit », qui dispose que les producteurs ne peuvent vendre que par l'intermédiaire d'une criée, s'applique à la plupart des produits: ce règlement date des années de crise d'avant-guerre et il est resté en vigueur pendant et après la guerre en tant que mesure de réglementation économique. Le règlement est respecté du moment que les transactions sont enregistrées par une criée; il existe donc une possibilité de vente directe par les producteurs aux consommateurs, notamment pour ceux qui ne font pas partie d'une criée. C'est principalement dans les secteurs des fruits destinés à être stockés qu'il est fait usage de cette possibilité. En outre, les fruits sont pris à ferme, c'est-à-dire qu'ils sont vendus avant la récolte, l'acheteur assurant les travaux de récolte; les acheteurs sont des commerçants aussi bien que des fermiers d'un

type particulier qui vendent habituellement leurs fruits à la criée.

Parmi les produits qui ne doivent pas nécessairement être vendus dans les criées et qui ne le sont généralement pas, l'oignon est le plus important. Ce légume est vendu le plus souvent par les producteurs aux ramasseurs spécialisés.

Les criées vendent exclusivement des lots complètement triés. Le producteur ou, dans certains cas particuliers, la criée effectuent le triage. Le transport se fait dans un emballage à retourner appartenant à la criée et qui peut servir jusqu'au commerce de détail. La majorité des produits à exporter est réemballée par le commerce dans un emballage perdu; seules les tomates sont vendues aux criées dans un emballage perdu. L'entreposage des fruits et, dans une mesure encore plus large, des légumes est généralement assuré par les producteurs. Les criées mettent des chambres froides à la disposition de leurs membres si ceux-ci le désirent. Certains commerçants entreposent également des quantités importantes de fruits; pour le reste, le commerce ne garde qu'un très large volant.

Pour exercer la profession de commerçant aussi bien dans la phase de collecte que dans la phase de distribution, il faut l'agrément d'un organisme semi-officiel compétent, de même que pour pratiquer professionnellement la plupart des formes de culture de légumes et de fruits. Cet agrément n'est accordé que si certaines conditions, notamment d'aptitude professionnelle, sont remplies.

Les exportations sont massives et s'élèvent à 450 millions de florins (123,8 millions de dollars) ⁽¹⁾ par an. Les principaux pays de destination sont l'Allemagne (R.F.) (260 millions de florins, soit 72,9 millions de dollars) et la Grande-Bretagne (90 millions de florins, soit 24,3 millions de dollars). Le produit principal est la tomate; la salade, les concombres, les pommes et les oignons sont également d'une grande importance.

Ce volume permet une différenciation complète. En outre, on constate un degré important de spécialisation par région de vente, bien qu'on trouve également des maisons d'exportation qui exportent vers diverses régions. Cette spécialisation est possible parce que, la demande étrangère étant connue, les criées permettent d'acheter un assortiment annuel tel qu'une période creuse ne peut se produire dans cette forme de spécialisation. Par ailleurs, les communications, surtout avec l'Allemagne (R.F.), sont si bonnes et la distance si courte que le volume d'affaires nécessaire pour qu'une firme d'exportation fonctionne rentablement n'est pas trop grand.

⁽¹⁾ Source: Centraal bureau voor de statistiek - In-, uit- en doorvoerstatistiek.

Les exportations sont destinées en partie aux marchés de gros étrangers. Cependant, on tend fortement vers une vente directe à l'échelon qui, à l'origine, venait après l'importateur, c'est-à-dire soit aux demi-grossistes travaillant sur le marché de gros, soit aux grandes entreprises de vente au détail, soit aux grossistes distributeurs dans les villes plus petites. Le transport automobile, qui a presque entièrement remplacé le transport par chemin de fer, n'y est pas étranger.

Les lots exportés sont envoyés en partie en consignation. Les rapports avec les grossistes distributeurs moins importants et avec les grandes entreprises de vente au détail surtout sont établis sur la base de ventes à prix ferme, mais on trouve également des formes intermédiaires.

Chaque firme d'exportation doit s'approvisionner sur diverses criées pour pouvoir composer l'assortiment souhaité. Cela même dans beaucoup de cas à l'introduction d'une forme spéciale de commerce de ramassage: le ramasseur commissionnaire qui assure le ramassage, le réemballage éventuel et les préparatifs pour l'expédition. Beaucoup de criées disposent de locaux destinés à ce travail.

Certaines criées combinent la vente de fruits et de légumes avec la vente de fleurs, d'autres avec la vente d'œufs. Les principales criées pour les fleurs aux Pays-Bas sont cependant des entreprises entièrement spécialisées.

Les coopératives de vente font complètement défaut. La vente directe par les producteurs aux consommateurs, aux détaillants ou aux grossistes distributeurs n'est pas d'usage. Les deux dernières catégories peuvent néanmoins s'approvisionner directement aux criées, ce qu'elles font d'ailleurs.

La phase de distribution

Aux Pays-Bas, la situation dans la phase de distribution est normale pour un petit pays où la distance entre la région de consommation et la région de production n'est jamais grande. Les grossistes distributeurs achètent en général directement sur les criées ce que le transport automobile leur permet aisément; parfois, pour élargir leur assortiment ils achètent quelques produits chez un commerçant qui est établi dans une région de production non prospectée, par exemple chez un ramasseur commissionnaire qui joue alors le rôle de grossiste collecteur. Dans cette structure il n'y a d'ailleurs pas de place pour le commerce collecteur de gros; les entreprises qui s'occupaient jadis de cette branche se sont transformées, soit en grossistes distributeurs travaillant sur certains marchés de gros (parfois leur assortiment rappelle encore nettement la région où ils sont établis et d'où ils proviennent), soit en exportateurs, soit en ramasseurs commissionnaires.

Pour le reste, la structure est normale, avec des marchés de gros dans les plus grandes villes, de petites concentrations de grossistes dans les villes plus petites et des grossistes avec un rayon de vente très étendu à la campagne et dans les toutes petites villes.

Le commerce de détail achète en partie directement aux criées. Il s'agit surtout du commerce local, puisque seuls les très gros détaillants peuvent se permettre de transporter les quantités nécessaires sur des distances assez grandes.

Les importations portent principalement sur les produits exotiques. La valeur des importations s'élève à 75 millions de florins (20,8 millions de dollars), surtout des oranges, dont 35 millions de florins (9,3 millions de dollars) proviennent d'Espagne. Ce volume ne laisse place qu'à un échelon différencié d'importation peu développé. Sur la criée des produits d'importation à Rotterdam, les importateurs vendent exclusivement aux grossistes distributeurs. Il arrive que d'autres produits d'importation soient vendus de la même façon. Au demeurant, beaucoup d'importateurs, par exemple ceux qui font des affaires avec la Belgique, vendent aussi des produits locaux et approvisionnent aussi bien les grossistes que les détaillants. En ce qui concerne la criée des produits d'importation, signalons encore qu'une partie des importations à Rotterdam est destinée au commerce de transit, notamment vers l'Allemagne (R.F.).

Le commerce de détail, également soumis à l'agrément, est, en partie pour cette raison, pratiqué surtout par des détaillants spécialisés qui font souvent aussi une tournée dans le quartier. Les grandes entreprises de vente au détail ont commencé, il est vrai, à vendre des fruits et des légumes, mais actuellement elles n'assurent qu'une petite partie des ventes. Elles achètent aussi bien au commerce de gros intérieur qu'aux criées ou chez les importateurs.

6. ALLEMAGNE (R.F.)

La phase de distribution

La structure du commerce en Allemagne (R.F.) est déterminée surtout par le commerce de distribution. Malgré l'importance de la production locale de fruits et de légumes, l'Allemagne (R.F.) est le principal importateur de la C.E.E. Cela ressort clairement du montant total des importations qui est de 1 560 millions de DM (392,5 millions de dollars par an.⁽¹⁾ Les principaux pays fournisseurs sont l'Italie (570 millions de DM, soit 143,1 millions de dollars), l'Espagne (290 millions de DM, soit 72,7 millions de dollars) et les Pays-Bas (280 millions de DM, soit 69,8 millions de dollars).

(1) Source : Der Aussenhandel der Bundesrepublik Deutschland.

Ce volume énorme des importations a permis un commerce d'importation complètement différencié. Dans les plus grands centres d'importation, tels que Munich et Hambourg, certaines firmes d'importation ont pu se spécialiser pour certains pays fournisseurs ou pour certains produits. A côté de cela, on trouve une spécialisation partielle par pays; dans ce cas, une entreprise n'entretient pas seulement des relations avec les pays exportateurs habituels mais encore avec un pays particulier. A cet égard, nous devons signaler les importations considérables en provenance des pays communistes qui ont tous des exportations centralisées et qui ont donné à certaines entreprises en Allemagne (R.F.) une représentation exclusive ou qui ont leur propre bureau de vente.

Les villes portuaires, en premier lieu Hambourg, sont évidemment les centres pour l'importation d'outre-mer. Là, nous trouvons de nouveau des criées pour les produits d'importation, tandis que d'importantes firmes de gros à succursales y ont leur établissement principal.

Dans beaucoup de cas, les produits importés sont reçus en consignation; cela vaut surtout pour les importations en provenance d'Italie, parfois aussi pour les importations en provenance d'autres pays, bien que les opérations avec ces pays soient assez souvent en compte à demi. Les importations en provenance de pays communistes sont en fait aussi du commerce à la commission, à cette réserve que l'envoi ne résulte pas de visées commerciales mais découle d'un besoin de devises occidentales et est indépendant de la structure des prix dans le pays d'exportation.

Le commerce d'importation entièrement différencié vend surtout au commerce distributeur de gros, soit travaillant sur les marchés de gros soit établi dans des localités voisines, qui y vend au milieu d'un petit groupe de grossistes distributeurs ou qui dessert seul un certain rayon.

Ce sont surtout les entreprises les plus importantes de ce deuxième échelon de commerce distributeur de gros et s'occupant également des produits locaux qui essaient de faire aussi de l'importation. L'importation à partir des pays voisins est à leur portée grâce à la facilité des moyens de communication et des transports, tandis que pour les produits en provenance d'autres pays un agent chargé des importations peut souvent fournir à meilleur prix que les maisons d'importation. Cette méthode se généralise encore par suite de l'augmentation de la consommation et de l'accroissement de la population non agricole. Ce sont surtout les grossistes distributeurs qui travaillent dans les villes assez petites ne se trouvant pas dans la sphère d'influence directe d'un marché de gros qui peuvent ainsi renforcer leur position.

Le commerce de détail ordinaire s'approvisionne au marché de gros si celui-ci se trouve à proximité; autrement, il est obligé de faire appel aux grossistes distributeurs les plus proches ou aux demi-grossistes qui s'occupent de la région. Là encore, la camionnette a donné une plus grande liberté de mouvement au détaillant.

Les marchés de gros sont en général libres de toute mesure restrictive et, en partie en raison de la reconstruction après la guerre, de construction récente, si bien qu'ils disposent d'un équipement moderne.

La vente au détail, notamment dans le centre et le sud de l'Allemagne (R.F.), se fait sur les marchés de détail et dans les magasins d'alimentation. Les grandes entreprises de vente au détail peuvent se développer fortement dans le secteur des fruits et légumes; cela est vrai pour toutes les formes de ce type d'entreprises que nous avons énumérées. C'est pourquoi elles sont devenues un élément important du commerce de détail.

Ces grandes entreprises de vente au détail achètent les produits étrangers aux importateurs ou aux exportateurs et les produits locaux à la phase de collecte. Les entreprises de vente au détail moins importantes achètent surtout à l'importateur les espèces plus périssables et les produits venant des pays lointains. Certaines entreprises grandes et puissantes importent beaucoup elles-mêmes, à l'exception de quelques produits peu importants.

La phase de collecte

En Allemagne (R.F.) on remarque une grande différence dans la structure du commerce selon qu'il s'agit de régions de culture proches ou éloignées des centres de consommation.

Ce n'est que lorsque la distance est grande qu'il y a place pour une phase de collecte complète. Les centres de culture sont surtout des régions de cultures fruitières, bien que quelques centres maraîchers aussi se trouvent loin des débouchés principaux. Les relations entre les producteurs et les commerçants s'établissent en règle générale à l'occasion d'un contact individuel, par exemple lors d'une visite chez le producteur. Les marchés pour producteurs ne se sont pas développés fortement.

Dans ces centres de culture fruitière, nous trouvons la structure habituelle. Le commerce collecteur de gros assure souvent l'entreposage, et effectue généralement le triage et l'emballage. Parfois, il reçoit les produits « en confiance » et fait le décompte après la vente; il s'agit en réalité de commerce à commission. Pour le reste, la vente ferme est de règle dans cette phase. Le commerce de ramassage y trouve parfois un champ d'action. Le système

des criées n'est pas puissant ou fait complètement défaut. Les coopératives de vente peuvent jouer un rôle dans la résistance des producteurs aux situations monopolistiques qui leur sont défavorables. C'est ainsi que, dans certaines régions de culture maraîchère, des coopératives de vente assurent la vente à la phase de collecte pour le compte des producteurs. Dans le nord du pays, une coopérative de vente a été fondée dans une nouvelle région de culture fruitière et elle remplit toutes les tâches du commerce collecteur de gros; elle vend surtout des pommes.

Le transport vers les régions de consommation se fait aussi bien par camion que par chemin de fer.

Lorsque la distance entre les régions de production et de vente est petite et que le transport automobile est le seul moyen de transport, le commerce distributeur de gros s'efforce d'acheter directement aux producteurs. Dans ces régions, situées surtout au centre et à l'ouest du pays, le système coopératif des criées a connu un développement important, surtout pour les légumes, mais parfois aussi pour les fruits. Le commerce collecteur de gros est insignifiant ou s'est transformé en fait en commerce distributeur de gros.

Les criées obligent leurs membres à céder toute leur production; elles vendent uniquement au commerce de gros, le commerce de détail n'étant pas admis. Les produits sont normalement triés par les producteurs. Pour certains produits, surtout pour les fruits, la criée peut assurer le triage. La criée effectue l'emballage. L'entreposage est généralement assuré par les producteurs, bien qu'il arrive que la criée mette des entrepôts à la disposition de ses membres. Certaines criées combinent la vente de fruits et de légumes et celle de fleurs.

Dans certains cas la criée vend de gré à gré, par exemple aux grandes entreprises de vente au détail; dans ce cas, elle joue en réalité le rôle d'une coopérative de vente. Il s'agit en premier lieu de pommes stockées, mais également d'autres produits.

Une autre méthode de vente, qui n'est pas sans importance, est la vente par les producteurs au commerce de détail, le plus souvent sur les marchés de gros. Ce sont surtout les producteurs établis à proximité des grandes villes qui appliquent ce système. Il est évident qu'ils peuvent vendre aussi aux grossistes distributeurs, par exemple aux demi-grossistes qui desservent les villes moins importantes ou une région rurale. On trouve également la vente directe aux consommateurs, surtout sur les marchés de détail.

Comme l'horticulture est surtout pratiquée par des petites entreprises, les produits ne sont jamais envoyés en consignment chez les grossistes de la phase de distribution, à l'inverse de ce que nous avons signalé ailleurs.

STANDARDISATION ET SYSTEME DE CONTROLE

CHAPITRE V

OBJECTIFS ET MOYENS D'ACTION ACTUELS

1. LA LUTTE CONTRE LA CONCURRENCE DELOYALE

La standardisation n'est pas une fin en soi, elle n'est qu'un moyen pour atteindre d'autres objectifs. Parmi ces objectifs, la lutte contre la concurrence déloyale occupe une place importante. La standardisation n'est d'ailleurs qu'un des moyens utilisés à cette fin.

Sous ce titre, nous pouvons ranger quelques formes de contrôle.

Lutte contre la fraude sur les marchés

Il peut y avoir, là où vendeurs et acheteurs se rencontrent et où les produits sont vendus, certaines formes de fraude. C'est notamment le cas lorsque vendeurs et acheteurs ne se connaissent que superficiellement du fait qu'il n'existe pas de relations solides entre eux. C'est pourquoi ces abus apparaîtront le plus facilement sur les marchés. Dans les régions où la vente se fait à l'occasion de contacts individuels se renouvelant avec une certaine périodicité, le risque de fraude est beaucoup moindre.

C'est pourquoi on trouve, dans tous les pays, une forme élémentaire de contrôle de marchés portant en général sur l'exactitude du poids et sur l'uniformité de la qualité à tous les niveaux.

Un tel contrôle est exercé régulièrement sur de nombreux marchés de gros. L'autorité communale est souvent chargée de cette inspection, éventuellement sous le contrôle d'instances supérieures. Il en est de même pour un certain nombre de marchés de producteurs, bien qu'on ait l'impression qu'un nombre relativement moindre de ces marchés soient soumis à un tel contrôle.

Dans les régions où le système des criées s'est développé, le personnel de celles-ci effectue ce contrôle élémentaire. En Belgique, il existe un règlement relatif au commerce des asperges, applicable à l'ensemble du pays, qui est du même genre.

Ce contrôle élémentaire qui n'a aucun rapport avec les problèmes de standardisation ne peut être effectué que par la méthode de sondage. Il est évident que tout le monde doit s'y soumettre. On

ne peut donc parler ici de contrôle facultatif, c'est un contrôle obligatoire.

Lutte contre les abus dans le commerce avec les régions lointaines

Lorsqu'il existe une séparation nette entre les phases de collecte et de distribution du commerce de gros, le produit envoyé reste généralement inconnu du destinataire jusqu'au moment du déballage. C'est pourquoi les envois en consignation sont, pour les entreprises de la phase de collecte, la meilleure méthode pour éviter les risques au point de vue de la qualité. Comme nous l'avons déjà fait remarquer dans la première partie, cela a conduit à certains abus, sans que nous voulions pour autant exprimer une opinion quelconque sur le commerce à la commission en soi. Pour ce qui est de ces abus, nous songeons notamment à un décompte trop bas indûment motivé par une qualité inférieure à l'arrivée. L'expéditeur de la phase de collecte a en quelque sorte besoin du concours d'un observateur impartial dans la zone de vente.

Les entreprises de la phase de collecte ont la possibilité de passer du commerce à la commission avec les difficultés connexes, à la vente ferme, lorsqu'une description exacte de la catégorie et de la qualité à fournir est possible. Le destinataire aussi bien que l'expéditeur ont alors un certain intérêt à un contrôle à leur propre échelon et à celui de la partie adverse. Le contrôle chez eux est nécessaire comme preuve de l'exactitude de leur propre point de vue, chez l'autre comme preuve contradictoire au cas où ce dernier aurait un point de vue erroné. Bien entendu, il faudra dans les deux cas tenir compte des changements qualitatifs qui se produiront inévitablement au cours du transport.

La description exacte de la catégorie et de la qualité exige un système très complet de standardisation. Un service impartial chargé du contrôle de l'application de la standardisation peut délivrer les preuves souhaitées par les deux parties. Afin de déceler la cause d'une diminution éventuellement anormale de la qualité entre le moment du départ et celui de l'arrivée, le contrôle ne doit pas seulement porter sur la standardisation mais encore sur la manière d'emballer et de charger; il est en effet

possible que la cause doive être cherchée dans le transport. En outre, le contrôle élémentaire du poids ne pourra être laissé de côté.

Le service de contrôle doit être à la disposition tant de la phase de collecte que de la phase de distribution. Dans la phase de collecte, il est inutile de soumettre le commerce de ramassage au service de contrôle, à moins qu'en tant qu'emballleur sous contrat, il ne prépare les produits en vue de leur expédition à la phase de collecte. Dans cette phase, le service pourra, en plus de son travail de contrôle, donner des conseils dans les centres de triage et d'emballage. Dans la phase de distribution, le service ne devra qu'entretenir des contacts avec les entreprises qui reçoivent des produits de la phase de collecte.

Un service fonctionnant ainsi peut se contenter d'un contrôle facultatif, donc uniquement sur demande. Les rapports de contrôle devront être admis comme preuve dans les différends qui sont réglés par arbitrage ou par décision de justice.

Pour autant que nous puissions en juger, le système de contrôle aux Etats-Unis fonctionne dans une large mesure de la façon que nous venons de décrire. En Europe occidentale, pareille procédure fait défaut. Les services de contrôle des exportations dont nous parlerons ci-après garantissent tout au plus le respect de certaines conditions minima. Sur certains marchés de gros, par exemple en république fédérale d'Allemagne, on peut faire appel à des experts privés pour l'établissement de rapports de contrôle mais, bien que des efforts soient faits pour remédier à la situation, on estime généralement qu'aucune valeur ne peut encore être accordée à ces rapports.

Ajoutons que l'Allemagne (R.F.) et la France ont adopté une standardisation obligatoire pour l'ensemble du commerce de gros (et pour le commerce de détail en République fédérale). Le contrôle de cette standardisation est encore très limité et la méthode que nous avons évoquée y est inconnue; il est possible qu'ultérieurement elle devienne nécessaire. Aux Pays-Bas, il existe une standardisation générale et obligatoire, mais elle concerne uniquement les produits apportés à la criée et elle n'est plus obligatoire aux échelons suivants.

Meilleure réputation

Nous voici arrivés à l'objectif principal, peut-être même unique, du système de contrôle dans la plupart des pays de la C.E.E. En rendant impossible la livraison de mauvais produits ou de lots douteux, presque tous les centres espèrent améliorer leur réputation, empêcher la concurrence déloyale entre les expéditeurs locaux ou les exportateurs, et ainsi obtenir de meilleurs prix pour leurs produits.

Chaque système comporte la fixation et le maintien de normes minima au point de vue de la qualité et éventuellement de l'emballage, et de conditions précises au point de vue du triage. En général, la standardisation n'est donc pas complète. Le contrôle vérifie, outre les conditions spéciales, les conditions élémentaires de poids et d'uniformité.

Un pareil système a été établi de deux manières, librement et par la contrainte.

Presque partout, on a commencé par un système de liberté. Les lots qui satisfont aux conditions minima sont pourvus d'une marque spéciale et protégée qui est appliquée en général sur l'emballage. Les lots non pourvus de cette marque sont pourtant admis sans aucune restriction dans le commerce. On espère néanmoins attirer la demande, notamment dans la phase de distribution, sur les lots pourvus d'une marque et les faire bénéficier ainsi de meilleurs prix. Cette méthode a remporté peu de succès; d'une part, beaucoup de commerçants dans la phase de collecte ont préféré leur propre marque commerciale et n'ont pas collaboré; d'autre part, ceux qui ont collaboré ont essayé d'utiliser la marque pour des produits autres que ceux de leur propre région.

Jusqu'à une époque récente, un pareil système existait pour la vente des fruits au Tyrol du Sud; actuellement, seules les coopératives de cette région appliquent encore les marques. Dans la région fruitière du nord de l'Allemagne, un système de contrôle semblable est en voie de préparation. En France, il existe pour un certain nombre de produits destinés au commerce intérieur, un contrôle officiel facultatif qui vérifie si certaines conditions minima sont respectées, mais ce service n'est pas non plus devenu très important.

Là où la chose était possible, on a rendu obligatoires les systèmes volontaires. En pratique, cela a paru surtout possible pour les exportations. La douane constitue la clé de ce système de contrôle puisqu'elle n'autorise l'exportation que pour les lots dont il est prouvé qu'ils ont été contrôlés et approuvés. Le contrôle principal est effectué généralement dans les centres de culture au moment du chargement et notamment en prenant quelques échantillons par unité de chargement, ce contrôle étant éventuellement précédé d'un pré-contrôle dans les entrepôts des exportateurs ou sur les criées. Dans de nombreux cas, un contrôle ultérieur par sondage a lieu à la frontière avant le passage à la douane. Quelques rares services essaient de connaître le résultat final du travail par l'intermédiaire d'un représentant dans les pays d'importation.

Les services de contrôle des exportations aux Pays-Bas, en Italie, en France et en Belgique fonctionnent en substance tous de cette façon, tandis que le Luxembourg applique aussi ce système

en cas de besoin. Le contrôle à la frontière n'existe pas en Italie. Les Pays-Bas et la Belgique quant à eux, n'appliquent pas de marque sur les emballages, mais se contentent de la délivrance d'un certificat destiné au service de douane.

Le statut administratif des divers services est très différent : en Belgique, en France et aux Pays-Bas, ces services sont du ressort du ministère de l'agriculture, en Italie du ressort du ministère du commerce extérieur. Le service néerlandais est spécialisé pour les fruits et légumes destinés à l'exportation. Le service belge s'occupe en outre de l'inspection des semences. Le service français constitue un élément d'un vaste appareil administratif qui effectue tous les contrôles possibles dans le domaine agricole. Le service italien est également un élément d'un ensemble plus grand, notamment d'un institut qui a pour tâche de promouvoir les échanges agricoles et industriels avec l'étranger (pour être complets, nous signalons qu'en république fédérale d'Allemagne et au Luxembourg, les mesures sont prises par le ministère de l'agriculture; en Allemagne (R.F.), le contrôle n'est pas du ressort du ministère fédéral mais est réservé à des organismes de niveau moins élevé dans les divers Länder).

La réussite d'un système de contrôle des exportations peut avoir deux conséquences. En premier lieu, la réputation du produit national à l'étranger s'en trouve améliorée, ce qui peut provoquer une demande plus forte et donner un meilleur prix pour le produit de qualité. En deuxième lieu, la demande étrangère pour les qualités inférieures disparaît, ce qui peut entraîner un niveau de prix plus bas pour les qualités inférieures. Il s'ensuit un écart de prix plus grand entre le bon et le mauvais produit. Cela incite les cultivateurs à fournir des produits de qualité. Pour le reste, cet effet n'est probable que si la demande extérieure pour un produit est suffisamment importante.

Un système fixant des conditions de qualité minima à caractère obligatoire n'existe pratiquement pas pour les produits frais destinés au marché intérieur. Aux Pays-Bas, l'organisation des criées s'efforce d'éliminer de ce marché certaines qualités inférieures de raisins et de tomates. Malgré sa bonne organisation, elle ne semble pas y réussir complètement. Il y a toujours des producteurs et des commerçants qui, surtout lorsque les prix sont élevés, trouvent le moyen d'écouler des produits de qualité inférieure sur le marché intérieur. La standardisation qui est obligatoire en France pour quelques produits — à l'heure actuelle, seulement pour les pêches, les choux-fleurs et les artichauts — défend également la vente au-delà d'un rayon de 50 km autour du lieu de production, des lots qui ne satisfont pas à certaines conditions minima. On ne peut pas encore juger pour le moment si une telle disposition doit être maintenue.

2. PERMETTRE UNE VUE D'ENSEMBLE DU MARCHÉ

Les innombrables fluctuations de prix et les grandes différences de qualité empêchent d'avoir une vue d'ensemble des marchés des fruits et légumes. Pourtant, pour toutes les entreprises, l'évolution des prix constitue la principale, sinon l'unique norme des activités. Non seulement les entreprises, mais également les consommateurs prennent leurs décisions en fonction du niveau des prix. Dans tous ces cas, il est important que les intéressés sachent à quelle qualité et à quel calibre les prix se rapportent; faute de cette information, ils ne peuvent pas s'orienter.

Ce problème se manifeste nettement dans quelques domaines.

Détermination du prix dans le commerce de gros

Dans la première partie de cette étude, nous avons déjà dit que le commerce de gros à tous les échelons, aussi bien dans la phase de collecte que dans la phase de distribution, ne peut fonctionner sans avoir une vue claire de ce qui se passe sur les divers marchés pour producteurs et grossistes.

D'autre part, il est très important aussi pour les producteurs de pouvoir suivre facilement la formation des prix sur certains marchés. C'est évidemment le cas pour les marchés de producteurs où ils vendent leurs produits. Indirectement, la situation sur les autres marchés de producteurs et sur les marchés de gros est également importante pour qu'ils puissent se faire un jugement exact. Pour autant qu'ils envoient leurs produits en consignation, la formation des prix sur les marchés de gros les intéresse même directement.

Dans plusieurs pays, afin de mieux informer tous les intéressés de la situation des marchés où ils ne sont pas présents, des services de communication des prix ont été créés, qui transmettent aux marchés des nouvelles concernant les autres marchés du pays et qui en outre échangent des informations avec les services similaires à l'étranger. Le commerce de gros n'en a guère besoin parce qu'il est généralement informé plus rapidement et plus exactement que par l'intermédiaire de ces services. Ceux-ci peuvent pourtant avoir une certaine utilité pour les autres intéressés.

Ces services ne peuvent fonctionner avec une précision suffisante si on ne sait pas exactement à quelles qualités et à quels calibres universellement connus se rapportent les prix relevés. Une standardisation très poussée est donc une bonne base pour tout service de communication des prix.

Nous devons rappeler que, sur la plupart des marchés de producteurs, ce sont les acheteurs qui effectuent le triage, de sorte que les prix établis ne

peuvent se rapporter à des qualités et à des calibres déterminés.

Les divers services de contrôle ne s'occupent pas de cet aspect; c'est un résultat accessoire de leur travail.

Paiement selon la qualité et le calibre

A certains endroits, la première classification dans la phase de collecte est faite avant toute fixation de prix. Nous pensons ici notamment aux coopératives de vente. Pourtant, il est souhaitable que le paiement tienne compte des différences de qualité; dans le cas contraire, les producteurs s'orienteraient entièrement vers la culture des espèces dont le prix de revient est le plus bas. Les prix d'achat doivent refléter plus ou moins les prix de vente. A cet effet, la coopérative doit trouver des normes objectives et les appliquer, parce qu'elle ne peut offrir un prix particulier pour chaque lot qui lui est présenté comme le fait le commerce particulier; elle doit en effet traiter ses membres sur un pied d'égalité.

Chaque coopérative doit donc pratiquer une certaine standardisation. Celle-ci est réalisée au moment où le lot d'un membre est trié et chaque élément combiné avec des éléments équivalents de lots d'autres membres. Le paiement sur la base du résultat du triage n'est effectué que plus tard.

Les criées, qui regroupent les lots de leurs approvisionneurs en « blocs », doivent résoudre un problème similaire. Pour arriver à un paiement correspondant à la qualité et au calibre, chaque criée doit appliquer des normes objectives, donc une standardisation. Il n'est pas rare que les producteurs aient déjà effectué le travail de triage chez eux et que la criée inspecte les lots apportés et les répartisse en « blocs ».

Dans beaucoup de criées il est d'usage que les inspecteurs, lors de la vérification de lots vendus individuellement, c'est-à-dire non réunis en « blocs » ne fassent pas seulement le contrôle élémentaire du poids et de l'uniformité mais qu'ils relèvent également d'autres éléments afin d'exclure tout malentendu lors de la détermination du prix. En ce qui concerne le triage selon le calibre, de nombreuses criées vont plus loin et imposent des règles strictes à leurs approvisionneurs.

Le système de standardisation peut être utile pour tous ces travaux, encore que l'application exclusive des systèmes habituels mènerait souvent à des résultats superficiels surtout en ce qui concerne l'indication de la qualité.

Nous avons déjà noté qu'aux Pays-Bas tous les produits apportés à la criée sont soumis à un système de standardisation qui fixe des normes relatives à la qualité et au calibre. Ce que nous avons dit au

précédent alinéa est la cause que le système n'est qu'un cadre général que les inspecteurs cherchent à préciser davantage. Par ailleurs, ce système est complètement identique aux conditions minima pour l'exportation. Le contrôle portant sur ces dernières conditions est donc un point de départ pour l'application du système que nous venons de mentionner. En Allemagne (R.F.), le système de standardisation pour l'ensemble du commerce de gros que nous avons déjà nommé est également applicable aux produits apportés à la criée; là encore, l'inspecteur de la criée cherche sa voie parmi les dispositions applicables.

Un certain nombre de coopératives de vente d'autres pays prennent comme base pour leur travail de triage et leurs paiements les normes recommandées pour le commerce intérieur ou les conditions applicables aux exportations.

Approvisionnement du commerce de détail

Le commerce de détail compare habituellement les divers lots d'après le prix et la qualité.

Lorsqu'il s'approvisionne sur les marchés de gros ou dans les magasins de grossistes, cette comparaison peut se faire par observation personnelle. Le commerce de détail non spécialisé peut se laisser guider en cela par les indications de qualité portées sur l'emballage.

Dans les cas où le commerce de gros livre surtout sur commande, il est plus important pour le commerce de détail de pouvoir s'appuyer sur un bon système de standardisation.

Information et protection des consommateurs

Le consommateur se trouve en face de plusieurs prix. Une indication exacte de la qualité permet de mieux comparer les divers prix. On ne peut attendre qu'une information subjective de la part du commerce de détail, même si celui-ci désire donner une information exacte.

En république fédérale d'Allemagne, on essaie de résoudre ce dilemme en obligeant le commerce de détail à mentionner la catégorie de qualité sur les produits présentés pour la vente. En pratique, ce sera la même catégorie que celle que le produit avait lors de son passage dans le commerce de gros. Le contrôle dans les échelons du commerce de gros qui, comme nous l'avons signalé, est encore très limité doit donc constituer la base du système de contrôle. En outre, des sondages sont nécessaires dans le commerce de détail pour compléter le système. Ces sondages ont effectivement lieu, mais, comme le système n'est pas encore complet, le contrôle vérifie surtout si les produits sont pourvus de l'indication de la qualité et il regarde à peine si cette indication est exacte. Pour le reste, le système de

standardisation appliqué semble donner des résultats trop superficiels, si bien que le consommateur n'en tire pas un profit véritable.

Le règlement néerlandais selon lequel les pommes ne peuvent être offertes sous un nom erroné est plus ou moins du même ordre. Il n'existe pratiquement pas de contrôle de ce règlement.

Un autre aspect de l'information du consommateur est l'obligation prévue dans certains pays de mentionner le pays d'origine des produits ou au moins de ne pas en indiquer un qui soit inexact. Le désir de ne pas voir le consommateur dupé par une information inexacte peut aussi bien en être la raison que le désir de protéger les producteurs autochtones. Le contrôle est d'habitude très occasionnel.

Dans tous les pays, il existe des services de contrôle qui, par sondage, veillent à ce que les produits d'alimentation ne constituent pas un danger pour la santé du consommateur. Ces services s'occupent aussi des fruits et des légumes. Ils opèrent d'ailleurs indépendamment de tout système de standardisation. On peut imaginer qu'ils pourraient vérifier aussi l'application d'un pareil système, au moins pour ce qui concerne le commerce de détail — c'est le cas en Allemagne (R.F.) — mais ils entreprendraient alors une tâche essentiellement différente de leur fonction propre.

Aux Etats-Unis, la section du service d'inspection qui donne des conseils aux grandes entreprises de vente au détail sur les conditions à respecter pour fournir un bon produit préemballé est tout à fait indépendante de ces contrôles du commerce de détail. L'extension de l'activité de ce service, notamment l'autorisation de vendre aux consommateurs, sous une marque spéciale protégée, les produits qui satisfont aux conseils donnés, rappelle de nouveau les tentatives faites en république fédérale d'Allemagne pour informer les consommateurs.

3. LA PROTECTION PHYTOSANITAIRE

Tous les pays ont pris des mesures pour écarter les fruits et les légumes contaminés par des organismes d'origine végétale ou animale réputés nuisibles pour l'agriculture ou l'horticulture de leur pays. Ces mesures étaient dictées aussi bien par la nécessité d'éviter la contamination par de tels parasites que par le désir d'écarter la concurrence étrangère.

En principe, le contrôle est toujours effectué à la frontière par un service spécialisé du pays d'importation. Un certain nombre de pays sont toutefois convenus que le pays d'exportation exercera le contrôle. Il est alors possible de faire exécuter ce travail conjointement avec d'autres contrôles par les divers services de contrôle des exportations, sous la supervision du service spécial phytosanitaire

du pays d'exportation. Le sondage effectué par unité de transport en vue du contrôle des conditions minima à l'exportation devrait alors porter aussi sur l'absence des parasites en question. Le service des douanes du pays exportateur pourrait dans ce cas également être l'élément clé du contrôle.

Dans le commerce à l'intérieur de la C.E.E. il est d'usage que le pays exportateur effectue le contrôle phytosanitaire requis.

4. L'ORGANISATION DU MARCHÉ

Dans le cas présent nous entendons par organisation du marché les mesures visant à influencer sur le résultat du fonctionnement du marché, c'est-à-dire sur le niveau des prix, au sens déterminé, généralement favorable aux producteurs du pays. Le niveau des prix s'établit sous l'influence de facteurs agissant tantôt du côté de l'offre tantôt du côté de la demande. Etant donné que la demande ne peut être modifiée aisément par de quelconques mesures, l'organisation du marché revient en général à accommoder l'offre, notamment en la limitant, de manière directe ou indirecte, par action sur le niveau des prix. Dans un certain nombre de cas, la standardisation est une condition de telles manipulations. Nous ne nous étendrons pas sur ce sujet.

Intervention dans le commerce international

Dans la politique nationale de marché, la limitation de l'offre au moyen de restrictions à l'importation a toujours été une méthode courante. Certaines techniques, telles que les droits à l'importation et les prix minima à l'importation, se rattachent au domaine des prix et ne touchent l'offre que de manière indirecte; d'autres, telles que les contingents et les interdictions d'importation, périodiques ou non, ont une incidence directe dans le domaine de l'offre et influencent indirectement le niveau des prix.

Dans un passé récent, le système des interdictions d'importation a été précisé et exige un certain degré de standardisation. Nous pensons surtout ici aux mesures prises en Italie et en république fédérale d'Allemagne lesquelles autorisent, au cours d'une période où il est interdit d'importer des pommes — interdiction prévue dans le cadre d'un système de prix minima à l'importation — l'importation de certaines qualités et de certains calibres de variétés déterminées de pommes.

Le pays d'exportation peut dans ce cas assurer le contrôle et notamment par les services de contrôle sur les exportations, le pays d'importation se réservant alors un certain contrôle général.

Dans d'autres pays, on s'efforce parfois d'écouler une offre trop grande vers l'étranger en accordant des primes à l'exportation soit directement, soit

au moyen de primes de transport. Ce système, lui aussi, a d'abord une action sur le domaine des prix et n'affecte l'offre que de manière indirecte.

Si dans un tel pays—c'est le cas de la France, peut-être de l'Italie et, en ce qui concerne les raisins, de la Belgique—les produits exportés doivent satisfaire à des conditions de qualité minima, la prime à l'exportation ne peut se rapporter qu'aux seules qualités admises à l'exportation. Il est possible que ce soit par hasard que les deux mesures coïncident; il est cependant aussi possible que la prime soit seulement destinée aux produits de qualité. Dans ce dernier cas, un certain degré de standardisation est une condition de cette forme d'organisation de marché.

Pour être complets, signalons encore un aspect du système en vigueur aux Etats-Unis. Il arrive qu'un ou plusieurs Etats décident, dans leur propre intérêt commercial, de ne pas admettre momentanément, dans le commerce des produits frais entre les Etats, des produits qui ne satisfont pas à certaines conditions, cela afin de ne pas engorger les marchés des Etats qui constituent le débouché. Une telle décision est seulement possible si un système de standardisation efficace existe.

Une réglementation nationale

Il est aussi possible d'éliminer une offre excédentaire à la source, c'est-à-dire dans le pays de production. Cela se fait aux Pays-Bas par le système des prix minima des criées. L'organisation des criées prend la décision de ne vendre aucune espèce de fruits et de légumes au-dessous d'un prix déterminé. Lorsque

l'offre est trop grande, on ne peut tout vendre à ces prix minima et une partie de l'offre reste invendable. Cette partie est généralement détruite. Les producteurs constituent des fonds en payant une petite taxe sur tous les produits apportés aux criées; les producteurs dont les produits semblent invendables reçoivent une indemnité sur ces fonds. Son montant dépend de la qualité et du calibre des produits invendables.

Ce système exige, pour le dernier point, une standardisation très poussée. La sélection est effectuée en principe par les inspecteurs des criées; le service de contrôle des exportations, dont les contrôleurs sont détachés dans diverses criées, contrôle le travail des inspecteurs des criées; de plus, l'organisation nationale des criées assure un certain supercontrôle.

Dans la plupart des systèmes de contrôle les intérêts opposés qui se traduisent par les divers prix de marché constituent un point de départ important pour une méthode efficace. Les oppositions entre les acheteurs et les vendeurs aussi bien qu'entre ceux-ci et leurs concurrents sont importantes à cet égard. Des oppositions de cette sorte font défaut dans le système qui nous occupe, puisqu'il n'entre en action que lorsqu'il n'y a pas d'acheteur. Cela soumet l'activité et l'intégrité du service de contrôle à des exigences élevées.

Une mesure néerlandaise, toute différente, que nous citons pour être complets, est le paiement d'une allocation pour les choux pommés qui a été accordée certaines années lorsque le niveau moyen des prix était très bas. Cette allocation a été octroyée uniquement pour les choux qui répondaient à certaines conditions minima. Ici aussi, un certain degré de standardisation est une condition nécessaire.

LA PLACE DU CONTROLE DANS LA POLITIQUE DE LA C.E.E.

1. OBJECTIFS

Avant de pouvoir faire des propositions en ce qui concerne le contrôle prévu dans le cadre de la politique agricole de la C.E.E., il est nécessaire d'avoir clairement à l'esprit ce qu'on veut atteindre par ce contrôle. L'énumération du chapitre précédent nous semble suffisante comme point de départ d'un choix. Nous passerons donc de nouveau en revue les divers objectifs en nous demandant s'ils doivent être adoptés dans la politique de la C.E.E.

La lutte contre la concurrence déloyale

La lutte contre la fraude sur les marchés est à l'heure actuelle surtout une affaire locale. A l'avenir aussi, ce travail devra être fait. A notre avis, étant donné le caractère local, nous n'y voyons pas une tâche essentielle pour la C.E.E. Celle-ci pourrait, le cas échéant, faire effectuer ce contrôle accessoirement à la tâche principale qu'elle remplira en matière de contrôle.

Il en va autrement en ce qui concerne la lutte contre les abus dans le commerce avec les pays lointains. Il reste bien des choses à faire sur ce point et, de plus, les régions de production et de consommation intéressées se trouvent en partie dans les divers pays de la C.E.E. La Communauté ferait œuvre très utile en concentrant son activité sur la lutte contre ces abus.

L'amélioration de la réputation des produits provenant des divers centres de culture concerne surtout les régions ou les pays intéressés. Bien qu'on puisse imaginer des mesures en ce domaine à l'intérieur de la C.E.E., il ne semble pas que ce soit là une tâche de la C.E.E. même. Par contre, il peut être souhaitable qu'un contrôle à l'exportation continue à exister pour les exportations des pays de la Communauté vers les autres pays et que la C.E.E. y joue un rôle coordinateur; c'est un besoin qui sera ressenti de plus en plus à mesure que ces autres pays considéreront la C.E.E. comme une unité.

Permettre une vue d'ensemble du marché

Dans l'avenir aussi, de nombreux commerçants et producteurs continueront à éprouver le besoin d'une bonne vue d'ensemble sur la formation des prix dans le commerce de gros. La formation des prix est un processus compliqué qui s'étend en partie sur les différents pays de la Communauté. La C.E.E. peut s'assigner pour tâche de faciliter cet aperçu en encourageant l'échange de communications et en

améliorant l'uniformité des données au moyen d'un système de standardisation. Nous doutons qu'un tel système donne de tels résultats à cet égard qu'on doive l'appliquer uniquement à cette fin. Il nous semble que ce devrait plutôt être l'objectif secondaire d'un système de standardisation.

A notre avis, les coopératives et les criées n'ont pas besoin d'un système de standardisation propre à la C.E.E. pour les paiements qu'elles effectuent suivant la qualité et le calibre des produits; leurs normes locales suffisent à cet égard. Cependant, elles auront sans doute tendance à se conformer à un tel système si celui-ci est créé pour d'autres motifs.

Le commerce de détail peut, dans certaines conditions, avoir intérêt à ce que les indications de standardisation soient portées sur l'emballage. Etant donné le volume important du commerce à l'intérieur de la Communauté, une coordination par la C.E.E. pourrait être utile dans ce domaine. On peut se demander si cet aspect est suffisamment important pour que les importations en provenance de pays non-membres de la C.E.E. y soient également soumises.

Nous doutons sincèrement qu'une indication standardisée obligatoire pour le commerce de détail ait tant d'utilité pour le consommateur qu'il vaille la peine de s'en occuper dans le cadre de la C.E.E. Il peut, au contraire, être utile de coordonner les bases des services qui contrôlent les produits alimentaires au point de vue sanitaire. A notre avis, le contrôle même peut sans inconvénient rester en dehors des préoccupations de la C.E.E.

La protection phytosanitaire

Il sera difficile de distinguer les dangers phytosanitaires réels de ceux qui sont seulement la crainte de la concurrence. Ce sera pourtant nécessaire parce que ceux cités en premier lieu devront être combattus à l'intérieur de la C.E.E. Etant donné que ce problème intéresse tous les pays membres, il s'agit certainement ici d'une tâche incombant à la C.E.E.

Bien que l'on puisse poser la question dans quelle mesure des dispositions légales permettent d'arriver à une protection phytosanitaire renforcée par rapport à celle offerte par les conditions naturelles, il semble de toute façon opportun qu'un service s'occupe du contrôle des mesures prises dans ce domaine et considérées comme indispensables.

Le fait que des mesures phytosanitaires devront être appliquées aux produits expédiés au-delà des frontières extérieures de la Communauté mène

à la même conclusion. Cela vaut tant pour les exportations que pour les importations de la C.E.E.

Organisation du marché

Dans la période transitoire de la C.E.E., certaines mesures d'organisation du marché appuyées sur telle ou telle forme de standardisation continueront sans aucun doute à exister. Toutefois, cette période n'est pas du domaine de cette étude. Il nous importe de savoir quelles mesures requérant un tel fondement seront applicables après la période transitoire de la C.E.E. Seule une étude de ce secteur de la politique de la Communauté pourrait nous donner ici un point de départ. Comme une telle étude fait défaut, nous nous servons de quelques hypothèses.

La première est que la C.E.E., dans ses relations avec les pays non-membres, ne souhaitera pas ou ne sera pas obligée de se servir de mesures qui ne sont possibles que si un système de standardisation fonctionne.

La deuxième hypothèse est que la C.E.E., pour ses mesures internes d'organisation de marché, aura à la longue besoin d'un quelconque système de standardisation. Nous ne songeons certainement pas en l'occurrence à une copie fidèle du système des prix minima des criées actuellement en vigueur aux Pays-Bas. La base d'une organisation économique appropriée manque dans la plupart des régions et l'éthique des affaires est en certains endroits probablement encore trop peu développée. Pour les mêmes raisons, nous ne croyons pas qu'il soit possible d'appliquer tel quel le système des Etats-Unis, dont nous avons parlé, suivant lequel certains centres de culture décident de ne pas faire offre de certaines variétés dans d'autres régions. Nous estimons pourtant qu'il peut être utile de disposer dans la C.E.E. d'un système de standardisation en vue d'éventuelles mesures d'organisation du marché. Sur ce point également, nous faisons remarquer que cela ne doit pas être, à notre avis, le but principal. Ce n'est que dans le cas où l'application d'un système de standardisation serait recommandable pour d'autres motifs que l'on pourrait prendre cette hypothèse en considération dans l'éventuelle élaboration des projets.

2. PROPOSITION

BASES

La base essentielle de notre proposition est la nécessité de combattre les abus dans le commerce intérieur de la C.E.E. avec les régions lointaines; par régions lointaines nous entendons les régions qui sont tellement éloignées des centres de consommation ou de production que le commerce de gros

se divise en une phase de collecte et une phase de distribution.

Notre système doit prévoir la possibilité d'effectuer éventuellement les contrôles phytosanitaires requis.

Par ailleurs, notre proposition doit comporter un certain degré de standardisation générale à l'intérieur du territoire de la C.E.E. — donc également dans le commerce avec les pays autres que les pays lointains — afin que l'on puisse suivre aisément l'évolution des prix, afin que le commerce de détail ait un appui supplémentaire lors de son approvisionnement et afin que soit créée une certaine base pour des mesures d'organisation du marché.

Les conditions minima applicables aux exportations en provenance du territoire de la C.E.E. vers d'autres pays doivent être identiques dans tous les pays de la C.E.E.

Si dans certains centres de production les autorités, afin de maintenir ou d'améliorer la réputation des produits régionaux ou afin d'éviter l'engorgement de certains marchés dans les régions de vente, désirent empêcher que certains produits de qualité inférieure ne soient mis en vente en dehors de la région — donc à un autre endroit du territoire de la C.E.E. — elles doivent en avoir la possibilité et pouvoir compter sur un appui.

Les coopératives et les criées qui composent des « blocs » gardent la faculté d'appliquer des normes particulières pour payer leurs membres; pour le reste, elles demeurent soumises aux dispositions qui s'appliquent au commerce de gros.

La standardisation des emballages ne fait pas l'objet de cette étude. Nous croyons pourtant qu'il est souhaitable d'inclure dans le contrôle certaines décisions en matière de standardisation des emballages et nous en tiendrons compte.

STANDARDISATION GENERALE OBLIGATOIRE

1. *Principe*

Il serait simple de continuer à utiliser les frontières entre les pays de la C.E.E. comme point d'appui pour le contrôle du commerce international à l'intérieur de la C.E.E. Mais la présente étude a pour but de chercher des moyens de contrôle sans avoir recours à ces points d'appui. Nous écarterons donc toute référence à ces frontières.

Nous proposons d'adopter, sur l'ensemble du territoire de la C.E.E., un système de standardisation portant sur la classification selon la qualité, le triage, le calibre et éventuellement l'emballage de toutes les variétés importantes de fruits et de légumes. Ce système vaudra tant pour le commerce intérieur que pour le commerce international des différents pays membres de la C.E.E.

2. Echelons intéressés

Ce système devra être rendu applicable à toutes les entreprises de commerce de gros, donc aussi bien à celles qui appartiennent à la phase de distribution qu'à celles de la phase de collecte. Jusqu'ici, c'est surtout l'échelon qui se livrait au commerce d'exportation qui a fait l'objet de la standardisation; dans notre projet, tous les échelons du commerce de gros en feront l'objet.

Les criées et les coopératives rentrent également dans le champ d'application du système, sous réserve de ce qui a été signalé ci-dessus.

Les entreprises de ramassage peuvent, à notre avis, rester en dehors du système, pour autant qu'elles fournissent aux grossistes locaux des lots non triés. Toutefois, lorsqu'elles vendent au commerce de détail ou expédient au-delà d'un rayon de 50 km autour de leur lieu d'établissement, elles doivent tomber sous le coup des normes de standardisation. Il est également nécessaire que les entreprises qui assurent le triage ou l'emballage autrement que pour leur propre commerce soient soumises à ces mesures.

Les dispositions seront aussi applicables aux producteurs dans la mesure où ils vendent au commerce de détail ou expédient en dehors de leur centre de production; là aussi on prendra comme base un rayon de 50 km par exemple.

Comme nous l'avons signalé plus haut, nous estimons que l'importance d'une standardisation de la vente du commerce de détail aux consommateurs n'est pas suffisamment grande pour que la C.E.E. s'en occupe. C'est pourquoi nous préférons ne pas inclure le commerce de détail dans le système. Le contrôle de l'exécution de décisions de ce genre, qui d'ailleurs ne peut guère être que superficiel et occasionnel, doit à notre avis être exercé par le pays intéressé pour son propre compte.

Les services d'achat des grands magasins occupent une position particulière puisque beaucoup de points signalés plus haut n'ont que peu d'importance pour eux. Pour que la standardisation conserve un caractère général, il faudra cependant se résoudre à les considérer comme des entreprises de commerce de gros.

3. Marques

Tous les lots de fruits et de légumes vendus ou livrés par les entreprises qui tombent sous l'application du système doivent porter une marque. La marque doit indiquer : le calibre, éventuellement la variété, la catégorie de qualité, le contenu net, la région ainsi que le nom et le lieu d'établissement (en entier ou en code) de l'entreprise responsable du triage et de l'emballage. En général, ces données

devront être mentionnées sur chaque unité d'emballage, par exemple au moyen d'un label. En cas de transport en vrac, une note d'envoi contenant ces données devra accompagner l'envoi.

4. Système de contrôle

Le contrôle, qui devra avoir un caractère obligatoire, ne pourra être effectué que par sondage. Il est impossible d'inspecter chaque envoi. Ces sondages devront être faits aussi bien à la phase de collecte qu'à la phase de la distribution. Le premier point de contrôle est le centre de triage et d'emballage, le centre de transbordement ou la criée à la phase de collecte, donc en général dans la région de production. A ce stade, le service de contrôle devra pouvoir donner, outre des conseils, des directives à caractère obligatoire, et être habilité à appliquer des sanctions.

Le contrôle effectué à la phase de la distribution, c'est-à-dire dans les régions de consommation, pourra, sauf éventuellement en ce qui concerne le contrôle élémentaire contre la fraude sur le marché, avoir plutôt un caractère d'information. C'est surtout la nature périssable des produits qui y oblige. Beaucoup de variétés de fruits et de légumes subissent des changements de qualité entre le début et la fin du cycle de commercialisation. Au cas où les légers écarts par rapport aux normes en vigueur éventuellement constatés proviennent de ce fait, il n'y aurait pas lieu d'intervenir. Mais il devra être possible, dans cette phase aussi, de faire apporter des modifications à la marque, ne fût-ce que pour faire corriger des erreurs probablement commises au centre de production ou pour faire apparaître une détérioration anormale de la qualité intervenue en cours de commercialisation. La tâche essentielle sera le contrôle à posteriori du travail effectué dans les centres de production et l'envoi, au service de contrôle établi dans le centre de production, d'informations relatives à des envois qui ne sont manifestement pas conformes à la marque. Un tel contrôle à posteriori est indispensable pour renforcer l'application exacte des normes dans les divers centres de production.

5. Enregistrement et sanctions

Afin de savoir où le contrôle devra être exercé, on devra enregistrer toutes les entreprises qui tombent sous le coup du système de standardisation. En outre, certains codes pourront être fixés. Pour compléter toutes ces mesures, le commerce de fruits et de légumes devra être interdit aux entreprises non enregistrées (à l'exception bien entendu des détaillants et des ramasseurs et producteurs qui ne livrent pas au commerce de détail ou qui ne vendent pas au-delà d'un rayon de 50 km, par exemple). Dans ce système, il ne sera pas nécessaire de subordonner l'enregistrement à d'autres conditions.

En ce qui concerne les sanctions, il peut nous suffire de renvoyer à la question relative aux règles sur la concurrence dans la C.E.E. Nous croyons que l'application correcte du système de standardisation fait partie de ces règles. On pourrait prévoir, comme sanction extrême, qu'une entreprise ou une personne qui les transgresse ne soit plus considérée comme enregistrée.

6. *Importations en provenance des pays tiers*

Les importations en provenance des pays non-membres de la C.E.E. constituent un point particulier. Il n'est ni indiqué ni urgent d'appliquer le système de standardisation en ce domaine. En effet, la standardisation de ces importations n'est pas une question qui intéresse uniquement la C.E.E. Il serait pourtant souhaitable, pour tous les intéressés et même pour l'échelon se livrant au commerce d'exportation dans ces pays, que la standardisation prévue dans le cadre de la C.E.E. s'applique aussi à cette branche du commerce. Cette question devra faire l'objet de négociations entre la C.E.E. et chacun de ces pays tiers.

Dans la C.E.E. il suffira d'exiger que les lots en provenance de ces pays portent l'indication du pays d'origine, et les indications de calibre et de qualité en vigueur sur le territoire de la C.E.E. Les services de contrôle dans la phase de distribution devront veiller sur ce point en procédant à des vérifications par sondage et être compétents pour faire observer cette prescription.

ENVOIS AVEC CERTIFICAT

1. *Principe*

Si le système décrit ci-dessus donne lieu à un certain degré de standardisation générale, il est trop superficiel pour éliminer complètement les abus dans le commerce avec les régions lointaines. La C.E.E. devrait pour cela adopter une procédure spéciale que les services de contrôle appliqueraient seulement à la demande des entreprises enregistrées intéressées; il s'agirait donc d'un contrôle facultatif.

2. *Délivrance des certificats*

Toute entreprise enregistrée obtient le droit de requérir le service de contrôle pour contrôler un envoi (wagon ou autre véhicule). Le résultat de ce contrôle — qui consiste en sondage en vue de constater le poids, la qualité, le calibre et le mode d'emballage ainsi que le mode et les conditions de chargement — est consigné sur un certificat daté établi dans le nombre d'exemplaires requis.

Aussi bien les vendeurs ou les expéditeurs que les acheteurs ou les destinataires devront avoir le droit de faire effectuer un contrôle avec certificat. Les

deux parties pourront le demander aussi bien dans le lieu de chargement qu'au point d'arrivée. Les services de contrôle dans les deux endroits devront être organisés à cette fin.

Après le contrôle au lieu d'expédition, le chargement doit être scellé. Avant le contrôle au point d'arrivée, il faudra vérifier la présence des scellés, sinon mention en sera faite dans le certificat de contrôle.

3. *Valeur probante*

Dans les procédures concernant des différends éventuels entre vendeurs et acheteurs, il faudra attribuer une certaine valeur probatoire à un tel certificat. Bornons-nous une nouvelle fois à renvoyer aux règles sur la concurrence dans la C.E.E. On pourra y développer la suggestion ci-dessus et notamment préciser les différentes étapes de la procédure, la nature des litiges à y soumettre et l'éventuelle valeur probante des certificats.

CONDITIONS MINIMA

1. *Exportations vers les pays tiers*

Les exportations vers les pays non-membres de la C.E.E. sont actuellement soumises dans les différents pays de la C.E.E. à des conditions de qualité minima. Ces exportations devront continuer à satisfaire à certaines conditions de qualité minima et à certaines conditions fixes relatives au calibre et à l'emballage. Il convient d'inclure ces conditions dans le système de standardisation générale; cela devra évidemment aller de pair avec une coordination des conditions qui sont actuellement différentes dans les divers pays. Il semble recommandable de faire appliquer aussi l'obligation de marque à ces exportations.

Dans ce cas, le contrôle doit avoir lieu dans les régions de production et, en fait, de la même manière que pour les envois avec certificat à l'intérieur du territoire de la C.E.E. Le service des douanes du pays où l'envoi quitte le territoire de la C.E.E. doit former le maillon terminal de ce contrôle. Cela sera possible en prescrivant que les produits ne peuvent traverser la frontière sans être pourvus d'un certificat. Immédiatement avant le passage de la frontière, un contrôle à posteriori devrait, le cas échéant, pouvoir être effectué qui pourrait aussi bien fournir des informations au service du lieu d'expédition que donner lieu, en cas de manquement grave, au retrait du certificat et par là empêcher la sortie du territoire de la C.E.E.

2. *Conditions régionales minima*

Un autre aspect du contrôle concerne une éventuelle décision sur le plan régional — pour autant qu'il existe une base juridique — d'envoyer uniquement

vers les centres de consommation en dehors de la région de production les produits qui satisfont à certaines conditions minima. Comme nous l'avons déjà signalé, la base économique-administrative fait actuellement défaut pour que puissent être prises en ce domaine des décisions générales valables pour tous les centres de production dans la C.E.E. Cela n'empêche pas qu'une telle décision peut être applicable et souhaitable dans certaines régions.

Les services de contrôle sur les lieux d'expédition et d'arrivée devraient collaborer à l'application de pareilles décisions en vérifiant lors des contrôles de standardisation générale si les conditions minima sont respectées.

Une procédure analogue est possible lorsque certaines régions décident de ne pas prévoir d'interdiction mais de munir d'une marque régionale les lots qui satisfont à des conditions minima déterminées.

LE CONTROLE PHYTOSANITAIRE

1. Principe

Pour sauvegarder les intérêts légitimes dans le domaine phytosanitaire, on devra, après avoir rendu uniforme les conditions exigées, diviser le territoire de la C.E.E., pour chaque parasite, en trois zones (éventuellement variables par produit et par saison) : une zone contaminée, une zone neutre et une zone protégée. Une zone contaminée est une région où un parasite déterminé est tellement répandu que l'envoi de ses produits vers une autre région risque de la contaminer. Une zone protégée est une région où un parasite déterminé n'existe pas, mais où il y a lieu de craindre que les conditions ne soient favorables à sa propagation. Une zone neutre est une région non infestée et où il n'y a pas lieu de s'attendre qu'une contamination occasionnelle provoque une infestation proprement dite.

2. Contrôle

Tout envoi dont l'origine première est une zone contaminée et dont la destination est une zone protégée doit être accompagné d'un certificat délivré par le service de contrôle de la région contaminée et attestant que l'inspection a eu lieu et qu'aucune contamination n'a été décelée.

Le service de contrôle de la région protégée a le droit de contrôler la présence de certificats et, s'ils font défaut, de retourner l'envoi au lieu d'expédition. Ce service a également le droit de contrôler dans tous les envois en provenance de régions contaminées ou neutres la présence des parasites en question et de retourner immédiatement les envois si des parasites sont décelés. On peut discuter de la question de savoir si les envois peuvent être soumis à ce dernier contrôle sur les voies d'accès à cette région protégée.

Les services phytosanitaires spécialisés doivent continuer à superviser ces contrôles qui peuvent être effectués par les services auxquels est confié le contrôle de la standardisation dans la C.E.E.

LE SERVICE DE CONTROLE

1. Services nationaux en tant que base du système

Jusqu'à présent nous avons surtout parlé de services de contrôle à la phase de collecte et de distribution sans approfondir la structure administrative de ces services.

Nous avons pensé surtout aux services nationaux actuels. Nous sommes persuadés que ces services forment un cadre très qualifié et expérimenté pour un système de contrôle dans la C.E.E.

Les services existant dans les pays d'exportation peuvent sans grand changement accomplir toutes les activités énumérées dans les régions de production. Dans la plupart des pays, il ne sera pas nécessaire d'augmenter le personnel; une réduction sera même peut-être possible étant donné que le contrôle frontalier à l'intérieur de la C.E.E. sera supprimé. Il est possible qu'un pays comme la France, dont les exportations sont relativement peu importantes, doive étendre le service. En Allemagne (R.F.), une réorganisation du contrôle accompagnée d'une extension sera nécessaire. Par ailleurs, les bases du service devront être modifiées aux Pays-Bas, en Belgique et en Italie, étant donné que le contrôle à l'exportation ne sera plus le seul but; dans le dernier de ces pays, cela exigera le passage du service à un autre ministère.

Il n'y a presque nulle part de service de contrôle dans les centres de consommation; quelque chose n'a été réalisé dans ce domaine qu'en république fédérale d'Allemagne. Tous les services nationaux de contrôle à l'exportation ont cependant des cadres suffisamment formés pour pouvoir assurer l'extension rendue nécessaire par la création d'une nouvelle section. Ce n'est qu'en Allemagne (R.F.) que le service de contrôle devra d'abord recevoir une base nationale et subir une période de formation.

2. Pouvoirs de la C.E.E.

La coordination constitue un aspect important du système de standardisation. Tout en maintenant la responsabilité des services nationaux, la C.E.E. devra créer un bureau de standardisation qui réalise la coordination nécessaire.

La coordination des activités des services d'inspection nationaux suppose évidemment l'existence de normes valables pour tous les pays membres de la C.E.E. Ces normes existent déjà à l'heure actuelle pour un grand nombre de produits et elles seront mises au point d'ici peu pour l'ensemble des pro-

duits considérés. La tâche primordiale du bureau de standardisation sera de faire établir des conditions minima obligatoires et, en cas de besoin, de les faire modifier à la lumière de l'expérience acquise ou des conceptions nouvelles.

Pour tout ce qui concerne le contrôle, les services nationaux devront être subordonnés au bureau de standardisation de la C.E.E. Cela pourra être réalisé en dotant ce bureau d'un statut qui définisse ce rapport de subordination et qui précise également la tâche et les compétences des services nationaux.

L'échange temporaire, tant sur le plan national que sur le plan international, de cadres moyens appartenant à des services établis dans les centres de production ou de consommation (éventuellement un poste frontière et un pays non-membre de la C.E.E.) qui sont axés les uns sur les autres, peut, croyons-nous, contribuer considérablement à une application uniforme des normes. Ainsi, les différents services pourront se rendre compte de la méthode de travail suivie dans chacune des régions intéressées et mieux comprendre les problèmes qui y doivent être résolus.

D'autre part, une copie de toute correspondance relative à la constatation éventuelle de manquements graves, adressée (directement) par un service national à un même service ou à un autre service national de la phase de collecte, sera transmise au bureau de la C.E.E. afin que celui-ci sache à tout moment où se produisent des difficultés et qu'il puisse conseiller ou prendre les mesures adéquates pour empêcher que les erreurs ne se répètent.

Si des divergences de vue quant à l'application des normes surgissent entre les différents services nationaux, le bureau de la C.E.E. devra statuer en dernière instance et sa décision devra lier les services nationaux intéressés. En guise de sanction extrême, le statut pourrait habiliter le bureau de la C.E.E. à relever de ses fonctions un service national d'une région déterminée lorsque le contrôle qu'il exerce sur l'application des prescriptions de la C.E.E. se révèle insuffisant ou erroné. Dans ce cas, la C.E.E. devra elle-même y organiser le contrôle.

Il ne nous appartient pas de faire des recommandations relatives à d'autres pouvoirs éventuels du bureau de la C.E.E. à l'égard des services natio-

naux. Nous croyons que la procédure indiquée offre à la C.E.E. des possibilités suffisantes pour atteindre les objectifs fixés.

3. *Financement*

En ce qui concerne le financement, on pourrait envisager un tarif spécial pour le contrôle sur les envois avec certificat ou à destination de pays non-membres de la C.E.E., de même que pour les contrôles phytosanitaires. Ainsi, ces activités pourvoiraient en grande partie à leur propre financement. Les déficits éventuels seraient à charge de la C.E.E.

A notre avis, le contrôle sur la standardisation générale effectué dans les centres de production doit être financé par chaque pays en particulier. Par contre, le contrôle effectué dans les centres de consommation pourrait, par exemple, être supporté en partie par le pays lui-même de ses propres ressources générales et en partie par la C.E.E.

Les dépenses faites par la C.E.E. peuvent être réparties entre les pays membres d'après une clé de répartition déterminée qui tienne compte des intérêts de chaque pays tant au point de vue de la production qu'au point de vue de la consommation.

Chaque pays pourra choisir un système de prélèvement qui fasse supporter le coût du contrôle par les intéressés eux-mêmes. Partout, la perception des redevances pourrait éventuellement être rattachée à l'utilisation obligatoire de certains labels destinés à l'identification des lots, comme cela se fait déjà actuellement dans un des pays membres.

Signalons encore que les droits visés ci-dessus devront être fixés de manière à ne pas donner lieu à un excédent de recettes.

4. *Remarque finale*

Nous sommes conscients de n'avoir donné que quelques indications en vue de l'établissement d'un système de standardisation et de ne pas avoir tracé un plan d'ensemble juridiquement parfait. Nous sommes néanmoins persuadés d'avoir jeté une base suffisamment solide, encore qu'un certain nombre de questions juridiques restent à résoudre avant d'arriver à un ensemble achevé.

REFERENCES

Pour la rédaction de ce rapport, j'ai pu puiser à de nombreuses sources de connaissance et d'expérience dans le domaine de la vente et du commerce de fruits et de légumes dans les pays de la C.E.E.

J'ai eu cette possibilité grâce aux missions qui m'ont été confiées ces dix dernières années en tant que directeur d'étude des marchés auprès du « Centraal bureau voor tuinbouwveilingen in Nederland » (Bureau central des criées horticoles aux Pays-Bas) et qui m'ont mis en contact avec de nombreuses personnalités éminentes du secteur de la production, du commerce ainsi que du secteur public dans les divers pays. Les résultats de ces recherches ont été consignés dans de nombreux rapports dont les plus importants ont été publiés :

Rapport betreffende de afzet van Nederlandse appelen en peren van goede kwaliteit (Rapport sur la vente des pommes et poires néerlandaises de bonne qualité) par A. Groot, W.H. Kemmers et J.H. van Stuyvenberg; La Haye, octobre 1957.

Teelt en afzet van sla in West- en Zuid-Europa (Culture et vente de la laitue en Europe occidentale et méridionale) par W. van Soest et W.H. Kemmers; La Haye, août 1959.

De plaats van de Nederlandse groente- en fruitteelt in West-Europa (La place de l'horticulture et de la fructiculture néerlandaises en Europe occidentale) par W.H. Kemmers; La Haye, juillet 1959.

Les publications d'autres auteurs constituent un deuxième type de sources. Pour la préparation de ce rapport, j'ai utilisé principalement les ouvrages suivants :

O.E.C.E. : « *Marketing of Fruit and Vegetables in Europe* »; Paris, 1956.

J.F. Haccou : « *Handel en marktwezen in goederen* »; Leyde, 1957.

Th. Klotscher : « *Verordnung über gesetzliche Handelskassen für frisches Obst und Gemüse-Erläuterungen* »; Hambourg, 1955.

C.T.I.F.L. : « *Fruits et légumes; leur marché* »; Paris.

U.S. Department of Agriculture : « *Standardisation and Inspection of Fresh Fruit and Vegetables* »; par Raymond L. Spangler.

J'ai pu me rendre compte qu'une étude de G. Percatore : « *Strutture e mercati dell'agricoltura meridionale 2. prodotti orto-frutticoli* »; Bologne, faite pour la Caisse du Midi italien contient beaucoup de données sur la structure du commerce de gros en Italie.

En troisième lieu, j'ai tiré un grand profit des conversations que j'ai eues dans le cadre de cette étude avec de nombreuses personnalités éminentes dont les occupations ont trait ou se rapportent au commerce et à la vente de fruits et de légumes dans les pays de la C.E.E.

Je remercie de tout cœur toutes ces personnes pour leur collaboration précieuse.

Le présent document reflète la situation telle que je l'ai trouvée à la fin de 1961. Je n'ai pas tenu compte des faits intervenus depuis lors.

Honselersdijk, décembre 1962

W.H. Kemmers

BUREAUX DE VENTE ET D'ABONNEMENTS

FRANCE

*Service de vente en France des publications
des Communautés européennes*
26, rue Desaix – Paris 15e
Compte courant postal : Paris 23-96

ALLEMAGNE (R.F.)

Verlag Bundesanzeiger
Postfach – 5 Köln 1
Fernschreiber : Anzeiger Bonn 8882 595

BELGIQUE – BELGIË

Moniteur belge – Belgisch Staatsblad
40-42, rue de Louvain – Leuvenseweg 40-42
Bruxelles 1 – Brussel 1

ITALIE

Libreria dello Stato
Piazza G. Verdi 10 – Roma

Agences :

Roma – Via del Tritone 61/A e 61/B

Roma – Via XX Settembre

(Palazzo Ministero delle Finanze)

Milano – Galleria Vittorio Emanuele 3

Napoli – Via Chiaia 5

Firenze – Via Cavour 46/r

GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG

*Office central de vente des publications
des Communautés européennes*
9, rue Goethe – Luxembourg

ETATS-UNIS D'AMERIQUE

European Community Information Service
808 Farragut Building
900- 17th Street, N.W.
Washington 6, D.C.

PAYS-BAS

Staatsdrukkerij- en uitgeverijbedrijf
Fluwelen Burgwal 18 – Den Haag

GRANDE-BRETAGNE ET COMMON WEALTH

H.M. Stationery Office
P.O. Box 569
London S.E. 1

AUTRES PAYS

*Office central de vente des publications
des Communautés européennes*
2, place de Metz – Luxembourg
(C.C.P. N° 191-90)

SERVICES DES PUBLICATIONS DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

8101*/1/XII/1963/5

FF 6,— FB 60,— DM 4,80 Lit. 750 Fl. 4,30 £0.8.6 \$1,20
