

LES PROCHAINS 5 ANS, C'EST QUOI ?

Que s'est-il passé depuis notre dernier Congrès en SARDAIGNE ? Vous avez sans doute lu l'article d'Oscar GONZALEZ, journaliste à Los Andes, publié le 4 août 2007 qui paraît bien résumer la situation et je me permets d'en citer quelques extraits :

Oscar GONZALEZ
Los Andes (Argentine) – 4 août 2007

« Accélération

Au cours du premier semestre de 2007 ont été expédiées 560 tonnes de moins en RUSSIE et 450 de moins au BRESIL, pour ne parler que des deux marchés les plus importants pour le pruneau (qui ont représenté durant cette période respectivement 31,5 % et 19 % des ventes argentines).

Mais nos exportateurs ont pratiquement disparu cette année des ETATS-UNIS qui, avec 1 700 tonnes, avaient été la quatrième destination en volume (après l'ESPAGNE) à la clôture du premier semestre 2006. Et aucune vente n'a été réalisée sur dix autres marchés mineurs qui avaient été livrés durant la première moitié de 2006. L'un dans l'autre, des chiffres négatifs apparaissent sur 32 des 44 destinations qu'avait eues le pruneau dans la période janvier-juin 2006.

Hors du jeu

Cette année, une dizaine d'exportateurs sont sortis du marché, bien qu'ils ne représentent qu'un tonnage relativement mineur dans l'ensemble des exportations (l'année passée, ils avaient réalisé à eux tous un peu plus de 700 tonnes de ventes à fin juin). Et la grande majorité des trente qui ont vendu cette année enregistre une forte chute de ses exportations.

Il faut faire remarquer que 60 % de la baisse des ventes de cette année (3 500 sur les 5 700 tonnes de moins sur le premier semestre) concerne les cinq entreprises qui ont traité le plus gros volume, dont certaines sont celles qui ont provoqué la débâcle qui a coûté US \$ 20 millions à l'économie du secteur, non seulement dans le Sud de MENDOZA (particulièrement SAN RAFAEL et en partie GENERAL ALVEAR) mais aussi dans la région industrielle du Nord de MENDOZA (fournisseurs de machines, d'équipements et de fournitures) et probablement aussi dans d'autres provinces.

En son temps, le Ministère de l'Economie avait fait un document qui analysait les exportations argentines de pruneaux depuis le milieu des années quatre-vingt-dix, et il ébauchait quelques tendances pour la campagne commerciale 2007. Il reconnaissait, en ce sens, qu'entre janvier et avril de cette année, on observe une chute de 22 % dans les volumes de pruneaux exportés. Et il justifiait ce résultat « par la chute de 30 % éprouvée au stade de la production ».

Le marché

Dans ce rapport, on reconnaissait, oui, que « les niveaux de prix observés ces dernières années paraissent indéfendables si on analyse les volumes de production projetés par l'I.P.A.

En effet, l'organisation mondiale du secteur prévoyait depuis un an une croissance radicale de la production mondiale de 23 % pendant les 5 années à venir, pour atteindre 340 000 ou 350 000 tonnes (volume qui a été déjà dépassé sur le marché international si on additionne les reports de stocks précédents et la production mondiale 2006). Et elle prévoyait, par contre, une augmentation de la consommation de guère plus que 1 % par an (qui pourrait l'amener autour des 275 000 tonnes), ce pourquoi il conviendrait de s'attendre pour 2011) un excédent très important qui entraînerait nécessairement une chute considérable des prix.

Il faudrait savoir à qui et quel produit vendre

Ce qui est remarquable avec la prune à destination de l'industrie, particulièrement la variété d'AGEN, c'est que pratiquement un tiers de ce qui est planté n'est pas encore productif. Le dernier recensement de la prune de séchage a donné un total de plus de 12 000 hectares, tandis que la superficie productive n'est que de 8 000.

Ce point, et celui de la qualité offerte au marché, est un motif de préoccupation parmi les opérateurs mondiaux du pruneau.

Il y a un peu plus d'un an (mai 2006) au cours du 9^{ème} Congrès Mondial du Pruneau, organisé par l'I.P.A. –International Prune Association-, celui qui était alors Président de l'organisation mondiale des pruniculteurs, l'italien Alberto LEVI disait : « que peut faire l'I.P.A. pour aider tous ces nouveaux producteurs qui plantent des pruniers dans le monde à comprendre le risque qu'ils prennent en plantant ?

Parce-que , excepté en FRANCE où a été établi un système de contrôle de la production très réglementé, dans le reste du monde on peut seulement expliquer aux gens les risques qu'ils courent en plantant des arbres qui, 6 ou 7 années ensuite, produiront plus que ce que le marché peut absorber (...). Que pouvons-nous faire pour aider le CHILI et l'ARGENTINE qui plantent beaucoup à comprendre qu'ils courent un grand risque en plantant des pruniers ? Et il terminait en signalant que « nous avons encore une année pour examiner cela, mais nous savons que nous allons vers une grande crise » (en parlant « d'une année », il se référait au 10^{ème} Congrès mondial qui sera organisé fin 2007 à SANTIAGO DU CHILI.

Et à son tour, au cours de la même réunion de l'année dernière (qui a eu lieu en Italie) l'américain ART DRISCOLL, de la coopérative Sunsweet Growers Inc. avertissait que « (...) on a besoin de ce que dans le monde des affaires, on appelle la responsabilité sociale (« corporate responsibility »), une responsabilité de pays, dans ce cas ». L'américain affirmait que lorsqu'on prend la décision de planter, il faut être sûr qu'il y aura un nouveau marché pour le produit. Et il faut aussi savoir qu'une partie des fruits ne vont pas avoir la qualité minimale qu'exige le consommateur. »

Cet article nous démontre que le rapport et le débat du Congrès de SARDAIGNE sont toujours d'actualité.

Les surfaces, les volumes sont bien présents. Chaque année, le rapport de SARDAIGNE devient plus concret, il devient la réalité sauf les aléas climatiques des uns ou des autres qui peuvent modifier une année, qui ne font que reculer l'échéance du rendez-vous des hectares et des volumes.

La question posée de la MAÎTRISE des volumes par chaque pays est le seul élément régulateur des prix pour les producteurs.

Les différents moyens de la maîtrise

Il n'y a pas que le poids des volumes bruts qu'il faut maîtriser, on peut maîtriser par la mise en marché ou non des petits et très petits calibres.

Les calibres très inférieurs en qualité font partie de la réflexion de maîtrise des volumes.

« Tous les pruneaux ne sont pas forcément des pruneaux ». « Tous les pruneaux ont-ils la même qualité » ?

L'orientation et la destination de très petits calibres vers la transformation industrielle est un élément de la réflexion.

Ces deux priorités, au-delà de la destination dans un contexte de maîtrise, sont liées aussi à la qualité des pruneaux mis en marché selon une gamme de qualité. Il y a des grilles avec des calibres qui ne sont plus porteurs de la qualité du produit et donc de l'image. Pruneaux, fruits, qualité.

La croissance du marché de 5 % par an est impossible, impensable, c'est ce que le débat de SARDAIGNE a souligné. Donc, les efforts de maîtrise sont sur la table.

L'I.P.A., grâce à vous, nous permet d'avoir une vision globale et une projection des surfaces, des volumes à venir, des stocks et des disponibles.

Cette information est une véritable richesse que nous partageons. Ne restons pas impassibles, sourds, ou pire, inactifs.

Une idée de maîtrise partagée

Le rôle de l'I.P.A. est également de faire savoir, de faire circuler les informations auprès de chacun des producteurs dans leur ferme.

Ce que nous connaissons de nos prévisions (ce savoir) doit être partagé par tous les producteurs.

L'information est une mission principale de l'I.P.A. J'allais presque dire que l'information partagée est quasiment la raison de l'I.P.A., c'est son fondement même.

L'I.P.A. ne peut abandonner la maîtrise à l'incertitude des aléas climatiques.

Chaque Congrès avance dans l'information et chacun exploite comme il veut cette information mais la question de l'équilibre structurel des volumes demeure.

L'I.P.A. devrait dépasser le stade des Congrès où tout le monde partage le même constat pour s'orienter vers un calendrier d'objectifs.

Par nos échanges, nos débats, nous devons parvenir à une adhésion à un schéma d'équilibre de maîtrise avec une analyse des moyens de maîtrise.

Le rôle de l'I.P.A. n'est pas de se substituer à une administration quelconque, ne peut se substituer aux politiques commerciales des pays membres mais l'I.P.A. doit parvenir à dégager une véritable volonté professionnelle car notre intérêt commun est aujourd'hui assez fort pour avoir l'obligation de tendre vers un marché équilibré.

C'est par un engagement volontaire et professionnel, conforme à l'esprit de l'I.P.A., que nous pouvons y parvenir, au contraire d'une Administration qui sanctionnerait par une taxe de coresponsabilité d'excédent ceux qui n'auraient pas mis en œuvre les moyens de maîtrise.

Mais il y a pire, c'est l'effondrement du prix, les difficultés que rencontrent les entreprises et la baisse de consommation.

Nous avons des volumes importants à vendre. (Le marché peut-il acheter ?). Gestion des stocks à venir. C'est pourquoi le choix du thème du Congrès ici au CHILI à SANTIAGO, c'est celui de la promotion, de la publicité du pruneau.

Le choix ici de ce thème est bien stratégique. Dans ces pays d'AMERIQUE DU SUD qui portent les volumes en croissance les plus importants du monde du pruneau.

C'est ici, à SANTIAGO, en 2005, après le Congrès de SARDAIGNE que le Comité exécutif a souhaité, sur la proposition de nos amis californiens, que l'I.P.A. développe une communication sur le pruneau dans l'INDE DU SUD, ce qui a été accepté par l'ensemble des pays de l'I.P.A. comme nous en avons parlé au Congrès de SARDAIGNE : une mise en place d'information sur les bienfaits du pruneau pour la santé.

Cette campagne d'information du pruneau, dans le Sud de l'INDE, Richard PETERSON, Maria Paz SOTO, Christian AMBLARD et moi-même en avons suivi la mise en place cette première année. C'est un début. Rich en fera un exposé cet après-midi.

Mais au-delà de cette démarche, il faut que chaque pays fasse de la publicité sur son propre marché pour accroître la consommation intérieure.

Les arguments de santé du bienfait du pruneau pour la diététique, des informations nutritionnelles sont à la disposition de tous. Les travaux réalisés aux U.S.A., en France, en AUSTRALIE ou en ITALIE sont faits pour être diffusés dans chaque pays consommateurs de pruneaux.

Le prix du pruneau doit comprendre une marge suffisante pour intégrer la part nécessaire de la promotion. Chaque consommateur, en achetant un kilo de pruneau, doit payer sa propre information à propos du pruneau.

Ce sont des investissements longs, cumulatifs qui permettent de comprendre, de penser au pruneau, d'intégrer le pruneau dans son alimentation. Ces investissements à moyen et long terme sont nécessaires pour agir sur la mémorisation du pruneau chez le consommateur, ce qui est le propre de produits de seconde nécessité comme le pruneau.

Il y a d'autres éléments constitutifs de nos interrogations. Il y a des questions : au-delà des volumes, des marchés, des surfaces.

Quel sera le prix du pruneau demain

Les charges de l'énergie croissent, le baril de pétrole à 100 \$ et l'augmentation parallèle du gaz.

Le coût de la main d'œuvre va augmenter également. Le coût de la traçabilité.

Les coûts induits de l'environnement ne cesseront de peser : pas de charges nouvelles.

Avec les contraintes que nous subissons, l'interdiction et le retrait des molécules de nos produits phyto sanitaires qui deviendront de moins en moins nombreux au risque ici et là de mettre en déséquilibre nos productions par un manque de protection suffisante.

On ne peut pas exiger de nous plus de qualité, de garantie, de traçabilité et de contraintes du consumérisme ambiant tout en même temps, nous exiger la réduction d'intrants engrais phyto sanitaires ou nous interdire l'irrigation.

Comment garantir une meilleure qualité encore avec une moindre efficacité de protection (surtout si on tombe sur une mauvaise période climatique) avec les variations climatiques actuelles que nous traversons.

Dans l'environnement, la gestion de l'eau pour l'irrigation, sa qualité et sa disponibilité peuvent aussi poser des questions dans un cadre de changement climatique avec des tendances d'augmentation de températures si on lit les prospectives du GIEC.

Tous ces éléments réunis dans une perspective peut-être de 10 ou 20 ans peuvent nous amener à réfléchir ensemble et à mobiliser la RECHERCHE. La seule vraie réponse à l'écologie, c'est la science qui l'apportera.

Devons-nous ici, à l'I.P.A. ouvrir des débats sur la communication de nos chercheurs respectifs pour aborder ces débats au sein de conférence de l'I.P.A. Faut-il que nous mobilisions nos universités, nos instituts de recherche privés ou publics sur ces thèmes ?

Comme nous avons des informations sur la diététique du pruneau et ses bienfaits nutritionnels, il nous faut continuer dans cette voie de travaux et d'informations. Peut-être qu'il faudrait en faire un des thèmes principal de nos prochains Congrès pour réussir une charte nutritionnelle du pruneau rénovée renouvelée et peut-être d'orienter nos travaux dans chacun de nos pays de manière complémentaire et non pas chercher la même chose pour trouver la même chose.

Devant nous, nous avons une croissance démographique considérable. Horizon 30 ans, 9 milliards de population.

Avec un développement économique de certains pays qui accèdent avec des niveaux de revenus plus élevés qui sont des consommateurs nouveaux ; RUSSIE, pays de l'Est de l'EUROPE, certains pays d'ASIE du SUD-EST, nous rentrons dans un cycle de besoin alimentaire soutenu.

L'ensemble des productions agricoles se trouve dans un cycle de croissance des prix agricoles. Les prix agricoles montent.

Le pruneau serait-il le seul à ne pas revaloriser son prix ?

Les enjeux, peut-être contradictoires :

- le pruneau est-il excédentaire sur un marché qui stagne avec un prix en baisse ?
- le pruneau est-il déficitaire sur un marché de consommation ou le prix trop élevé réduirait leur consommation dans les pays les plus consommateurs de pruneau.

L'I.P.A. rassemble ces données pour connaître ces enjeux.

Les prochains 5 ans, c'est quoi ?

C'est TROP ou pas ASSEZ ?

Tout dépendra de notre volonté des maîtrises, de notre volonté de publicité et de promotion, c'est tout ce que nous voulons comme le disait Art DRISCOLL en parlant de la CORPORATE RESPONSIBILITY.

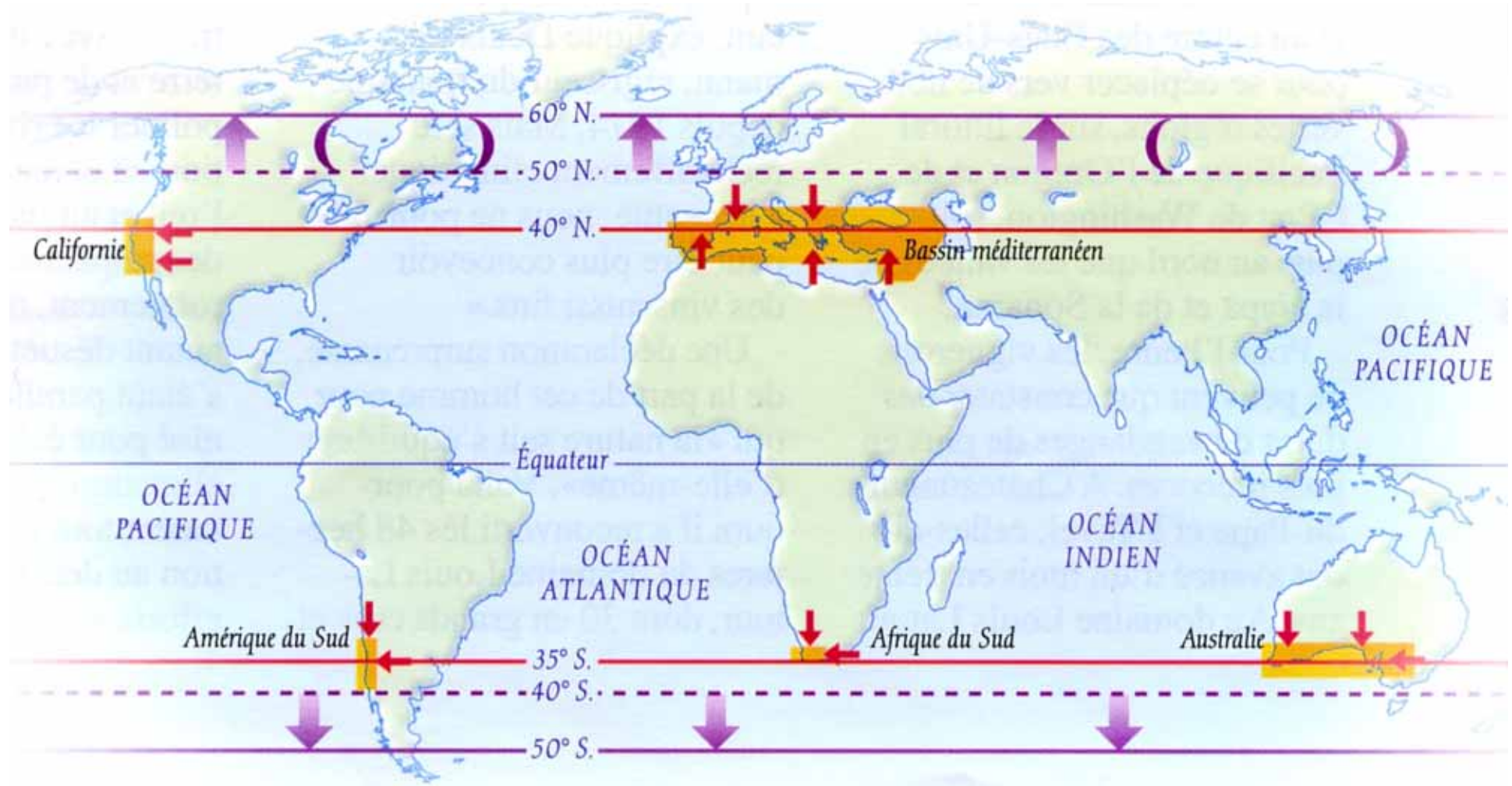
C'est ce que l'on doit à chacun des producteurs de pruneaux.

Jean-Michel DELMAS

Secrétaire Général I.P.A.

Octobre 2007

Projected geographic evolution of wine producing areas



Source: Jean Pierre Chabin – University of Burgundy - France