

Fixer le prix du porc par contrat

Expériences à l'étranger et enseignements pour la France

Estelle ANTOINE, Hervé MAROUBY et Michel RIEU

IFIP-Institut du Porc, 34 Bd de la Gare, 31400 Toulouse, France

estelle.antoine@ifip.asso.fr

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

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

Du fait de ses caractéristiques, le marché du porc en France n'utilise actuellement pas de contrats fixant le prix à l'avance. Mais face à des variations interannuelles de prix plus importantes, la question se pose de contrats de longue durée.

Selling pigs under contract

Experiences abroad and opportunities for France

Agricultural marketing contracts formalise a commitment to give and receive goods or services, specifying modes of delivery and payment. They allow partners to protect themselves from market, supply or sales risks, but they remain exposed to the risk of default by a partner. Through a literature review and interviews with experts, existing contract agreements in Europe, the United States and Brazil were identified and characterized. A critical analysis of their utility for French pig production was then carried out.

In Europe, pork sales are essentially based on the spot price, with few or no contracts. In England and Italy, however, a large proportion of animals (70–80%) are sold through medium- to long-term contracts. In the US, forward contracts are common (61% of the pigs slaughtered). Their contents are decided on the day the contract is signed, but it is executed only at a future date. They can be based on fixed prices, or on official quotations, which can be framed or indexed to a cost estimate.

Owing to its characteristics, the French pig market does not make use of fixed-price contracts. However, in the face of higher inter-annual price evolution, long-term contracts could be considered.

Mots clés : marché prix commercialisation contractualisation porcs

Keywords: market price pork sales marketing contracts

Introduction

Alors que les marchés agricoles connaissent actuellement des variations des cours de forte amplitude, un remède fréquemment évoqué est celui de la contractualisation.

Mais quel est le sens que les acteurs donnent à ce terme ? Quels pouvoirs sur le marché peut-on y attribuer ?

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

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

Matériel et méthodes

Méthodologie

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

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

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

En France, des échanges inter-instituts techniques (Institut de l'Élevage, Itavi) ont permis de réaliser un état des lieux au sein des filières animales. Ce tour d'horizon a offert une mise en perspectives de la situation de la production porcine par rapport aux autres filières animales. Des entretiens avec des organisations de producteurs et Coop de France ont permis de caractériser les pratiques.

Les acteurs de la mise œuvre des premiers contrats à livraison différée en France (Syproporcs, MPB) ont également été rencontrés pour connaître les objectifs et modalités de réalisation de ces contrats et leur évolution récente.

Rappels théoriques

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

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

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

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

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

Dans le milieu agricole, deux grands types de CLD existent. Les **contrats de production** spécifient les services fournis par l'agriculteur à l'entrepreneur et la rémunération de ceux-ci. L'entrepreneur supporte seul le risque de marché (évolution défavorable des prix).

Les **contrats de commercialisation** portent sur un produit à échanger, précisant a minima un prix ou mécanisme de fixation de celui-ci, une quantité à livrer ainsi qu'une date et un lieu de livraison. Bien négociés, ils permettent aux cocontractants de se prémunir du risque de marché et/ou de garantir un revenu plus stable. Ils proposent également

un débouché sûr au vendeur et une garantie d'approvisionnement à l'acheteur. Ils sont cependant exposés aux défauts de contrepartie (absence de livraison ou de paiement), de livraison (date ou volume non respecté) et de qualité (non conforme au contrat).

Exemple des autres filières animales

Filière laitière : gérer l'après-quota

En 1984, sont mis en place les quotas laitiers, dont le but est de limiter et stabiliser la production de lait de vache, tout en maîtrisant la dépense budgétaire communautaire.

Sur décision de l'Union européenne, les quotas laitiers seront supprimés à compter du 1^{er} avril 2015, avec un transfert progressif de la gestion de l'offre aux transformateurs. La crise du prix du lait en 2009 a cependant entraîné la création et la reconnaissance des Organisations de Producteurs (OP) pour négocier les futures relations contractuelles.

Il existe actuellement quatre grands scénarios de collecte du lait :

- **Encadrement modéré des livraisons**, reposant sur un système proche de celui des quotas. Le prix serait basé sur les indicateurs du CNIEL ;
- **Encadrement serré des livraisons**, avec pour objectif de créer de la valeur ajoutée et de resserrer la collecte autour des zones de besoin ;
- **Gestion par les coopératives** ;
- **La proposition de Danone**, avec une référence mensuelle de lait et une pour les volumes hors quota.

Filière bovins viande : amortir la variabilité des prix

En 2013, les professionnels de la viande bovine (Interbev) ont proposé un système de contractualisation entre industriels et éleveurs qui a été approuvé par l'ensemble de la filière. L'accord s'appliquerait aux éleveurs produisant au moins 20 jeunes bovins, génisses ou bœufs par an, soumis au volontariat. Il prendrait la forme de clauses-types de contrats de vente des animaux mentionnés ci-dessus. Les clauses porteraient sur le produit à livrer, les modalités de collecte ou de livraison, celles de fixation du prix des animaux, ainsi que celles du paiement, de la révision et de la résiliation du contrat. Son objectif affiché est d'« amortir à la hausse ou à la baisse les écarts entre les prix définis dans les contrats et les prix de marché » (SNIV 2013). Il s'agit également d'amorcer la mise en œuvre d'une Caisse Nationale de Sécurisation, voulue par l'ensemble de la filière mais dont le financement restait problématique.

Filière ovins viande : organisation des approvisionnements

La filière ovins-viande a mis en place une démarche d'incitation à la contractualisation des volumes. Une majoration de 3 € de la base de la prime à la brebis (21 €) est propo-

sée aux éleveurs qui acceptent d'organiser leurs livraisons (valeurs relevées en 2013).

L'octroi de cette prime dépend de trois conditions principales :

- **La taille du troupeau** (au minimum 50 brebis) ;
- **La productivité numérique** (plus de 0,7 agneaux sevrés par brebis) ;
- **La mise en place d'un prévisionnel de mise en marché** : il peut s'agir soit d'adhésion à une OP, soit de signature d'un contrat de commercialisation avec maximum 3 acheteurs pour un minimum de 50% de la production. Des aménagements sont possibles pour les circuits courts et les marchés en vif. Le prévisionnel de mise en marché mensuelle est transmis aux acheteurs et à l'interprofession par l'OP ou par l'éleveur directement.

Poultry sector

Une étude récente de l'ITAVI (ITAVI, 2012) a permis de recenser quatre types de contrats principaux, croisant la propriété ou non des animaux par les éleveurs et les types d'organisation de commercialisation :

- **Contrats coopératifs de type 1** (coopérative d'approvisionnement-collecte-vente) où l'éleveur est propriétaire des animaux et appartient à une organisation de production (OP) avec parts sociales ;
- **Contrats d'intégration à façon** (géré par un décret national), où l'éleveur n'est pas propriétaire des animaux, qui sont commercialisés par une OP (gestion du planning et organisation de la production) sans part sociale ;
- **Contrats de production hors intégration** avec une entreprise non coopérative ;
- **Contrats coopératifs de type 2** (coopératives d'exploitation en commun), où l'éleveur n'est pas propriétaire des animaux, mais ceux-ci sont commercialisés par une OP avec parts sociales.

Cette typologie et la répartition des élevages selon les différents types évoluent peu dans le temps. On note cependant une certaine augmentation des contrats de type coopératif. La durée est en moyenne d'un an, sauf pour les jeunes investisseurs, où la durée de contrat est cohérente avec celle de l'amortissement du bâtiment. La diversité des contrats permet de remplir trois fonctions principales :

- **Assurance contre les risques** liés à l'offre, à la demande et aux variations de prix ;
- **Incitation à la performance** (itinéraires techniques, intrants de qualité, performances techniques...) ;
- **Coordination et réduction des coûts de transaction.**

Les prix de référence définis dans ces contrats sont basés sur divers indicateurs (prix d'intrants, cotations lissées, performances techniques individuelles et/ou collectives...). Les actualisations se font par indexation automatique, ou, plus fréquemment, par négociation (prix d'intrants et de reprise).

Des systèmes de bonus/malus interviennent également, pour le respect des plannings, par exemple, ou pour inciter à la rénovation des bâtiments. A l'amont, les liens sont étroits entre les organisations de production (OP, entité qui organise la production et gère les plannings) et les fabricants d'aliment du bétail (FAB), moins avec le maillon de l'accoupage. A l'aval, il y a peu de contrats formalisés écrits entre OP et abattoirs. Les relations portent essentiellement sur les plannings prévisionnels annuels, les classes d'animaux, les négociations mensuelles des prix.

Résultats

Situation en Europe

Tour d'horizon

La commercialisation des porcs sur la base d'un prix spot constitue la méthode de référence actuellement en Europe. Les alternatives sont rares ; le marché à terme, basé à Hanovre puis maintenant à Francfort, peine à fonctionner en Europe. Une étude de l'IFIP (Roguet et Rieu, 2004) a mis en évidence les limites de ce type de commercialisation pour la production porcine européenne.

En Allemagne, Hortmann Scholten (2011) distingue quatre circuits de commercialisation des porcs destinés aux abattoirs pour les 30 000 éleveurs du pays :

- Vente à des négociants privés en bétail (sociétés commerciales) ;
- Au travers d'une centaine de coopératives de commercialisation du bétail, dont c'est la seule fonction (*Viehvermarktungs-genossenschaften*) ;
- Via la soixantaine d'associations de producteurs de porcs (*Erzeugergemeinschaften*) existant dans le pays, qui offrent également d'autres services à leur adhérents et qui font l'objet d'une reconnaissance officielle ;
- Vente directe aux abattoirs, soit de gré à gré, soit via des contrats de production ou de livraison.

Selon une évaluation actuelle (2013), près de 40% des porcs sont vendus à des négociants en bétail (Tableau 1).

Tableau 1 : Types de commercialisation des porcs en Allemagne

Exprimé en nombre de porcs commercialisés	2011	2013
Négociants en bétail (sociétés commerciales)	42%	40%
Coopératives de commercialisation	25%	30%
Associations de producteurs de porcs (groupements)	25%	28%
Vente directe aux abattoirs	8%	2%

Source : Ifip, d'après communications personnelles (VEZG)

Près de 30% des porcs sont écoulés au travers des coopératives de commercialisation, tandis que les groupements de producteurs mettraient en marché 28% des animaux. La part des porcs en vente directe entre un producteur et un abattoir serait de 2%. Cette proportion s'est nettement réduite en deux ans, alors que la mise en marché via des coopératives de commercialisation ou des groupements de producteurs augmentait. Ces parts varient cependant fortement entre les entreprises d'abattage et selon les régions allemandes (Roguet *et al.*, 2006).

La conclusion de contrats entre éleveurs et acheteurs prévoyant la livraison des porcs pour une période fixée avec un prix contractualisé pour une période déterminée ne représenterait qu'une part très faible des porcs commercialisés en Allemagne, estimée à 5%. On constate peu d'inclination des éleveurs pour la conclusion de contrat avec leurs partenaires commerciaux.

La pratique courante semble être la commercialisation de gré à gré, chaque semaine, avec une forte diversité régionale (Roguet *et al.*, 2006). Les volumes offerts sont valorisés sur la base d'un prix qui se calque le plus souvent sur le prix du VEZG ou « *Vereinigungspreis* » (Antoine-Ilari *et al.*, 2009). Westfleisch (3^{ème} opérateur national avec 12,6% des porcs en 2012) est un des rares abatteurs à offrir des contrats à ses éleveurs coopérateurs dans le cadre du programme « *Bestschwein* ». Ces contrats se basent sur le *Vereinigungspreis*, avec bonus dépendant de la quantité livrée (de 2 à 4 euros par porc), plus un bonus annuel fonction du résultat de l'exercice de la coopérative. Les contrats de un an prévoient un apport total (Roguet *et al.*, 2006). Selon le rapport annuel de l'entreprise, en 2012, ces contrats ont représenté 75 % des 7,3 millions de porcs abattus par le groupe, soit près de 9% des abattages totaux allemands. Il semblerait que ces contrats ne soient pas identifiés comme une vente directe aux abattoirs (Tableau 1), mais plutôt intégrés aux coopératives de commercialisation. Etaient concernés 2 225 éleveurs, adhérents à la coopérative ; ces données sont restées globalement stables depuis 2009. Les élevages livrant plus de 8 000 porcs par an reçoivent le bonus maximal de la grille (environ 4 euros par porc) ; ils représentent environ un quart des porcs achetés sous contrat par Westfleisch.

En Espagne, 50% de la production nationale serait détenue dans le cadre de contrats d'intégration (70% en Catalogne), tandis que 30% des porcs sont écoulés par les coopératives, 20% des porcs étant commercialisés directement par les éleveurs ou au travers de sociétés qu'ils contrôlent (FCAC, 2009).

L'intégrateur est le plus souvent une société qui fabrique des aliments composés et possède des participations financières dans un abattoir. La société est propriétaire des animaux et l'éleveur du bâtiment. Les bâtiments hébergent entre 500 et 3 000 truies ou plus de 2 000 porcs à l'engrais.

L'éleveur reçoit une rémunération fixe (11€/porc en 2009), pour un cycle ou la durée du contrat. Parmi les grandes entreprises intégratrices, on compte notamment Vall Companys (premier producteur espagnol), Agropecuaria de Guissona et des firmes d'aliments du bétail. L'intégration peut aussi être « horizontale », entre éleveurs. Les coopératives, enfin, peuvent dans certains cas conclure des contrats d'intégration avec certains élevages.

Les plus grandes entreprises intégratrices constituent le collège des « Producteurs » dans la Commission hebdomadaire de négociation du prix du porc de Mercolerida (Lerida), face aux « abatteurs-transformateurs » (El Pozo, Frimancha...). Ce prix « spot » sert de base aux transactions pour les ventes de porcs des éleveurs non-intégrés et des coopératives, dans l'ensemble de la péninsule ibérique.

En Pologne, le secteur de l'abattage est très morcelé. Les capacités d'abattage des quatre plus grandes entreprises représentent environ 30% des volumes du pays.

L'abatteur le plus important, Animex, qui appartient au groupe Smithfield, propose des contrats pour une majeure partie de son approvisionnement. Quelques 40% des porcs abattus font l'objet d'un contrat de commercialisation en volume. Il garantit aux éleveurs liés à Animex le rachat de leurs animaux, payés sous deux semaines au prix du marché, selon un système de paiement au classement spécifique à l'abatteur. Ce sont des contrats de longue durée dont la rupture ne peut intervenir qu'après un préavis de 3 mois. Les 60% restants sont issus de contrats de production, les éleveurs étant payés pour la main-d'œuvre, l'eau et l'utilisation des bâtiments. Animex fournit les porcelets, issus pour 75% de ses propres ateliers de naissance. Les 25% restant sont importés, essentiellement du Danemark. Dans ce second cas, les éleveurs sont payés en fonction du prix d'achat des porcelets par Animex et d'un coût de l'aliment sur trois mois. Les prix sont garantis et fixes, quelle que soit l'évolution du marché.

Aux Pays-Bas, seules certaines filières de qualité fonctionnent avec des contrats : « Groene weg », « Better Leven », filière biologique... Ils se basent sur un prix de marché avec un système de bonus/malus, et prennent parfois en compte le coût de production ; les volumes à livrer sont fixés.

Les éleveurs commercialisent majoritairement leurs porcs soit via un négociant, soit directement avec les abattoirs, voire les exportent. Avec l'accroissement sensible de la taille des élevages, ces modes de commercialisation directe se développent. Les porcs sont vendus au prix du marché spot, mais un bonus de fidélité peut être appliqué par l'abattoir dans le cas de relation durable. Ces ventes ne sont pas formalisées, ni à l'écrit, ni oralement, et résultent de pratiques habituelles (Janssens, 2011) : « On a toujours vendu à tel abatteur, on continue comme ça ».

Les contrats de production, tant pour des firmes d'aliment du bétail que pour de gros éleveurs naisseurs, représenteraient au maximum 5% de la production néerlandaise. Le groupe Vion a tenté de mettre en place des contrats à livraison différée de long terme. L'opération n'a pas eu de succès, à la différence par exemple de la filière avicole, où ils sont bien plus fréquents

En Belgique, environ 50% des porcs charcutiers sont produits sous contrats de production. Les éleveurs réceptionnent porcelets et aliment. Ils sont rémunérés par porc produit, en fonction de leur productivité et de la qualité des porcs, mais aussi en fonction du marché. Ces contrats ont une durée de deux ans. Ils tendent à se développer à l'heure actuelle, au sein d'exploitations de taille importante.

Les 50% restant sont commercialisés sur le marché, selon des modalités très variables. Cette grande diversité de situation présente des opportunités pour les négociants, actifs sur le marché belge. En raison de son positionnement relativement central dans l'ancienne UE à 15, les exportations en vif sont importantes, tant pour les porcelets que pour les porcs à l'engrais. Leur valorisation varie donc au gré de la situation du marché européen. Comme aux Pays-Bas, les contrats à livraison différée, s'ils existent, restent marginaux.

Cas de l'Angleterre et de l'Italie

Il n'existe pas en **Angleterre** de coopérative comme on peut en trouver en France, les ventes sont gérées individuellement. La commercialisation se fait pour 80% via des contrats, les ventes spot représentant 10% des volumes. Le prix spot est annoncé par les abatteurs et il est entièrement sujet à négociation. C'est un marché très volatil. L'intégration représente également 10% des abattages. La firme Tulip possède environ 35 000 truies (7% du troupeau national), dont la production est exclusivement destinée à Waitrose, le distributeur haut de gamme anglais. Les porcs sont valorisés selon des prix fixes, prédéfinis, ce qui est très inhabituel dans le pays. En Ecosse, Karo (ex-Vion) détient 11 000 truies (2% du cheptel national), dont la production est liée à l'abattoir de l'entreprise, mais sans contrat de distribution.

Principal mode de commercialisation en Angleterre, les contrats passés durent entre deux et cinq ans, avec un préavis de rupture de trois à six mois. La livraison est le plus souvent hebdomadaire, pour un nombre de porcs déterminé, aux caractéristiques précises. En cas de livraison à volume constant sur trois mois, un bonus de deux pence est ajouté (« level delivery bonus »). La valorisation des porcs se base sur un prix hebdomadaire déterminé dans le contrat. Il existe de nombreux prix de références en Angleterre en raison de la large palette des demandes de l'aval (porcs plus ou moins lourds, plus ou moins gras...).

Dans 30% des cas, le prix de vente est basé sur le DAPP (Dead Average Pig Price, ou prix moyen du porc abattu), le prix moyen de référence des semaines passées. A celui-ci s'applique soit un système de bonus/malus (qualité, volume livré...), soit une garantie de marge (par exemple, deux pence en moyenne au-delà du DAPP). Dans 30% des cas, le prix de base est une combinaison entre le DAPP et une estimation du coût de production. Et dans 30% des cas, il s'agit d'un « shout price », une cotation transmise par l'abatteur. C'est lui qui détermine le prix et celui-ci n'est pas négociable par l'éleveur sous contrat, à la différence des autres. Les principaux abattoirs anglais proposent ce type de contrat : Tulip, Cranswick, Woodhead... Une grille de paiement au poids et à la qualité (épaisseur du lard dorsal) s'applique à ce prix de base.

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

Fin 2011, le groupe Tesco (premier distributeur anglais) a annoncé la mise en place d'un contrat direct avec les éleveurs de porcs, à compter de 2013. L'objectif était d'approvisionner Tesco en viande fraîche pour sa marque propre, en sous-traitant l'abattage et la découpe à des entreprises partenaires. Le prix d'achat serait révisé mensuellement par un comité pour le trimestre à venir, pour tenir compte de l'évolution du cours des matières premières. Ces contrats devaient durer jusqu'à 36 mois, permettant aux éleveurs d'obtenir un prix plus équitable, de gagner en sécurité pour leur revenu et ainsi de planifier l'évolution de leur élevage. Les pratiques d'élevage devaient cependant répondre aux normes élevées de bien-être du cahier des charges du groupe.

Fin 2013, ces contrats n'avaient pas encore été mis en place. Les principales raisons sont :

- **Le manque de disponibilité de porcs en 2013** : lors de la remise de préavis des éleveurs liés par contrat, les abattoirs leur ont fait une meilleure proposition ;
- **Un problème de volume et de zone d'approvisionnement** ; le groupe Tesco souhaitait favoriser les petits éleveurs et l'abattage de proximité mais l'équation s'est avérée très difficile à résoudre sur le terrain ;
- **La somme proposée par Tesco** (paiement unique à la carcasse pour certaines pièces), qui ne permettait pas forcément à l'abattoir sous-traitant de valoriser correctement le reste de l'animal.

Tesco a donc pris acte et cessé l'opération. Le distributeur devrait sous peu relancer son initiative, qui au demeurant a été saluée par une partie des éleveurs de porcs anglais.

Les porcs en **Italie** sont majoritairement vendus directement par les éleveurs aux abatteurs (70%).

Parmi les 30% restant, 20% sont commercialisés via des organisations de production et 10% par des négociants.

Environ 90% des ventes se font via des contrats. Le plus fréquent porte sur un engagement de volume, basé sur un prix de référence, avec un bonus de trois à dix centimes par kilo de poids vif, en fonction du nombre de porcs à livrer et de la durée de l'engagement (le plus souvent un an). Il existe également des contrats basés sur le coût de production ou des surcoûts liés aux systèmes de production, comme le porc sans OGM. Récemment, les abatteurs ont acquis une forte proportion des outils de transformation AOP et représentent à présent plus de 50% de la production de jambon de Parme. L'aval et la production se trouvent donc en confrontation directe.

Le prix de référence est celui publié par la CUN (la commission unique nationale du secteur porcin) chaque semaine le vendredi pour la semaine à venir. Il est issu d'un accord entre représentants des éleveurs et des abatteurs. A ce prix est ajouté le bonus convenu dans le contrat, et se déduisent des pénalités pour défaut de la carcasse (poids, conformation) ; les défauts des jambons font également l'objet d'un malus.

Situation au Brésil

Au Brésil, il existe une grande variété de modes de commercialisation et de contractualisation des porcs.

Des différences régionales

Dans le **Santa Catarina**, premier état producteur et exportateur, base historique des grandes entreprises de la transformation porcine, l'intégration est majoritaire. Définie par l'existence de contrats entre éleveurs et partenaires en aval (abatteur généralement), elle représente près de 60% des porcs d'abattages au total, mais recouvre des modalités et des acteurs différents, distingués par les auteurs brésiliens (Miele & Waquil, 2007) :

- **Des contrats de production** entre les éleveurs, majoritairement des engraisseurs et les grandes entreprises d'abattage (44%) des porcs d'abattage ;
- **Des contrats de commercialisation** où les éleveurs sont liés à l'abattoir par un contrat d'exclusivité de vente et d'achat des intrants (11% des porcs commercialisés). L'abattoir paie à l'éleveur un « prix de marché », avec rémunération selon la qualité. Ces prix de marché, bonus inclus, ont été généralement un peu inférieurs à ceux du marché libre en spot (Miele, 2011) ces dernières années. Ils traduisent un léger lissage par rapport aux fluctuations du prix spot ;
- **Les programmes de développement** recouvrent des modes de relation entre éleveurs et coopératives ou entreprises privés et constituent une variante, plus souple, des contrats de mise en marché, offrant l'exclusivité des ventes à l'acheteur et une garantie de débouché au vendeur (32%

des porcs). Les élevages liés par ce type de contrats sont très majoritairement des « naisseurs-engraisseurs ». Ce mode de fonctionnement peut être rapproché de celui observé en France, entre les éleveurs et leurs coopératives ;

- **Les élevages indépendants** pour leur commercialisation vendent sur le marché spot à un abatteur ou à un négociant (12% des porcs vendus). Ce dernier assure un certain regroupement de l'offre et la recherche de débouchés.

La part des élevages sous contrat est très développée dans les deux autres Etats du sud. La part des élevages avec truies sous contrat (contrats de production et de mise en marché, programmes de développement) est de 87% pour le sud (Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul). La contractualisation est également répandue dans la zone de développement plus récent du centre-ouest où elle concerne 69% des élevages.

Les éleveurs indépendants sont fortement implantés dans le sud-est du pays, à proximité des grandes agglomérations urbaines de Sao Paulo et Rio. Ils vendent à des abattoirs locaux qui écoulent la viande, généralement fraîche et non transformée, sur le marché régional. Dans le Minas Gérais, on comptait 80,2% d'exploitations porcines indépendantes pour la commercialisation des porcs (UFMG-ASEM).G).

Impacts des contrats

La conjoncture défavorable en 2011 et 2012, tant du point de vue du prix du porc que des matières premières, a fortement affecté les élevages indépendants, plus exposés que les éleveurs « sous contrats » à la volatilité des marchés.



Figure 1 : Carte des régions et états du Brésil

Le modèle d'intégration des éleveurs, avec des modalités variables, par les grandes firmes de la transformation, privées et coopératives a participé à l'émergence de la filière porcine brésilienne, notamment à l'exportation. Ce mode de fonctionnement a concouru à la diffusion du progrès technique et des meilleures pratiques. Les entreprises intégratrices pilotent largement l'évolution structurelle du maillon de l'élevage, notamment en spécialisant les élevages en naissance ou en engraissement avec augmentation de la taille, ceci dans l'optique de réaliser des économies d'échelle (transport) et des gains de productivité, en sécurisant le facteur sanitaire.

La situation du sud du pays se caractérise ainsi par une forte dépendance des élevages, situés sur des exploitations de faible SAU, de dimension économique modeste, aux industries intégratrices, privées ou coopératives. Dans le centre-ouest et le Goiás, les agriculteurs, implantés sur un vaste foncier, ont réalisé des investissements élevés en bâtiments d'élevage et bénéficient d'une assise financière importante, en partenariat avec les grandes entreprises de la viande (Brasil Foods notamment). Ils disposent d'un pouvoir de négociation plus favorable vis-à-vis de leur acheteur de porcs, comme de leurs fournisseurs.

La question des relations entre agriculteurs et agroindustries est aussi d'actualité au Brésil. En 2011, le Sénat a déposé une loi sur l'intégration pour mieux définir le cadre de ces contrats, les dispositions du Code Civil étant insuffisantes, face aux spécificités des contrats agricoles. La loi devrait préciser certains points litigieux dans les questions entre contractants, notamment le statut des déjections animales. Il est prévu de mettre en place des commissions de conciliation entre éleveur et intégrateur, pour résoudre les conflits et éviter le recours aux actions en justice.

Situation aux Etats-Unis

Evolution des contrats de commercialisation

Depuis 25 ans, le visage de la production porcine américaine a beaucoup changé. Des mutations significatives se sont engagées dans les années 1990 (Van Ferneij et Rieu, 1995). En près de 15 ans (1992-2004), le nombre d'élevages porcins a chuté de 70%, les grandes unités spécialisées sur une seule phase de production ont remplacé les élevages naisseurs-engraisseurs, et l'utilisation des contrats s'est développée (Key et McBride, 2007).

Il existe aux Etats-Unis environ 69 500 exploitations élevant des porcins, dont un certain nombre appartenant à un même propriétaire (développement des élevages multisites). Selon une étude réalisée en 2007 et actualisée en 2013 (non encore disponible), Key et McBride estiment que quelques 70% des porcs aux Etats-Unis, issus de 30% des élevages nationaux, sont sous **contrat de production** (« production contract »).

C'est particulièrement le cas pour les élevages de types naisseur ou engraisseur. Cette organisation a permis de développer la taille des élevages aux Etats-Unis. La plupart des « intégrateurs » commercialisent les porcs produits par leurs sous-traitants via des contrats de commercialisation ou « marketing contracts » (MacDonald et Korb, 2011).

Le Livestock Mandatory Price Reporting Act de 1999 a entraîné l'obligation, pour les abatteurs contrôlés traitant plus de 100 000 porcs par an, de déclarer à l'USDA Agricultural marketing Service (AMS) les prix et volumes quotidiens commercialisés ainsi que les modalités de commercialisation (Tonsor *et al.*, 2011, Plain 2013). Les achats de porcs sont ventilés selon différentes catégories :

- **Packer sold**, animaux élevés par un abatteur mais vendus à un abatteur différent ;
- **Packer owned**, animaux détenus, élevés et abattus par un abatteur. C'est la part de production américaine en intégration verticale ;
- **Negotiated**, animaux élevés par des opérateurs non abatteurs et achetés par un abatteur. Le prix est issu du marché « cash » ou « spot », c'est-à-dire d'une négociation acheteur/vendeur intervenue au maximum 14 jours avant l'abattage ;
- **Market formula**, animaux élevés par des opérateurs non abatteurs et achetés par un abatteur. Le prix est déterminé par une formule contractuelle basée sur une cotation du porc publique et contemporaine de la date de vente ;
- **Other market formula**, animaux élevés par des opérateurs non abatteurs et achetés par un abatteur. Le prix est déterminé par une formule contractuelle basée sur le prix du marché à terme de Chicago (Chicago Mercantile Exchange's lean hog futures) au moment de la signature du contrat ;
- **Other purchase agreement**, animaux élevés par des opérateurs non abatteurs et achetés par un abatteur. Le prix est déterminé par une formule contractuelle différente des deux mentionnées ci-dessus ;
- **Live weight priced**, animaux achetés sur le marché « spot » ou « cash », avec un prix basé sur le poids vif. Cette catégorie inclut certains animaux « packer sold » ;
- **Non-MPR (Non-Mandatory Price Reporting) hogs**, animaux abattus dans une unité traitant moins de 100 000 porcs/an.

Les informations recueillies quotidiennement par le dispositif de statistique publique sont traitées et commentées tous les ans par Ron Plain, de l'Université du Missouri (Plain, 2013).

Globalement, la part de la production commercialisée par contrat est en forte croissance depuis le début des années 1990 (Lawrence *et al.*, 2007). En 2012 (Tableau 2) :

- 30,7% des porcs proviennent d'un site d'élevage détenu par un abatteur « packer » qui peut être l'abattoir traitant

les porcs (26,56% du total) ou un site appartenant à un autre « packer » (4,1%),

- 3,4% des porcs sont vendus sur le marché spot (« Negotiated ») ;
- Les trois modalités différentes de contrats regroupent 60,8% des porcs, avec par ordre d'importance les « market formula » (38,9%), les « other purchase agreement » : 14,6% et les « other market formula » 7,3%.

Tableau 2 : Ventes de porcs selon leur mode de commercialisation

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

(1) Prix déterminés, en carcasses et soumis au MPR

(2) Prix déterminés en vif et déclarations non soumises au MPR

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

Ron Plain juge préoccupante la faible part des « negotiated », qui ne s'élève plus qu'à 3,4% des ventes au lieu de 13,8%, dix ans auparavant (Figure 2). En effet, ce prix est une composante clé de la détermination des prix pour près de 75% des porcs acheté sous « Market formula », « other market formula », « other purchase agreement » et « packer sold ».

Au total, ce sont près de la moitié des porcs américains qui sont vendus sur la base du prix negotiated... Plain (2013) se demande combien de temps il y aura suffisamment de porcs sous « negotiated purchases » pour représenter effectivement l'équilibre « offre-demande » du marché, et ainsi être une base solide pour l'évaluation des prix des formules pour les autres modes de commercialisation.

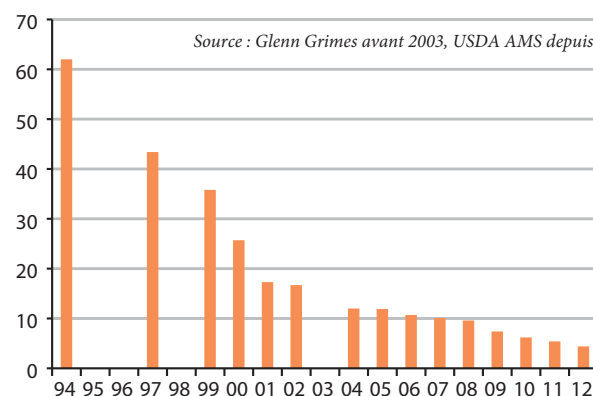


Figure 2 : Pourcentage de porcs d'abattage vendus sur le marché spot aux Etats-Unis

Key (2011) montre cependant qu'on ne peut pas mettre en évidence de lien entre l'utilisation de contrats de production et des manipulations de prix de marché (spot) par les abatteurs.

La loi de 2010 sur le suivi des prix (Mandatory Price Reporting ou MPR) impose aux abatteurs de fournir les prix et les volumes des pièces de porcs (« wholesale » ou prix de gros) qu'ils commercialisent. Cette transmission a commencé en janvier 2013 et doit permettre un calcul plus précis de la valeur de la carcasse découpée (« Pork cutout ») que l'ancien système, basé sur le volontariat, interrompu en avril 2013.

Avec le temps, ces données pourraient être plus largement utilisées comme substituts au « MPR negotiated carcass hog price » (le prix « spot » officiel) dans les contrats de commercialisation entre producteurs et abatteurs.

Les modalités de contrat en usage

Les contrats de commercialisation sont très variables aux Etats-Unis, tenant compte de la diversité des élevages, des abatteurs, des relations commerciales, des zones géographiques concernées... Ils sont propres à chaque relation commerciale. Les modalités des contrats sont recensées sur le site du GIPSA (Grain Inspection, Packers & Stockyards Administration). Elles englobent un panel important de points pouvant être spécifiés dans un contrat de commercialisation.

Les principaux termes de ces contrats sont (Lawrence *et al.* 2007, Plain et Grimes, 2010) :

- La **durée de l'engagement** : les contrats proposés par les abatteurs peuvent être de court terme, long terme ou à durée indéterminée ;
- La **date et le lieu de livraison** : fixée dans le contrat, la date peut être modifiée par accord mutuel, d'autant plus si la durée d'engagement est longue ;
- La **quantité à livrer**, souvent exprimée en poids total : les lots peuvent aller de 5 000 à 40 000 livres vif (équivalent à un contrat sur le MAT de Chicago) soit environ de 25 à 200 animaux ;
- Le **prix de référence** du contrat, qui peut être une valeur fixe ou un prix de base, entrant ou non dans une formule de calcul. Ce dernier peut s'établir à partir d'une ou plusieurs cotations officielles. Les principales sources sont le prix Iowa/Minnesota, l'Eastern Corn Belt, le national et le Western Corn Belt ;
- Les objectifs de **poids et de conformation**, avec les systèmes de bonus/malus associés. Les critères de valorisations sont très variables : poids vif, poids carcasse, épaisseur de lard dorsal, taux de viande maigre, avec des grilles exprimées en pourcentage du prix de référence ou en valeur. La présence fréquente d'un « cœur de gamme » bénéficiant d'un bonus indique le renforcement du processus d'incitation vers un type de production. Certains contrats prennent en compte l'état des quatre pièces de découpe primaire. Des malus sont fréquemment appli-

qués pour des défauts de carcasses, la présence de mâles entiers, les déclassements... Des bonus peuvent s'appliquer pour des objectifs spécifiques ;

- Sont également listés les **appareils de classement** autorisés pour prendre les mesures mentionnées ci-dessus, voire même les formules de calcul si nécessaire. On y trouve principalement l'Autofom, le FOM, l'Ultrafom, le AUS Syst, le Hennessy et la règlette pour mesurer l'épaisseur de lard dorsal ;
- Les **spécifications, primes et décotes diverses**, comme la fixation d'horaire de livraison... Ces clauses peuvent faire l'objet de négociations intenses et dépendent du rapport de force entre les contractants ;
- Les dispositions pour les **porcs non-livrables ou non acceptables** : le plus souvent, l'acheteur déduit ces porcs du reçu de vente ;
- Les modalités de **résolution des conflits** ;
- La **flexibilité** du contrat, particulièrement importante dans les contrats de longue durée : ces clauses fixent les règles de renégociation ou de réévaluation du contrat ;
- Les dispositions concernant les **manquements** au contrat : ainsi, quand il manque à ses obligations, le vendeur est souvent responsable de toutes les pertes de l'acheteur ;
- Les **autres** clauses :
 - Les conditions d'achat et de règlement ;
 - Les pratiques commerciales ;
 - Les termes généraux.

Les différents modes de fixation du prix

Le système considéré comme le plus simple est celui appelé « **Other market formula** » dans la nomenclature de l'USDA dans le Mandatory Price Report. C'est un contrat à livraison différée (CLD) basé sur le marché à terme (MAT) de Chicago. L'abatteur garantit au producteur un prix fixé plusieurs mois à l'avance basé sur la valeur du MAT à la période de livraison choisie, ajusté par une base spécifique à l'abatteur. Il permet à l'éleveur de connaître son prix de vente à l'avance et de gérer sa marge, tout en prenant des décisions lot par lot. Il doit cependant décider par lui-même si le prix du MAT lui est/sera ou non favorable. Il a aussi la possibilité de se protéger en prenant une option sur les marchés à terme pour une position opposée. En dehors de cela, ce système ne permet pas un lissage des prix de vente. Le « **Swine market formula** » est un contrat où la valorisation des porcs se fait avec un prix de référence « public », consultable par tous. Cette valeur peut être incluse dans une formule de calcul où peuvent s'ajouter des bonus/malus de qualité, de livraison...

Le contrat garantit que l'éleveur sera payé au moment de la livraison à la cotation en vigueur à ce moment-là dans une zone de référence définie (ex : Iowa, Western Corn Belt...). Ce type d'engagement est très apprécié des producteurs dans des zones de moindre densité porcine. Un contrat basé sur une cotation de référence d'une zone de produc-

tion importante (comme l'Iowa, par exemple) réduit l'effet négatif de la localisation de l'éleveur situé loin des zones d'activité importante. Ce système garantit la commercialisation des porcs avec un système de rémunération connu, mais n'offre pas non plus un lissage des prix de vente.

Les autres contrats, regroupés dans « **Other agreements** », couvrent des systèmes variés.

Certains contrats se basent sur la valeur reconstituée de la carcasse (valeur des pièces ou prix de gros des pièces primaires). Abatteurs comme éleveurs considèrent que cela reflète mieux la valeur intrinsèque du porc.

Certains abatteurs proposent des contrats basés sur le coût de production (principalement indexé sur les cours du maïs et du tourteau de soja). Cela garantit un prix à l'éleveur un prix suivant l'évolution de son coût revient et limite fortement la fluctuation de sa marge sur coût alimentaire.

Les **contrats dit « fenêtre »** sont assez populaires. Le prix de référence spécifié est encadré par une valeur minimum, dite plancher, et une valeur maximum, dite plafond. Prenons l'exemple d'un contrat basé sur le prix Iowa/Minnesota avec une fenêtre de 50 à 60 \$/cwt (poids carcasse). Si le prix Iowa passe sous le seuil des 50 \$/cwt, le contrat peut imposer à l'abatteur de rémunérer l'éleveur à un prix situé à la médiane du prix de référence et du prix plancher. Et si le prix Iowa dépasse 60 \$/cwt, l'éleveur percevra une rémunération à la médiane du prix plafond et du prix de référence. Ainsi, au-delà des seuils fixés, les partenaires partagent le bénéfice, l'éleveur acceptant un prix inférieur à celui du marché en cas de flambée des cours et l'abatteur proposant une rémunération supérieure en cas d'effondrement.

Dans les **contrats « plancher »**, le vendeur accepte de livrer un nombre spécifié de porcs à un acheteur à une date donnée dans le futur sur la base d'une cotation de référence et l'acheteur garantit au vendeur un prix minimum (floor price). Pour compenser les frais de l'acheteur occasionnés pour garantir ce prix, une réduction s'applique le plus souvent sur le prix habituel perçu par le vendeur. Ainsi, l'accord peut être une rémunération des porcs à 98% du prix Iowa/Minnesota, avec comme prix plancher 44 \$/cwt. Ce type de contrat gagne en popularité, et plaît beaucoup aux organismes de prêt.

De nombreux contrats incluent des « **ledgers** » (littéralement, livres de compte), à savoir tenir une comptabilité d'exercice. Dans ces cas-là, l'abatteur suit l'évolution du prix payé comparativement à un prix de référence (dûment spécifié). Il peut s'agir soit d'un prix d'objectif fixe, soit d'un prix de vente estimé par l'abatteur (le plus souvent défini à partir des cotations des pièces), soit des recettes moyennes mensuelles... Le partenaire qui aura tiré le plus de bénéfice du contrat sur l'ensemble de sa durée sera tenu de compenser une partie de l'écart constaté à son cocontractant. Cela peut prendre la forme d'une prime versée par l'abatteur à l'éleveur ou, à l'inverse, d'un pro-

longement du contrat jusqu'à rétablissement de l'équilibre du solde. Pour résumer, le « **ledger** » est un mécanisme où le prix payé constitue une avance qui sera régularisée dans les conditions prévues au contrat en fonction de l'évolution du marché. La majorité des contrats de type « **Other purchase agreement** » y font appel, dont $\frac{3}{4}$ de ceux basés sur le coût des matières premières destinées à l'alimentation animale et 25% des contrats « fenêtres » (Plain et Grimes, 2010). Les modalités d'application font l'objet d'un point détaillé dans le contrat.

Intérêts et limite des contrats

Les éleveurs de porcs utiliseront les contrats de type « **other market formula** » ou ceux encadrant le prix dans les « **other agreement category** » pour réduire le risque de baisse du prix de vente de leurs animaux et/ou obtenir la garantie d'un prix de vente acceptable ou plus stable dans le temps. De ce fait, ils ne pourront pas profiter de hausses subites de prix.

Il peut s'agir également de sécuriser un débouché, ou de garantir un prix représentatif du marché, dans des zones de plus faible densité porcine où les rapports de forces sont plus tendus entre production et aval (contrats de type « **other market formula** »).

De plus, si les éleveurs transfèrent tout ou partie du risque de prix, ils conservent ceux liés à la production des animaux (Lawrence *et al.* 2007). Les élevages américains sont fortement spécialisés soit en naissance, soit en engraissement. Ceux des engraisseurs qui commercialisent à des intervalles de temps longs sont davantage confrontés à la variabilité des prix, ne pouvant pas profiter de l'effet de lissage résultant de ventes fréquentes.

C'est également une simplification de leur système de fonctionnement : il est plus aisé, surtout pour des élevages de grandes dimensions, de négocier un contrat pluriannuel avec un abatteur plutôt que le prix de chaque lot. De même, il est plus simple de gérer les frais de transport quand tous les animaux vont sur le même site d'abattage (Plain et Grimes, 2010).

Les abatteurs de leur côté bénéficient d'un approvisionnement stable et sûr de porcs d'une qualité définie. Cela leur permet également de réduire leurs frais internes, en diminuant le nombre d'acheteurs et de stations d'achats. Se voyant souvent transférer une partie du risque de prix, l'abatteur peut le réduire en prenant une couverture sur le MAT de Chicago (CME).

Dans les années 1990, les contrats étaient très avantageux pour les éleveurs, car les abatteurs avaient surestimé les prix futurs du marché. Les contrats passés dans les années 2000 sont moins généreux, tout en restant le plus souvent au-delà du marché spot.

L'utilisation des « **ledgers** » est aussi soumise à réflexion. Les économistes peinent à s'accorder pour y voir un actif ou un passif, un atout ou un handicap.

La difficulté à évaluer le résultat final a un long moment freiné leur utilisation, au début des années 2000 notamment (Haggerty, 1999).

Les contrats en France

Etat des lieux

En 2011, l'entreprise Powernext a été missionnée pour réaliser un diagnostic des outils actuels de la formation des prix et, entre autre, des modes de négociation et de fixation des prix (Powernext, 2011). Ils ont constaté, tant en France que dans le reste de l'Europe, que la culture du marché spot prédominait.

D'après leur analyse, la capacité à anticiper les variations de prix, à l'amont comme à l'aval devient un enjeu de taille. Il est même plus important à leurs yeux que la maîtrise des coûts de production. Pour maîtriser ces risques de prix, trois solutions ont été proposées, dont l'utilisation de contrats.

Différents contrats existent au niveau du maillon « production » en France :

- **Contrats d'achat d'aliments pour les animaux ;**
- **Contrats pour les porcelets :** Ceux-ci formalisent les échanges entre naisseurs (ou maternités collectives) et engraisseurs, pour environ 4,7 millions d'animaux en 2007 (Roguet *et al.*, 2008). Les groupements interviennent dans plus de la moitié des ventes de porcelets, mais avec une grande diversité de pratiques (mise en relation des éleveurs, fixation et régulation du prix du porcelet, contrats-types). Dans les échanges entre adhérents d'un groupement, le prix du porcelet indexé FNP / Coop de France BV est préféré. Cette cotation assure un partage équitable entre les activités de naissance et d'engraissement de la marge nette obtenue sur l'ensemble du processus de production, tout en respectant le contexte du marché du porc charcutier. C'est moins le cas dans les échanges extérieurs, plus soumis au marché.
- **Contrats entre les éleveurs et les façonniers :** en 2006, 17% des porcs étaient engraisés à façon par des sous-traitants, tout particulièrement en Bretagne (Roguet *et al.*, 2008). Ce sont des contrats de production, passés de gré à gré entre éleveurs, sans intervention des coopératives.
- **Contrats entre les éleveurs et leur groupement :** Sur le plan juridique, les éleveurs adhérant à un groupement ne signent pas de contrat mais un bulletin d'engagement, précisant un niveau d'approvisionnement en porcs charcutiers et une durée (trois, cinq ou sept ans). Le mode de rémunération (prix de référence, grille de qualité, délais de paiement...) des porcs est fixé par le conseil d'administration et figure dans le règlement intérieur. C'est un contrat d'engagement particulier et tous les groupements fonctionnent sur ce modèle (Coop de France). L'éleveur choisit à quel type de coopérative il adhère, selon les ser-

vices qu'elle propose (collecte/vente, services, approvisionnement...). Ces engagements représentent 90% des porcs abattus en France.

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

En France, les transactions sont pour la plupart basées sur le prix au Cadran du Marché du Porc Breton (MPB), en tenant compte des plus ou moins values liées aux animaux, propres à chaque opérateur. Ce prix est établi le lundi et le jeudi de chaque semaine. Il rend compte des transactions réelles opérées à l'issue d'enchères dégressives. Les modalités relatives au fonctionnement du marché sont détaillées par le règlement du MPB (Antoine-Ilari, 2010).

Des alternatives, plus ou moins récentes, existent cependant.

Première initiative : le CLD Syproporcs/Kerméné

Une initiative passée en mars 2011 entre le groupement Syproporcs et l'abattoir de Kerméné permet de commercialiser en moyenne 400 porcs par semaine, via des contrats à livraison différée (CLD) de 14 semaines environ (Tableau 3). Ce CLD est un contrat d'engagement tripartite entre l'éleveur, Syproporcs et Kerméné. Le groupement et l'abattoir signent un contrat-cadre précisant les engagements de chacun, comme par exemple le rôle de garantie du groupement en cas de défaut de livraison. L'éleveur signe ensuite un engagement par lot vendu via le CLD, précisant le volume, le prix et la date de livraison des porcs.

L'abatteur propose chaque semaine aux adhérents de Syproporcs un prix à cinq semaines ou plus. Ces derniers sont libres de se positionner ou non sur cette vente à terme.

Tableau 3 : Signatures de CLD entre les adhérents de Syproporcs et l'abattoir de Kerméné

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

Source : Syproporcs

Près de 10% des adhérents sont des utilisateurs réguliers des CLD (Llistosella, 2012). Les lots sont de taille variable, le plus souvent entre 50 et 200 porcs. Les pratiques des éleveurs diffèrent également, de ceux commercialisant régulièrement 50% de leurs porcs par ce biais à ceux préférant des pratiques plus « spéculatives ». Les livraisons ont toutes été honorées, malgré des écarts parfois ponctuellement importants des prix sur certains lots par rapport au prix Cadran du moment.

Tous les éleveurs n'utilisent pas ce contrat de la même façon. Certains vendent une part variable de leur production (30 à 50% le plus souvent) via le CLD et le reste classiquement par le Cadran. Une formule spécifique en ce sens a même été développée par Syproporcs. Elle permet à l'éleveur de jouer sur deux tableaux, en se soumettant pour partie aux fluctuations des prix spots et pour une autre partie en sécurisant sa marge le plus possible. D'après le bilan réalisé par Syproporcs, les éleveurs ayant régulièrement vendu des porcs via un CLD ont tous dégagé une marge positive sur ces ventes, sur une année entière comme 2012 ou sur l'ensemble de la période 2011/2013.

D'autres éleveurs n'y vendent des lots qu'occasionnellement, au-delà d'un prix d'intérêt qu'ils se sont fixés, le plus souvent basé sur un coût de revient moyen. Cela leur permet de sécuriser pour un volume souvent limité de leur production un prix de revient leur garantissant une marge intéressante. C'est un comportement qui, s'il ne peut être interdit, fait peser un risque de déséquilibre sur l'ensemble des échanges :

- Il n'est pas garanti que les prix proposés atteignent les seuils retenus ;
- Leur présence irrégulière ne permet pas à l'abatteur partenaire d'anticiper son approvisionnement ;
- Le partage de risque, propre au CLD, ne s'effectue pas puisque le producteur ne vend qu'à un prix qui lui sera favorable.

Cependant, tant que cela ne concerne que de faibles volumes ponctuels, ce mode d'utilisation ponctuel des CLD a toutes les chances de perdurer. Une utilisation excessive dans ce sens remettrait en cause l'organisation.

Suite : le CLD du marché du porc breton

Après cette première initiative, le marché du porc breton (MPB) a proposé, à compter de fin novembre 2011, un contrat de livraison différée (CLD), de 6 à 20 semaines. Celui-ci a été ouvert à tout éleveur adhérent d'une organisation de producteur (OP) cotisant au MPB. Les acheteurs comme les OP doivent être accrédités par le MPB pour avoir accès à la vente à livraison différée. Trois acheteurs se sont enregistrés : l'abattoir Abera, du groupe Glon, le groupe Cooperl et l'abattoir Kerméné, du groupe Leclerc. Dans les faits, seul ce dernier a acheté des porcs via les CLD du MPB.

La vente est encadrée par une convention signée par le MPB et chacun des acteurs présents, tant acheteurs qu'OP. Elle est réalisée via des contrats liant abatteurs et éleveurs. Les porcs sont proposés à la vente une fois par semaine à partir d'un catalogue fourni par le MPB recensant l'offre différée. L'éleveur fait parvenir au MPB un bulletin d'annonce où il précise le nombre total de porcs proposés (par lots de 50), la semaine de livraison et un prix d'objectif, qui ne paraît pas dans le catalogue.

Ce bulletin d'annonce est cosigné par l'OP, qui s'engage à être solidaire de ses adhérents pour l'exécution de leur engagement.

La vente est réalisée par internet, sous forme d'enchères progressives, le dernier enchérisseur remportant de lot de porcs concerné. Si le prix d'objectif de l'éleveur n'est pas atteint, les propositions de prix des acheteurs lui seront transmises. L'éleveur a la possibilité de refuser la vente et de la reporter à la prochaine séance.

Le contrat de livraison différée :

- indique la date d'enregistrement de la vente et le numéro du lot concerné ;
- identifie les vendeurs (éleveur et OP) et l'acheteur ;
- définit les caractéristiques des porcs (porcs VPF, exportables pays tiers), le prix de base fixé lors de la vente et le nombre de porcs concernés. Les animaux seront pesés et classés par les agents d'Uniporc Ouest. Les grilles de paiement au taux de muscle ou au poids sont celles des conventions CRP/UBAP en vigueur ;
- précise la semaine d'enlèvement, à la charge de l'acheteur, ainsi que la destination des porcs (nom et adresse de l'abattoir) ;
- fixe la date limite et le mode de paiement des porcs, ainsi que les pénalités financières liées aux manquements à l'exécution du contrat. Les OP auxquels adhèrent les éleveurs jouent le rôle de garantie de livraison auprès des abatteurs.

Ce document est ensuite signé par l'ensemble des acteurs, MPB compris.

Lors des premiers mois suivant la mise en œuvre du CLD du Marché du Porc Breton, le nombre de porcs présentés a oscillé de 500 à 4 000 têtes par semaine, pour fortement ralentir par la suite. En 2013, aucun porc n'a été commercialisé par ce biais malgré quelques présentations ; les dernières ventes datent de décembre 2012. Aucun défaut de livraison n'a été rencontré sur l'ensemble des volumes commercialisés. En raison de la présence d'un seul acheteur, la décision a été prise de ne pas publier de cotation.

La démarche du MPB s'est basée sur celle menée par Syproporcs, sous l'impulsion de certains éleveurs disposant de contrats d'approvisionnement à trois-quatre mois sur l'aliment. Le bilan réalisé pour l'assemblée générale de 2012 montre qu'en moyenne sur l'année, le prix fixé par le CLD était équivalent à celui du Cadran, représentant le marché spot.

Cependant, l'absence d'échanges depuis avril 2013 illustre que ce système de commercialisation ne répond pas en l'état actuel des choses aux besoins des éleveurs. Parmi les raisons de ce coup d'arrêt, on peut relever un niveau de prix déjà très élevé en 2013 et de perspectives de nouvelles hausses du cours du porc à venir. Un système de garantie de prix est alors peu attractif face à une perspective de prix de vente spot élevé, dans un contexte de coût de revient élevé.

De plus, la conjoncture était également défavorable au moment du lancement du CLD, avec la flambée des cours enregistrées en 2012. Elles se sont produites à des périodes inattendues (tant en février qu'en septembre), ce qui a pris de court vendeurs comme acheteurs.

Intérêts et limites

Au-delà de la situation du marché, des acteurs du maillon de la production attestent également que la majorité des éleveurs n'ont pas la « culture » à se projeter dans trois mois pour estimer un prix de vente. Beaucoup ont une culture de marché « spot » sur les porcs, même ceux qui se couvrent sur les marchés des matières premières. Le « marché », celui qui se détermine au jour le jour, est considéré comme mesurant objectivement la réalité et l'arbitre ultime. S'en éloigner constitue un risque, mais plus encore, c'est comme la transgression d'une loi naturelle. Même si c'est pour se rapprocher d'une autre réalité objective, le coût de production.

Proposer des périodes d'achat plus longues pourrait permettre de se prémunir des variations saisonnières et inciter les éleveurs à s'investir dans des contrats sur une période plus importante. Il est également nécessaire de tenir compte d'un effet des fréquences de vente et de la saisonnalité sur le lissage des prix. Les naisseurs-engraisseurs sont bien moins exposés que les engraisseurs aux fluctuations des cours, comme les variations saisonnières (au sein de l'année), celles du cycle du porc (sur une période de quelques années) ou d'autres plus accidentelles, en raison de ventes régulières, qui exercent un effet de lissage des prix.

Dans le même temps, les abatteurs n'ont pas le droit à l'erreur dans leurs achats, en raison de marges déjà serrées. En l'absence de contrats entre abatteurs-découpeurs et de transformateurs, la valorisation des pièces à la sortie de l'abattoir est aussi variable et aussi difficilement prévisible que le prix du porc. Dans la plupart des cas, les abatteurs préfèrent gérer une marge à court terme plutôt qu'un prix d'achat à moyen terme. Certains disent ne pas se sentir à l'aise avec un prix d'achat différent du « spot », avec une gêne à la perspective d'acheter des porcs à 1,50 €/kg à un éleveur sous contrat alors que le marché « spot » est à 1,70 €/kg... et une impossibilité à envisager financièrement la situation inverse.

Pour Kerméné, il s'agit surtout de prendre pied dans la démarche, car un volume de 10% des achats par contrat ne représente pas vraiment de garantie d'approvisionnement, même aux périodes saisonnières de baisse de l'offre.

Cependant, le maillon de l'abattage-découpe semble avoir pris conscience du resserrement de l'offre en France. Si une pénurie doit toucher la France et notamment le bassin breton, l'utilisation de contrats de commercialisation, à livraison différée ou non, pourrait être à nouveau envisagée. L'objectif serait alors de couvrir un risque de volume plus que de prix. Dans ce cas-là, la réflexion serait à mener à l'échelle de la filière, car les contrats de commercialisa-

tion, et tout particulièrement les contrats à livraison différée, fonctionnent mieux s'ils sont appliqués aux différents maillons de la chaîne.

Dans les deux cas, le CLD constitue un outil supplémentaire et non exclusif de commercialisation sur une partie des ventes pour les éleveurs, qui permet de gérer le risque de prix auquel ils se trouvent confrontés.

L'utilisation du CLD suppose toutefois une bonne connaissance de ses prix de revient ; c'est pour cela que tout éleveur s'engageant dans cette démarche chez Syproporcs est tenu de suivre une formation en ce sens.

Par ailleurs, pour sécuriser au mieux son revenu, l'éleveur doit se couvrir sur une partie au moins de ses achats et notamment d'aliment.

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

Autres pratiques de fixation du prix aux éleveurs

Il existe des démarches de prix garantis pour des éleveurs dans des situations particulières. Mais elles ne sont pas extrêmement répandues. La plupart des coopératives mettent plutôt en place un système d'accompagnement, notamment pour les plus jeunes, tant pour les démarches administratives que pour le suivi technico-économique.

Dans le cas de l'installation d'un jeune hors cadre familial ou d'un investissement ou développement conséquent de l'outil de production, de rares groupements offrent un prix garanti. Il est établi en fonction du prix au Cadran (prix de marché) et du coût de revient. Ce prix, garanti par la caisse du groupement, reste acquis à l'éleveur (pas de remboursement ultérieur). Il est financé par l'effort collectif du groupement, dans le but de développer la production locale.

Discussion

Les principales clauses de contrats de production

Un contrat est source d'obligations juridiques. Des clauses permettent en particulier de régler les situations de non respect des conditions prévues. Afin de couvrir les risques évoqués dans le premier chapitre, certains paramètres de ces contrats doivent être clairement définis :

- **Définition des termes employés** (vendeur, acheteur, porcs charcutiers, truies...);
- **Dates/périodes et lieu de livraison** ;
- **Durée du contrat** : court terme, long terme, indéfini ;
- **Volumes échangés** : valeur absolue fixe, valeur minimum, totalité de la production de l'élevage ;

- **Clause de concurrence** : droit ou non de vendre des porcs à d'autres acheteurs ;
- **Méthode de fixation du prix de base** : si l'objectif est un lissage du prix dans le temps, les partenaires peuvent utiliser un CLD à prix fixe ou avec des valeurs seuils (minimum et/ou maximum). Lorsque l'objectif est de garantir une marge, l'indexation du prix payé sur le coût de revient est un mode de calcul du prix de vente adapté, notamment lorsque le coût est basé sur un prix d'aliment lui-même lissé par contrat. Dans le cas où le prix de vente n'est pas fixé dans le contrat, il est fait appel à un prix de référence, lié au marché, qui est à la base du paiement de l'éleveur. Actuellement, la référence en France est le prix au Cadran. A l'instar de ce qui progresse aux Etats-Unis, la référence à un prix indexé sur la valeur de la carcasse reconstituée introduirait un lien plus étroit entre amont et aval de la filière ;
- **Définition de la prise en charge des frais de transport** ;
- **Quantité et qualité souhaitées des porcs ou des carcasses** (poids, TMP, génétique, rendement, pH...) ;
- **Méthode et équations de classement des porcs** ;
- **Grilles de paiement de la qualité des porcs ou des carcasses** ;
- **Définition d'un cahier des charges spécifiques** (alimentation, soins, génétique, démarche qualité...) ;
- **Traçabilité** : identification des documents à fournir/conservé ;
- **Procédures pour régler les défaillances de qualité** (types de retour vers l'éleveur, définition de la période de transition pour l'amélioration de la qualité...) ;
- **Clauses pour les porcs refusés à l'embarquement ou décédés** lors du transport ou au déchargement, ainsi que pour les carcasses ou pièces déclassées ;
- **Conditions de paiements et de crédit** : garanties de paiement données par l'acheteur, études de solvabilité des cocontractants, délais de paiements... ;
- **Clauses de révisions du contrat** (notamment dans le cas de contrats à long terme) : changements de dates et ou de périodes de livraison, de mode de calcul du prix, de méthode de classement, de qualité des animaux, de volume vendu... ;
- **Procédure de gestion/résolution des conflits** : notamment, juridiction dont dépend le contrat. En France, les coopératives dépendent de juridictions civiles et non commerciales. La gestion des litiges passe également par la chambre arbitrale internationale de Paris, située à la Bourse du Commerce ;
- **Clauses pour cas de force majeure** : maladie sur l'élevage, conditions météorologiques, grèves, incendie, changement de réglementation... ;
- **Clauses de confidentialité** ;
- **Clauses de rupture de contrat** ;
- **Procédure de clôture de contrat** ;
- **Divers...**

Analyse du besoin

La concentration géographique des acteurs et l'organisation de la filière porcine limitent le risque d'approvisionnement et de débouché. La standardisation des porcs les rend relativement interchangeables. Seules les productions spécifiques (bio, races locales, IGP...) ont ressenti le besoin de contractualiser leurs échanges. Finalement, du fait de la prédominance du système naisseur-engraisseur en France, la fréquence de commercialisation des porcs permet un lissage des prix à court ou moyen terme, diminuant l'intérêt d'un contrat à prix fixe ou lissé.

De leur côté, les abatteurs font face à un marché des pièces aux prix très fluctuants et la valorisation de la carcasse peut varier complètement d'une semaine à l'autre en fonction des besoins des clients (Van Ferneij *et al.*, 2004). Ils misent plutôt sur un maintien à court terme de leur marge brute, grâce à des fluctuations parallèles de leurs prix d'achat et de vente.

A l'aval du maillon d'abattage découpe, certains opérateurs s'intéressent aux contrats, comme la chaîne de restauration rapide MacDonald's. Elle propose des contrats tripartites aux producteurs et aux abatteurs/découpeurs pour garantir l'origine France des produits proposés dans les enseignes françaises. Les contrats portent sur des engagements sur les volumes et des prix fixés sur plusieurs années. Cela permet à l'enseigne de sécuriser une partie de ses approvisionnements.

Dans la filière porcine biologique, l'enseigne de distribution Système U a signé début 2013 un partenariat avec près de 180 éleveurs de porcs bio (LSA, 2013), en collaboration avec des sociétés industrielles, pour l'abattage-découpe et la fabrication d'une gamme de produits de porc bio frais et transformés (Legendre *et al.*, 2013). Il s'agit pour l'enseigne de garantir son approvisionnement régulier et de qualité et d'accompagner le développement de la filière face à une offre en porc biologique parfois jugée « insuffisante ».

Des sociétés de restauration collective, qui proposent des prestations dans un large cadre (collectivités, enseignement, santé, etc.), mettent en place avec leurs fournisseurs industriels des contrats d'approvisionnement fixant les prix et les quantités qui peuvent porter sur de longues périodes (plusieurs mois, un an, voire plusieurs années).

Par ailleurs, au stade de la distribution, le développement de produits sous Marque de Distributeur (MDD) fait aussi l'objet d'un contrat entre une enseigne et un industriel sur l'élaboration des produits, avec des modalités particulières de fixation des prix. L'industriel est considéré comme « prestataire de service ». Ces marques occupent une place importante dans la filière porcine. Hors hard discount, les MDD ont représenté environ 50% des tonnages de charcuterie en Libre-service achetés par les ménages en 2013.

Intérêts des contrats

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

Les contrats de commercialisation des porcs auraient pour intérêt principal en France de se prémunir des fortes variations de prix. Par la nature même de son marché, le prix du porc connaît de fortes fluctuations, historiquement connues et anticipées (évolutions saisonnières, «cycle du porc»). Cependant, depuis plusieurs années, le marché du porc a subi plusieurs chocs d'amplitude et de durée importante (crise économique et financière...), qui ont perturbé la lecture et l'anticipation des marchés. Par ailleurs, le marché des matières premières destinées à l'alimentation des animaux a connu lui aussi de fortes variations et est venu peser sur les résultats des élevages.

Face à ces nouvelles circonstances, que peuvent apporter les contrats de commercialisation des porcs ?

Connaissances à maîtriser

Face à des difficultés avérées, il est possible de proposer des solutions adaptées, par la contractualisation, par de potentiels outils financiers ou par des systèmes de provision adaptés qui régularisent la fiscalité et offrent une protection contre les aléas.

Quelques hypothèses peuvent cependant déjà être faites. L'indexation du prix de vente sur le coût de revient permettrait à un éleveur de se protéger de fortes hausses du prix de l'aliment et ainsi sécuriser une marge.

A l'inverse, des contrats portant sur l'aliment donnent une certaine maîtrise du coût de revient qui peut être complétée par des ventes de porcs à prix fixés à l'avance, toujours dans le souci de préserver une marge. Dans tous les cas, les éleveurs doivent disposer de bons indicateurs technico-économiques sur leur atelier, en particulier savoir calculer rapidement leur coût de revient.

Un abatteur-découpeur, de son côté, n'a intérêt à passer des contrats d'achat que s'il peut anticiper ses besoins et s'il a de bonnes perspectives sur le prix des pièces. Cela demanderait donc une meilleure coordination entre les maillons de l'aval de la filière.

Conditions de marché nécessaire

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

immédiats, en négociant au jour le jour, en fonction de son pouvoir de négociation.

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

Conclusion

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

Des expériences étrangères montrent que les contrats permettent d'assurer un débouché régulier pour les porcs (Etats-Unis) ou de garantir une marge. Il s'agit également de répartir le risque de prix sur plusieurs outils (Angleterre) ou d'offrir la possibilité d'un prix plus élevé à des éleveurs en zone de faible densité porcine (Etats-Unis).

La prédominance du système *naissieur-engraisseur* en France et la commercialisation très fréquente des porcs qui en résulte (de une fois par semaine à au moins une fois par mois), permettent un lissage des prix à court ou moyen terme, diminuant l'intérêt d'un contrat à prix fixe ou lissé. La *standardisation des porcs* les rend facilement interchangeables. La *concentration géographique* des acteurs et l'organisation de la filière porcine française limitent le risque de débouchés pour les éleveurs et d'approvisionnement pour les abatteurs. Le *marché au cadran* offre aux éleveurs une mode de fixation du prix clair et transparent. Cette référence bihebdomadaire est structurante pour le marché du porc en France. Jusqu'à présent, c'est plutôt au sein des filières différenciées à volumes de production restreints et à opérateurs peu nombreux, comme le porc biologique, que les opérateurs ont ressenti le besoin de contractualiser leurs échanges.

Cependant, les variations interannuelles des prix du porc et de l'aliment sont importantes, surtout pour l'aliment depuis 2007. Pour lisser le prix de vente des animaux et de l'aliment, on peut penser à des contrats longs à prix fixe. Mais face à la difficulté de mesurer précisément les effets négatifs de la volatilité sur les résultats économiques et au coût de mise en œuvre des contrats, des simulations précises seraient nécessaires pour comparer leur intérêt à celui d'autres dispositifs (épargne mutualisée, provisions défiscalisées...).

Remerciements

Cette étude a été réalisée en 2013 avec le soutien financier de FranceAgriMer.

Références bibliographiques

- Antoine (Ilari) E., Duflot B., Van Fernej J-P., Marouby H. et Rieu M., 2009. Le prix du porc perçu par les producteurs dans l'Union Européenne. Les études économiques de l'Ifip, 81p.
- Bouamra-Mechemache Z., 2012. Typologie des contrats et conséquences. intervention RMT économie des filières animales, groupe « organisation des filières animales »
- Haggerty K., 1999. Packer Ledger Account: Asset Or Liability. article disponible sur le site http://nationalhogfarmer.com/mag/farming_packer_ledger_account
- Hortmann-Scholten A., 2011. Germany's role in pan-European trade. EPP-Congress Münster, 27p.
- Institut de l'élevage, département économie (GEB) avec la participation du Département Actions Régionales (DAR), 2011. Le Lait après 2015 : Comment les transformateurs comptent gérer l'offre. Le dossier Economie de l'Élevage, 48 p.
- Itavi, service économique, 2012. Les contrats en aviculture. Étude FranceAgrimer, 55p.
- Janssens S.R.M., Hoste R., Baltussen W.H.M. et Bunte F.H.J., 2011. Handelsrelaties in de aardappelen varkenssector : De relatie tussen aanbieder en afnemer. LEI-rapport 2011-077, 65p.
- Key N., 2011. Does the Prevalence of Contract Hog Production Influence the Price Received by Independent Hog Producers?. Journal of Agricultural & Food Industrial Organization, Vol.9: Iss. 1 Article 2, 23 p.
- Key N. and McBride W., 2007. The Changing Economics of U.S. Hog Production. USDA, Economic Research Report Number 52, 38 p.
- Lawrence J. D., Hayenga M., Kliebenstein J., Rhodes V. J., 2007. Producing and marketing hogs under contracts. Fact Sheet, Pork Information Gateway, 11-03-07, 6 p.
- Legendre V., Cresson C., avec la participation d'O. Chapolard, 2013. Marché et consommation du porc bio français. AlterAgri n°119, de la page 28 à la page 31.
- Llistosella E., 2012. Marché à livraison différée : Une nouvelle alternative appréciée. www.legouessant.com, 28/06/2012.
- LSA, 2013. Viandes de porc, les magasins U organisent leur filière bio. disponible le 26/09/2013 sur le site <http://www.lsa-conso.fr/viandes-de-porc-les-magasins-u-organisent-leur-filiere-bio,139623>.
- MacDonald J. M. et Korb J., 2011. Agricultural Contracting Update : Contracts in 2008. USDA ERS, Economic Information Bulletin, N° 72, 35 p.
- Miele. 2011. Pork production in Brazil. Competitiveness of French and Brazilian swine and poultry production supply chains. Concordia.
- Miele et Waquil, 2007: Swine Production Coordination in Southern Brazil. VI International PENSA Conference "Sustainable Agri-food and Bioenergy Chains/Networks Economics and Management".
- Plain R., 2013. U.S. Market Hog Sales, 2002-2012. Agricultural Electronic Bulletin Board, University of Missouri Extension, 6p. Disponible sur le site <http://agebb.missouri.edu/mkt/vertstud12.pdf>
- Plain R. et Grimes G., 2010. Marketing Slaughter Hogs under Contract. eXtension, http://www.extension.org/pages/Marketing_Slaughter_Hogs_Under_Contract.
- Powernext, 2011. Recherche de nouveaux outils de formation du prix du porc en France. Etude Inaporc-FranceAgriMer.
- Poilvet D., 2011. La vente à livraison différée arrive au Marché du porc breton. Réussir porc, N°187, de la page 6 à la page 7.
- Roguet C., Gourmelen C., Rieu M., Marouby H., 2006. Perspectives de la production porcine en Allemagne : Les structures de la filière, les coûts et les résultats des élevages. Les études économiques de l'Ifip, 141 p.
- Roguet C., Laugé V., Rieu M., 2008. La production et les flux de porcelets en France. Les études économiques de l'Ifip, 61 p.
- Roguet C. et Rieu M., 2004. Le marché à terme pour gérer le risque de prix du porc : mythe ou réalité ?. Techniporc, Vol. 27, N°5, de la page 3 à la page 9.
- SNIV, 2013. Filière bovine : accord de contractualisation pour avancer. L'ACTU SNIV-SNCP, N°23.
- Tonsor G. T., Franken J.R.V., Parcell J. L., 2011. Impact of Mandatory Price reporting on Hog Market Integration. K-State Research and Extension, Department of Agricultural and Economics, MF3019, 2p.
- Van Fernej J-P. et Rieu M. avec la collaboration de R. Vermeil de Conchard, 2004. Le commerce de viande de porc issue de la découpe en France. Les études économiques de l'ITP, 101 p.
- Van Fernej J-P. et Rieu M., 1995. Filière porcine aux Etats Unis : la nouvelle compétitivité. Etude ITP-Ofival, 182 p.

Référence bibliographique de cet article

- Antoine E., Marouby H., 2014. Fixer le prix du porc par contrat : Expériences à l'étranger et enseignements pour la France. Les Cahiers de l'IFIP, 1(1), 13-28.