



**ARGOS RESEARCH NOTE: NUMERO 4, JUIN 2004**

**Le développement du marché pour l'agriculture néo-zélandaise**

La Nouvelle-Zélande est unique car c'est un pays développé qui dépend de la production et du commerce agricoles pour la plus grande partie de ses recettes dans les échanges internationaux. Ceci a évidemment été source de problèmes dont notamment des difficultés d'accès aux principaux marchés mondiaux à haute valeur ajoutée. Cependant, compte tenu du dernier accord à l'OMC, la situation devrait changer avec le retrait progressif des soutiens commerciaux sur les principaux marchés. Ceci n'arrivera pas du jour au lendemain, cependant, c'est un bon présage pour la réduction des restrictions et des taxes commerciales contre les produits néo-zélandais. Une certaine prudence doit tout de même être adoptée car la levée des barrières du commerce direct sera accompagnée de l'apparition de nouvelles restrictions commerciales plus rigoureuses, par exemple concernant les méthodes de production des aliments.

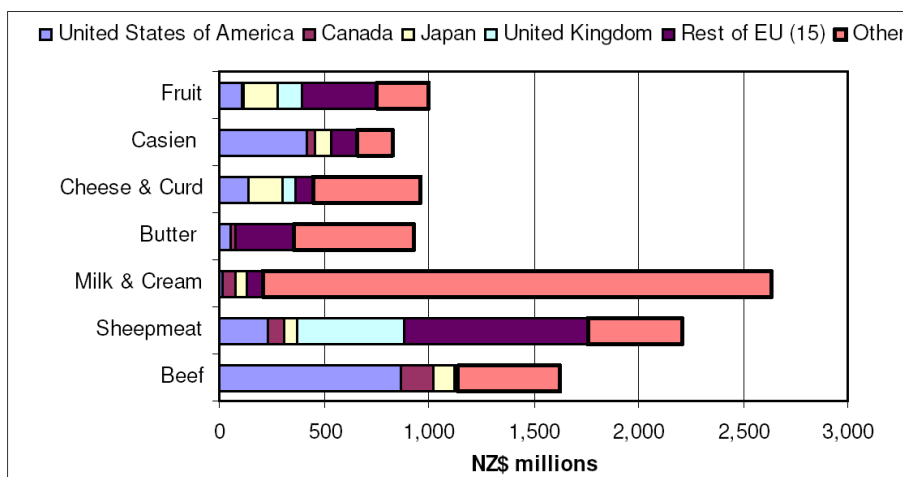
L'autre défi du commerce agricole néo-zélandais dans les marchés à haute valeur ajoutée est le changement dans la demande du consommateur, qui même sans considérer le prix, se porte vers une plus grande attention sur l'hygiène des produits alimentaires et sur la protection de l'environnement

et les conditions de production des aliments. Bien que la Nouvelle-Zélande ait des avantages pour cela, le pays va devoir être capable de répondre à ces nouvelles demandes du marché et tenir compte de ses méthodes de production ainsi que du marketing. On le voit très clairement avec la hausse des projets européens qui exigent des agriculteurs de répondre à certains standards de production alimentaire.

ARGOS tient à aider les agriculteurs de deux manières : (1) en gardant une mission de veille sur les exigences et développements des marchés/politiques à l'étranger, et sur la façon dont ceci pourrait affecter les agriculteurs, et (2) en apportant des arguments pour compenser les demandes des marchés étrangers en matière de systèmes de production et de conformité environnementale, qui ne sont pas appropriées à la Nouvelle-Zélande.

**Les changements du marché**

Le marché pour les produits agricoles néo-zélandais a changé au cours des dernières décennies. Ce revirement des marchés a été atténué par des restrictions commerciales sur les imports agricoles de beaucoup de marchés, et particulièrement ceux des pays développés. Malgré cela, les marchés des pays développés restent les plus importants pour la Nouvelle-Zélande, à l'exception du lait. Ceci est illustré sur la figure 1, qui montre, pour les principales exportations agricoles néo-zélandaises en 2003, la quantité des exportations vers les marchés des principaux pays développés. Le défi pour la Nouvelle-Zélande est d'être capable de maintenir et étendre ces marchés. Une grande partie



**Fig. 1: Principales exportations de la Nouvelle-Zélande**  
(Source: MFAT, NZ External Trade Statistics June 2003)

de ce commerce, cependant, concerne de la marchandise en vrac et de futurs changements potentiels du marché pourrait confirmer la menace de ce commerce par un changement de comportement du consommateur et des politiques internationales.

### **Le comportement du consommateur**

Il y a eu d'importants changements dans le comportement du consommateur, qui sont à la base de certains des changements énoncés plus haut. Globalement, la proportion des dépenses en produits alimentaires des consommateurs de l'Union Européenne (UE) a chuté au cours des deux dernières décennies; entre 1995 et 1999, ces dépenses sont passées de 14,2% à 12,9%, avec le Royaume-Uni passé à 9,1% en 2003 (Statistics UK; Household final consumption expenditure in the European Union, 2002). Cette évolution est naturelle dans un pays développé où, du fait de l'augmentation des salaires, le prix des produits alimentaires joue un rôle moins important dans le comportement d'achat des consommateurs. A partir du moment où le consommateur accorde moins d'importance au prix, les attributs tels que la qualité des produits et le pays d'origine deviennent plus importants.

De plus, la proportion de ces dépenses destinée à l'agriculteur a chuté avec l'augmentation des repas pris hors du domicile et des plats préparés.

### **L'OMC, les politiques de développement et la production alimentaire néo-zélandaise**

Le tour actuel des négociations de l'OMC vient de mener à un accord sur le retrait des primes à l'exportation et autres politiques inégales, une grande stimulation pour la Nouvelle-Zélande. Cependant, cela pourrait accroître l'influence d'autres facteurs restrictifs pour le commerce, et notamment les facteurs environnementaux. Il n'existe pas d'exemple plus apparent que la politique agricole européenne.

Le changement dans les bases du soutien à l'agriculture en UE est amplifié par les changements d'objectifs de la politique et son élargissement d'une politique agricole à une politique rurale. Les nouveaux objectifs sont radicalement différents et contiennent :

- compétitivité accrue interne et externe
- hygiène alimentaire et qualité des aliments sont une obligation fondamentale envers les consommateurs
- intégration des objectifs environnementaux dans la PAC
- création de possibilités d'emplois et de revenus alternatifs pour les agriculteurs et leurs familles
- simplification des législations européennes

- assurance de bonnes conditions de vie pour la communauté agricole et contribution à la stabilisation des revenus agricoles

L'union européenne a initié des réformes pour sa politique agricole, alors qu'en parallèle, le tour de l'OMC a un profond impact sur la production agricole en Nouvelle-Zélande et ailleurs.

La décision du conseil général de l'OMC le 31 juillet 2004, stipule que les paiements directs (soutien boîte bleue) doivent être limités à 5% de la valeur moyenne de la production agricole du pays membre. Cela met une pression importante sur les pays membres, notamment ceux de l'union européenne, de devoir déplacer les paiements inégaux de la boîte bleue vers les paiements et mesures de la boîte verte. La façon dont cela va être intégré pour répondre aux exigences de la boîte verte va représenter un problème d'intérêt considérable.

### **Perspectives pour les agriculteurs et éleveurs du programme ARGOS**

Il y a eu des changements considérables dans les marchés d'exportations néo-zélandais et leurs exigences au cours de la dernière décennie. Les attributs des aliments ont pris de l'importance sur les marchés, ces attributs incluant la façon dont les aliments sont produits, ainsi que les enjeux de qualité et d'hygiène.

Le tour actuel des négociations sur les réformes de la politique agricole de l'union européenne et de l'OMC réduiront les distorsions du marché. Cela aura un impact sur la Nouvelle-Zélande en ouvrant les marchés à la fois européens et internationaux. La menace, ou opportunité; pour la Nouvelle-Zélande est qu'un changement dans la politique des paiements destinés à l'amélioration des performances environnementales soit utilisé dans le but de restreindre le commerce des marchandises qui n'auraient pas été produites dans ces conditions. Aussi, pour que la Nouvelle-Zélande puisse conserver son accès à ces marchés, elle aura probablement à modifier ses méthodes de production. Ces changements représentent une bonne opportunité pour la Nouvelle-Zélande et son image "écologique". Cependant, cette image doit être établie par l'intermédiaire de certaines pratiques agricoles en Nouvelle-Zélande, en respectant la demande du marché.

Enfin, pour maintenir ou augmenter le revenu agricole néo-zélandais, il est indispensable de prendre en considération les attributs des aliments. Cela représente le principal moyen que la Nouvelle-Zélande a de surmonter le problème de base qui est que, à mesure que le monde s'enrichit, la proportion dépensée en produits alimentaires et qui revient aux agriculteurs diminue.

Ce compte-rendu de recherche a été préparé par  
**Caroline Saunders**



---

This research note was prepared by

For further information, please contact:

Jon Manhire

The AgriBusinessGroup, PO Box 4354,  
Christchurch.

Phone: 03 365 6806

Email: [jon@agribusinessgroup.com](mailto:jon@agribusinessgroup.com)

Or visit our website: [www.argos.org.nz](http://www.argos.org.nz)