

Le blé français armé pour rivaliser à l'export

La qualité de la récolte tricolore et les prix bas devraient permettre de tenir tête aux blés russes et ukrainiens.

OLIVIA DÉTROYAT @Olivierad

AGRICULTURE « Ce sera un défi, mais pour l'instant, les signaux sont au vert. » Pour Nathan Cordier, analyste chez le spécialiste de la gestion des risques agricoles Agritel, les céréaliers français sont bien placés pour jouer à armes égales, cette année, face à leurs grands concurrents russes, ukrainiens ou argentins, poids lourds des céréales depuis une dizaine d'années.

Après la bonne récolte de blé réalisée cet été dans l'Hexagone -39,2 millions de tonnes, soit la deuxième meilleure depuis 1998-, le challenge est de taille. Selon Agritel, compte tenu de la consommation intérieure, les producteurs français devront exporter plus de 20 millions de tonnes de blé dur (pour les pâtes alimentaires) et tendre (pour la panification) hors de nos frontières, dont plus de 11 millions hors de l'Union européenne.

Ce palier, franchi uniquement à quatre reprises sur les onze dernières années, est ambitieux. D'abord car, ailleurs dans le monde, les récoltes ont aussi été globalement bonnes. En Russie, premier exportateur mondial, les 75,2 millions de tonnes récoltées représentent une production presque record. Idem en Ukraine, où Agritel prévoit une récolte inédite de 28,2 millions de tonnes, ou en Argentine, avec une production de 20,8 millions de tonnes. Dans l'Union européenne, la hausse de la production atteint 8,6 %.

Coût de revient non couvert.

Si les stocks mondiaux sont aujourd'hui à de bas niveaux, la disponibilité en blés dans les huit grands pays exportateurs de céréales est donc sensiblement en augmentation : au-dessus de 450 millions de tonnes, soit dans la fourchette haute de la décennie passée. Dans ce contexte foisonnant, le blé français a largement de quoi faire valoir ses atouts. Avec un taux en protéine moyen au-delà de 11,5 %, et surtout des prix en fort repli, il répond aux critères de nombre de clients internationaux. « Certes, le début de campagne a été peu dynamique avec 600 000 et 750 000 tonnes chargées à l'export en juillet et août, détaille Nathan Cordier. Mais c'est assez classique en cette période de l'année, avec des pays de la mer Noire souvent agressifs. » Surtout, contrairement à l'an dernier à la même époque, le blé tricolore « est au bon prix pour la course à l'export », détaille Michel Portier, patron fondateur d'Agritel.

De fait, les bonnes productions partout dans le monde ont fait chuter les cours : de 15 euros depuis le 1^{er} juin, et de 40 euros sur un an pour le prix de la tonne de blé vendue à Rouen, qui fait référence en France. Or, à ce prix (autour de 165 euros), le blé tricolore cote en deçà des blés russes et ukrainiens. Ce n'est pas une bonne affaire pour les producteurs : à ce prix, beaucoup ne cou-



La récolte de blé réalisée cet été dans l'Hexagone s'élève à 39,2 millions de tonnes, soit la seconde meilleure depuis 1998.

T. THOREL/PHOTOPQR/VOIX DU NORD/MAXPPP

vrent pas leurs coûts de production. Mais cela laisse la possibilité à la France de tirer son épingle du jeu.

En effet, la Russie et l'Ukraine lèvent traditionnellement le pied sur les prix en deuxième partie de campagne, laissant davantage de place aux autres pays exportateurs.

« Alors que les disponibilités sont bonnes, on peut tabler sur une reprise du commerce mondial et une demande globale stimulée », ajoute Michel Portier.

En Europe, en particulier, les débouchés resteront plutôt porteurs : avec des fabricants d'alimentation

animale qui arbitreront probablement un peu plus pour le blé, dont les prix rivalisent avec ceux du maïs, et des mauvaises récoltes dans la péninsule ibérique qui vont stimuler la demande d'importation dans ces pays. Hors du continent, toutefois, la bataille restera rude lors des dix

20 millions

de tonnes de blé dur français devraient être exportées cette année dont plus de 11 millions hors Union européenne

prochains mois. La France doit encore écouler autour d'un million de tonnes par mois au grand export. Face à elle, les céréaliers argentins prendront le relais des producteurs de l'Est cet hiver, notamment en Algérie, principal débouché hors Union européenne de la France (25 % des exportations). Ce concurrent de taille aura pour lui la forte dévaluation du peso argentin ces derniers mois.

Côté prix, le faible niveau des stocks des pays exportateurs dessine un « potentiel de baisse limité au long de la campagne », estime Michel Portier. Mais, alors que leur situation s'est dégradée depuis quelques années avec des récoltes plus aléatoires voire mauvaises (comme en 2016) et des aides européennes rognées, les céréaliers français n'espèrent pas de retournement significatif des cours à la hausse. Le blé ne roule plus sur l'or... ■

Les meuniers tentent de raviver l'appétit pour le pain

20 % des mélanges

vendus par les Grands Moulins de Paris aux boulangers artisans sont pour des pains spéciaux

En ce début d'été, alors que commencent les récoltes en région parisienne, le ballet des camions et bateaux remplis de blé tendre rythme le quotidien du moulin de Paris-Gennevilliers (groupe Grands Moulins de Paris, GMP), situé à Gennevilliers. L'installation s'approvisionne en effet depuis vingt ans en blés cultivés dans les 125 kilomètres alentour. Avec sept autres moulins propriétés de la filiale de la coopérative Vivescia, ils transforment chaque année 800 000 tonnes de blé en farines de différentes qualités et goût. À la fois pour les particuliers (15 % du chiffre d'affaires de Grands Moulins de Paris), les agro-industriels (25 %) et surtout les boulangers (60 %). À tout juste 100 ans, le groupe affiche une palette de plus de 150 types de farines. Et d'ici à 2020, tous ses moulins ne transformeront plus que des grains de blé stockés sans insecticides. Un moyen de tenter de garder la préférence des boulangers et des pâtisseries amateurs, à l'heure où les Français mettent moins de pain sur leur table.

Si, chaque jour, 12 millions de nos concitoyens entrent dans une boulangerie et 98 % consomment du pain régulièrement, l'image du Français avec sa baguette sous le

bras a du plomb dans l'aile. Selon la dernière étude du Crédoc de 2017, le volume de pain consommé par jour a chuté de 30 % entre 2003 et 2013. Depuis lors, l'heure est plutôt à l'effritement, la consommation étant passée sous les 94 grammes par jour et par personne en 2016. En cause, une image défavorable du pain lors des régimes ou de nouveaux comportements alimentaires (sans gluten...).

La montée du bio

Pour inverser la tendance, la plupart des meuniers français ont misé sur des pains spéciaux : pain complet, aux céréales, de campagne, aux noix... ou plus originaux, au thé ou au foin. Cette année, Grands Moulins de Paris a choisi de lancer une huitième version de sa Campaquette Epoca : une baguette aux céréales anciennes et aux graines (seigle, sésame noir, épeautre, blé de Khorasan, tournesol...). Cette préparation permet aux boulangers de miser sur des produits à l'image authentique et artisanale, prisés des consommateurs. Chez GMP, les mélanges et préparations pour ces pains spéciaux représentent, en 2019, 20 % des ventes aux boulangers artisans, en hausse régu-

lière depuis trois ans. Le groupe, qui s'était essayé un peu trop précocement au bio il y a vingt ans, remet aussi la main à la pâte sur ce sujet puisqu'il va spécialiser deux de ses moulins en production de farines bio (ceux de Surgères et de Brienne-le-Château). Selon le Crédoc, les pains bio représentent près de 5 % de la consommation des plus de 20 ans, contre 3 % en 2013. Enfin, les équipes commerciales de GMP lancent en 2019 deux nouvelles références bio de la célèbre farine Francine, qui détient 35 % de part de marché dans les linéaires français.

Ces efforts portent leurs fruits : après avoir reculé de 6 % entre 2014 et 2017, le marché de la farine en grande surface a progressé de 6,4 % depuis le début de l'année, selon le panéliste Iri, en partie grâce au retour du « fait maison » et aux efforts de valorisation. Et sur certaines catégories (les hommes, les tout-petits de 0 à 3 ans...), la consommation de pain est repartie à la hausse. En 2018, le chiffre d'affaires de GMP a quant à lui progressé de 2,4 %, à 410 millions d'euros. Les meuniers continuent bien de veiller au grain. ■

O. D. (ENVOYÉE SPÉCIALE À GENNEVILLIERS)

EN BREF

ALLEMAGNE : MORAL DES MÉNAGES STABLE

Malgré la menace de récession, le moral des ménages allemands est resté stable à l'approche du mois de septembre, laissant penser que les dépenses de consommation continueront à soutenir l'économie. L'indice le mesurant publié par l'institut GfK est ressorti à 9,7, un chiffre inchangé par rapport au mois précédent et légèrement supérieur au consensus de 9,6.

EIFFAGE AMÉLIORE SON BÉNÉFICE NET

Au premier semestre, le groupe français de BTP et de concessions, Eiffage, a vu son résultat net bondir de 33,6 % à 290 millions d'euros et son chiffre d'affaires gagner 11,6 % à 8,5 milliards d'euros. Cette progression est due, notamment, à la construction des lignes de métro du Grand Paris Express.

» Concerts, afterworks, séminaires... la seconde vie des hippodromes

» Pierre Gattaz avait raison : les entreprises ont bien créé... 1 million d'emplois en 5 ans

www.lefigaro.fr/economie