

LE MARCHÉ MÉDITERRANÉEN DES CÉRÉALES : DYNAMIQUE ET POSITIONNEMENT CONCURRENTIEL DE LA FRANCE ET DE SES COMPÉTITEURS

Rémi HAQUIN¹

En moyenne des 4 campagnes concernant les récoltes 2013 à 2016, la France se situe au 5^e rang mondial des producteurs et au 3^e rang mondial des exportateurs de blé.

Pour des raisons historiques, le bassin méditerranéen est une destination privilégiée des blés français : la France en est le 1^{er} fournisseur (30 %) et l'Afrique du Nord est parmi les pays tiers, le principal débouché du blé français (60 %).

La bonne adéquation des blés français aux différents besoins se traduit par une présence forte et régulière en Algérie et au Maroc, mais plus aléatoire en Égypte et en Tunisie.

Selon les pays destinataires, les acheteurs peuvent être des offices d'état ou des entreprises privées, mais les cahiers des charges y sont toujours stricts et doivent être rigoureusement respectés, traduisant **la nécessité d'une amélioration continue de la qualité des blés français** (taux de protéines, indice de Hagberg et poids spécifiques élevés, taux d'humidité bas).

Le retour parmi d'autres, de la Russie et de l'Argentine dans le cercle des pays exportateurs de blé, exacerbe la concurrence internationale et génère un besoin de **compétitivité** du blé français, d'autant plus crucial que les parités monétaires lui sont actuellement défavorables.

Dans un marché en forte croissance et de plus en plus concurrentiel, si la part de marché du blé français diminue, **la filière s'organise** pour maintenir un volume important d'exportation vers ces destinations méditerranéennes. C'est en particulier le rôle de France Export Céréales qui par une présence permanente et son action, y assure la promotion du blé français.

¹ Agriculteur, président du Conseil spécialisé Céréales de FranceAgriMer.