

Zeitschrift: Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie = Économie et sociologie rurales [1980-2007]
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie
Band: - (2001)
Heft: 2

Artikel: Les effets des structures interprofessionnelles sur les systèmes de marché
Autor: Réviron, Sophie
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-966269>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Les effets des structures interprofessionnelles sur les systèmes de marché

Sophie Révion, antenne romande de l'Institut d'Economie Rurale, ETH Zurich

Les institutions interprofessionnelles ne peuvent être considérées comme des structures externes à un système de marché, dont elles observeraient passivement le fonctionnement. Elles en sont un organe important, lié directement à la négociation bilatérale entre un vendeur et un acheteur pour un produit (intermédiaire ou final) donné. Par délégation des parties, l'interprofession fixe même souvent des clauses essentielles du contrat. Toutefois, les missions assurées par une interprofession sont très diverses selon les filières. Cette diversité est liée à la structure des marchés en filière et en particulier au degré d'intégration verticale choisi par les entreprises.

Mots-clés: organisation du marché, filières, missions des interprofessions, institutions du marché, méso-économie

La diversité des missions des interprofessions constatées en pratique donne à première vue une impression de désordre et semble résister à toute analyse théorique systématique. Par ailleurs, des interprofessions naissent au prix de difficiles efforts [le cas des fromages suisses, Chapuis, 2001] tandis que d'autres disparaissent [le cas des légumes transformés en France, Valceschnini, 1993], cette dynamique étant déroutante pour qui s'interroge sur la légitimité et la raison d'être des interprofessions.

Dans cet article, nous mettons en évidence le lien incontournable entre les missions d'une interprofession et les caractéristiques de l'organisation des négociations bilatérales entre acheteur et vendeur, sur les marchés de la filière concernée. Le contrat commercial tacite ou écrit est le témoin final de cette interaction entre échange commercial et interprofession (point 1). Nous montrons en particulier les effets de l'organisation «verticale» de la filière sur la nature des missions de l'interprofession (point 2).

1. L'interprofession, élément de structure d'un système de marché

Au plan théorique, la question de l'organisation des transactions est centrale pour la compréhension des missions des interprofessions. Les décisions des opérateurs ne sont pas indépendantes du contexte prévalant au sein de leur marché et de leur filière et les transactions s'enchâssent dans des règles du jeu qui ne peuvent que très exceptionnellement se restreindre au cadre bilatéral [Hodgson, 1988 ; Ménard, 2000]. La délimitation du système pertinent pour la compréhension de cette dimension collective est diverse selon les auteurs. Porter (1980) centre l'analyse sur les groupes stratégiques au sein d'un secteur industriel, selon un découpage « horizontal ». L'approche évolutionniste privilégie également l'étude d'un champ horizontal au niveau d'un secteur [Moati, 1999]. Le concept de filière a débouché sur un découpage « vertical » d'arrangements contractuels en chaîne [Zylbersztajn, 1999].

Pour notre part, nous délimitons et appelons *système de marché* un cadre « horizontal » des négociations commerciales comprenant à la fois les acheteurs et les vendeurs [Révillon, 2000]. Ce système comporte plusieurs éléments de structure : des opérateurs à la vente ou à l'achat effectivement susceptibles de se rencontrer ; un rituel de négociation bilatérale qui définit comment les acteurs se rencontrent, ce qu'ils négocient, et qui peut déboucher sur un contrat ; des institutions formelles spécifiques du marché qui assistent les opérateurs et dont les missions sont diverses.

Le cadrage de cet espace de négociation, à savoir qui est dedans, qui est dehors, est très délicat lorsque le bien est différencié, dans des cas relevant de la concurrence monopolistique. Les méthodes marketing, telles que la détermination de l'ensemble évoqué [Urban & al., 1984], sont alors les plus efficaces pour décider des frontières du système de marché. La délimitation de frontières s'accompagne d'une identification des barrières à l'entrée pour les opérateurs potentiels à l'achat ou à la vente.

Cette structure est représentée par la figure 1. Chaque opérateur est représenté par un rectangle dont la largeur est à l'échelle de sa part de marché, dont la mesure dépend, compte-tenu de ce qui précède, des frontières choisies pour le système de marché.

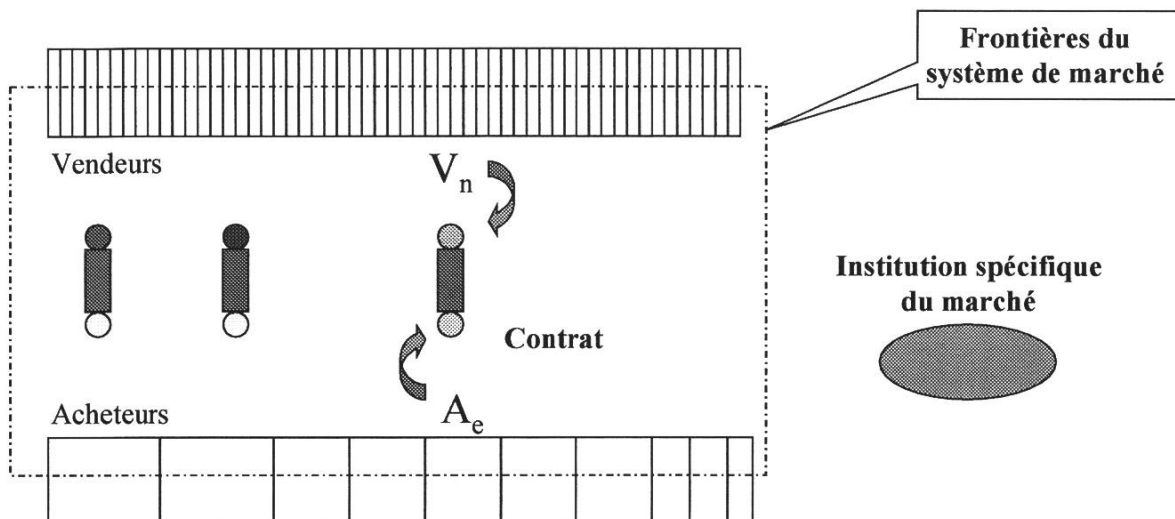


Figure 1: représentation d'un système de marché

Le vendeur V_n rencontre l'acheteur A_e . Si la négociation débouche sur un accord, il en résulte un contrat écrit ou tacite puis une exécution du contrat. Le « rituel » de la négociation est sur les marchés existants une règle du jeu de nature institutionnelle que les négociateurs remettent rarement en question. Il s'obtient aisément par enquête auprès des vendeurs ou des acheteurs, dans la mesure où les questions concernent l'organisation pratique de la rencontre des négociateurs et la nature des clauses négociées et non le résultat de la négociation.

Parmi les institutions spécifiques d'un marché, les structures interprofessionnelles jouent un rôle très particulier, dans la mesure où leurs décisions ont un effet direct sur la négociation bilatérale et sur la rédaction du contrat. Il est en effet tout à fait courant que les acteurs, par contrat, délèguent certaines clauses contractuelles à une structure interprofessionnelle (simple association ou interprofession constituée sur la base d'une loi). Ces clauses concernent le plus souvent des normes de qualité, des méthodes de reconnaissance de la qualité, des barèmes de réfaction /bonification selon la qualité mais également des conditions de chargement, la définition du «défaut» d'une partie, parfois même des clauses d'arbitrage des conflits. Loin d'être une institution de service, spectatrice des transactions commerciales, la structure interprofessionnelle est alors un élément de structure actif et important du système de marché, qui ne doit pas être externalisé.

Nous avons appelé *table de négociation principale* le cadre de la négociation bilatérale entre un acheteur et un vendeur et *table de négociation secondaire* une institution qui décide par délégation de ce que les parties ne négocient pas en bilatéral [Révion, 2000]. Un système de marché fonctionne dès lors à deux vitesses : sur les tables de négociation principales bilatérales les négociations durent de quelques secondes à plusieurs années selon les produits ; les négociateurs sont directement sous l'autorité de leur firme. Sur les tables de négociation secondaires, les réunions sont régulières, à des échéances souvent mensuelles ; les négociateurs sont des représentants élus ou nommés par des collèges d'entreprises ; les négociations sont multilatérales. Ces deux « organes » du système de marché, bien que de nature très différente (au sens de Boltanski et Thévenot, 1987) sont intimement liés et interagissent en permanence (figure 2).

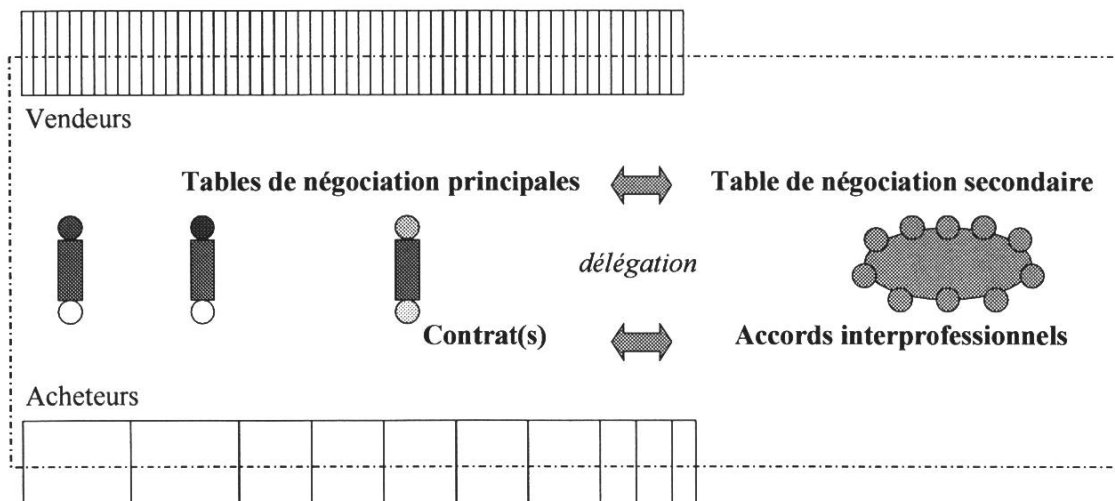


Figure 2: la structure interprofessionnelle, table de négociation secondaire

Les structures interprofessionnelles comportent au moins deux collèges correspondant à deux niveaux de filière, liés par un système de marché. Elles peuvent en comporter plus et jouent alors un rôle complémentaire d'interface entre plusieurs systèmes de marché en filière. Leurs décisions ont alors des effets sur les contrats conclus à des niveaux différents de la filière et assurent alors une coordination verticale (figure 3).

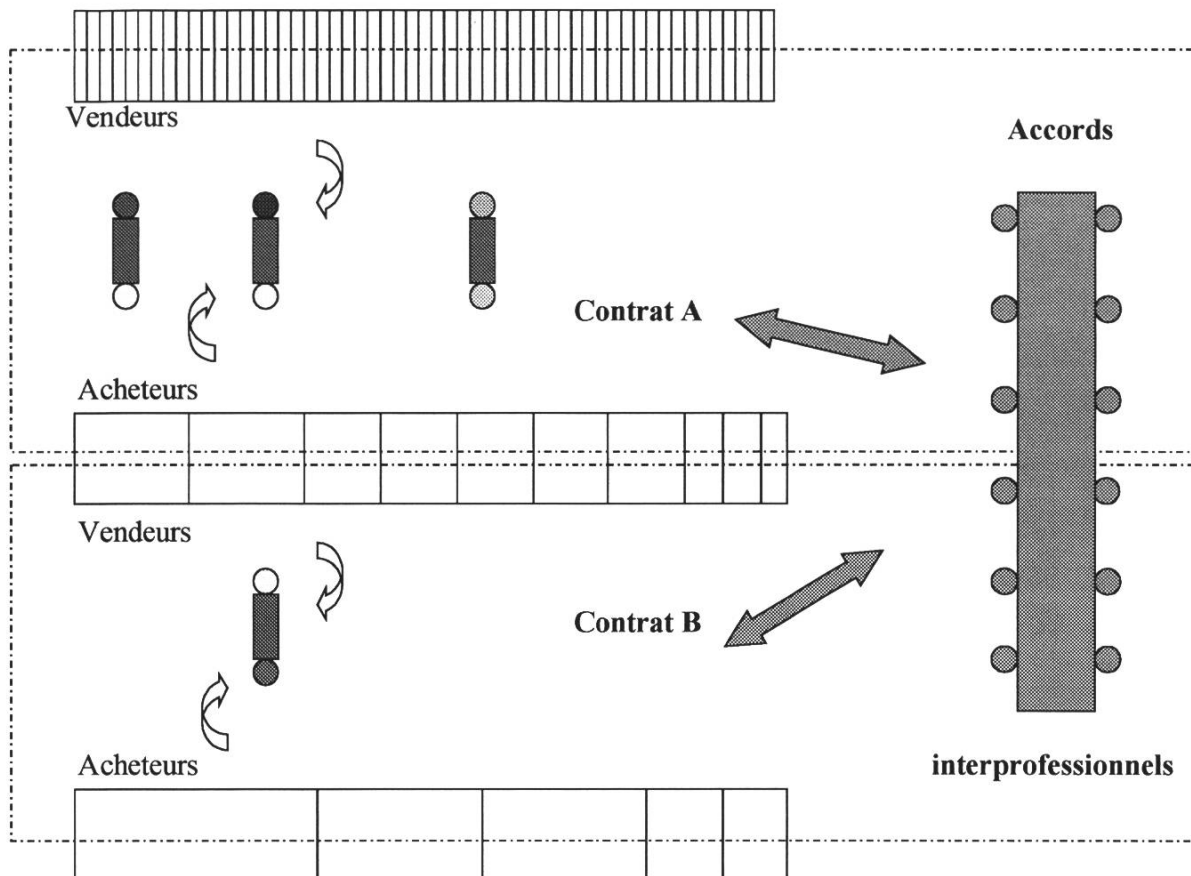


Figure 3: représentation d'une filière, ensemble de systèmes de marché coordonnés par l'interprofession

2. Diversité des modes organisationnels des filières et missions des interprofessions

L'approche néo-institutionnelle fournit un cadre théorique intéressant pour comprendre la grande diversité des modes organisationnels des filières agro-alimentaires [Ménard, 2000]. A cet égard, nous distinguons des arrangements « horizontaux » correspondant à un niveau de marché dans une filière et des arrangements « verticaux » faisant intervenir des acteurs appartenant à plusieurs niveaux de filière. Pour la question des missions des interprofessions, nous pensons que le type de coordination verticale est directeur. Nous identifions ainsi trois grands types de coordination verticale : faible coordination ; forte coordination par une

entreprise centre de commande ; forte coordination par un centre de commande collectif.

Cas 1: faible coordination verticale

Lorsqu'une filière est faiblement coordonnée verticalement, les marchés de produits intermédiaires fonctionnent dans une relative indépendance, la liaison étant seulement assurée par les entreprises intermédiaires qui sont à la fois acheteur (en amont) et vendeur (en aval). Pour les produits agricoles, souvent saisonniers et sujets à de fortes variations en volume, une faible coordination verticale est fréquente. Le producteur produit ce qu'il veut et ce qu'il peut, en volume et en qualité, selon son anticipation individuelle du marché et subit le résultat de l'anticipation collective de l'ensemble des producteurs. Selon une logique de flux poussé, la filière « écoule » les volumes et les qualités produites.

Dans ce contexte, les opérateurs négocient leurs transactions en suivant les usages de leur marché, selon une logique d'arrangements « horizontaux » par niveau de filière. Une faible coordination, c'est-à-dire l'absence d'un plan concerté, ne signifie pas qu'un marché ne bénéficie pas d'une organisation complexe. Un système de marché dispose d'un mode organisationnel propre, souvent implicite et peu documenté. Nous avons proposé des caractères discriminants, établis selon une méthode de reconnaissance de type taxinomique, au regard du degré de différentes incertitudes (incertitude quant à la qualité, à la dispersion des prix, au futur) et du type de rationalité pour le système de marché concerné ; cette approche débouche sur une classification pour les marchés agro-alimentaires comprenant environ 50 types [Révillon, 2000, p. 260].

La structure interprofessionnelle, lorsque la coordination verticale est faible, va en premier lieu chercher à améliorer ces arrangements contractuels « horizontaux » existant sur les marchés concernés, sans les modifier lourdement. L'interprofession va ainsi intervenir pour faciliter les échanges, en diminuant les coûts de transaction liés au degré d'asymétrie d'information sur la qualité, au manque d'information sur les prix ou au risque d'opportunisme propres aux marchés qu'elle sert.

L'amélioration de l'information sur la qualité est souvent obtenue par la construction d'une grille de reconnaissance contractuelle et d'un barème de paiement selon la qualité. Des actions de recherche appliquée sont souvent engagées en parallèle pour améliorer la qualité des produits de demain au regard de la demande en aval. L'amélioration de

l'information sur les prix offerts et effectivement conclus nécessite la mise au point d'un outil statistique sophistiqué pour établir une cotation. L'interprofession peut être conduite à construire des structures de vente (marchés au cadran, marché à terme) où les prix sont publics. L'information sur les volumes est fortement liée à la question des prix. Elle nécessite la collecte et le traitement de données statistiques pertinentes, au regard des délais de diffusion et de la qualité de l'information recherchés. La lutte contre l'opportunisme conduit à l'élaboration de contrats-type et parfois à la mise en place de structures de contrôle et d'arbitrage.

Cette forme d'organisation peut être de très grande taille, à une échelle régionale, nationale et internationale (voir le cas des « commodities », ces produits agricoles soumis à un intense négoce international [Révillon, 2000, p. 279-292]. Elle sont très résistantes dans le temps et peuvent entrer en conflit avec des arrangements verticaux.

Cas 2: forte coordination verticale avec une entreprise centre de commande

Pour certains produits (volailles, légumes transformés, pomme de terre...), des entreprises de conditionnement et de transformation concluent avec des producteurs des contrats dits de production. Dans ce cas, l'entreprise devient centre de commande et définit les conditions de production et de délivrance du produit. Cette prise de contrôle est justifiée par des nécessités logistiques d'optimisation de l'outil de transformation mais surtout par le manque de tolérance de la firme à un défaut de qualité de la matière première, lié à la nature du produit fini [Valceschini, 1993]. La qualité est alors fixée par l'acheteur qui contrôle l'ensemble des opérations de production, selon une structure de gouvernance aux frontières de la hiérarchie. Les volumes sont fixés par l'entreprise au regard de ses prévisions de ventes du produit fini, selon une logique de flux tirés. Le contrat est complexe et caractérisé par son incomplétude. Il comporte un nombre élevé de clauses établies en bilatéral entre le producteur et l'entreprise, précisant les obligations et les procédures de décision pour les problèmes pouvant subvenir lors de l'exécution. Ces arrangements contractuels verticaux remplacent et font disparaître peu à peu les arrangements horizontaux traditionnels par niveau de filière. La filière de production se découpe verticalement en plusieurs filières de petite taille, pilotées chacune par une entreprise centre de commande.

Dans ce cas, les entreprises considèrent volontiers qu'une interprofession n'a pas de raison d'être, au regard de la forte coordination verticale qu'elles estiment suffisante et efficace pour stabiliser les volumes, les prix et optimiser la qualité. Les producteurs tendent au plus à constituer des groupements de négociation avec leur entreprise de transformation, afin de renforcer leur pouvoir de négociation. Toutefois, une interprofession peut présenter un réel intérêt pour piloter un signe de qualité « public » tel que le label rouge [Reynaud, 1997] ou une AOC /IGP [Chappuis, 2001].

Cas 3: forte coordination verticale avec centre de commande collectif

Un troisième type d'organisation de filière se développe dans des filières où le nombre d'entreprises de petite taille est élevée, en vue de la construction et du pilotage d'un signe de qualité privé (marques collectives) ou public (labels, AOC/IGP). Pour assurer la tenue d'une « promesse » faite au consommateur quant à la qualité et au mode de production du produit, une institution collective de type interprofessionnel devient centre de commande. Cette structure interprofessionnelle comporte des représentants de chaque groupe d'opérateurs en filière. Elle édicte un cahier des charges pour le produit et construit collectivement la stratégie marketing de la filière concernée. A ce titre, à l'instar d'une entreprise unique centre de commande ou d'une franchise, elle émet des avis quant à la rédaction des contrats entre les opérateurs et tend à recommander des volumes de production, voire des prix intermédiaires à certains stades clé de la filière. La filière à centre de commande collectif, souvent de petite taille, est en concurrence à la fois avec des filières d'entreprises et des modes organisationnels traditionnels [Chappuis, 2001].

Dans ce cas, l'interprofession joue un rôle considérable d'animation de la filière et d'innovation commerciale. Elle offre à ses membres des services réservés normalement à des entreprises de grande taille et permet par là même le maintien de structures artisanales [Barjolle & Chappuis, 2000].

3. Conclusion

Les missions des interprofessions sont ainsi fortement liés au mode organisationnel des marchés en filière concernés. Tout en insistant sur cette diversité, nous souhaitons en conclusion souligner les effets généraux positifs des interprofessions. D'une façon générale, leur rôle est de fluidifier les transactions dans une filière, de réduire les coûts de transaction, d'augmenter la confiance entre ses membres et de créer ainsi de la richesse. L'action collective naît de l'intérêt des individus à s'associer, même s'ils sont concurrents, car c'est un moyen de puissance, par lequel les individus peuvent réaliser plus complètement leurs valeurs [Arrow, 1974]. Il ne s'agit pas de reconstruire une organisation autoritaire mais d'accompagner et de respecter la liberté individuelle des opérateurs, tout en luttant contre l'opportunisme et la tricherie. Cet exercice de soutien et de gendarme est difficile mais gratifiant.

Bibliographie

Arrow K., The limits of organisation, W. W. Norton & Company, New York, 1974 – trad. Française: Les limites de l'organisation, PUF, 1974.

Barjolle D. & Chappuis J-M., «Transaction costs and artisanal food products», Actes de la conférence annuelle de l'International Society for New Institutional Economics, septembre 2000.

Boltanski L. et Thévenot L., Les économies de la grandeur, PUF, 1987.

Chappuis, J-M., 2001, «La gestion de l'offre des interprofessions AOC – Le cas des fromages à pâte dure», dans cet ouvrage.

Hodgson G. M., Economics and institutions, Polity Press, Cambridge, 1988.

Ménard M., «Une nouvelle approche de l'agro-alimentaire: l'économie néo-institutionnelle», Economie Rurale, 255-256, jan-avr. 2000, p. 186-196.

Moati P., «Méthodologie d'analyse de secteur: l'apport de l'approche évolutionniste» in Basle M. & al., *Approches évolutionnistes de la firme et de l'industrie*, L'harmattan, 1999.

Porter M., *Competitive strategy: techniques for analysing industry and competitors*, The Free Press, Macmillan co, New York, 1980 ; Trad. Française: *Choix stratégiques et concurrence*, Economica, 1982.

Révion S., *La diversité des systèmes de marché: proposition d'une représentation du cadre des négociations commerciales pour les marchés de biens; le cas des marchés agro-alimentaires*, Thèse de Doctorat, Institut National agronomique Paris-Grignon, 2000.

Reynaud E., *Propriété et exploitation partagée d'une marque commerciale: aléas contractuels et ordre privé*, Thèse de Doctorat, Centre Atom, Université de Paris Panthéon Sorbonne, 1997.

Urban G. L., Johnson Ph. L., Hauser J. R., «Testing competitive market structures», *Marketing Science*, vol 3, n°2, spring 1984, p. 83-112.

Valceschini E., «Conventions économiques et mutation de l'économie contractuelle dans le secteur des légumes transformés», *Economie Rurale*, n°218, nov/dec 1993, p.19-26.

Zylbersztajn, D. & Farina E., «Strictly coordinated food-systems: exploring the limits of the coasian firm», *International Food and Agribusiness Management Review*, 2(2), 1999, p. 249-265

Summary

Multiprofessional institutions must not be considered as being external to a market system and passively watching its operation. They are an important organ of the market, which is directly linked to the bilateral negotiation between a seller and a buyer for a given (intermediary or consumer) product. They even often get delegation from the parties to fix some main contract clauses. However, missions which are given to multiprofessional institutions are diverse according to the markets structure through the supplychain and especially to the degree of vertical integration which the firms chose.

Anschrift der Verfasserin:

Sophie Révion
Antenne romande de l'IER
GR – Ecublens
1015 Lausanne

E-Mail: sophie.revion@iaw.agrl.ethz.ch

