



niveau mondial) connaît sa plus grave crise depuis trente ans, de l'aveu même de son ministre Bruno Le Maire, le revenu moyen des agriculteurs devrait baisser en moyenne de 10 à 20% en 2009. En cause ? La crise économique mondiale qui incite les distributeurs à se tourner vers la concurrence étrangère à prix (encore) plus bas. Si les producteurs de fruits et légumes sont à la peine, ceux spécialisés dans l'élevage porcin ont vu le prix du kilo passer en-dessous de 1 euro alors que le prix d'équilibre se situait autour de 1,15 euro. Du côté des rayons de la grande distribution, les prix baissent à peine. Le secteur du lait a enregistré une baisse de 2,3% en un an sur le groupement «lait, fromage et œufs», et les produits frais ont connu une nouvelle envolée le mois dernier (bilan de l'année, -0,4% d'après l'Insee).

Mais qui sont ces petits malins engrangeant le manque à gagner pour les producteurs autant que les consommateurs ? Les regards se tournent vers les marges de profit des différents intermédiaires de la chaîne agroalimentaire. Selon Olivier Fourcadet, professeur chargé de l'animation de la chaire européenne filière d'excellence alimentaire, l'enrichissement n'est jamais que temporaire. «Certains font temporairement du profit. Lorsque les prix sont élevés ce sont les producteurs ; lorsque les prix sont plus bas, ce sont les transformateurs et les distributeurs. Je dirais que durablement personne n'en profite car on ne peut pas faire de profits très élevés sur ce domaine-là», indique l'expert. «Sur les fruits et légumes, par exemple, c'est en partie la nature qui dicte les fluctuations de prix et face à un distributeur qui fait toujours la même marge, c'est le producteur qui, lors de saisons peu clés, a du mal à gagner sa vie. (...) Les marges sont fines, si les groupes agroalimentaires sont riches, c'est parce qu'ils font des gros volumes», explique ce professeur de l'ESSEC. Toujours est-il que le producteur encaisse les coups durs pendant que les centrales d'achats passent la crise

Croissance à 2 chiffres pour Créditrelax

La crise passe et n'a pas d'emprise sur la santé de Créditrelax, 1^{er} courtier spécialisé en recherche de financement pour les entreprises. La société entame sa 5^{ème} année d'existence et séduit de plus en plus d'entrepreneurs, notamment les franchises, TPE et PME. Son principe ? La société de courtage mobilise les banques et se démarque par sa capacité à lever des fonds d'investissement

malgré la conjoncture. Elle se concentre sur les demandes de crédit supérieures à 100.000 euros. C'est ainsi qu'elle a obtenu, depuis le début de l'année, pas moins de 50 millions d'euros de

Jean-Philippe Deltour,
co fondateur
de Créditrelax

financement sur plus de 130 projets pour des grands noms comme Quick, Groupe Flo, KFC, Midas, Jean-Louis David mais aussi de nombreux

indépendants. Ces bons résultats se répercutent en termes de recettes : +25% de chiffre d'affaires entre 2006 et 2007, +35% entre

2007 et 2008... De quoi faire rêver bon nombre d'entrepreneurs. Bienvenue dans le monde du courtage anticrise !

sans véritables heurts.

Les producteurs ne sont pas les seuls à trinquer. Le consommateur aussi. L'État vient ainsi d'assigner 9 enseignes de la grande distribution pour des pratiques abusives avec les fournisseurs, des PME en position de faiblesse face à des géants qui agitent la menace du déréférencement pour tout comportement dissident. C'est ainsi que des entreprises de taille moyenne supportent des charges excessives déléguées par les distributeurs : reprise des invendus, lourdes indemnités pour cause de retard de livraison, frais logistiques décuplés pour exigence de livraison jusqu'aux magasins et non en entrepôt... Des transferts de charges ainsi que de risques sources de surcoûts aujourd'hui

d'hui inclus dans les prix de vente qui se retrouvent, au bout de la chaîne, supportés par... le consommateur.

Des courtiers dans tous les domaines

Mévente immobilière, recherche de crédits pour les PME aussi bien que pour les consommateurs en mal de financements, les offres de courtage ou d'assistance se multiplient sur le Net et surfent sur la crise. Cette tendance n'a pas épargné le marché immobilier puisque, pour parer à la timidité des acheteurs, différents acteurs cassent les codes. Acheteurs hésitants, vendeurs trop gourmands, plus de 50% des propriétaires délaissant les agences classiques pour le par-