

› ÉDITION
avril 2015

RAPPORT AU PARLEMENT 2015



Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires



Président de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Philippe CHALMIN (Université Paris-Dauphine).

Présidents des groupes de travail de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Sylvie ALEXANDRE (Conseil général de l'environnement et du développement durable) : groupe de travail filière lait ;
- Thierry BERLIZOT (Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux) : groupe de travail filières blé-farine-pain et blé dur-pâtes alimentaires ;
- Philippe BOYER (FranceAgriMer) : groupe de travail grande distribution ;
- Philippe CHALMIN : groupes de travail grande distribution et filière viande bovine et ovine ;
- Dominique DEFRENCE (FranceAgriMer, délégué aux filières pêche et aquaculture) : groupe de travail filières aquatiques ;
- Georges-Pierre MALPEL (Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux) : groupe de travail filières porc et volaille ;
- Olivier PERRAULT (Contrôle général économique et financier) : groupe de travail filière fruits et légumes.

Secrétariat général de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Philippe BOYER (FranceAgriMer) ;
- Amandine HOURT (FranceAgriMer).

Les principaux rédacteurs et contributeurs du rapport 2014 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Julie BARAT (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Pauline BECK (FranceAgriMer), filière laitière caprine, données sur la consommation ;
- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode générale, « *euro alimentaire* » ;
- Jean-Pierre BUTAULT (INRA), « *euro alimentaire* », expertise et méthodologie économiques générales ;
- François CADUDAL (FranceAgriMer), filière viande de volailles ;
- Thibaut CHAMPAGNOL (FranceAgriMer), filières pain, pâtes alimentaires ;
- Thierry de CORLIEU (SSP), travaux statistiques sur le RICA ;
- Fabien DJAOUT (FranceAgriMer), filière porcine ;
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière laitière ;
- Laurence FOUCQUE (FranceAgriMer), industrie des viandes de boucherie ;
- Nadine GOUJON (FranceAgriMer), filière viande bovine ;
- Lionel HEBRARD (SSP), travaux statistiques sur les comptes des industries des viandes ;
- Amandine HOURT (FranceAgriMer), coordination, industrie, distribution, coûts de production agricole ;
- Laurène JOLLY (FranceAgriMer), filières ovines (lait, viande) ;
- Alice JOSEPH (FranceAgriMer), filière produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Christophe LESIEUR (SSP), travaux statistiques sur les comptes des industries laitières ;
- Baptiste MONTANGE (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Caroline SAMSON (FranceAgriMer), filières pain, pâtes alimentaires.

Outre ceux mentionnés ci-dessus, plusieurs services, organisations et entreprises apportent leur concours indispensable à l'observatoire par la fourniture de résultats ou de données de base :

- l'INSEE (division des indices de prix de production),
- les instituts techniques interprofessionnels agricoles (Arvalis, Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes, Institut de l'élevage, IFIP-Institut du porc, Institut technique de l'aviculture),
- des organisations professionnelles de l'industrie (Fédération des industriels charcutiers-traiteurs, Syndicat national des industries des viandes – Syndicat national du commerce du porc, Fédération national des industries et du commerce en gros des viandes) et les entreprises qu'elles représentent,
- les organisations professionnelles et enseignes de la grande distribution (Fédération des entreprises du commerce et de la distribution, Auchan, Carrefour, Casino, Cora, E.Leclerc, Intermarché, Système U).

Encadré 1

Missions et moyens de l'observatoire de la formation des prix et des marges

La mission générale de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est définie par l'article L691.1 du code rural et de la pêche maritime :

« L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, placé auprès du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation, a pour mission d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges au cours des transactions au sein de la chaîne de commercialisation des produits alimentaires, qu'il s'agisse de produits de l'agriculture, de la pêche ou de l'aquaculture. »

Les modalités de désignation du président de l'observatoire, le fonctionnement de l'observatoire ainsi que sa composition sont définis par décret.

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L621-1¹ et du service statistique public.

Il étudie les coûts de production au stade de la production agricole, les coûts de transformation et les coûts de distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation des produits agricoles.

Il remet chaque année un rapport au Parlement ».

Dans un contexte nouveau et probablement durable de volatilité accrue, – dans une tendance à la hausse -, des prix des matières premières agricoles, l'observatoire produit, via son rapport annuel et son site internet <http://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/> une information objective et partagée sur l'évolution des prix dans les filières agroalimentaires, depuis la production agricole jusqu'au commerce de détail, avec une attention plus particulière sur les divergences d'évolution des prix amont et aval. L'observatoire propose également une lecture macroéconomique de la répartition entre les branches de l'économie de la valeur ajoutée découlant de la consommation alimentaire.

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires prend la forme d'une « commission administrative consultative » et d'un projet d'études et d'informations économiques mobilisant des compétences et expertises dans divers services de l'Etat et organisations professionnelles.

Le dispositif s'appuie sur FranceAgriMer pour réaliser ou faire réaliser les travaux d'étude et en diffuser les résultats. L'établissement mobilise 4,5 équivalents temps plein (ETP) pour l'observatoire, dont un cadre à plein temps (secrétaire général de l'observatoire), une chargée de mission à 75% (coordination, études horizontales : comptes de l'agriculture, des industries et du commerce), huit ingénieurs chargés d'études économiques sectorielles pour environ 25% de leur temps, plus une quote-part de services généraux et informatiques (développement du site internet) estimée à 0,5 ETP.

Un **comité de pilotage**, présidé par le président de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et associant les représentants des diverses familles professionnelles, des consommateurs et des services concernés de l'Etat, assure l'orientation et le suivi des travaux.

Des **groupes de travail** ont en outre été constitués, afin de suivre les travaux spécifiques sur chaque filière et sur la grande distribution.

Les travaux sont principalement réalisés par FranceAgriMer avec la collaboration du Service de la statistique et de la prospective du ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, de l'INSEE, des instituts techniques interprofessionnels et de fédérations du commerce ou des industries agroalimentaires.

FranceAgriMer coordonne les travaux, assure la synthèse de ces différentes contributions, la préparation des documents de travail et des rapports, la mise à jour périodique des résultats via le site internet <http://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/> et la diffusion d'analyses thématiques dans **La Lettre de l'OBSERVATOIRE**, publiée chaque trimestre.

¹ FranceAgriMer, Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer

Sommaire

| | |
|--|------------|
| SOMMAIRE | 5 |
| PRÉSENTATION | 9 |
| RÉSUMÉ | 11 |
| SYNTHÈSES PAR FILIÈRE | 15 |
| VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE | 17 |
| VIANDE BOVINE | 21 |
| VIANDE OVINE | 25 |
| VOLAILLES DE CHAIR | 27 |
| PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE | 31 |
| PAIN | 35 |
| PÂTES ALIMENTAIRES | 39 |
| FRUITS ET LÉGUMES FRAIS | 43 |
| PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE | 47 |
| AVANT-PROPOS | 49 |
| CHAPITRE 1. MÉTHODE GÉNÉRALE | 53 |
| 1. <i>Une approche principalement sectorielle complétée par une analyse macroéconomique</i> | <i>53</i> |
| 2. <i>La notion de marge brute : première étape dans l'analyse sectorielle de la formation des prix</i> | <i>55</i> |
| 3. <i>L'analyse des coûts, seconde étape de l'approche sectorielle</i> | <i>59</i> |
| CHAPITRE 2. DONNÉES DE CADRAGE | 67 |
| 1. <i>Les prix dans le circuit agroalimentaire</i> | <i>67</i> |
| 2. <i>L'évolution des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce</i> | <i>72</i> |
| CHAPITRE 3. MARGES BRUTES ET COÛTS PAR FILIÈRE | 81 |
| INTRODUCTION | 81 |
| SECTION 1 – VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE | 83 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière porcine</i> | <i>83</i> |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail pour la filière porcine</i> | <i>86</i> |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande porcine et du jambon cuit</i> | <i>87</i> |
| 4. <i>Transmission des prix dans la filière porcine</i> | <i>94</i> |
| 5. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage porcin et coût de production du porc en élevage</i> | <i>98</i> |
| 6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande porcine et charcuterie et coût de production dans l'abattage-découpe de porcs</i> | <i>101</i> |
| 7. <i>Compte des rayons boucherie et charcuterie des GMS</i> | <i>105</i> |
| SECTION 2 – VIANDE BOVINE | 109 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière viande bovine</i> | <i>109</i> |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail en filière viande bovine</i> | <i>113</i> |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande bovine</i> | <i>118</i> |
| 4. <i>Transmission des prix dans la filière viande bovine</i> | <i>121</i> |
| 5. <i>Transferts globaux de valeur dans la filière viande bovine</i> | <i>123</i> |
| 6. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin viande et coût de production des bovins viande en élevage</i> | <i>126</i> |
| 7. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande bovine et coût de production dans l'abattage-découpe de bovins</i> | <i>129</i> |
| 8. <i>Compte des rayons boucherie des GMS</i> | <i>131</i> |

| | |
|--|------------|
| SECTION 3 – VIANDE OVINE | 133 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière viande ovine</i> | 133 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière viande ovine</i> | 136 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande ovine</i> | 138 |
| 4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin viande et coût de production des ovins viande en élevage</i> | 140 |
| 5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande ovine</i> | 143 |
| 6. <i>Compte des rayons boucherie des GMS.....</i> | 144 |
| SECTION 4 – VOLAILLES DE CHAIR | 147 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière volailles de chair.....</i> | 147 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière volailles de chair</i> | 149 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande de volaille.</i> | 150 |
| 4. <i>Transmission des prix dans la filière volailles.....</i> | 157 |
| 5. <i>Coût de production des volailles en élevage</i> | 159 |
| 6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande de volailles</i> | 162 |
| 7. <i>Compte du rayon volailles des GMS</i> | 163 |
| SECTION 5 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE | 165 |
| 1. <i>Bilan et flux dans la filière des produits laitiers</i> | 165 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits laitiers de lait de vache</i> | 166 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des produits laitiers</i> | 168 |
| 4. <i>Transmission des prix dans la filière laitière.....</i> | 184 |
| 5. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin laitier et coût de production du lait de vache en élevage</i> | 188 |
| 6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière</i> | 192 |
| 7. <i>Compte du rayon produits laitiers des GMS</i> | 198 |
| SECTION 6 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE CHÈVRE | 201 |
| 1. <i>Les circuits de commercialisation en filière laitière caprine</i> | 201 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière laitière caprine ...</i> | 204 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS du fromage de chèvre de type bûche jusqu'en 2013. Evolutions en 2014.....</i> | 205 |
| 4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage caprin laitier et coût de production du lait de chèvre en élevage</i> | 208 |
| 5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière caprine</i> | 213 |
| 6. <i>Compte du rayon produits laitiers des GMS</i> | 213 |
| SECTION 7 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE BREBIS | 215 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière laitière ovine</i> | 215 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la décomposition des prix au détail dans la filière laitière ovine</i> | 217 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS du fromage de brebis...</i> | 218 |
| 4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin laitier et coût de production du lait de brebis en élevage</i> | 220 |
| 5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation du lait de brebis.....</i> | 224 |
| 6. <i>Compte du rayon produits laitiers des GMS</i> | 224 |
| SECTION 8 – PAIN | 225 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière pain</i> | 225 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pain</i> | 226 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix de la baguette</i> | 228 |
| 4. <i>Transmission des prix dans le circuit blé-pain.....</i> | 230 |
| 5. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre et coût de production du blé tendre.....</i> | 232 |
| 6. <i>Compte de résultat des entreprises de l'industrie et du commerce artisanal de la filière farine-pain</i> | 235 |
| 7. <i>Compte des rayons boulangerie des GMS.....</i> | 237 |
| SECTION 9 – PÂTES ALIMENTAIRES | 239 |
| 1. <i>Circuits de commercialisation en filière pâtes alimentaires</i> | 239 |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pâtes alimentaires....</i> | 241 |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix au détail tous circuits des pâtes alimentaires....</i> | 242 |
| 4. <i>Transmission des prix dans le circuit blé dur – pâtes alimentaires.....</i> | 245 |
| 5. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur et coût de production du blé dur.....</i> | 248 |

| | |
|--|------------|
| 6. Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière pâtes alimentaires..... | 250 |
| 7. Compte des rayons épicerie salée des GMS | 250 |
| SECTION 10 – FRUITS ET LÉGUMES | 251 |
| 1. Circuits de commercialisation des fruits et légumes..... | 251 |
| 2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière fruits et légumes 254 | 254 |
| 3. Décomposition des prix au détail en GMS des fruits et légumes | 256 |
| 4. Compte de résultat des exploitations spécialisées fruitières et légumières et coût de production de certains fruits et légumes | 269 |
| 5. Compte de résultat des entreprises d'expédition et de commerce de gros et de détail de la filière fruits et légumes..... | 277 |
| 6. Compte du rayon fruits et légumes des GMS..... | 280 |
| SECTION 11 – PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE..... | 283 |
| 1. Présentation de la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture et circuits de commercialisation | 283 |
| 2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture | 285 |
| 3. Evolution des prix et décomposition des prix au détail dans la filière des produits aquatiques | 287 |
| 4. Compte du commerce de détail spécialisé de poissonnerie..... | 290 |
| 5. Compte du rayon poissonnerie des GMS..... | 291 |
| CHAPITRE 4. « L'EURO ALIMENTAIRE »..... | 293 |
| 1. Objectif, méthodes, limites | 293 |
| 2. Partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval..... | 295 |
| 3. Partage de l'euro alimentaire en valeurs ajoutées | 297 |
| 4. Contributions des différentes demandes finales à la formation de la valeur ajoutée en agriculture | 303 |
| 5. En conclusion..... | 304 |
| BIBLIOGRAPHIE | 305 |
| ANNEXES | 309 |
| RÉUNIONS DE L'OBSERVATOIRE. SAISON 2014-2015 | 309 |
| PRÉSENTATION DES TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE EN ASSEMBLÉES GÉNÉRALES, SÉMINAIRES, COLLOQUES ET FORMATIONS. SAISON 2014-2015..... | 310 |
| PUBLICATIONS DES TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE | 311 |
| BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES | 312 |
| SIGLES | 316 |

Présentation

Ce quatrième rapport annuel de l'observatoire de la formation des prix et des marges, qui se présente sous une forme assez semblable à celle de l'édition précédente, peut se lire à plusieurs niveaux. Des liens renvoient en outre au site internet de l'observatoire www.observatoire-prixmarge.franceagrimer.fr

Un « *Résumé* » fait suite à cette présentation ; il fait état des principaux résultats et tendances analysés dans le rapport.

La partie intitulée « *Synthèses par filière* » permet un premier niveau de lecture qui peut s'avérer suffisant, alternatif à celle de l'intégralité du Chapitre 3. Les résultats essentiels par filière, dans leurs évolutions annuelles, y sont présentés sous forme de graphiques brièvement commentés. Sont ainsi déclinées, pour chaque filière :

- la décomposition des prix moyens des produits au détail en valeur de la matière première agricole incorporée et marges brutes (ou valeurs ajoutées à la matière première) par unité de produit vendu au détail ;
- des données de comptes ou de coûts de production dans les exploitations agricoles produisant la matière première des produits étudiés ;
- des données de comptes d'entreprises dans le secteur industriel agroalimentaire intervenant dans l'élaboration des produits étudiés ;
- des données de comptes analytiques en GMS portant sur les rayons desquels relèvent les produits étudiés.

L'« *Introduction* » de Philippe Chalmin, Président de l'observatoire, dégage les données-clés du rapport et revient sur les travaux accomplis, les conditions de leur réalisation et les voies d'amélioration.

Le « *Chapitre 1* » rappelle les méthodes et les sources des travaux de l'observatoire :

- une analyse principale, sectorielle et par filière, en deux phases :
 - la décomposition des prix au détail de produits alimentaires représentatifs de chaque filière, en valeur de la matière première agricole, marges brutes de l'industrie et marges brutes du commerce,
 - l'analyse des coûts dans les secteurs de la production agricole, de la transformation industrielle et du commerce agroalimentaire ;
- une approche complémentaire, macroéconomique, de décomposition de la dépense alimentaire nationale (« *l'euro alimentaire* ») réalisée à deux niveaux :
 - en mesurant, les parts respectives de la production agricole nationale, des importations de produits alimentaires et de l'ensemble de la valeur créée en aval de l'agriculture
 - en mesurant les valeurs ajoutées induites par la demande alimentaire dans chacune des branches de l'économie nationale

Le « *Chapitre 2* » présente des données statistiques de cadrage sur l'évolution des prix et des charges dans l'agriculture, l'industrie et le commerce alimentaires ainsi qu'une *synthèse commentée des résultats de l'approche des coûts par rayon alimentaire dans la grande distribution*. Il offre ainsi une information synthétique de base avant les analyses plus détaillées du Chapitre 3.

Le « *Chapitre 3* » présente de façon plus complète, filière par filière (chacune faisant l'objet d'une « *Section* »), les différents résultats résumés dans les « *Synthèses* », lesquels figurent également sur le site de l'observatoire, dans la partie [Résultats par filière](#)

Le « *Chapitre 4* » est dédié aux résultats de l'approche macroéconomique de décomposition de la dépense alimentaire nationale (« *l'euro alimentaire* »), jusqu'en 2010 (dernière année disponible lors de la rédaction du rapport) ; le rapport reprend ainsi les résultats déjà présentés dans « [La Lettre n°5 de l'OBSE](#) », parue en mai 2014.

Résumé

L'année 2013, dont seul le 1^{er} semestre avait pu être pris en compte dans l'édition précédente du rapport de l'observatoire, a été marquée par la poursuite de la hausse globale des prix agricoles observée depuis 2010, mais à un rythme moins élevé qu'auparavant : +1,5% en 2013, contre +5,9% en 2012 et +12,7% en 2011. Cette hausse avait alors été transmise de façon plus ou moins amortie aux prix à la consommation alimentaire, qui ont poursuivi leur progression : +1,4% en 2013, contre +2,8% en 2012 et +1,7% en 2011.

Après ces années de hausse globale des prix agricoles et alimentaires, l'année 2014 se caractérise par un recul des prix à la production (à l'exception, notamment, du lait de vache et du blé dur), de l'ordre de -5% par rapport à 2013, moyenne masquant des baisses encore plus importantes pour les bovins (-6%) et les porcins (-8%). Un repli global s'observe également en 2014 pour les prix des produits des industries alimentaires qui diminuent en moyenne de près de 2%, et pour les prix à la consommation alimentaire qui baissent en moyenne de 0,7%, première baisse annuelle observée depuis plusieurs années.

Il est important de souligner que cette diminution des prix alimentaires constatée au niveau global en 2014, n'est pas généralisée à tous les produits et n'est pas systématiquement observée en cas de baisse des prix à la production agricole.

Pour les produits carnés, considérés globalement au travers des indices de l'INSEE, la baisse des prix à la production en 2014 (-6% à -8% selon les produits) s'accompagne d'une hausse modérée des prix au détail (moins de 1%). Le suivi spécifique de l'observatoire, réalisé sur quelques produits de grande consommation issus des filières viandes, conduit au même constat en viande bovine ou sur le jambon.

En revanche, les produits frais de longe de porc et le poulet entier ou en découpes suivent le mouvement général de baisse des prix de détail (baisse souvent modeste) concomitante de celle des prix à la production (baisse plus importante). Ainsi, en aval de la production agricole (industrie, distribution), ces évolutions différentes et parfois divergentes des prix amont et des prix aval ont eu pour effet une amélioration des marges brutes, dans l'industrie et / ou dans la grande distribution, même en étant parfois assortie d'une baisse des prix de vente (cas de l'industrie en viande bovine, par exemple). Si l'industrie restaure quelque peu ses marges, le secteur de l'élevage voit ses résultats se dégrader en 2014, la baisse des prix des céréales et donc de l'alimentation animale ne compensant pas celle des produits animaux.

Dans la grande distribution, la 3^{ème} enquête annuelle de l'observatoire sur les coûts et marges des rayons confirme, pour l'année 2013, les résultats antérieurs mais avec des marges nettes en baisse dans plusieurs rayons, par rapport à 2012. En moyenne, les rayons charcuterie et volailles dégagent une marge brute suffisante pour couvrir leur quote-part des charges communes des magasins, laissant une marge nette de 5% à 6% du chiffre d'affaires. En revanche, le rayon boucherie, bien qu'évidemment essentiel à la fréquentation des magasins et donc à leur bénéfice global, présente encore une marge nette négative. En 2013, la hausse des prix des produits de l'élevage (bovins, surtout) avait entraîné, selon les produits suivis par l'observatoire, au mieux le maintien de la marge brute de la distribution (transmission intégrale de la hausse au consommateur) et parfois sa réduction («amortissement» de la hausse des prix) ; la restauration des marges sur certains produits carnés observés en 2014 pourrait se traduire par une amélioration des résultats d'ensemble des rayons concernés en 2014... A confirmer dans la prochaine édition du rapport de l'observatoire.

Dans la filière laitière, les indices INSEE du prix à la consommation de l'ensemble des produits laitiers d'une part et du prix du lait à la production d'autre part montrent tous deux une augmentation en 2014. A la consommation, les évolutions sont assez contrastées par produit comme l'indique les décompositions de prix au détail réalisées par l'observatoire : toujours en 2014, le prix moyen du lait UHT au détail en GMS augmente sans toutefois répercuter l'intégralité de la hausse du coût en matière première (l'industrie et la distribution diminuent leurs marges brutes). Même constat pour l'emmental mais « l'amortissement » de la hausse du coût-matière par les deux maillons de l'aval est encore plus important. Au contraire, pour les yaourts nature, en moyenne, la hausse du coût-matière paraît

intégralement transmise par l'aval mais elle est en fait totalement absorbée par l'industrie, qui ne vend pas plus cher en 2014 qu'en 2013. La hausse du prix au détail découle donc de celle de la marge brute la distribution, qui restaure en 2014 un niveau qui avait été réduit en 2013. Ceci illustre la difficulté de tirer des généralités sur ces évolutions : la tendance générale (évolution tous produits laitiers confondus) résulte moins du suivi d'évolutions parallèles par toutes les familles de produits qu'elle n'est le résultat de mouvements contrastés aboutissant à des péréquations et des compensations, entre produits et d'une année sur l'autre.

Les exploitations laitières (lait de vache) améliorent, - en moyenne -, leurs résultats grâce à la hausse du prix du lait et à la baisse des prix de l'alimentation animale : le « *prix simulé* » du lait, calculé par l'observatoire (prix assurant le maintien de la marge sur consommations intermédiaires à un niveau antérieur de référence, inflation incluse) est ainsi rejoint par le prix réel en 2014.

Dans les entreprises de transformation laitière, la hausse des prix du lait en 2014 a eu des effets contrastés sur les marges brutes selon les produits de grande consommation (PGC), car le coût en matière première de chaque PGC intègre la valorisation de son ou ses coproduits industriels spécifiques. D'où une relation complexe, et plus lâche que dans les filières carnées, entre prix agricoles et prix alimentaires.

En GMS, le rayon des produits laitiers est le plus important des rayons frais en termes de chiffre d'affaires, le taux de marge nette estimé par l'observatoire, de l'ordre de 2%, s'applique donc à une masse conséquente. Les marges brute et nette de ce rayon sont en diminution en 2013 par rapport à 2012, dans un contexte de concurrence forte entre enseignes.

La filière blé-farine-pain se caractérise en 2014 par une **baisse de 15% du prix de sa matière première**, le blé tendre, une baisse de 2% du prix de la farine boulangère pour circuit artisanal et la **quasi stabilité du prix de la baguette de pain**. La meunerie améliore le niveau de sa marge brute, ainsi que l'ensemble de l'aval de la filière.

Les comptes 2012 (les derniers disponibles pour ce rapport) du secteur de la meunerie montraient l'impact des cours du blé, en hausse, sur le résultat courant (négatif) : le retournement de conjoncture du blé tendre amorcé en 2013 et poursuivi en 2014 pourrait se traduire par une amélioration des comptes du secteur, sous réserve que les prix d'achat de la meunerie aient bien suivi l'évolution moyenne des cours du blé à la production.

En GMS, les rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie recouvrent une certaine diversité d'organisation (depuis le simple « *point chaud* » jusqu'à l'atelier de fabrication complète) mais, en moyenne, le rayon se distingue de tous les autres par ses taux de valeur ajoutée ou de marge brute, élevés du fait de l'activité de transformation. La contrepartie est l'importance des coûts directs en main d'œuvre et, toutes autres charges réparties, une marge nette négative.

La relation entre prix du blé et prix du pain est assez lâche, du fait de « *l'amortissement* » des variations du prix du blé opéré par la meunerie et de l'importance des autres charges (dont main-d'œuvre) dans la fabrication et la distribution.

Pour les pâtes alimentaires, la situation est bien différente : la **matière première, le blé dur**, a vu son prix, devenu très volatil depuis 2005, s'envoler en 2014 du fait d'une diminution de l'offre (en France et au Canada, principal pays producteur). La hausse, **+20%** par rapport à 2013, intervient toutefois au cours du second semestre 2014 et, compte tenu du décalage dans la transmission des prix en aval, du fait notamment de la longueur des contrats, **l'impact sur le prix des pâtes au détail ne se manifeste pas cette année**. Au contraire, les pâtes sont l'un des produits alimentaires dont **le prix à la consommation baisse sensiblement** en 2014 : -3%, contribuant à la baisse de l'indice des prix à la consommation alimentaire.

L'industrie de la semoulerie et de la fabrication de pâtes fait face à une volatilité accrue du prix de sa matière première, qui ne fait d'ailleurs pas l'objet de mécanismes de couverture (pas de marché à terme du blé dur). Les variations importantes du coût-matière sont transmises vers l'aval, de façon amortie et avec un certain délai, d'où des taux moyens de résultat courant sur chiffre d'affaires très fluctuants d'une année à l'autre dans ce secteur.

Les fruits et légumes sont suivis par l'observatoire au travers d'une vingtaine de produits et de deux « *paniers saisonniers* », l'un de fruits, l'autre de légumes, dont la composition varie chaque semaine.

Après une année 2013 caractérisée par une forte hausse des prix moyens du **panier de fruits**, sous l'effet d'une offre réduite par des aléas climatiques, 2014 pâtit d'une offre abondante puis d'une

météorologie estivale fraîche moins favorable à la consommation. **Les prix à l'expédition, les prix au détail et la marge brute au détail sont en baisse.**

Le **panier de légumes** présente courant 2013 un prix à l'expédition en baisse et un prix au détail en hausse, jusqu'à ce qu'une correction s'opère, avec une diminution du prix au détail, plus forte que celle du prix à l'expédition. L'année 2014 est marquée par un nouveau recul des prix lié à l'offre plus abondante de certains produits alors que la météorologie était moins favorable à la consommation des légumes d'été.

Le rayon fruits et légumes des GMS présente en 2013 des résultats (marges brute et nette) en amélioration par rapport à ceux de 2012.

La filière des produits de la pêche et de l'aquaculture n'est pas encore appréhendée de façon pleinement satisfaisante par l'observatoire, s'agissant du moins du suivi conjoncturel des prix et des marges brutes pour quelques produits représentatifs (manque de données de prix pertinentes notamment aux stades intermédiaires). En revanche, le rayon poissonnerie des GMS fait partie des rayons alimentaires de la grande distribution suivis par le dispositif mis en place en 2012. Ce rayon apparaît en 2013 comme en 2012 comme l'un des moins « *individuellement rentables* », sous l'effet notamment de l'importance du personnel dédié (vente assistée traditionnelle) et des pertes de produits (liées à leur grande périssabilité).

« **L'euro alimentaire** » constitue le volet macroéconomique des travaux de l'observatoire. Il quantifie le partage de la dépense alimentaire annuelle nationale entre, d'une part, les importations (importations d'aliments et d'intrants intervenant à des degrés divers dans la production et la distribution des aliments : pétrole, par exemple) et d'autre part, les différentes branches de l'économie nationale, dont une partie au moins de l'activité desquelles est induite par la demande alimentaire, directement (agriculture, industries alimentaires, commerce alimentaire) et indirectement (autres industries et services dont la production concourt, de près ou de loin à la production et à la distribution de biens alimentaires). Il s'ensuit une répartition de la dépense alimentaire sous forme de valeur ajoutée (c'est-à-dire de ressource permettant la rémunération du travail et du capital) dans chacune de ces branches. Compte tenu des délais d'obtention des données indispensables au calcul de cette répartition, l' « **euro alimentaire** » du présent rapport n'est décomposé que jusqu'en 2010, reprenant les résultats déjà publiés dans **La Lettre de l'OBSERVATOIRE n° 5**.

En 2010, dans 100 € de dépense alimentaire (en magasins, hors restauration hors foyer – RHF -) :

- la production agricole nationale nécessaire représente 19 € ;
- les valeurs créées en amont de l'agriculture (industries, commerces, transport) totalisent 58 € ;
- les aliments importés pèsent 13 € ;
- et les taxes sur les produits se montent à 10 €.

La décomposition des deux premiers agrégats ci-dessus (production agricole nationale nécessaire, valeurs créées en amont de l'agriculture) fait apparaître que 100 € de dépenses alimentaires en 2010 génèrent :

- des valeurs ajoutées, pour 63 €, réparties dans les différentes branches de l'économie nationale :
 - 8 € pour l'agriculture,
 - 10 € pour l'industrie alimentaire,
 - 18 € dans les services,
 - 21 € dans les commerces ;
- des importations de produits intermédiaires (pétrole, par exemple), pour près de 14 €
- et les importations d'aliments (13 €)
- et les taxes (10 €) déjà citées.

Les calculs permettent aussi d'analyser l'origine du revenu agricole par type de demande :

- la demande de produits alimentaires (hors RHF) concourt pour 36% à la formation de l'EBE de la branche agricole ;
- la demande adressée à la branche des hôtels et restaurants, pour 5% ;
- les autres demandes nationales (dont en produits agricoles pour usage non alimentaire) : 9% ;
- les exportations de produits agricoles et alimentaires : 26% ;
- et les subventions : 29%.

Synthèses par filière

Cette partie présente, filière par filière, l'essentiel des résultats développés dans le chapitre 3 du rapport auquel il convient de se référer pour davantage de précisions et commentaires.

L'analyse de la formation des prix au détail proposée par l'observatoire comprend deux étapes :

- Dans un premier temps, les prix moyens au détail en grandes et moyennes surfaces (GMS) de divers produits alimentaires sont décomposés :
 - d'une part, en valeur du produit agricole, matière première du produit alimentaire,
 - et, d'autre part, en valeurs ajoutées à cette matière première agricole par les étapes de l'industrie et de la distribution, ou marges brutes de l'industrie et de la distribution.

Les données proviennent de statistiques sur les prix et d'informations fournies directement par les entreprises à l'observatoire (rendements techniques, certains prix sortie usine). Dans ces **Synthèses**, seules sont présentées les moyennes annuelles de ces composantes des prix au détail, de 2010 à 2014.

- Dans un second temps, on mobilise des résultats de comptabilité d'entreprises (2012 ou 2013, 2014 dans quelques cas) pour évaluer le « *contenu* » de ces marges brutes en coûts et bénéfice (ou perte). Rappelons que les bénéfices ne représentent que quelques points de pourcentage du chiffre d'affaires (parfois moins de 1%, et parfois moins de 0%) et guère plus de la marge brute, laquelle « *contient* » d'abord des charges (ou, en termes macroéconomiques, des rémunérations du travail et du capital dans diverses branches).

Pour cette analyse du contenu des marges brutes, sont étudiés :

- les coûts de production agricoles (2012 et simulations 2013-2014) établis par les instituts techniques professionnels agricoles, ainsi que des données comptables du RICA (réseau d'information comptable agricole, SSP) ;
- des statistiques des comptes sectoriels de l'industrie (2012 en général, 2013 voire une partie de 2014 pour certains secteurs) : il s'agit de données de base de la statistique publique retraitées pour les besoins de l'observatoire, ou d'autres sources (panels d'entreprises suivies par FranceAgriMer).
- une approche des coûts par rayon alimentaire en GMS (2013). Réalisée pour la première fois en 2012 sur l'exercice 2011, par FranceAgriMer pour l'observatoire, avec le concours des enseignes et depuis renouvelée chaque année, l'approche a encore fait l'objet d'améliorations en 2014. La marge nette de chaque rayon est présentée dans les synthèses « *avant* » et « *après* » répartition de l'impôt sur les sociétés (IS) entre rayons, par application du taux d'IS moyen à la marge nette avant IS de chaque rayon, que sa marge avant IS soit positive (répartition d'IS positive pour ce rayon) ou négative (répartition d'IS négative pour ce rayon).

Ces **Synthèses** présentent également pour certaines filières une approche de la transmission des prix. A chaque stade (production agricole, industrie, distribution), lorsque les données disponibles le permettent, on compare le prix réel et prix « *simulé* » du produit qui malgré la variation du prix de la matière première, assurerait le maintien de la marge brute (vente moins coût en matière première) à un niveau de référence antérieur défini pour chaque filière. Cette marge de référence est en outre majorée par la prise en compte de l'inflation afin de tenir compte de l'augmentation du prix des charges qu'elle doit couvrir (salaires, énergie...).

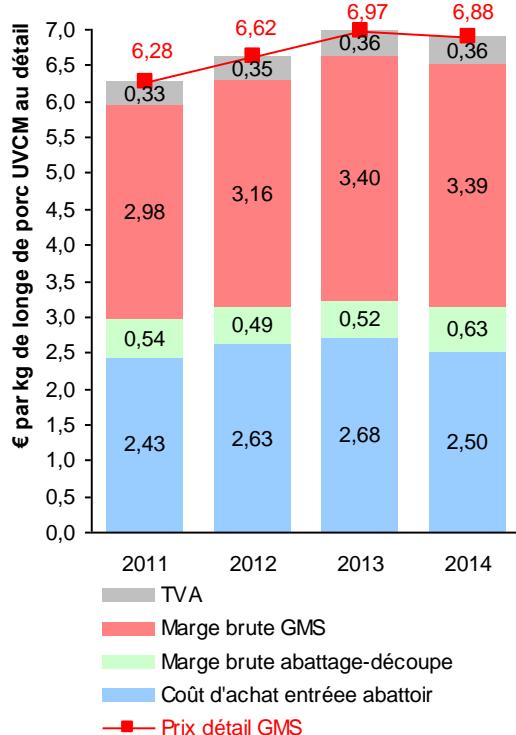
Viande porcine et charcuterie

Décomposition du prix de la longe au détail en GMS

La longe est la pièce débitée en côtes et rôtis de porc. La découpe de la longe en portions proposées en libre-service peut être réalisée en GMS, - les portions fabriquées par les magasins s'appellent alors des UVCM (unités de vente-consommateurs magasins) -, ou par l'industriel, qui fournit alors la GMS en « barquettes » prêtées à la vente : les UVCI (unités de vente-consommateurs industrielles).

Le graphique 1 porte sur le circuit UVCM. En moyenne annuelle, le prix au détail diminue d'une dizaine de centimes en 2014, répercutant une partie de la baisse du coût entrée abattoir permis par la baisse du prix du porc à la production. L'abattage-découpe améliore sa marge brute, celle de la distribution restant stable après avoir augmenté en 2013.

Graphique 1. Composantes du prix moyen de la longe de porc UVCM en GMS (moyennes annuelles)



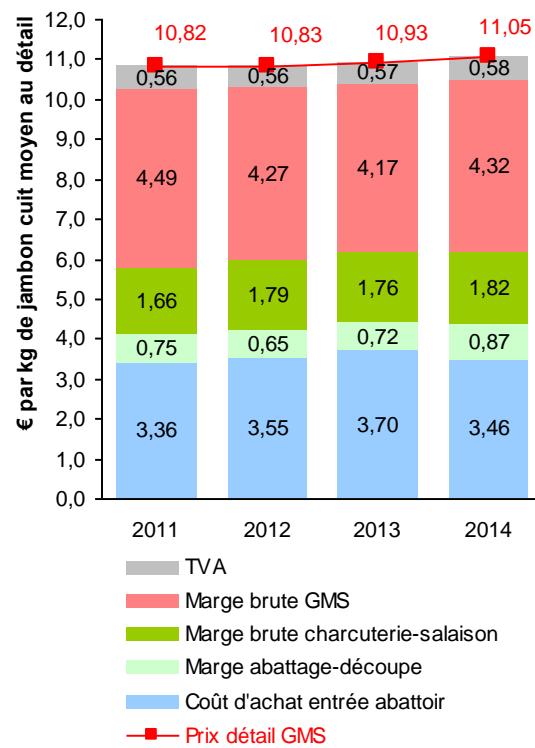
Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Décomposition du prix du jambon cuit au détail en GMS

Le circuit fait intervenir deux industriels : l'abatteur-découpeur et le charcutier-salaisonnier. Le produit considéré en GMS est un panier de jambons cuits standard en libre service ou à la coupe (moyenne pondérée des deux présentations).

Le jambon représente 25% de la production totale de charcuterie (1 million de tonnes), les autres produits étant fabriqués à partir de pièces de découpe ayant très fortement augmenté en 2013. S'agissant du jambon, le graphique 2 montre l'amortissement de la hausse du coût entrée abattoir, en 2012 et 2013, par l'abattage-découpe et la distribution. En 2014, le prix au détail reste quasi stable alors que le coût d'achat entrée abattoir diminue et les trois maillons de l'aval améliorent leurs marges brutes.

Graphique 2. Composantes du prix moyen du jambon cuit en GMS (moyennes annuelles)



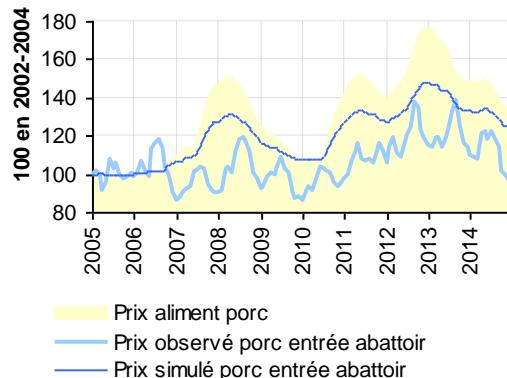
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Transmission des prix dans la filière porc

On représente sur les graphiques suivants les prix observés et « simulés » des produits aux différents stades de la filière. Le prix « simulé » est calculé de façon que la marge brute de l'opérateur (éleveur, abatteur-découpeur, charcutier-salaisonnier, GMS) est maintenue, malgré les variations du prix de sa matière première (aliment pour porc, porc entrée abattoir, pièce sortie découpe, jambon sortie 2^e transformation) à un niveau de référence (moyenne 2002-2004), majoré de l'inflation.

A la production, les prix sont depuis 2007 fréquemment inférieurs à ceux qui permettraient le maintien de la marge sur aliments à son niveau de référence, l'écart négatif est en moyenne de -15% du prix de référence.

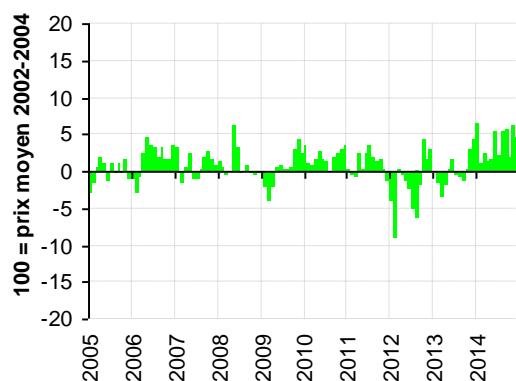
Graphique 3. *Prix observé et prix simulé du porc à la production*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, IFIP

La marge brute de **l'abattage-découpe** tendant à être constante, le prix observé s'écarte peu du prix simulé, se situant tantôt au-dessus, tantôt au-dessous, avec en moyenne un écart positif de moins de 1%.

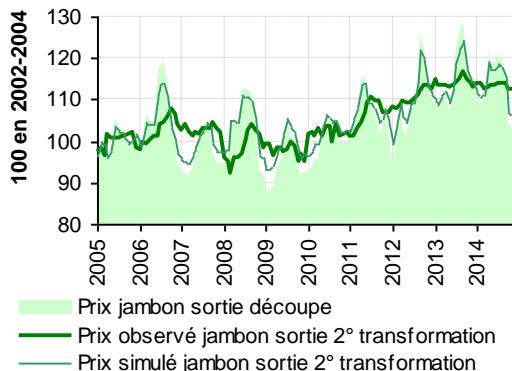
Graphique 4. *Déférence entre prix observé et prix simulé de la pièce de jambon sortie abattage-découpe*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM

L'industrie de charcuterie-salaison obtient également des prix moyens tantôt au-dessus, tantôt au-dessous du prix simulé, avec des variations de plus ample amplitude, mais en moyenne l'écart est faible.

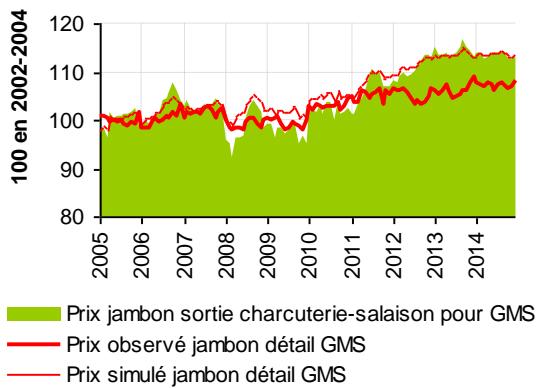
Graphique 5. *Prix observé et prix simulé du jambon cuit sortie 2° transformation*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, SSP, INSEE

En GMS, le prix moyen du jambon cuit « moyen » apparaît systématiquement en dessous du prix simulé qui maintiendrait la marge brute de la distribution à son niveau de référence, inflation prise en compte, avec un accroissement de l'écart depuis 2012. C'est le seul produit parmi ceux ainsi étudiés à présenter cette particularité, qui peut traduire un effet de la concurrence sur des produits « bataillés », ou un changement de composition du panier de jambons achetés par les panélistes, assorti de taux de marge en GMS plus faibles.

Graphique 6. *Prix observé et prix simulé du jambon cuit en GMS*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

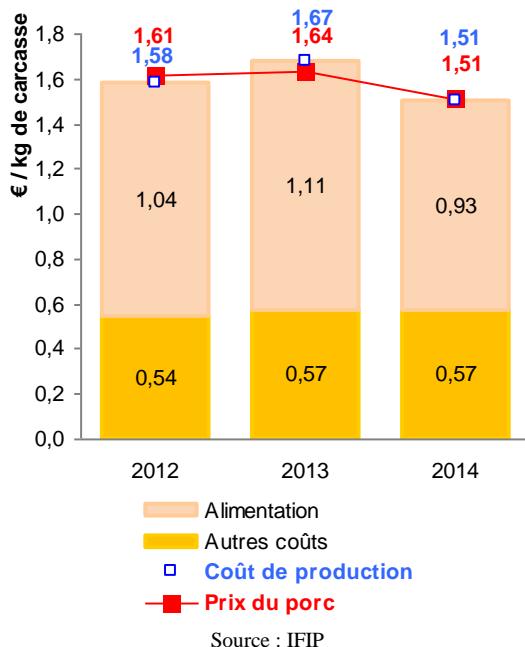
Coûts de production du porc en élevage

Cf. graphique 7 ci-après.

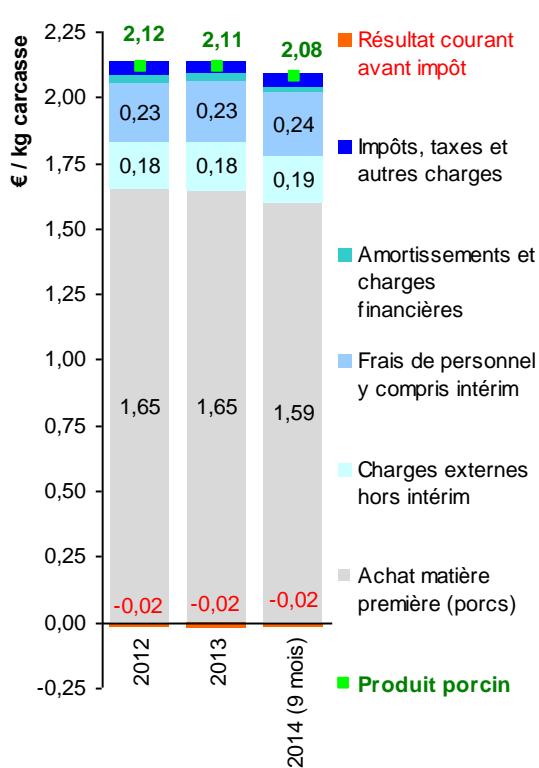
En 2013, la hausse du coût de l'alimentation du porc, liée à celle des matières premières, porte le coût de production total (simulant une évaluation de la rémunération du travail et du capital de l'exploitant) légèrement au-dessus du prix de vente du porc, malgré l'augmentation de ce dernier.

En 2014, la baisse du coût de l'alimentation s'accompagne de celle du prix du porc, qui égalise alors le coût de production.

Graphique 7. **Coûts de production du porc**



Graphique 8. **Coûts de l'abattage-découpe de porcs**



Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe des porcs

Cf. graphique 8.

Le maillon de l'abattage-découpe transmet à son aval² les variations du prix du porc, en l'occurrence en baisse importante en 2014. En 2014 (sur 9 mois) cette transmission est amortie (le produit baisse de 3 centimes alors que la matière première diminue de 6 centimes) sous l'effet de la progression des autres charges ; en revanche, le résultat courant ne s'améliore pas.

Dans le panel d'entreprises suivies par FranceAgriMer le résultat courant de l'opération d'abattage-découpe de porc est en moyenne resté négatif ces trois dernières années.

Coûts dans l'industrie de la charcuterie

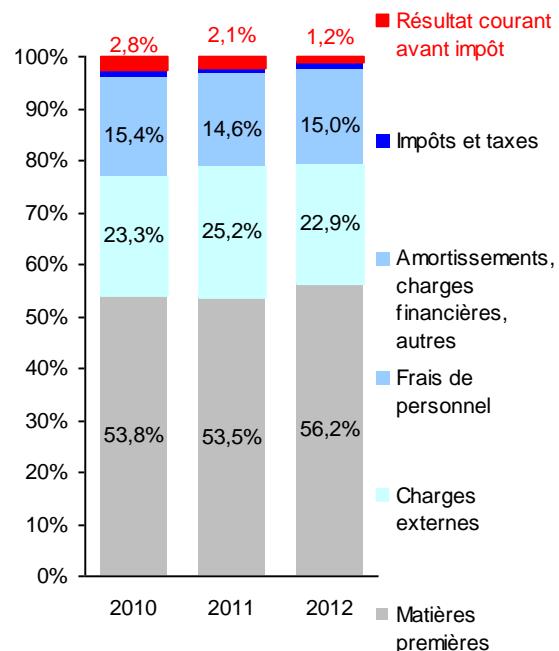
Cf. graphique 9.

En 2012 (dernier exercice disponible dans ESANE), le résultat courant moyen du secteur, rapporté à la production, diminue sensiblement sous l'effet du poids croissant du coût en matières premières.

En se fondant sur les prix et marges brutes suivies pour le seul jambon cuit (Cf. plus haut), la situation des entreprises n'a pas dû s'améliorer sensiblement en 2013. En 2014, en revanche, la baisse du prix du porc, répercutée par les abatteurs-découpeurs dans le prix des pièces vendues à la 2^{ème} transformation, a pu permettre de restaurer les marges de ce secteur.

Source : FranceAgriMer pour OFPM, d'après panel d'entreprises

Graphique 9 **Compte de résultat des entreprises de charcuterie-salaïson**



² GMS pour le porc frais, 2^{ème} transformation pour les pièces utilisées en charcuterie, soit 70% du porc.

Comptes des rayons boucherie et charcuterie des GMS

La viande fraîche de porc relève du rayon boucherie et le jambon du rayon charcuterie.

Le rayon boucherie des GMS comprend une activité de 3^{ème} transformation des viandes (découpe, préparation de portions-consommateurs) exigeant une main-d'œuvre spécialisée, d'où la part élevée des frais de personnel dédié dans les charges propres du rayon et une marge semi-nette qui s'avère en moyenne inférieure aux charges communes réparties.

La marge nette est en moyenne négative, inférieure en 2014 à ses niveaux antérieurs.

Pour autant, les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Tableau 1. Comptes moyens des rayons boucherie en GMS. Pour 100 € de CA

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|---------|--------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100 € |
| - Coût d'achat des produits | 75,9 € | 74,8 € | 75,1€ |
| = Marge brute | 24,1 € | 25,2 € | 24,9€ |
| - Frais de personnel du rayon | 10,4 € | 10,7 € | 10,9 € |
| = Marge semi - nette | 13,6 € | 14,5 € | 14,1 € |
| - Autres charges | 15,1 € | 15,8 € | 16,0 € |
| = Marge nette avant impôt | -1,4 € | -1,3 € | -1,9 € |
| Marge nette après IS (*) | -0,9 € | -0,8 € | -1,2 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici négative, la répartition se traduit par une correction positive pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Le rayon charcuterie présente l'un des taux de marge nette avant IS les plus élevés des rayons alimentaires frais des GMS, pour les trois années du suivi. La part relativement modeste de la main d'œuvre (peu de vente à la coupe par rapport au libre-service), la densité et la rotation élevées du rayon contribuent à ce résultat. La marge nette est en moyenne inférieure en 2014 à son niveau de 2012.

Tableau 2. Comptes moyens des rayons charcuterie en GMS. Pour 100 € de CA

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|--------|--------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100 € | 100 € |
| - Coût d'achat des produits | 69,4 € | 65,8 € | 66,8 € |
| = Marge brute | 30,6 € | 34,2 € | 33,2 € |
| - Frais de personnel du rayon | 6,7 € | 6,8 € | 6,7 € |
| = Marge semi - nette | 23,9 € | 27,5 € | 26,5 € |
| - Autres charges | 16,5 € | 18,3 € | 17,8 € |
| = Marge nette avant impôt | 7,3 € | 9,1 € | 8,7 € |
| Marge nette après IS (*) | 4,7 € | 5,8 € | 5,5 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici positive, la répartition se traduit par une correction négative pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Viande bovine

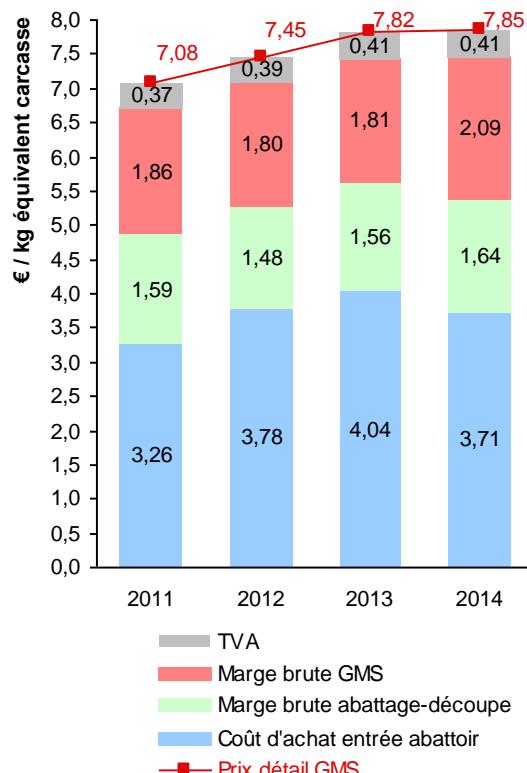
Décomposition du prix moyen de la viande bovine en GMS

Deux paniers de produits vendus au détail sont suivis par l'observatoire pour cette filière :

- l'ensemble des morceaux de viande rouge bovine, pondérés par leurs poids dans la carcasse (moyenne des carcasses de vache de types raciaux laitier et viande). La **carcasse**, sur la base du prix de laquelle est rémunéré l'éleveur, est ainsi **reconstituée** jusqu'au rayon boucherie des GMS.
- un **panier saisonnier** constitué de l'ensemble des mêmes morceaux, pondérés par les quantités mensuelles d'achats observées sur 2008-2012.

C'est ce dernier panier dont le prix est décomposé ci-après sur le graphique 1. Les valeurs sont exprimées en € par kg d'équivalent carcasse, les prix en équivalent viande pour le consommateur sont 1,42 fois plus élevés.

Graphique 1. Composantes du prix moyen en GMS du panier saisonnier de viande bovine (moyennes annuelles)



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

L'impact sur le prix au détail de l'augmentation du prix des gros bovins entrée abattoir en 2012 avait été partiellement amortie par l'aval. En 2013, la poursuite de la hausse des prix des bovins est

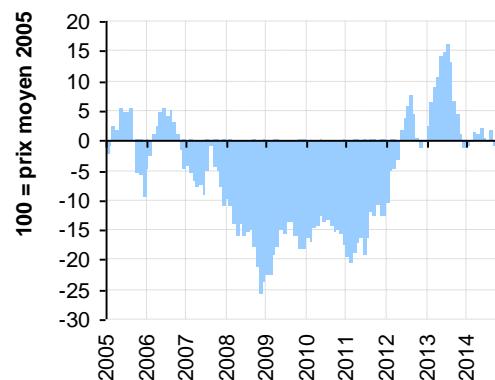
pleinement répercutee par l'aval, l'industrie reconstituant sa marge brute à un niveau proche de celui de 2011, après s'être détériorée en 2012. En 2014, la baisse des prix des gros bovins entrée abattoir n'est pas transmise par l'aval, qui améliore sa marge brute, tant dans l'industrie, - malgré un prix moyen de vente sortie usine en baisse -, que dans la distribution.

Transmission des prix dans la filière bovine

On représente sur les graphiques suivants la différence entre prix observé et prix « *simulé* » des produits aux stades extrêmes de la filière (entrée abattoir, vente au détail en GMS). Ce prix « *simulé* » est calculé de façon que la marge brute de l'éleveur sur ses consommations intermédiaires (CI : aliments, autres approvisionnements) et la marge brute agrégée de l'aval (industrie, GMS) sont maintenues, malgré les variations du prix des CI en élevage et des bovins entrée abattoir, à un niveau de référence (moyenne 2005), majoré de l'inflation.

A la production, les prix sont souvent inférieurs à ceux qui permettraient le maintien de la marge sur CI à son niveau de référence. L'écart négatif est en moyenne de -7% du prix de référence mais avec une grande variabilité. La situation s'améliore en 2012 et surtout en 2013 mais se dégrade en 2014 : d'à peine supérieur à la référence en début d'année, le prix à la production lui redévie inférieur en fin d'année.

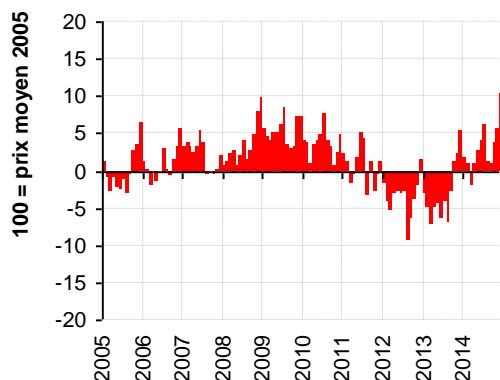
Graphique 2. Différence entre prix observé et prix simulé de la « vache moyenne » à la production



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP (RICA)

Au détail en GMS (Graphique 3, page suivante), le prix observé est en moyenne supérieur de plus de 1% au prix simulé, avec là aussi de fortes variations relatives (plus faibles qu'en amont, toutefois, ce qui est logique). Dans période 2008-2011, par rapport à l'année de référence (2005), la marge brute sur viande bovine de la distribution s'améliore, elle perd ensuite du terrain en 2012 et 2013, puis se restaure en 2014. Rappelons que cette marge n'est pas un bénéfice, elle doit d'abord couvrir toutes les charges (autres que l'achat du produit revendu) et notamment les coûts de dernière transformation en magasin, importants pour ce produit.

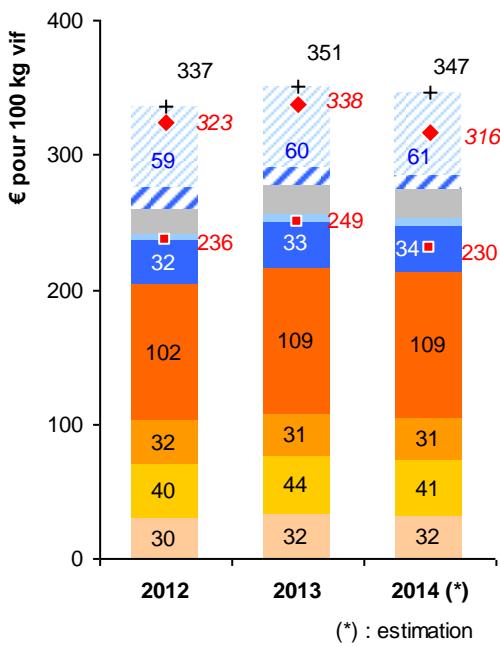
Graphique 3. Différence entre prix observé et prix simulé de la viande bovine en GMS



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Coûts de production des bovins en élevage

Graphique 4. Coûts de production en élevage bovin naisseur-engeisseur



- ◆ Charges supplétives : travail
- Charges supplétives : capital et foncier
- Autres charges
- Frais de personnel salarié
- Foncier et capital
- Bâtiment, installations et mécanisation
- Frais d'élevage
- Alimentation des animaux
- Approvisionnements des cultures
- + Total coût de production
- ♦ Prix de vente des bovins + produits joints + aides
- Prix de vente des bovins

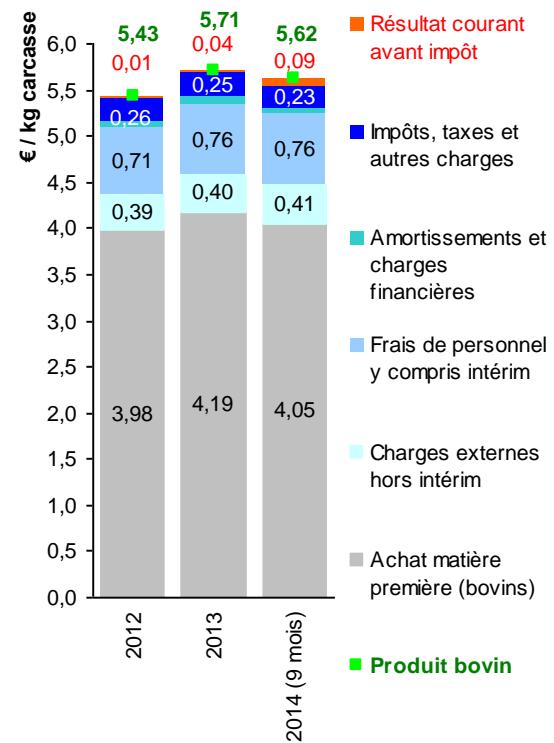
Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement IDELE

Le prix des bovins, en baisse en 2014, couvre encore moins les charges (rémunération calculée

des facteurs autofournis inclus) que d'habitude, les aides directes restant nécessaires pour assurer l'équilibre.

Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe des bovins

Graphique 5. Coûts de l'abattage-découpe de bovins



Source : FranceAgriMer pour OFPM, d'après panel d'entreprises

Le résultat courant au kg de carcasse des entreprises d'abattage-découpe de bovins s'améliore en 2013 et 2014. Les prix de vente, en baisse en 2014, diminuent moins vite que les coûts d'achat.

Comptes des rayons boucherie des GMS

Tableau 1. Comptes moyens des rayons boucherie en GMS. Pour 100 € de CA

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|---------|--------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100 € |
| - Coût d'achat des produits | 75,9 € | 74,8 € | 75,1 € |
| = Marge brute | 24,1 € | 25,2 € | 24,9 € |
| - Frais de personnel du rayon | 10,4 € | 10,7 € | 10,9 € |
| = Marge semi - nette | 13,6 € | 14,5 € | 14,1 € |
| - Autres charges | 15,1 € | 15,8 € | 16,0 € |
| = Marge nette avant impôt | -1,4 € | -1,3 € | -1,9 € |
| Marge nette après IS (*) | -0,9 € | -0,8 € | -1,2 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici négative, la répartition se traduit par une correction positive pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Le rayon boucherie des GMS comprend une activité de 3^{ème} transformation des viandes (découpe, préparation de portions-consommateurs) exigeant

une main-d'œuvre spécialisée, d'où la part élevée des frais de personnel dédié dans les charges propres du rayon et une marge semi-nette qui s'avère en moyenne inférieure aux charges communes réparties.

La marge nette est en moyenne négative, inférieure en 2014 à ses niveaux antérieurs.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Viande ovine

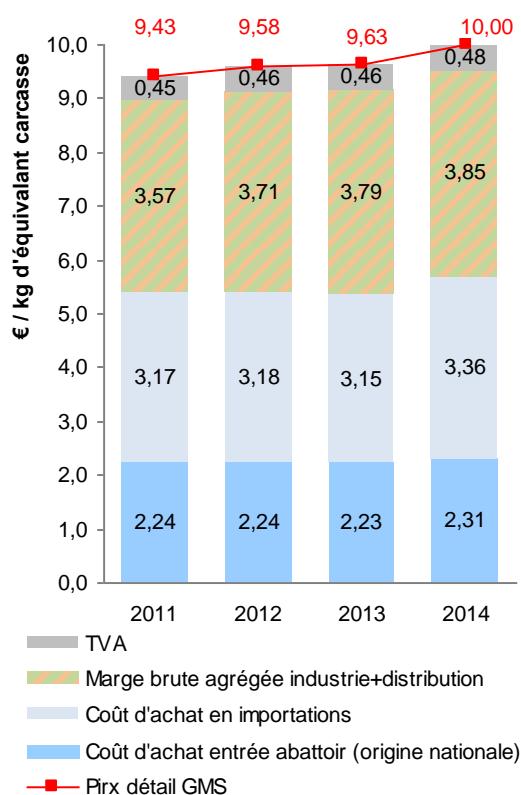
Décomposition du prix moyen des viandes ovines en GMS

L'observatoire analyse la composition du prix moyen de l'ensemble de l'offre toutes origines de viande ovine fraîche et congelée en GMS. La matière première de ce « panier » comprend, dans leurs proportions respectives dans la ressource, les carcasses issues du cheptel national et la viande importée (60% de la consommation) sous ses diverses formes (vif, viandes fraîches, réfrigérées ou congelées).

Faute de données de prix sortie abattage-découpe, le prix au détail est décomposé en matière première et « *marge agrégée* », industrie et distribution confondues.

Les valeurs sont exprimées par kg d'équivalent carcasse (kg ec) vendu au détail, soit environ 80% de la valeur par kg de viande nette.

Graphique 1. Composantes du prix de la viande ovine en GMS (moyennes annuelles)

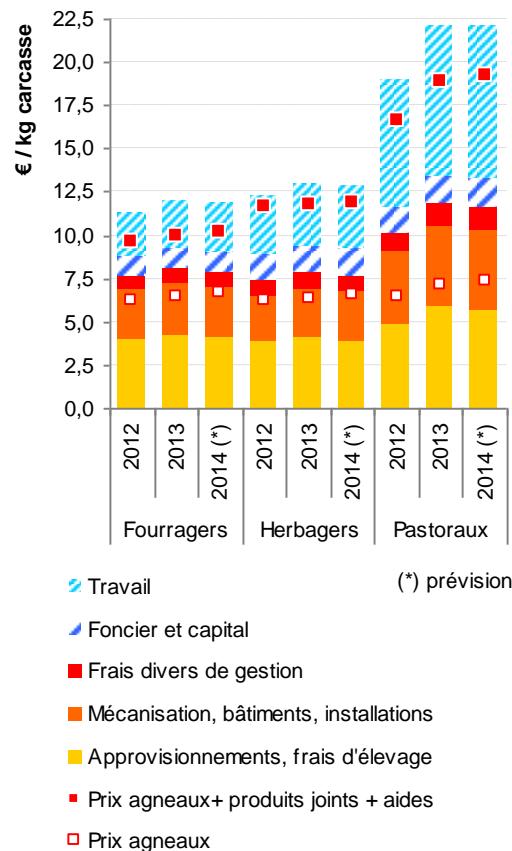


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

En 2014, la hausse des coûts d'achat à l'amont provient de la raréfaction de l'offre, aussi bien sur les marchés français et mondiaux, et de la plus forte demande asiatique en viande ovine. Ces hausses en amont sont transmises intégralement par l'aval au consommateur.

Coûts de production des ovins en élevage

Graphique 2. Coût de production en élevages ovins-viande



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement IDELE

En 2013, les systèmes « *Fourrages* » et, dans une moindre mesure les « *Herbagers* », moins intensifs, ont été pénalisés par la hausse des intrants malgré celle du prix de l'agneau. En 2014, le repli du prix des intrants permet une amélioration de la rémunération des éleveurs.

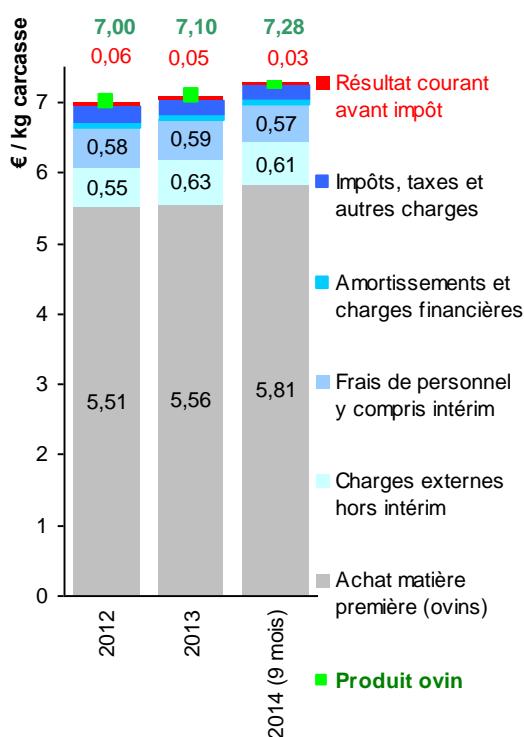
Dans les systèmes « *Pastoraux* », la vente directe, l'agriculture biologique ou la production d'agneaux relativement légers améliorent le prix moyen de l'agneau, mais renchérissent les coûts de production. En zone de montagne, ces élevages bénéficient de la revalorisation des indemnités compensatoires de handicaps naturels.

Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe des ovins

Cf. graphique 3.

Avec la hausse du coût d'achat (+0,25 €), les entreprises d'abattage-découpe spécialisées dans la viande ovine voient leur résultat courant unitaire baisser à nouveau en 2014 (sur 9 mois) après la baisse importante de 2012 ; et ce malgré la hausse de leur prix de vente (+0,18 €).

Graphique 3. **Coûts de l'abattage-découpe des ovins**



Source : FranceAgriMer pour OFPM, d'après panel d'entreprises

Comptes des rayons boucherie des GMS

Tableau 1. **Comptes moyens des rayons boucherie en GMS. Pour 100 € de CA**

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|---------|--------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100 € |
| - Coût d'achat des produits | 75,9 € | 74,8 € | 75,1€ |
| = Marge brute | 24,1 € | 25,2 € | 24,9€ |
| - Frais de personnel du rayon | 10,4 € | 10,7 € | 10,9 € |
| = Marge semi - nette | 13,6 € | 14,5 € | 14,1 € |
| - Autres charges | 15,1 € | 15,8 € | 16,0 € |
| = Marge nette avant impôt | -1,4 € | -1,3 € | -1,9 € |
| Marge nette après IS (*) | -0,9 € | -0,8 € | -1,2 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici négative, la répartition se traduit par une correction positive pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Le rayon boucherie des GMS comprend une activité de 3^{ème} transformation des viandes (décoûpe, préparation de portions-consommateurs) exigeant une main-d'œuvre spécialisée, d'où la part élevée des frais de personnel dédié dans les charges propres du rayon et une marge semi-nette qui s'avère en moyenne inférieure aux charges communes réparties.

La marge nette est en moyenne négative, inférieure en 2014 à ses niveaux antérieurs.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

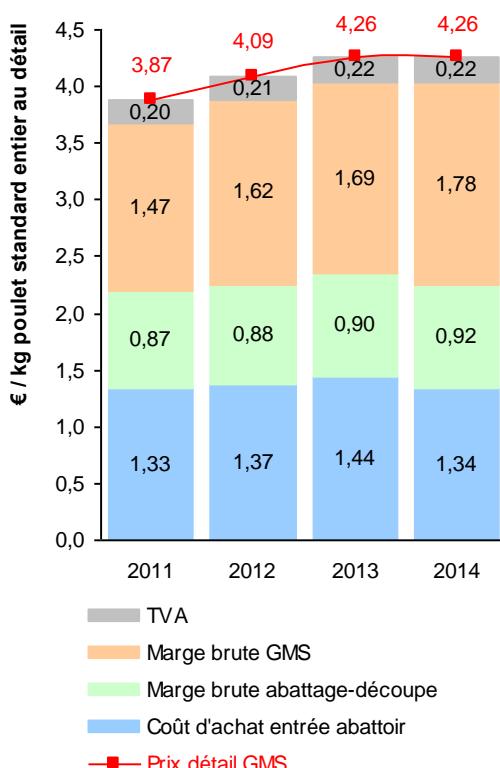
Volailles de chair

Décomposition du prix moyen des poulets entiers en GMS

L'observatoire suit la formation du prix du poulet standard entier (Graphique 1) et en découpes, du poulet entier de label (Graphique 2). On ne présente ici que la décomposition du prix au détail des deux types de poulets entiers. A noter que s'agissant du poulet de label, on ne dispose pas de prix sortie industrie, d'où l'approche en « *marge brute agrégée industrie + distribution* ».

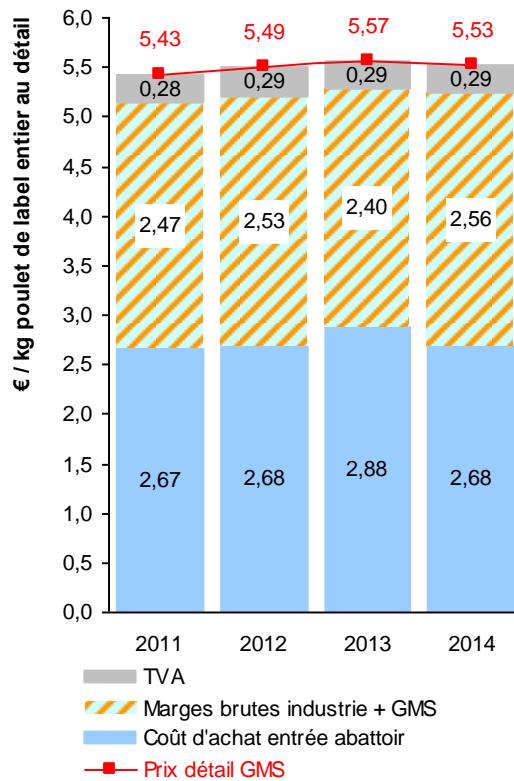
En 2013, les prix au détail augmentent, la hausse de la valeur entrée abattoir, liée à celle des prix des matières premières de l'alimentation des poulets, étant répercutée pleinement par l'aval pour les produits standard (marges brutes en hausse), mais de façon amortie pour les poulets labels (marge brute agrégée en baisse). En 2014, malgré le reflux du coût amont, le prix moyen au détail ne baisse que légèrement s'agissant du poulet label et reste à son niveau de 2013 s'agissant du poulet standard ; dans les deux cas, l'aval (notamment la distribution, pour le poulet standard) restaure ainsi ses marges, sans hausse de ses prix.

Graphique 1. Composantes du prix moyen des poulets standard en GMS (moyennes annuelles)



Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 2. Composantes du prix moyen des poulets label en GMS (moyennes annuelles)

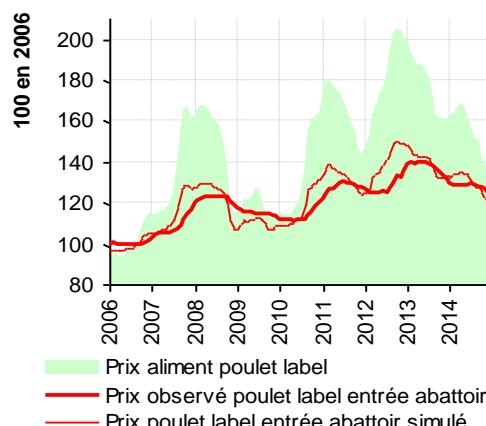


Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Transmission des prix dans la filière des viandes de volailles

On représente sur les graphiques suivants les prix observés et « *simulés* » des produits aux stades entrée abattoir et vente au détail en GMS. Le prix « *simulé* » est calculé de façon que la marge brute de l'élevage sur aliment et la marge brute agrégée de l'aval (industrie, GMS) sont maintenues, malgré les variations du prix de l'aliment en élevage ou des volailles entrée abattoir, à un niveau de référence (moyenne 2006), majoré de l'inflation.

Graphique 3. Prix observé et prix simulé du poulet de label à la production

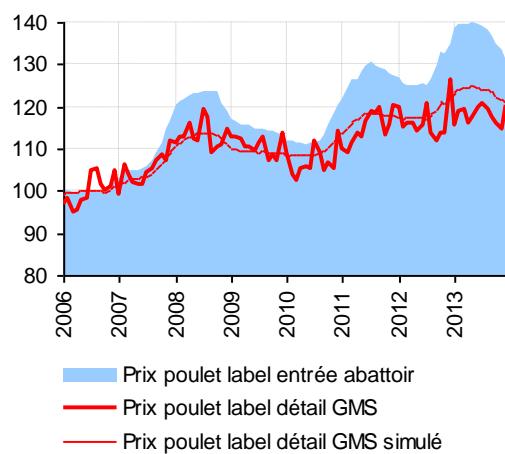


Sources : OFPM d'après SSP, ITAVI

A la production, du fait de l'intégration de la production par des firmes fournissant l'aliment, les variations du prix suivent, avec un décalage, celles du coût de cet intrant. Des écarts plus importants révèlent aussi la difficulté de transmettre dans le prix du produit la hausse du coût de l'aliment, lorsque celle-ci est particulièrement élevée.

Au détail en GMS, le prix observé du poulet label se situe en moyenne en dessous du prix de référence (-1,4%), situation qui paraît plus fréquente et plus marquée ces dernières années. On note aussi des variations conjoncturelles (promotions) et saisonnières plus fortes pour le prix observé.

Graphique 4. *Prix observé et prix simulé du poulet de label au détail en GMS*



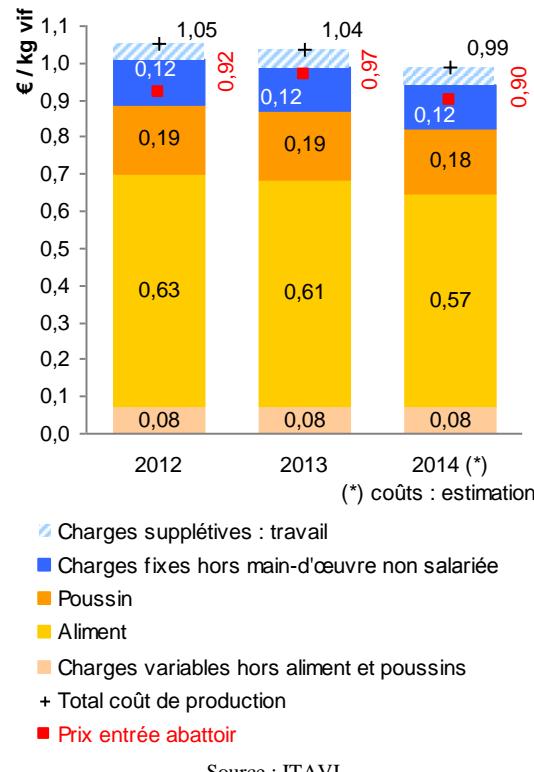
Coûts de production des volailles en élevage

Le coût de production du poulet standard, « coproduit » par l'éleveur intégré et son intégrateur qui lui fournit l'aliment, est très lié au prix de ce dernier. Ce coût est en baisse en 2014, baisse transmise dans le prix de cession à l'abatteur. Ce prix ne couvre pas les coûts intégrant une rémunération cible de l'éleveur de 2 SMIC.

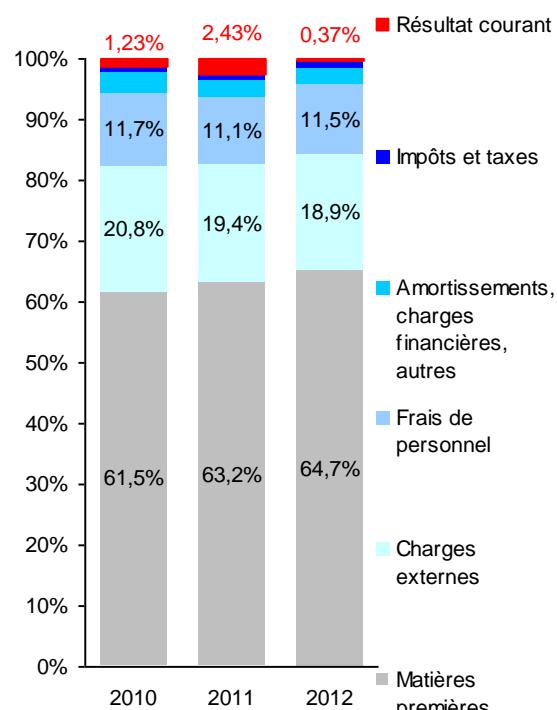
Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe de volailles

Fondé sur les comptabilités traitées dans l'enquête ESANE (INSEE), le suivi des comptes des entreprises d'abattage-découpe spécialisées dans la production de viande de poulet et de dinde n'est pas encore disponible au-delà de 2012. La série montre la dégradation de la part du résultat courant dans le chiffre d'affaires, sous l'effet de la progression du coût en matières premières (volailles entrée abattoir). L'année 2014 devrait présenter une situation plus favorable aux entreprises, avec la baisse des coûts d'achat entrée abattoir.

Graphique 5. *Coûts de production du poulet standard*



Graphique 6. *Compte de résultat des entreprises d'abattage-découpe de poulets et dindes*



Comptes des rayons volaille des GMS

Tableau 1. *Comptes moyens des rayons volailles en GMS. Pour 100 € de CA*

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100 € |
| - Coût d'achat des produits | 73,8 € | 72,3 € | 72,2 € |
| = Marge brute | 26,2 € | 27,7 € | 27,8 € |
| - Frais de personnel du rayon | 3,6 € | 3,3 € | 3,2 € |
| = Marge semi - nette | 22,5 € | 24,4 € | 24,5 € |
| - Autres charges | 14,6 € | 16,2 € | 16,0 € |
| = Marge nette avant impôt | 8,0 € | 8,2 € | 8,5 € |
| <i>Marge nette après IS (*)</i> | <i>5,1 €</i> | <i>5,3 €</i> | <i>5,4 €</i> |

(*) L'assiette de l'IS étant ici positive, la répartition se traduit par une correction négative pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

« *Petit* » rayon en termes de chiffre d'affaires rapporté à l'ensemble du « *fras* » en GMS, le rayon volaille est l'un de ceux présentant en moyenne des résultats supérieurs à l'ensemble. Si le taux de marge brute est « *dans la moyenne* » des autres rayons, la faiblesse relative des charges dédiées (peu de personnel dans ce rayon principalement en libre service à UVCI) laisse une marge semi-nette permettant de couvrir la réaffectation des charges communes en laissant une marge nette de plus de 8 € avant impôt pour 100 € de chiffre d'affaires, taux le plus élevé des rayons étudiés. Ce résultat est, en 2013, du même ordre de grandeur qu'en 2012. Il pourrait s'améliorer en 2014 avec la baisse du prix des volailles en amont.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Produits laitiers de lait de vache

Décomposition du prix moyen en GMS de quelques produits laitiers

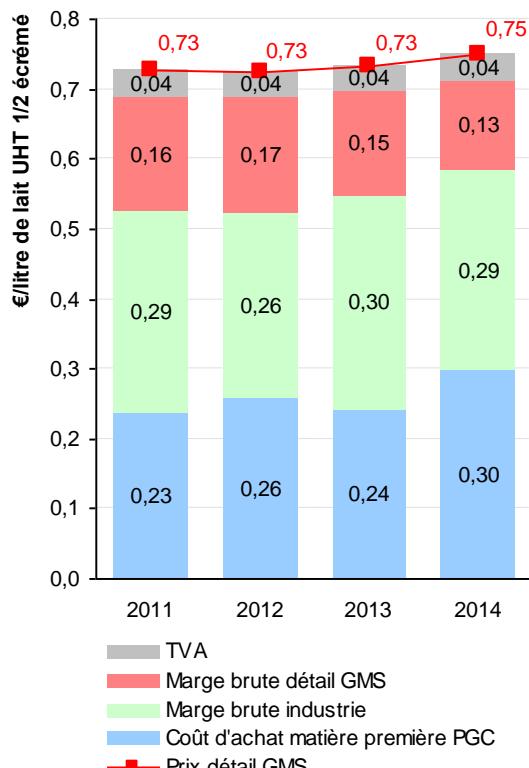
L'observatoire suit un certain nombre de produits laitiers de grande consommation, en différenciant pour certains d'entre eux les articles de marque nationale (MN) et ceux de marque de distributeur (MDD), les données ci-après sont les moyennes de ces deux catégories (pondérées par les quantités achetées).

Il faut garder à l'esprit que les produits laitiers sont, dans l'industrie, souvent des produits joints et que la représentation analytique des marges par produit est quelque peu artificielle, la « *rentabilité* » des opérations industrielles provenant de l'ensemble des fabrications.

Lait UHT 1/2 écrémé

En 2014, la hausse du coût d'achat de la matière première de ce produit de consommation courante (PGC), intégrant le prix du lait collecté à la ferme et la valorisation des coproduits, est partiellement répercutée au consommateur, industrie et GMS stabilisant leur marges brutes

Graphique 1. Composantes du prix moyen du lait UHT 1/2 écrémé en GMS

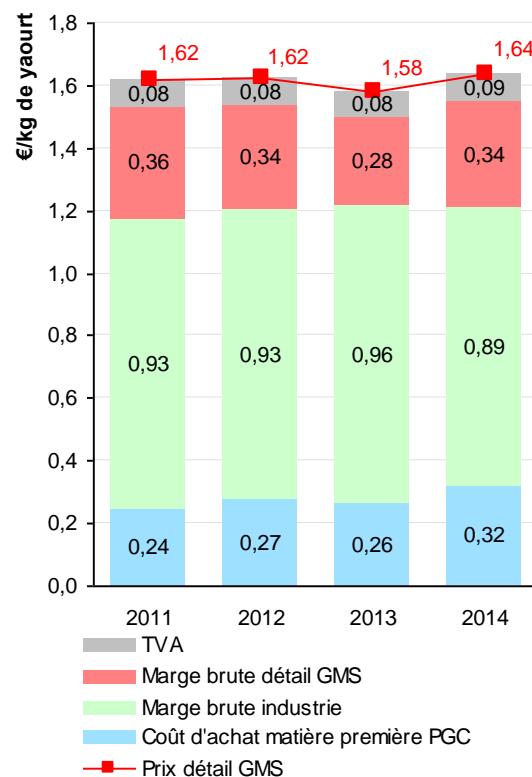


Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Yaourts

Le prix moyen au détail des yaourts nature augmentent en 2014 en reproduisant intégralement la hausse du coût d'achat de la matière première ; mais cette situation résulte d'une redistribution des marges brutes : le prix sortie usine reste au même niveau qu'en 2013 (ou 2012), l'industrie voyant réduire sa marge brute tandis que celle de la distribution progresse.

Graphique 2. Composantes du prix moyen des yaourts natures en GMS



Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

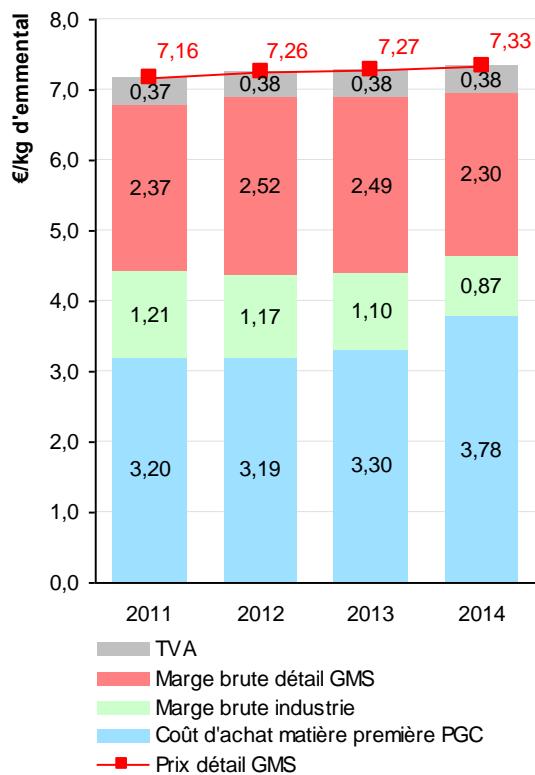
Emmental

Pour ce produit, caractérisé par un poids important du coût en matière première lié notamment au rendement technique de la fabrication (graphique 3 page suivante), la hausse du coût précité, importante en 2014, n'est que partiellement transmise au consommateur, les maillons industriel et distributeur ayant réduit leur marge brute respective. La même situation prévaut pour un autre type de fromage suivi par l'observatoire : le camembert.

Beurre plaquette

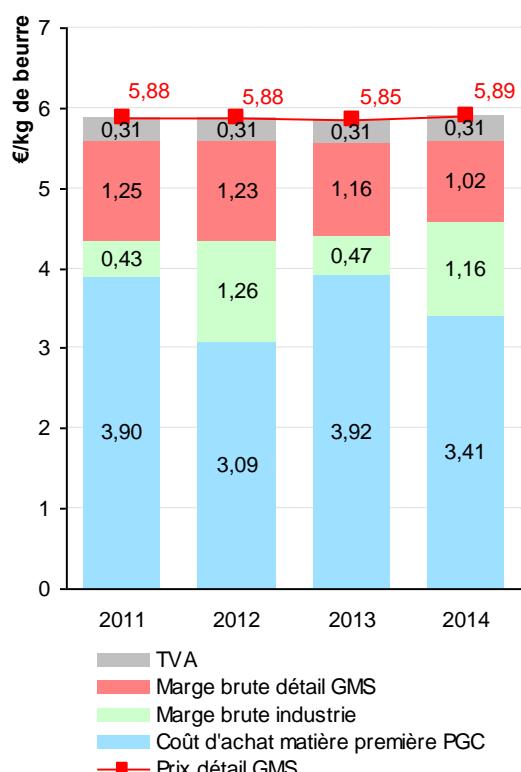
La matière première du beurre de consommation considéré ici est le beurre pour l'industrie, coproduit des autres PGC « écrémés ». Les cours de ce beurre industriel sont liés aux marchés internationaux et donc variables, d'où une marge brute industrielle également fluctuante sur le beurre plaquette. Au détail, le prix évolue assez peu, distribution et surtout industrie amortissant les fluctuations du coût de la matière première (graphique 4 page suivante).

Graphique 3. Composantes du prix moyen de l'emmental en GMS



Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 4. Composantes du prix moyen du beurre plaquette en GMS

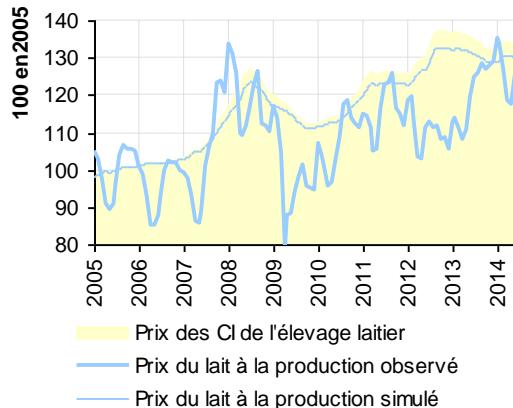


Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Transmission des prix dans la filière laitière

On représente sur les graphiques suivants les prix observé et « simulés » des produits à trois stades de la filière (production laitière, industrie laitière, GMS). Ce prix « simulé » est calculé de façon que la marge brute de l'élevage sur consommations intermédiaires (CI, dont aliments) et les marges brutes de l'industrie et de la GMS sont maintenues, malgré les variations du prix des CI en élevage puis des laits collecté et sortie usine, à un niveau de référence (moyenne 2005), majoré de l'inflation. L'approche est conduite sur deux PGC : lait UHT ½ écrémé et emmental.

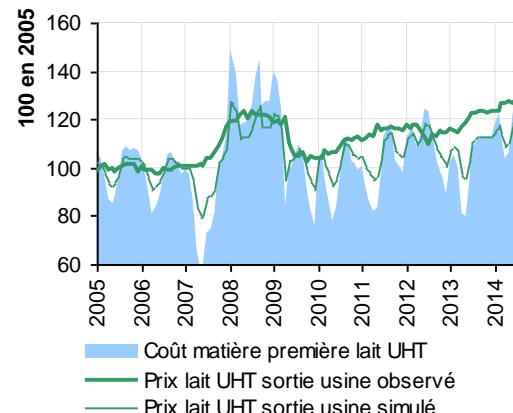
Graphique 5. Prix observé et prix simulé du lait de vache à la production



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP (RICA)

En 2014, le prix du lait se rapproche du prix simulé, situation nouvelle par rapport aux deux années précédentes.

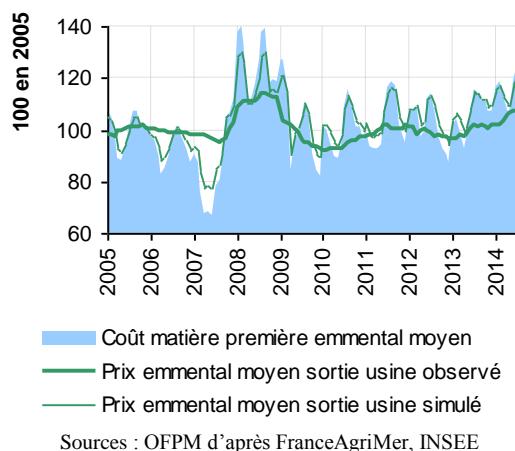
Graphique 6. Prix observé et prix simulé du lait UHT ½ écrémé sortie usine



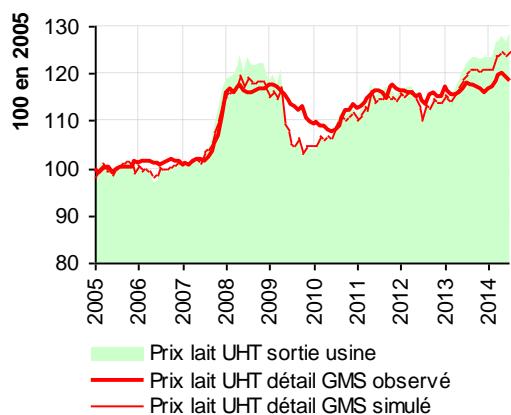
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Le prix du lait UHT (graphique 6) ou de l'emmental (graphique 7) sortie usine lisse les variations du coût en matière première. Le prix du lait UHT et se situe au-dessus du prix simulé, celui de l'emmental, en dessous : ceci illustre les complémentarités et péréquations qui peuvent s'opérer entre produits dans l'industrie laitière.

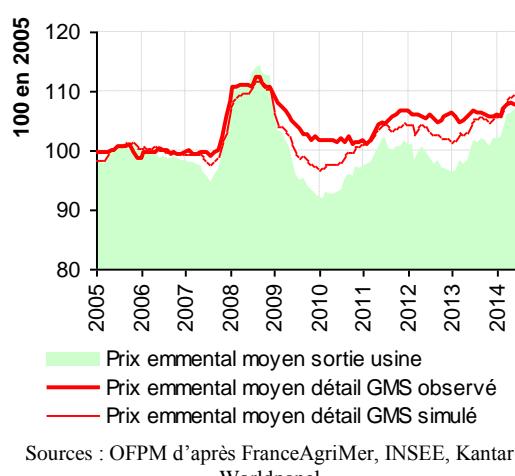
Graphique 7. *Prix observé et prix simulé de l'emmental sortie usine*



Graphique 8. *Prix observé et prix simulé du lait UHT 1/2 au détail en GMS*



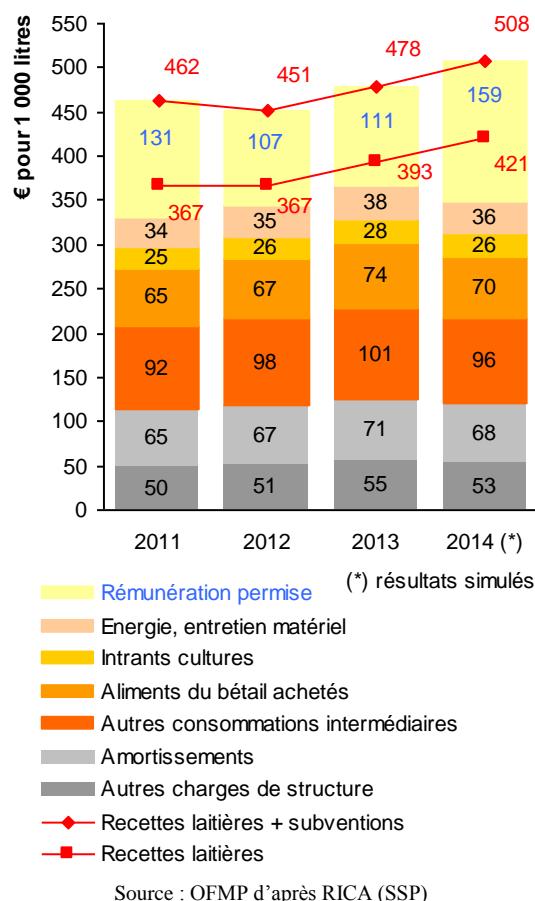
Graphique 9. *Prix observé et prix simulé de l'emmental en GMS*



Les prix au détail en GMS ont reproduit avec un retard la forte chute des prix du lait en 2009 (c'est une des situations à l'origine de la création de l'observatoire). Ensuite, prix réels et prix simulés se suivent d'assez près, le lait UHT étant vendu en 2013 et 2014 à un prix inférieur au prix simulé, contrairement à l'emmental en 2012 et 2013.

Coûts de production du lait en élevage

Graphique 10. *Coûts de production du lait de vache en élevage*



Sur l'ensemble de la période, sur la base des données du RICA, on constate que les charges sont couvertes par les « *recettes laitières* » (vente de lait, veaux et vaches de réforme).

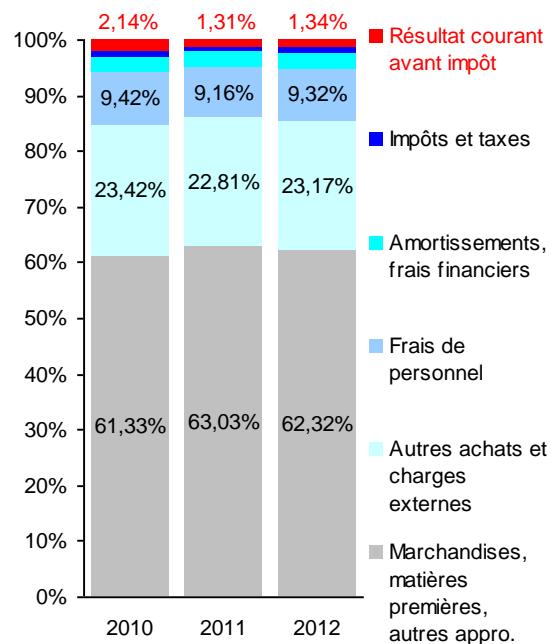
De 2012 à 2013, les charges augmentent mais les éleveurs bénéficient d'une augmentation du prix du lait qui permet une amélioration de leur rémunération (subventions incluses). En 2014 (données simulées), les tendances opposées du prix à la production et des prix des intrants devraient permettre une nouvelle progression du revenu, comme le prévoit les comptes prévisionnels de l'agriculture.

Coûts dans l'industrie laitière

Cf. graphique 11.

Fondé sur les comptabilités traitées dans l'enquête ESANE (INSEE), le suivi des comptes des entreprises de la transformation du lait en PGC n'est pas encore disponible au-delà de 2012. La série montre la dégradation de la part du résultat courant dans le chiffre d'affaires en 2011, à peine corrigée en 2012, sous l'effet de la progression de la part du coût d'achat de la matière première.

Graphique 11. *Compte de résultat des entreprises de transformation laitière (hors glaces, hors poudres)*



Source : OFPM par SSP (ESANE)

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Comptes des rayons produits laitiers des GMS

Tableau 1. *Comptes moyens des rayons produits laitiers en GMS. Pour 100 € de CA*

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100,0 € |
| - Coût d'achat des produits | 76,6 € | 74,1 € | 75,4 € |
| = Marge brute | 24,3 € | 25,9 € | 24,6 € |
| - Frais de personnel du rayon | 4,0 € | 4,1 € | 4,3 € |
| = Marge semi - nette | 19,4 € | 21,8 € | 20,3 € |
| - Autres charges | 16,5 € | 18,1 € | 18,0 € |
| = Marge nette avant impôt | 2,9 € | 3,7 € | 2,3 € |
| Marge nette après IS (*) | 1,9 € | 2,4 € | 1,4 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici positive, la répartition se traduit par une correction négative pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

« Gros » rayon en termes de chiffre d'affaire comparé à l'ensemble du « *frais* » en GMS, le rayon produit laitier présente un taux de marge nette rapportée au chiffre d'affaires après réaffectation des charges communes, positif et supérieur à celui du secteur des GMS tous rayons confondus. La faiblesse relative des charges dédiées (peu de personnel dans ce rayon principalement en libre service à UVCI) laisse une marge semi-nette suffisante pour couvrir largement la réaffectation des charges communes.

La marge nette de ce rayon est en baisse en 2013. Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Pain

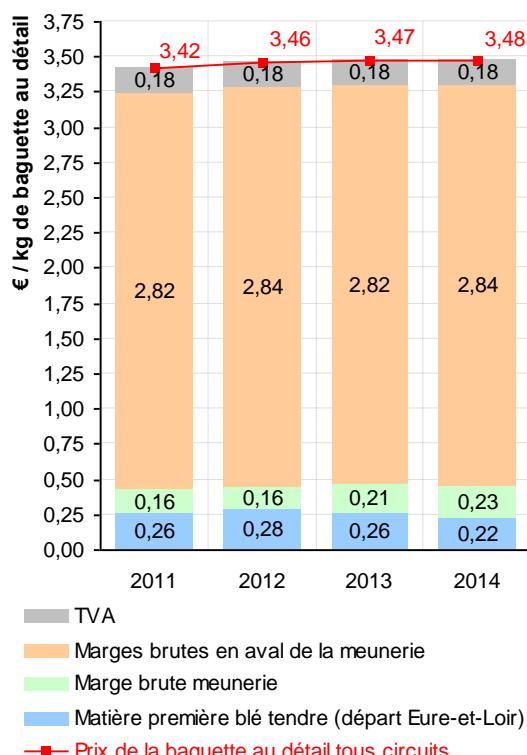
Décomposition du prix au détail de la baguette

L'observatoire présente, *sous contrainte de données*³, une décomposition du prix moyen de la baguette de pain tous circuits confondus (source : INSEE) qui distingue :

- **la valeur de la matière première** (évaluée sur la base du prix du blé au départ d'une zone importante de production)
- **la marge brute de l'industrie de la meunerie** (production de farine boulangère)
- **la marge brute de l'ensemble de l'aval de la meunerie** : selon les circuits : boulangerie artisanale, atelier de boulangerie de GMS, boulangerie industrielle et points de vente de pain.

Toutes les valeurs sont exprimées aux prix à la date considérée, donc sans tenir compte des durées de contrat, de l'effet des instruments de couverture de risque de prix ni du stockage (sur blé et farine).

Graphique 1. *Composantes du prix moyen de la baguette, tous circuits (moyennes annuelles)*



Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, La Dépêche

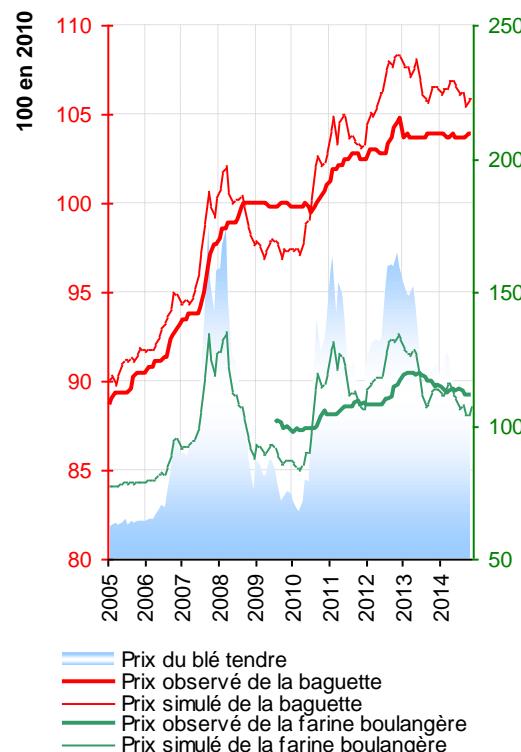
La matière première blé tendre pèse peu dans le prix du pain. La baisse du prix du blé en 2014 se traduit par une diminution de coût en matière première, mais le prix du pain ne varie pratiquement pas, l'aval améliorant légèrement ses marges brutes.

Transmission des prix dans la filière du pain

On représente sur les graphiques suivants la différence entre prix observé et prix « simulé » des produits à deux stades de la filière (meunerie, commerce de détail). Ce prix « simulé » est calculé de façon que la marge brute de la meunerie et les marges brutes en aval sont maintenues, malgré les variations du prix du blé, à un niveau de référence (moyenne 2005), majoré de l'inflation.

Le prix de la farine boulangère à la sortie de l'industrie meunière est, sur durée encore courte observée, en dessous du niveau de référence en période de hausse du prix du blé, et inversement. L'industrie meunière, amortissant ainsi l'impact des variations du prix de la matière première sur l'aval.

Graphique 2. *Prix observé et prix simulé de la farine boulangère (moyenne pondérée toutes destinations de panification) sortie usine (depuis mi-2009) et de la baguette*



Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, La Dépêche

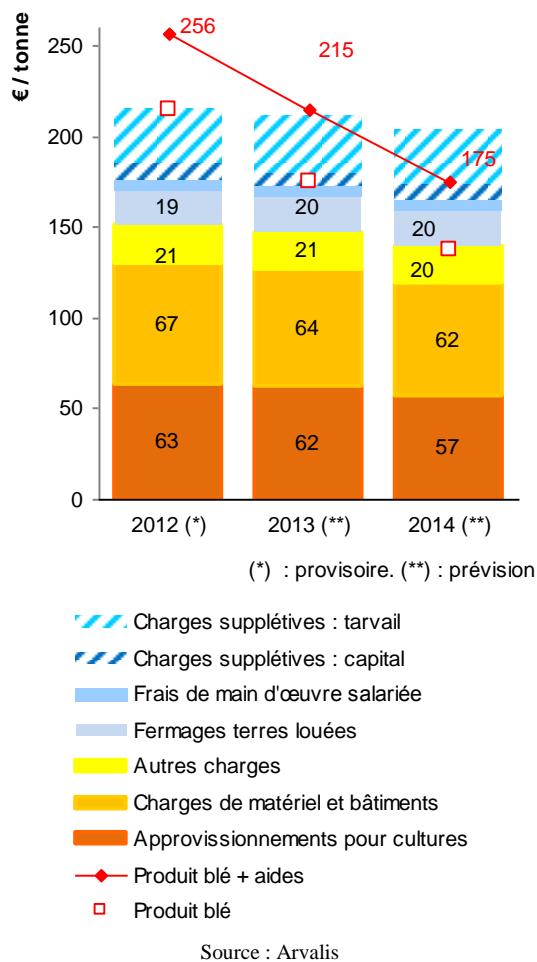
Au détail, le prix réel de la baguette est supérieur à son prix simulé lorsque le prix du blé est en baisse et inférieur dans le cas contraire.

³ Référence de prix du blé portant sur une seule zone de départ (Eure-et-Loir), - donc non-homogène avec les données France entière utilisées aux autres stades -, et sur un produit mal spécifié en termes d'utilisation meunière.

Coûts de production du blé tendre

Le coût de production du blé tendre en 2014 serait en baisse parallèlement à la diminution des coûts de certains intrants (fertilisation) et en amortissement de matériel. Mais cette diminution des coûts est moins marquée que celle du prix du blé, lequel ne couvre plus, en 2013 et encore moins en 2014, la rémunération calculée du travail et du capital personnel des exploitants.

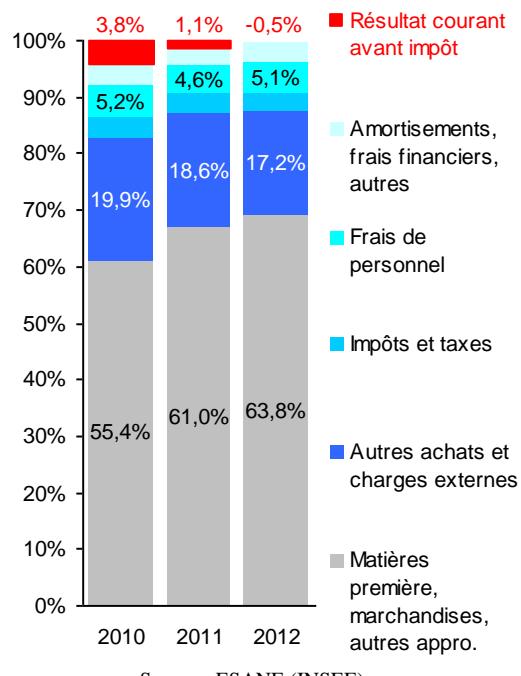
Graphique 3. Coûts de production du blé tendre



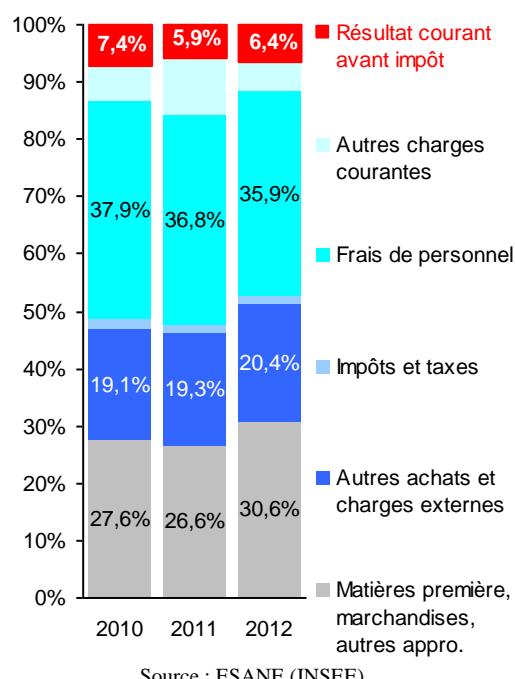
Coûts dans l'industrie de la meunerie

Les comptes statistiques (ESANE) du secteur (disponibles jusqu'en 2012 pour l'instant) illustrent la progression du coût en matière première (achat de blé tendre, dont le prix était en hausse jusqu'en 2012), transmis avec « amortissement » et retard dans les prix de vente du secteur. Il s'ensuit que la part des autres postes se compriment, et surtout celle du solde entre produits et charges : le résultat courant devient ainsi en moyenne négatif en 2012. En 2013 et 2014, l'évolution des prix relatifs du blé et des farines paraît plus favorable au secteur (Cf. Graphique 2), du moins en termes de marge brute mais pas nécessairement de résultat courant.

Graphique 4. Compte de résultat des entreprises du secteur de la meunerie



Graphique 5. Compte de résultat des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie



Coûts dans la boulangerie-pâtisserie

Le taux de résultat courant du secteur, important par rapport à l'industrie, est typique des activités de commerce artisanal, ce solde devant assurer la rémunération du travail non salariés. Inversement, le poids des frais de personnel (i.e. salariés) est relativement faible. Malgré la hausse du coût de la matière première du secteur (farine), la part du résultat courant s'améliore en 2012.

Comptes des rayons boulangerie-pâtisserie des GMS

Les rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie des GMS vont parfois du point de vente de produits fabriqués en amont et simplement cuits sur place jusqu'au grand atelier de fabrication de pain, viennoiserie et pâtisserie, à partir de farine. La présence de ce dernier type de rayon se traduit, dans les comptes moyens, par un très fort taux de marge brute (celle-ci est le double du coût d'achat : situation vue dans aucun rayon en moyenne), due à la valeur ajoutée créée sur place par la transformation. Cette situation a sa contrepartie : l'importance des frais de main d'œuvre spécialisée, et, malgré un pourcentage de marge semi-nette dans le chiffre d'affaires supérieur à la moyenne, la réaffectation d'autres charges (dont certaines sont plus élevées rapportées au chiffre d'affaires que dans tout autre rayon : énergie pour la cuisson) conduit à une marge nette négative.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif, résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Tableau 1. **Comptes moyens des rayons boulangerie-pâtisserie en GMS. Pour 100 € de CA**

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------------------|------|---------|---------|
| Chiffre d'affaires du rayon | nd | 100,0 € | 100,0 € |
| - Coût d'achat des produits | nd | 44,2 € | 43,8 € |
| = Marge brute | nd | 55,8 € | 56,2 € |
| - Frais de personnel du rayon | nd | 30,5 € | 31,4 € |
| = Marge semi - nette | nd | 25,2 € | 24,8 € |
| - Autres charges | nd | 27,3 € | 27,0 € |
| = Marge nette avant impôt | nd | -2,0 € | -2,2 € |
| <i>Marge nette après IS (*)</i> | nd | -1,3 € | -1,4 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici négative, la répartition se traduit par une correction positive pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Pâtes alimentaires

Décomposition du prix au détail des pâtes alimentaires

Le secteur industriel semoulier-pastier est devenu très concentré, avec la disparition de nombreuses entreprises, consécutive à une vive concurrence italienne couvrant environ 60% de la consommation française. Il n'est donc pas envisageable de diffuser des prix moyens précis des différentes catégories de pâtes alimentaires françaises sortie usine pour les GMS. L'analyse du prix au détail se limite donc à deux composantes : la **matière première (blé dur)** et l'ensemble des **valeurs ajoutées en aval** à cette matière première, par l'industrie (semoulerie et pasterie) et le commerce.

Par ailleurs, le produit de consommation considéré est le « *panier* » de pâtes supérieures tous circuits de commercialisation au détail confondus (les GMS étant toutefois largement prépondérantes), suivi par l'INSEE.

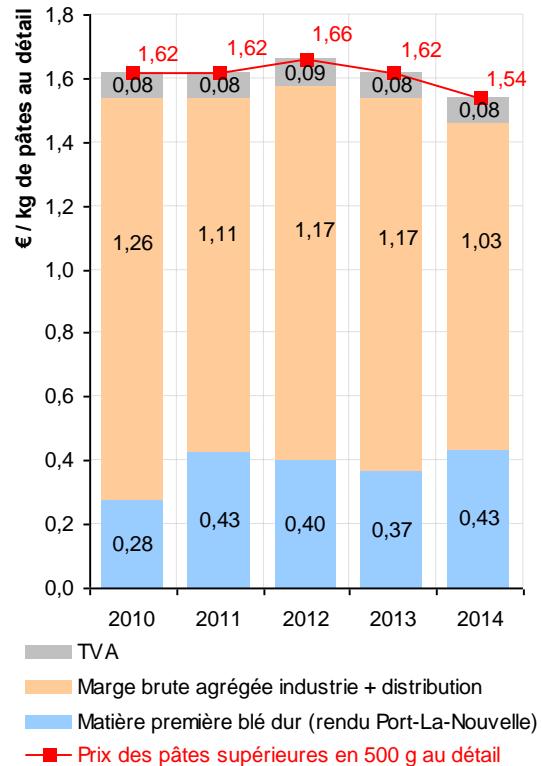
Les références de prix amont ne correspondent pas exactement à des prix d'achat du blé dur par les usines ; parmi les cotations disponibles, le « *rendu Port-La-Nouvelle* » est, à dire d'expert, le plus adapté pour l'instant (la recherche d'une autre référence est en cours).

Toutes les valeurs sont exprimés aux prix à la date considérée, donc sans tenir compte des durées de contrat, de l'effet des instruments de couverture de risque de prix (en fait, inexistant en filière blé dur), ni du stockage avant utilisation (du blé, de la semoule).

Malgré la hausse des cours du blé dur liée à une rétraction de l'offre nationale et mondiale, le prix au détail baisse en 2014 et, après 2 années de quasi-stabilité, la marge agrégée recule de nouveau en 2014 au point de se rapprocher du niveau de 2007. L'impact de la hausse de la matière première sur le prix au détail est ainsi nettement amorti. On rappelle que cette « *marge agrégée* » couvre les charges et bénéfices de l'ensemble de l'aval de la filière : industrie de la semoulerie et de la pasterie, commerce inter-entreprise, commerce de détail.

Parmi les produits suivis par l'observatoire, les pâtes est l'un des seuls dont le prix baisse en 2014, à l'instar de l'indice général des prix à la consommation (IPC) alimentaire. Cette baisse de l'IPC alimentaire, est notamment déterminée par celle des produits suivants, non étudiés par l'observatoire : boissons, œufs, produits à base de sucre, ainsi que par celle d'autres produits (dont certains suivis par l'observatoire) : produits à base de céréales (dont les pâtes), fruits et légumes frais. En revanche, rappelons que les prix des viandes et des produits laitiers sont en hausse.

Graphique 1. **Composantes du prix moyen des pâtes alimentaires, tous circuits (moyennes annuelles)**



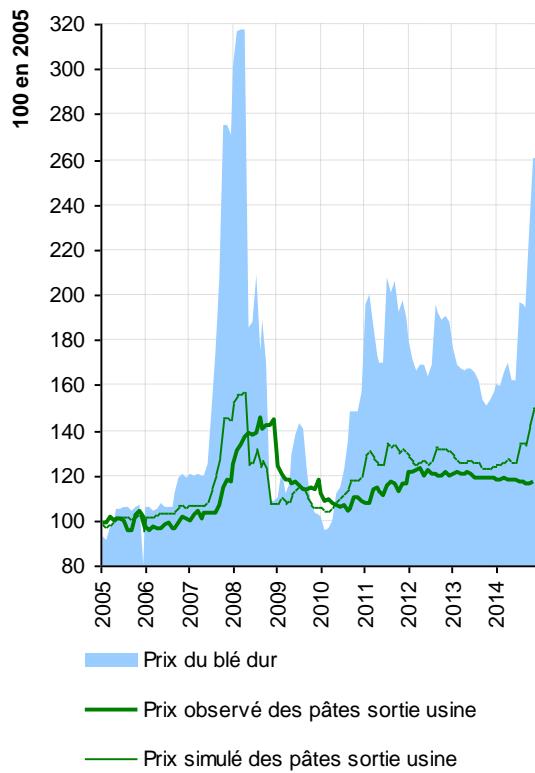
Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, La Dépêche

Transmission des prix dans la filière des pâtes alimentaires

On représente sur les graphiques suivants la différence entre prix observé et prix « *simulé* » des produits à deux stades de la filière (industrie, détail). Ce prix « *simulé* » est calculé de façon que les marges brutes sont maintenues, malgré les variations du prix du blé dur, à un niveau de référence (moyenne 2005), majoré de l'inflation.

Sortie usine, le prix des pâtes varie fortement autour du prix de référence, en se situant plus fréquemment en dessous dans la période observée. Ceci est dû au décalage dans le temps de la transmission des hausses de prix du blé dur dans les tarifs des fabricants de pâtes. En outre, cette transmission est partielle : en cas de hausse comme en cas baisse du prix de la matière première, le prix des pâtes varie bien dans le même sens (avec un décalage), mais en « *amortissant* » ces variations.

Graphique 2. *Prix observé et prix simulé des pâtes sortie usine*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, INSEE

Malgré l'amortissement des variations des prix de la matière première par l'industrie, une part encore importante de la « volatilité » amont se retrouve dans le **prix des pâtes au détail** (Graphique 3).

Ainsi, le prix des pâtes au détail est l'un de ceux qui varient le plus autour du prix de référence, avec une « fourchette » de variation de +10% à -40% du prix de référence et une variation moyenne absolue de ±10%. Ces variations conduisent le prix au détail plus souvent en-dessous du niveau de référence qu'au-dessus (moyenne des variations : -7%). L'année 2014 est marquée par une baisse du prix des pâtes à la consommation, alors que la matière première a fortement augmenté au deuxième semestre, du fait d'un décalage de la transmission dans le temps dû à la longueur des contrats.

Coûts dans l'industrie des pâtes alimentaires

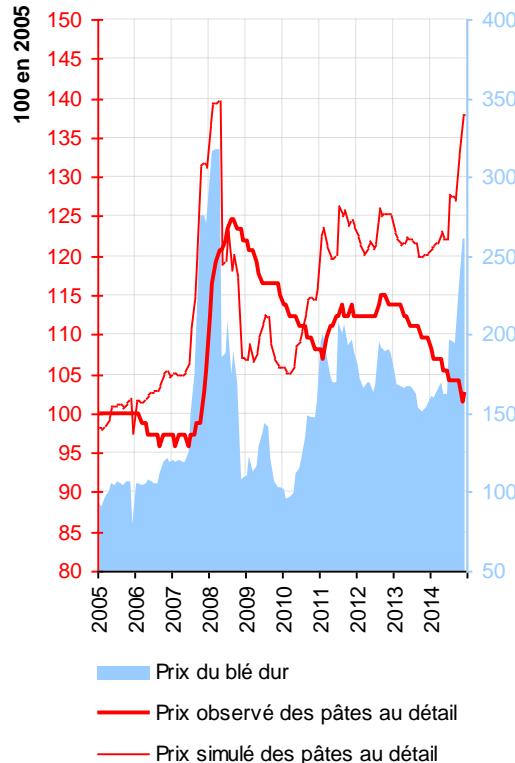
Les comptes statistiques (ESANE) du secteur (disponibles jusqu'en 2012 pour l'instant) illustrent la progression de la part du coût en matière première (achat de blé dur).

Mais en 2012 le secteur dégage un résultat courant rapporté à la production en amélioration par rapport à l'année précédente, permise par la transmission – au moins partielle – vers l'aval (distribution) de la hausse du prix de la matière première et la compression des autres charges externes (poste dont l'analyse fine n'est pas possible dans la nomenclature d'ESANE).

La hausse conjoncturelle du prix du blé dur en 2014 n'a pas encore eu d'effet sur le prix des pâtes dans

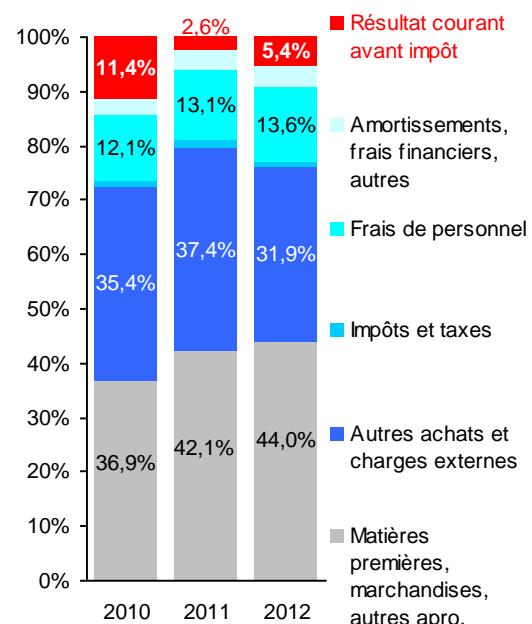
l'industrie ni au détail : de l'industrie vers l'aval, la transmission des variations de prix de la matière première s'opère avec un retard lié à la durée des contrats de fourniture de blé dur.

Graphique 3. *Prix observé et prix au détail des pâtes au détail*



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, INSEE

Graphique 4. *Compte de résultat des entreprises du secteur de la fabrication des pâtes alimentaires*



Source : ESANE (INSEE)

Comptes des rayons épicerie salée des GMS

Les pâtes alimentaires sont vendues dans ce rayon des GMS. Compte tenu de la grande diversité des articles de ce rayon (conserves, riz, soupes, condiments et sauces...), il n'a pas été jugé opportun d'en présenter les comptes dès lors que le seul produit suivi par l'observatoire dans ce rayon ne représente qu'environ 10% de son chiffre d'affaires d'après les résultats de Kantar Worldpanel.

Fruits et légumes frais

Prix et marge brute de distribution en GMS du panier de fruits de saison

L'observatoire suit les évolutions de prix, à l'expédition (la première mise en marché) et au détail en GMS de divers produits considérés séparément et de **deux « paniers saisonniers » de produits d'origine France, l'un de fruits, l'autre de légumes**. Leur composition hebdomadaire varie dans l'année en fonction de la saisonnalité de l'offre. La « *marge brute de distribution en GMS* » considérée ici est la différence entre prix au détail en GMS et prix à l'expédition : outre des coûts dans le périmètre des GMS (centrales d'achat, logistique, magasins...) elle peut recouvrir des éléments de marge brute de grossistes ainsi que des pertes physiques de produits. Dans cette synthèse, on se limite à la présentation des évolutions tendancielles désaisonnalisées. (Cf. le corps du rapport et les numéros **6-1 et 6-2 de La Lettre de l'observatoire**).

Le panier de fruits

En tendance désaisonnalisé, le prix au détail du panier de fruits présente de fortes variations inter-annuelles essentiellement liées à l'effet des aléas météorologiques sur la production nationale mais aussi sur l'offre importée et son éventuel « *télescopage* » avec le calendrier de l'offre nationale. Ainsi, l'année 2013 présente une hausse des prix moyens du panier de fruits, sous l'effet d'une offre réduite par des aléas climatiques. En 2014, les cours des fruits d'été sont dégradés par une offre abondante puis par une météorologie estivale fraîche moins favorable à la consommation, et, tant pour les prix à l'expédition que pour les prix au détail et la marge brute au détail, l'année 2014 se situe en deçà des niveaux de 2013.

Le panier de légumes

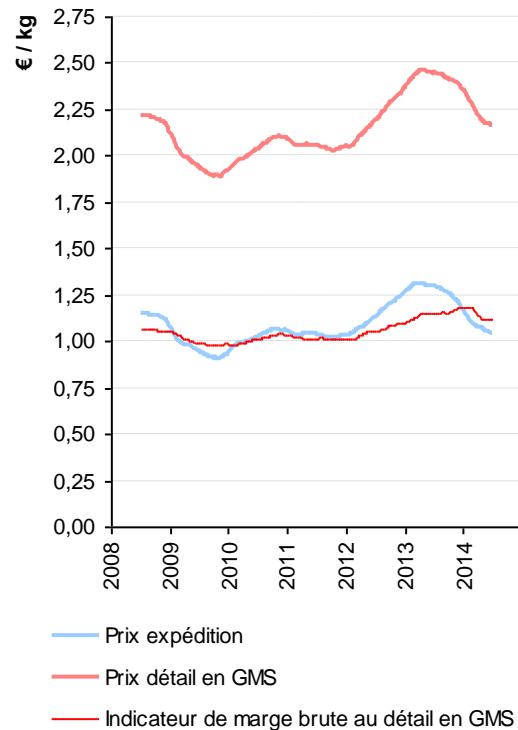
Les évolutions des prix au détail et à l'expédition sont en phase jusqu'en 2013, où le prix au détail progresse alors que le prix à l'expédition diminue, ce qui entraîne la hausse de la marge brute de distribution.

Une correction s'opère ensuite, avec une diminution du prix au détail, plus forte que celle du prix à l'expédition et entraînant donc une baisse de la marge brute de distribution.

L'année 2013 est la seule de la période qui soit caractérisée par l'évolution divergente des deux prix moyens, aux dépens du prix à l'expédition d'où une hausse de la marge brute.

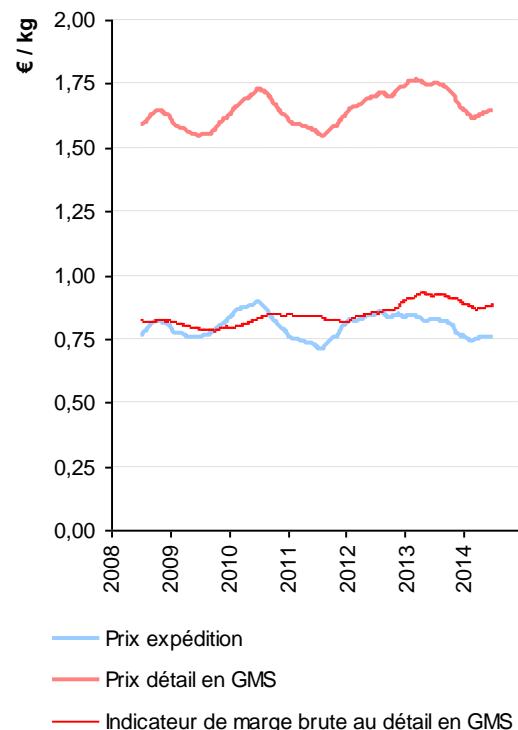
Le nouveau recul des prix 2014 est lié à l'offre plus abondante de certains produits alors que la météorologie était moins favorable à la consommation des légumes d'été.

Graphique 1. *Tendances désaisonnalisées des prix à l'expédition et au détail et de la marge brute du panier de fruits*



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

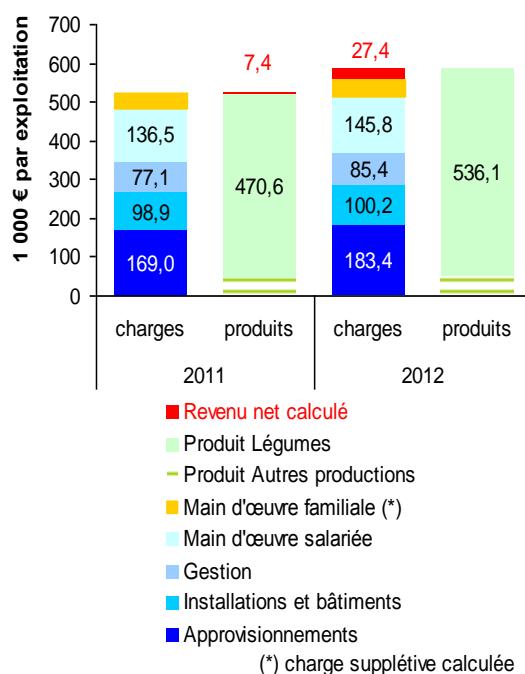
Graphique 2. *Tendances désaisonnalisées des prix à l'expédition et au détail et de la marge brute du panier de légumes*



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

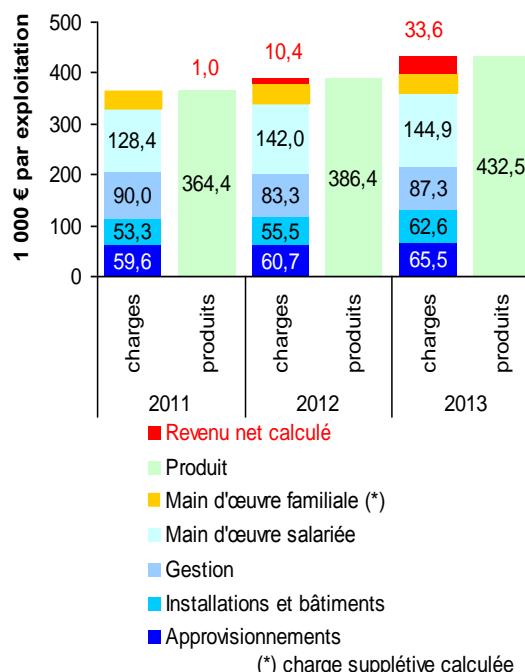
Comptes des exploitations légumières et fruitières spécialisées

Graphique 3. Comptes des exploitations légumières spécialisées (2011-2012)



Source : Observatoire des Exploitations Légumières, CERFRANCE, FranceAgriMer, CTIFL,

Graphique 4. Comptes des exploitations fruitières spécialisées (2011-2013)



Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CERFRANCE, FranceAgriMer, CTIFL, FNPF

Toutes productions légumières confondues, le résultat net après prise en compte d'une rémunération forfaitaire de la main-d'œuvre familiale

(1,5 SMIC) est devenu positif en 2012 après avoir été négatif en 2011. D'après les suivis de prix, 2013 a dû être aussi une année à revenu net positif. En revanche, la situation s'est dégradée en 2014, d'après les comptes prévisionnels de l'agriculture.

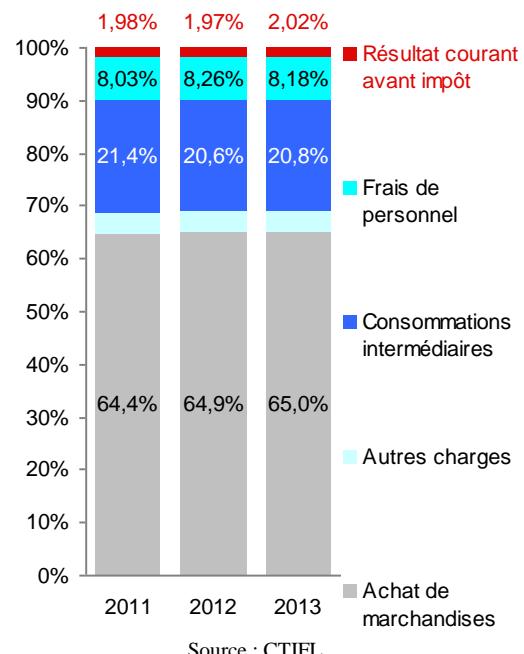
Tous systèmes fruitiers confondus, le résultat net de 2013 est positif alors qu'il était faiblement négatif en 2011. L'année 2013 a été plutôt favorable pour la filière fruits. En revanche, les indicateurs de revenu sont en baisse 2014 d'après les comptes prévisionnels de l'agriculture.

La structure des charges de ces exploitations est caractérisée par l'importance de l'emploi salarié, à la différence de la plupart des autres orientations de production agricole (hors viticulture).

Comptes des entreprises d'expédition de fruits et de légumes

Ces entreprises assurent la première mise en marché des fruits et des légumes, après tri et conditionnement.

Graphique 5. Comptes de résultat des entreprises d'expédition de fruits et de légumes



La marge commerciale (postes autres que grisés sur le graphique) des expéditeurs représente environ 30% du total des produits et 26% du chiffre d'affaires. Sur les trois années suivies, ce taux de marge évolue peu, de même que le taux de résultats courant, 2% du chiffre d'affaires environ.

Comptes des rayons fruits et légumes des GMS

Tableau 1. *Comptes moyens des rayons fruits et légumes en GMS. Pour 100 € de CA*

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 € | 100,0 € | 100,0 € |
| - Coût d'achat des produits | 72,6 € | 70,2 € | 69,4 € |
| = Marge brute | 27,4 € | 29,8 € | 30,6 € |
| - Frais de personnel du rayon | 8,0 € | 8,1 € | 7,9 € |
| = Marge semi - nette | 19,4 € | 21,7 € | 22,7 € |
| - Autres charges | 18,4 € | 20,3 € | 20,6 € |
| = Marge nette avant impôt | 1,1 € | 1,4 € | 2,1 € |
| Marge nette après IS (*) | 0,7 € | 0,9 € | 1,3 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici positive, la répartition se traduit par une correction négative pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Dans ce rayon « étalé » en superficie (les produits sont fragiles et peuvent difficilement être confinés et empilés...), la réaffectation des charges communes impacte sensiblement la marge nette, mais celle-ci reste en moyenne positive, et dans l'ordre de grandeur du résultat courant avant impôt du secteur des GMS. Les frais de personnel dédié au rayon, sont, relativement à son chiffre d'affaires, assez conséquents, compte tenu des tâches de réassortiment fréquent pour ces produits souvent périssables.

Les marges brute, semi-nette nette sont en progression en 2013.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif, résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Produits de la pêche et de l'aquaculture

Les prix des produits aquatiques en 2014

L'analyse de la formation des prix au détail pour les produits de cette filière se heurte à l'absence de données de prix représentatives et régulièrement renseignées aux stades « *intermédiaires* » du circuit, entre la 1^{ère} mise en marché en criée et la vente au détail.

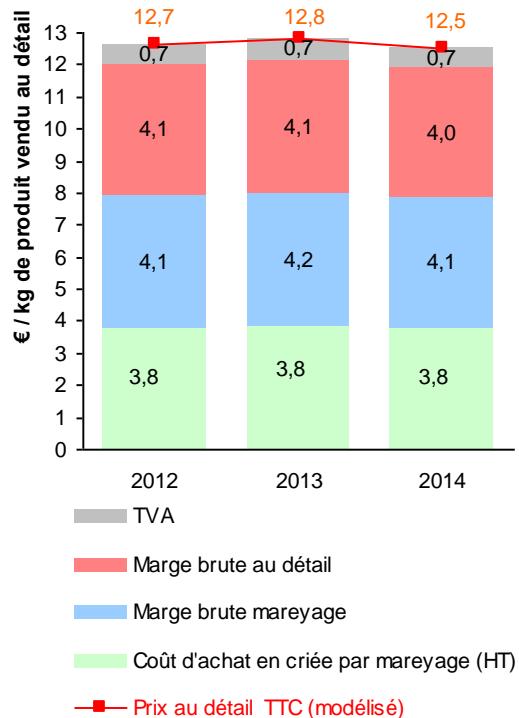
En 2014, le **prix moyen des premières ventes déclarées en halle à marée** a progressé de 1 % par rapport à 2013 (3,03 €/kg), c'est notamment le cas du cabillaud (+ 1 %) et de l'églefin (+ 6 %), qui subissent néanmoins la concurrence des produits d'importation. Mais il s'agit d'un prix d'un ensemble à composition variable. Ainsi, la forte hausse du volume d'anchois (+ 37 %), espèce chère, contribue à l'augmentation du prix moyen des premières ventes déclarées.

Le **prix moyen à l'importation** des produits aquatiques a également progressé en 2014. Le prix moyen du saumon entier (20 % du volume total des importations de produits aquatiques destinés à la consommation humaine, hors thon) a augmenté de 8 % par rapport à 2013.

Toujours en 2014, le **prix moyen d'achat du poisson frais** par les ménages a augmenté de 1 % par rapport à celui de 2013 (source : Kantar Worldpanel). La hausse du prix moyen du saumon (+ 4 %), consécutive à la flambée des cours internationaux, explique en partie cette évolution, le saumon représentant à lui seul un cinquième des achats de poisson frais des ménages en volume. Le cabillaud, deuxième espèce phare du rayon marée, a vu son prix moyen d'achat se stabiliser en 2014. Concernant les autres espèces issues de la production de pêche fraîche nationale, les prix moyens d'achat sont en hausse pour le lieu noir (+ 2,5 %), le merlan (+ 3,5 %), le maquereau (+ 2,1 %) et l'églefin (+ 10 %), stables pour le merlu et la sole, et en recul pour la lotte (- 4,7 %), la sardine (- 5,4 %) et la julienne (- 0,7 %).

L'exemple de décomposition de prix au détail représenté ci-après porte sur le merlan en GMS, il s'agit de résultats d'un « *modèle* » fondé sur des références de taux de charges et de rendements, recueillis par enquête à dire d'expert, appliqués au prix en criée, au départ du circuit. Les résultats, à considérer uniquement comme des ordres de grandeur, ne montrent pas de changement très significatif dans les niveaux de prix et de marges aux différents stades de 2012 à 2014.

Graphique 1. **Composantes du prix du merlan au détail en GMS**



Source : OFPM, FranceAgriMer d'après GEM

Comptes des rayons poissonnerie des GMS

Tableau 1. **Comptes moyens des rayons poissonnerie en GMS. Pour 100 € de CA**

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------------|------|---------|---------|
| Chiffre d'affaires du rayon | nd | 100,0 € | 100,0 € |
| - Coût d'achat des produits | nd | 72,2 € | 72,7 € |
| = Marge brute | nd | 27,8 € | 27,3 € |
| - Frais de personnel du rayon | nd | 15,3 € | 15,5 € |
| = Marge semi - nette | nd | 12,5 € | 11,7 € |
| - Autres charges | nd | 18,3 € | 18,5 € |
| = Marge nette avant impôt | nd | -5,8 € | -6,8 € |
| Marge nette après IS (*) | nd | -3,7 € | -4,4 € |

(*) L'assiette de l'IS étant ici négative, la répartition se traduit par une correction positive pour la marge nette après IS.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours.

Ce rayon présente une marge nette « *la plus négative* » de tous ceux étudiés. Ceci tient à l'importance de l'emploi de personnel dédié, qui se présente souvent sous la forme d'une poissonnerie artisanale, avec préparation des produits à la demande et vente assistée. En outre, la fragilité des produits et la versatilité de la demande induisent des pertes importantes de marchandise.

Il est important de rappeler que le niveau de marge nette de chaque rayon, positif ou négatif, résulte en grande partie de la répartition de charges communes largement indépendantes de l'activité du rayon considéré.

Les rayons ne sont pas indépendants et chacun, quelle que soit sa marge nette, contribue à la fréquentation des autres et donc au résultat de l'ensemble du magasin.

Un « *beau* » rayon poissonnerie donne une image de professionnalisme et de capacité à travailler des produits frais, favorable à la fréquentation.

Avant-propos

La publication du quatrième rapport au Parlement de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires intervient quelques semaines seulement après la mise en œuvre de l'une des décisions les plus symboliques de la réforme de la Politique Agricole Commune : ce 1^{er} avril 2015 ont disparu les quotas laitiers qui étaient l'un des derniers mécanismes de gestion des marchés agricoles à la disposition des autorités européennes.

En dix ans à peine, l'Europe est passée en matière agricole de la stabilité de marchés organisés et administrés à l'instabilité de prix de plus en plus déterminés sur la scène mondiale au hasard d'événements où la géopolitique (de l'embargo russe aux aléas chinois) se mêle aux accidents climatiques et sanitaires ainsi qu'aux troubles monétaires.

C'est la transmission de cette instabilité agricole le long des filières allant « *du champ à l'assiette* » qui est au cœur des travaux que réalise depuis près de cinq ans maintenant, l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires. En effet, si le problème de la gestion des conséquences de l'instabilité agricole n'est pas propre à la France, force est de constater qu'il présente dans notre pays des particularités qui expliquent le climat de tension et les nombreuses crises qui ont émaillé les relations interprofessionnelles ces dernières années : il s'agit notamment de la place importante de l'alimentation dans la consommation et plus largement dans l'identité française, de l'insistance mise sur la maîtrise ou du moins sur la stabilité des prix à la consommation, de l'absence de transparence et plus encore de confiance dans les relations entre acteurs au long des filières.

C'est pour répondre à cette carence que le législateur a souhaité créer un Observatoire indépendant, réunissant toutes les familles professionnelles concernées et les consommateurs, dont la principale mission est « *d'observer* », c'est-à-dire de présenter une image aussi précise que possible des structures de prix, de coûts et donc de marges au fil de la vie des produits agricoles puis alimentaires. Le présent rapport en est le résultat. Comme les précédents, il a fait l'objet de nombreux débats et a été adopté – sans restrictions aucunes – à l'unanimité par l'ensemble des parties prenantes de son comité de pilotage, représentant les producteurs agricoles, les industriels, les commerçants et distributeurs ainsi que les consommateurs.

Le rapport de l'Observatoire est avant tout un outil de travail, la réunion d'une masse d'informations – certaines totalement originales – sans équivalent par l'ampleur du champ couvert et par l'originalité de la démarche adoptée. Publié en avril 2015, le rapport de l'Observatoire couvre l'ensemble de l'année 2014 pour de nombreux résultats (suivi des prix et des marges brutes, coûts de production agricoles, certains comptes industriels...), mais le calcul des marges nettes dans les rayons de la grande distribution concerne seulement 2013 et les années antérieures, et certains comptes de secteurs industriels ne sont pas encore disponibles au-delà de 2012. Le lecteur y trouvera des faits, des analyses, des interprétations mais pas de jugement, de conclusion ni de condamnation. Qu'il soit cependant ici permis au président indépendant de l'Observatoire de faire, à *titre strictement personnel*, quelques remarques de synthèse.

- Les quinze mois qui nous séparent du précédent rapport au Parlement (décembre 2013) ont été globalement marqués par un repli des prix sur la plupart des marchés agricoles. Celui-ci, inégal à la fois par son ampleur et dans le temps, a particulièrement affecté les viandes, certaines céréales, les fruits et les légumes puis, plus récemment, le lait. Remarquons que la chute de l'euro par rapport au dollar a quelque peu atténué l'ampleur des baisses sur les marchés internationaux (tout en contribuant à renchérir le coût des importations). D'un point de vue anecdotique, de fortes tensions à la hausse ont cependant affectées le blé dur, l'huile d'olive et... les noisettes ! Ceci étant, avec le décalage logique dans la transmission des prix, ce sera souvent plutôt en 2015 que l'impact véritable se fera sentir en aval.
- D'un point de vue économique, la France a connu une période de stagnation et de hausse continue du chômage dans un climat d'inflation nulle, voire de baisse de prix, aidée en cela par un véritable contre-choc pétrolier. Assez logiquement dans un contexte de stagnation du pouvoir d'achat et de paupérisation d'une partie de la population, la pression à la baisse – ou du moins à

la stabilité - des produits alimentaires de base (ceux que justement suit l'observatoire) a été forte.

Et c'est au fond ce qui est le plus frappant : la relative stabilité des prix à la consommation de nombre de produits alimentaires, certes parmi les plus « *banalisés* », les moins élaborés et à plus faible valeur ajoutée mais ayant souvent encore une forte dimension symbolique. Dans bien des cas, les séries reconstituées par l'Observatoire permettent de retrouver cette stabilité depuis le début du siècle alors même que le coût de nombre de facteurs de production augmentait, en même temps d'ailleurs que les frais induits par une vigilance sanitaire accrue. Au fond, le consommateur apparaît comme le principal bénéficiaire de ces évolutions (même si la modification de son comportement alimentaire l'amenant vers des produits plus élaborés et plus différenciés fait qu'il n'en a pas forcément conscience !). Remarquons là une des limites des travaux de l'Observatoire qui, par construction, s'en tiennent pour chaque filière, en termes de suivi conjoncturel de prix et de marges brutes, à quelques produits certes représentatifs mais qui ne peuvent prendre en compte l'évolution des modèles de consommation alimentaire vers des produits plus élaborées et « *préparés* ».

- Certes, pour plusieurs produits alimentaires dont le coût en matière première agricole a nettement baissé en 2014, la stabilité, ou parfois la faible hausse du prix au détail, se traduit cette année par des transferts vers l'industrie ou la distribution. Ces transferts ont permis des reconstitutions de marges brutes (mais pas forcément de bénéfices) dans l'aval, alors qu'elles avaient dû être comprimées les années précédentes sous l'effet des hausses de prix agricoles. Ainsi, entre l'instabilité agricole et la stabilité alimentaire, ce sont l'industrie et la distribution qui assurent l'amortissement, ce que l'on retrouve dans la compression puis le rattrapage éventuel des marges. Ceci explique la fragilité constatée dans de nombreuses filières au stade de la production agricole, de l'industrie et même du commerce de détail.
- Au stade de la production agricole, même en tenant compte des fluctuations de prix, on ne peut qu'être frappé de la très grande précarité des situations des producteurs qui se vérifie encore en 2014 avec des coûts de production supérieurs aux recettes (prix de vente et subventions) dans la plupart des activités d'élevage et de manière plus récente pour les grande cultures, ce qui empêche bien souvent toute rémunération du capital investi et surtout de la main-d'œuvre familiale à parité avec d'autres secteurs. Ces chiffres, qui se reproduisent malheureusement à l'identique d'une année sur l'autre au hasard des fluctuations de marché, posent en filigrane un problème qui dépasse de loin la compétence de l'Observatoire, mais qui est celui de l'avenir du modèle français de l'exploitation familiale et de sa transmission aux générations futures. Au-delà des polémiques, les débats actuels autour du « *gigantisme* » (ferme des « 1 000 vaches », élevages porcins intégrés...) renvoient à la question de la rationalisation de structures de production qui, en l'état actuel, peinent à trouver leur équilibre sur les marchés de masse alors même que les « *créneaux* » de différenciation (« *bio* », AOP, circuits courts...) sont souvent saturés et que s'accumulent les contraintes environnementales.
- Le secteur de la transformation est bien sûr très hétérogène tant en termes d'activités que de taille des entreprises. Là-aussi, la fragilisation de certains métiers (industrie des viandes en particulier) n'est que trop évidente, et dans ces filières, la faiblesse des taux de marge nette (à moins de 1% du chiffre d'affaires quand il n'est pas négatif certaines années en filière viande) induit une certaine concentration et se traduit aussi par un sous-investissement chronique.
- Les résultats que publie l'Observatoire pour la troisième année (il s'agit là des comptes de 2013) sur les comptes des principaux rayons alimentaires « *frais* » de la grande distribution sont conformes à ceux des années précédentes. Les « *marges nettes* » (après imputation à chaque rayon d'une quote-part des frais généraux) sont négatives pour la boucherie, la poissonnerie et la boulangerie-pâtisserie, elles sont positives pour les fruits et légumes, les produits laitiers, la volaille et la charcuterie. Ces rayons alimentaires « *positifs* », avec un taux de marge nette (avant impôt) de 2% en moyenne, contribuent nettement au résultat d'ensemble de la grande distribution (résultat avant impôt : moins de 1 % en 2012). Globalement pour les rayons suivis par l'Observatoire, la marge nette de la grande distribution est en 2013 en repli d'un peu plus de 20% par rapport à 2012, avant un léger rebond anticipé pour 2014. La grande distribution assure une péréquation à l'intérieur des points de vente, notamment entre l'alimentaire et le non-alimentaire. Ceci étant, le développement de nouvelles méthodes de commercialisation (commerce électronique) et l'essor des grandes surfaces spécialisées (dans les produits « *bruns* » et les produits « *blancs* »), en exacerbant la concurrence sur le non-alimentaire, ont contribué à augmenter la pression sur l'alimentaire, redevenu le fer de lance des magasins. C'est

cette pression que l'on retrouve chaque année au moment des « *négociations commerciales* » dans un contexte encore plus tendu par la concentration des acteurs de la grande distribution.

- On comprend bien qu'un tel climat ne soit guère propice à la sérénité des relations entre les différents maillons des filières d'autant plus que la confiance ne fait pas vraiment partie des traditions commerciales françaises. L'organisation périodique de réunions et autres « *grand-messes* » par les autorités de tutelle est tout aussi inefficace que l'accumulation réglementaire dans la grande tradition administrative française. Tout au fond est question de maturité.
- En effet, dans un contexte nouveau, celui de l'instabilité des marchés agricoles, on doit apprendre à gérer l'incertitude en consolidant les relations commerciales dans des logiques de contrats sur le moyen et le long terme. Ceci implique bien sûr l'existence de références indiscutables sur les marchés, ce qui est loin d'être le cas pour les produits laitiers, la viande porcine ou... le blé dur. C'est sur la base de ces références que pourront être bâties des relations contractuelles fondées sur la confiance entre les opérateurs qui sont aujourd'hui plus l'exception que la règle.

Si la confiance ne se décide ni ne s'impose, la transparence en est une condition. Les travaux menés par l'Observatoire en sont un outil permettant d'éclairer et de dépassionner les débats. Trop souvent en France, on a tendance à chercher en temps de crise responsables et « *profiteurs* ». La lecture de ce rapport montre bien qu'il n'y a ni vainqueurs, ni vaincus, mais au contraire, pour reprendre l'expression de l'un des membres du Comité de pilotage « *des blessés, des morts et quelques survivants* ». C'est aussi une des leçons de ce rapport de l'Observatoire.

Sur la forme, ce quatrième rapport a permis d'approfondir des méthodes déjà éprouvées les années précédentes. Le champ couvert n'a pas évolué même si certaines filières comme le pain ont fait l'objet d'un substantiel approfondissement. Cela n'a pas été possible par contre pour les produits de la pêche et de l'aquaculture par manque de données mais aussi faute d'intérêt suffisamment manifesté par les différents maillons de la filière. La réalisation d'une pareille somme dépend en effet de la participation et de la collaboration de tous les milieux professionnels concernés (syndicats et entreprises). Qu'il me soit permis ici de les remercier, tout comme les agents des services publics de statistiques (l'INSEE, le Service de la statistique et de la prospective du ministère de l'agriculture), de FranceAgriMer, des Instituts techniques interprofessionnels agricoles... qui ont répondu à toutes nos sollicitations. Mais ce rapport n'existerait pas sans l'enthousiasme et l'efficacité du secrétaire général de l'Observatoire, Philippe Boyer, assisté en particulier sur les sujets de la grande distribution par Amandine Hourt. Que l'une et l'autre, ainsi que tous leurs collègues de FranceAgriMer, tout comme les membres du comité de pilotage qui ont assumé des présidences de groupes de travail, en soient chaleureusement remerciés. C'est grâce à eux et à la qualité des débats qui se sont déroulés au fil de toutes les réunions plénières et sectorielles que l'Observatoire a assis la légitimité qui est désormais la sienne et dont son Président ne peut que se réjouir. Il reste maintenant aux intéressés à transformer ces travaux en actes concrets, à en tirer les conclusions qui s'imposent, celles de la transparence et de la confiance.

Philippe CHALMIN

Président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

Chapitre 1. Méthode générale

L'objectif des travaux de l'observatoire est d'expliquer le niveau et les variations des prix des produits alimentaires en mesurant les apports de valeur réalisés à chaque étape de leur élaboration, depuis la production agricole et la transformation industrielle jusqu'à la mise disposition des consommateurs par le commerce de détail. L'observatoire développe deux types d'approche dans cet objectif.

1. UNE APPROCHE PRINCIPALEMENT SECTORIELLE COMPLÉTÉE PAR UNE ANALYSE MACROÉCONOMIQUE

1.1. La décomposition des prix au détail et l'analyse des coûts sectoriels

L'approche principalement développée, dont les résultats sont présentés dans les *Synthèses par filière* et dans le *Chapitre 3*, est de type sectoriel (par filière et type de produit alimentaire), comptable et microéconomique. Elle se déroule en deux phases.

Dans une première phase, pour chacune des filières étudiées, le prix moyen au détail d'un produit alimentaire de grande consommation (par exemple : la baguette de pain) est décomposé en valeur de la matière première agricole incorporée (pour la baguette de pain : le blé tendre) et valeurs ajoutées à cette matière première par les entreprises intervenant dans la chaîne de transformation et de distribution (pour la baguette de pain : l'industrie meunière qui fabrique la farine, la boulangerie artisanale qui fabrique et commercialise le pain). Ces « valeurs ajoutées à la matière première » par chaque secteur d'entreprises de l'aval sont couramment désignées sous le terme de « *marges brutes* »⁴ dans les études sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires.

Dans une seconde phase, le niveau et l'évolution de la valeur de la matière première agricole incorporée et des marges brutes des opérateurs de l'aval sont analysés en mobilisant des données comptables et des évaluations de coûts de production. On mesure le résultat net ou « *marge nette* » de transformation ou de commercialisation par différence entre la marge brute et les coûts qu'elle doit ou devrait couvrir.

Il faut souligner que d'une phase à l'autre, on est contraint de changer d'échelle : si la décomposition en matière première agricole et marges brutes (1^{ère} étape) se fait à l'échelle du produit de consommation, l'**observatoire ne peut évidemment pas refaire la comptabilité analytique des entreprises** et la seconde étape ne peut donc pas être conduite sur des produits définis à un niveau fin de nomenclature, compte tenu de la difficulté et, dans certains cas, de l'impossibilité, d'affecter à tel ou tel produit particulier diverses charges communes, et ce dans l'industrie et *a fortiori* dans le commerce en grande distribution, du fait du caractère multi-produits de leurs activités.

Ainsi, il est pratiquement impossible de décomposer les marges brutes en coûts et marge nette par produit précis (par exemple : tomate ronde, lait UHT, côte de porc ...), faute de disposer et de pouvoir traiter les nombreux résultats de comptabilité analytique d'entreprises qui seraient alors nécessaires (et qui n'existent pas forcément à ce niveau de détail dans les entreprises concernées)⁵.

En pratique, l'analyse du contenu des marges brutes ne peut être faite qu'en passant à une échelle moins fine que les produits précis, par exemple :

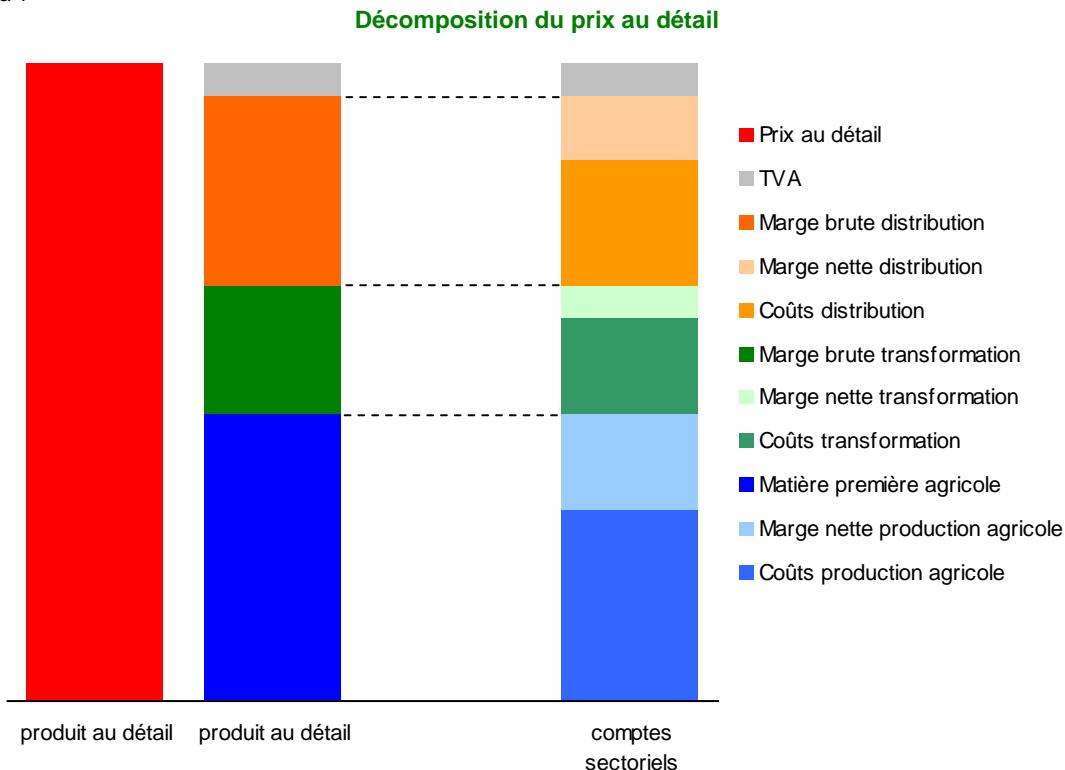
- A l'échelle d'un secteur agro-industriel spécialisé dans une catégorie de produits (par exemple « *fabrication de laits liquides et autres produits laitiers frais* » ; « *transformation et conservation des viande de boucherie, principalement bovines* ») ;
- A l'échelle d'un rayon de GMS : boucherie (bœuf, veau, porc frais, agneau, cheval), charcuterie, volailles, fruits et légumes, produits laitiers...

⁴ Nous utilisons ce terme consacré par l'usage, malgré son ambiguïté. Il ne s'agit pas d'un « *bénéfice* » et le terme n'a pas ici la signification, proche de celle d'excédent brut d'exploitation (bénéfice avant charges financières et amortissements), qu'il prend dans certaines analyses financières ou comptables.

⁵ Sous réserve de l'existence de données de bases fiables et accessibles, portant sur de nombreuses entreprises, des méthodes économétriques sont susceptibles d'être utilisées pour estimer les coûts unitaires dans divers secteurs multi produits. Ce type d'approche avait été appliqué certaines années sur les données du RICA pour estimer des coûts de production par produit et pourrait en théorie s'envisager dans la grande distribution pour répartir les charges par rayon.

La continuité entre les parties gauche et droite du Schéma 1 est ainsi assez théorique, le schéma visant simplement à illustrer la démarche de l'observatoire.

Schéma 1



1.2. Décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire

Au terme de calculs réalisés sur les Tableaux Entrées-Sorties (TES) de l'économie nationale, la dépense alimentaire nationale fait l'objet de deux décompositions dont les résultats sont présentés dans le [Chapitre 4](#).

La première approche consiste à décomposer le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale⁶ en séparant :

- d'une part la valeur de la production agricole (pêche et aquaculture comprises) incorporée, incluant les produits agricoles consommés non transformés (fruits et légumes frais par exemple), les produits agricoles matières premières des aliments (blé pour le pain, par exemple) mais aussi les intrants d'origine agricole mobilisés dans les activités contribuant à la production et à la mise à disposition des produits alimentaires (par exemple : productions végétales transformées en carburants consommés par le transport des produits alimentaires...)
- et, d'autre part, les valeurs créées en aval par l'industrie agroalimentaire, le commerce et le transport. S'y ajoute :
- les importations d'aliments
- et les taxes sur les produits (toutes les valeurs précédentes étant mesurées hors taxes). Ainsi :

Dépense alimentaire nationale

- = *Production agricole mobilisée en consommation finale ou en consommations intermédiaires (matières premières des IAA, autres intrants agricoles intervenant pour la production la transformation, le commerce, le transport des produits alimentaires)*
- + *Importations de produits alimentaires*⁷
- + *Valeurs créées en aval*
- + *Taxes*

⁶ N'inclut pas, faute de données de base adaptées, la restauration hors foyer.

⁷ Hors taxes et avant marges de commerce et de transport, sans subvention au produit.

La seconde décomposition mesure les valeurs ajoutées, - c'est-à-dire les rémunérations du travail et du capital -, induites par la dépense alimentaire dans chacune de toutes les branches de l'économie nationale (et pas seulement dans les secteurs agroalimentaires) : agriculture et pêche, industries alimentaires, autres industries, transport, commerce et service ; s'ajoute également à ces valeurs ajoutées nationales les importations d'intrants et d'aliments ainsi que les taxes sur les produits.

Au terme de cette seconde décomposition, on a donc :

$$\begin{aligned} & \text{Dépense alimentaire nationale} \\ = & \text{Valeur ajoutée induite dans les branches de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture} \\ + & \text{Valeur ajoutée induite dans la branche des industries alimentaires} \\ + & \text{Valeur ajoutée induite dans les autres branches industrielles} \\ + & \text{Valeur ajoutée induite dans les branches de transport} \\ + & \text{Valeur ajoutée induite dans les branches du commerce} \\ + & \text{Valeur ajoutée induite dans les branches des services} \\ + & \text{Consommation } \underline{\text{finale}} \text{ de produits alimentaires importés}^8 \\ + & \text{Consommation } \underline{\text{intermédiaires}} \text{ de produits importés} \\ + & \text{Taxes} \end{aligned}$$

2. LA NOTION DE MARGE BRUTE : PREMIÈRE ÉTAPE DANS L'ANALYSE SECTORIELLE DE LA FORMATION DES PRIX

La notion de « *marge brute* » utilisée dans ce rapport est celle définie dans les divers travaux sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires. Certaines de ces études sont anciennes [MASSON, 1975] et d'autres plus récentes, françaises [MAINSANT, 2002, 2003, 2004, 2009], ou étrangères comme celles du service de recherches économiques du ministère de l'agriculture des Etats-Unis [USDA-ERS, 2012]. <http://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer.aspx>

Les deux derniers auteurs cités (Mainsant et USDA) ont fortement inspiré les méthodes de l'observatoire, auquel le premier a largement contribué.

2.1. Définitions

Dans le cas du commerce, la marge brute, est la différence entre :

- la valeur d'une quantité donnée de marchandises vendues par le commerçant (grossiste ou détaillant),
- et le coût d'achat des marchandises, ce coût portant généralement sur une quantité supérieure à celle vendue du fait des pertes, et particulièrement lorsque le commerçant assure la dernière transformation du produit (découpe de viande).

Si la quantité prise comme référence est la quantité vendue sur un exercice comptable, cette marge brute est la « *marge commerciale* » telle que définie dans la comptabilité générale des entreprises.

Marge brute commerciale

$$= \text{Ventes des marchandises} - \text{Coût d'achat des marchandises}$$

Si la quantité prise comme référence est une unité de produit vendu (un kg, un litre...), on obtient alors une marge brute par unité de produit vendu. Du fait des pertes, ce n'est pas la simple différence entre le prix de vente et le prix d'achat.

Marge brute commerciale par unité vendue

$$= \text{Prix de vente du produit (par unité vendue)} - \text{Coût d'achat du produit pour une unité de produit vendu}$$

ou :

$$\text{Marge brute commerciale par unité vendue} = \text{Prix de vente du produit} - \text{Prix d'achat} \times \frac{\text{Quantités achetées}}{\text{Quantités vendues}}$$

⁸ Hors taxes et avant marges de commerce et de transport, sans subvention au produit.

Par analogie, la marge brute est, dans le cas d'une industrie de transformation, la différence entre :

- la valeur d'une quantité donnée de produit agroalimentaire vendu par l'industriel
- et le coût d'achat de la quantité de matière première nécessaire ; même dans les cas de transformation relativement simple (découpe de viande, par exemple), ce coût d'achat est celui d'une quantité supérieure à celle vendue du fait des rendements de transformation.

Cette marge brute n'est donc pas non plus une simple différence de prix, le coût d'achat de la matière première à déduire du prix de vente devant tenir compte des pertes et rendements intervenant dans le processus de transformation ; ce coût d'achat est donc le prix unitaire de la matière première multiplié par la quantité nécessaire pour permettre la fabrication d'une unité de produit. Le calcul du coût de la matière première doit tenir compte, le cas échéant, des produits joints ou coproduits : la recette tirée de ces coproduits (ou, en cas de charges spécifiques sur les coproduits, le résultat net y afférent) doit être déduite du prix d'achat de la matière première.

Marge brute de transformation par unité de produit transformé

$$= \text{Prix de vente du produit transformé} - \text{Coût d'achat de la matière première par unité de produit transformé}$$

ou :

Marge brute de transformation par unité de produit transformé

$$= \text{Prix de vente du produit transformé}$$

$$- \text{Prix d'achat de la matière première, nette des coproduits} \times \frac{\text{Ou} \cancel{\text{denominator}}}{\text{Ou} \cancel{\text{denominator}}}$$

Le rapport $\frac{\text{Ou} \cancel{\text{denominator}}}{\text{Ou} \cancel{\text{denominator}}}$ est l'inverse du rendement des opérations de transformation, rendement que l'on peut relier à un taux de pertes physiques.

2.2. La décomposition du prix au détail des produits alimentaires en valeur de la matière première agricole et valeurs ajoutées à la matière première, ou marges brutes

La première étape de la démarche de l'observatoire est d'exprimer les prix au détail des produits alimentaires sous la forme d'une somme de la valeur de la matière première agricole et des marges brutes unitaires constituées à chaque stade de la commercialisation et de la transformation.

Cette décomposition des prix de détail révèle la création successive de valeur, ajoutée à leur matière première, par les différents opérateurs de la filière en aval de l'agriculture.

Schématiquement, en considérant un produit alimentaire suivi par l'observatoire ne faisant intervenir que 3 maillons : l'agriculture, l'industrie et le commerce de détail, on cherche à exprimer ainsi le prix au détail de ce produit :

$$P[\text{détail}] = MP[\text{agriculture}] + MB[\text{industrie}] + MB[\text{détail}]$$

Comme on cherche à expliquer le prix au détail, et conformément à l'égalité ci-dessus, la valeur de la matière première (*MP*) et les marges brutes (*MB*) doivent être exprimées par unité de produit vendu au détail. Il faut donc intégrer les pertes ou rendements à chaque étape.

Notons *R[stade]* le rapport entre quantités vendues (ou transformées) et quantités achetées (ou matière première) de chaque stade. Compte tenu des pertes au détail, pour vendre une unité de produit, le stade détail doit avoir acheté à son fournisseur (industrie, dans l'exemple) une quantité égale à :

$$\frac{I}{R[\text{détail}]}$$

Si *P[industrie]* est le prix d'achat à l'industrie, et *P[détail]* le prix de vente au détail, la marge brute du commerce de détail est donc, par unité de produit vendu au détail :

$$MB[\text{détail}] = P[\text{détail}] - \frac{P[\text{industrie}]}{R[\text{détail}]}$$

Du fait des pertes au détail, la marge brute est inférieure à la simple différence des prix. Le stade industrie doit donc produire une quantité égale à :

$$\frac{I}{R[\text{détail}]} \text{ par unité de produit vendu au détail ;}$$

Si $R[\text{industrie}]$ est le rendement dans l'industrie, l'industrie doit alors acheter à son fournisseur (agriculture) une quantité égale à :

$$\frac{I}{R[\text{industrie}] R[\text{détail}]}$$

Donc la marge brute de l'industrie, par unité de produit vendu en bout de chaîne (au détail) est :

$$MB[\text{industrie}] = \frac{P[\text{industrie}]}{R[\text{détail}]} - \frac{P[\text{agriculture}]}{R[\text{industrie}] \times R[\text{détail}]}$$

La marge brute de l'industrie par unité produite dans l'industrie est :

$$MB[\text{industrie}] = P[\text{industrie}] - \frac{P[\text{agriculture}]}{R[\text{industrie}]}$$

Dans les travaux de l'observatoire, les rendements de transformation sont pris en compte pour l'estimation des indicateurs de marges brutes unitaire. En revanche, faute de disposer de données précises par produit sur les taux de pertes dans la distribution (pertes physiques en rayon ou dans les plates-formes), les indicateurs de marges brutes unitaires en GMS présentés dans le Chapitre 3 sont calculés sans en tenir compte, donc par simple différence entre prix de vente au consommateur et prix d'achat au fournisseur. Il faut donc avoir à l'esprit que la marge brute ainsi calculée recouvre non seulement les diverses charges (approvisionnements, salaires, frais financiers...) mais aussi les pertes de marchandises.

Ensuite, les marges brutes composantes du prix au détail sont analysées afin d'identifier les coûts qu'elles doivent couvrir :

MB [à un stade donné]
 = approvisionnements
 + services
 + salaires
 + frais financiers
 + ...
 + résultat net (bénéfice ou perte)

2.3. Les sources de données pour le calcul des marges brutes

Ces sources ne sont ici que succinctement rappelées. On se référera, pour plus de détail, aux éditions antérieures du rapport et au site internet : https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sources_methodes/ , ainsi qu'aux précisions données dans les sections par filière du Chapitre 3.

Les données de prix à la **production agricole** ou, plus souvent, à la **première mise en marché du produit agricole**, utilisées par l'observatoire proviennent généralement des dispositifs de cotations organisés par FranceAgriMer, parfois de cotations réalisées par la presse spécialisée.

Les prix **sortie usine agroalimentaire** de la plupart des produits transformés ne font pas l'objet de cotations⁹ : les données nécessaires sont recueillies par l'INSEE pour l'observatoire, ou fournies directement à l'observatoire les industriels.

Pour les **prix au détail**, l'observatoire utilise, selon les produits (en fonction des disponibilités ou de la pertinence de la source), les données du panel de consommateurs Kantar Worldpanel (viandes et produits laitiers en GMS), les prix moyens au détail tous circuits diffusés par l'INSEE (pain, pâtes alimentaires) et les données des enquêtes en GMS du Réseau des nouvelles des marchés (fruits et légumes, poissons).

⁹ L'INSEE produit et diffuse en revanche des indices de prix industriels à des niveaux de nomenclature très détaillés dans certaines filières. Toutefois, sans connaissance du niveau de base, les indices de prix ne permettent évidemment pas de calculer des marges brutes, et il n'est même pas toujours possible de déduire le sens des évolutions d'une marge brute de celles des indices des deux prix qui la composent.

2.4. La question des produits importés

Il est important de noter que sauf exceptions mentionnées plus loin, l'observatoire décompose des prix de vente au détail de produits censés être intégralement issus de matières premières agricoles françaises.

Ainsi, les marges brutes de l'industrie (composantes du prix au détail) sont-elles calculées en considérant des prix agricoles nationaux et des prix de la production industrielle nationale. Or, dès ce stade (sortie industrie), des importations de matière première agricole ou de produits intermédiaires des industries alimentaires (pièces de viande, produits laitiers industriels) peuvent intervenir, au moins en complément de l'approvisionnement intérieur. La marge brute évaluée sur la base du différentiel entre prix industriels et prix agricoles intérieurs n'est donc valide que pour la valorisation intégrale de la seule matière première nationale.

Au détail, la principale source de prix utilisée est le « *panel consommateurs* » Kantar Worldpanel, dans lequel l'origine nationale des produits ne figure pas. Ceci pourrait être un biais plus sérieux lorsqu'on évalue les marges brutes de la distribution par différence entre ces prix au détail et les prix industriels nationaux (ou les prix d'expédition, pour les F&L non transformés) : pour plusieurs produits vendus en GMS, l'origine pourrait être étrangère, et la différence de prix porterait alors sur deux éléments non homogènes.

En fait, ce biais est surtout important pour les **fruits et légumes** (dont ceux consommés mais non ou peu produits en France toute l'année ou à certaines périodes de l'année), la **viande ovine** (poids des importations d'origine britannique et néo-zélandaises) le **poisson** (poids du saumon norvégien) et, dans une moindre mesure, les **découpes de volailles** (importations européennes croissantes en GMS).

Or, pour les F&L, l'observatoire ne s'appuie pas sur le panel Kantar mais sur des relevés de prix en rayon (RNM) mentionnant précisément l'origine ; seuls les produits français sont retenus et il y a donc homogénéité dans la chaîne de suivi des prix.

Pour la viande ovine, le panel Kantar est utilisé, donc les prix moyens au détail intègre des viandes importées, en proportion que l'on sait élevée (40% environ) ; aussi a-t-on pour cette filière construit une représentation adaptée de la chaîne de valeur, qui considère comme matière première en amont non pas la seule offre française d'ovins, mais une ensemble comprenant cette dernière et les importations de viande ovine.

Le poisson fait l'objet d'un traitement spécifique, développé dans la section dédiée à cette filière.

Le biais éventuel sur les découpes de volailles est à ce stade non résolu : il est possible que les prix moyens au détail de Kantar portent sur une part non négligeable d'articles étrangers, achetés éventuellement moins cher par la distribution, qui pourrait alors avoir, sur ces produits, des taux de marge ou des marges absolues différents de ceux dégagés sur les produits français.

Sur les produits laitiers, compte tenu de la nature des PGC suivis par l'observatoire, le biais semble limité dans le type de GMS que l'on retient (hors maxi discompteurs).

En viande porcine fraîche, le biais paraît également limité mais s'agissant du jambon, des produits finis importés peuvent effectivement être inclus dans les achats en GSM suivis par Kantar et le biais n'est pas à exclure. En outre, au stade de la 2^{ème} transformation du jambon, des importations de pièces complètent l'approvisionnement national des industriels.

En revanche, l'approvisionnement en viande bovine des GMS est encore largement national (au contraire de la RHD) et le biais peut être considéré comme faible.

3. L'ANALYSE DES COÛTS, SECONDE ÉTAPE DE L'APPROCHE SECTORIELLE

L'observatoire analyse les coûts dans chacun des secteurs d'entreprises de la chaîne de production-transformation-commercialisation des biens alimentaires : les **exploitations agricoles**, les **industries agroalimentaires**, le **commerce de détail** (grande distribution, sauf exception) et, selon les filières, le maillon du **commerce interentreprises** (commerce en gros de produits agricoles ; commerce en gros de produits alimentaires). Ce dernier n'est toutefois pas systématiquement appréhendé par l'observatoire dans toutes les filières. Ceci est dû, d'une part, au fait que le circuit alimentaire étudié par l'observatoire est celui de la grande distribution (à l'exception du pain) dans laquelle la fonction de grossiste en produits alimentaires est largement internalisée (centrales d'achat des enseignes) ; d'autre part, au manque de données sur certaines étapes commerciales dans certaines filières (commerce de bétail). Par ailleurs, le maillon « *transport* », dont les marges constituent un élément des prix à chaque stade¹⁰, n'est pas analysé en tant que tel.

3.1. Les données de comptes sectoriels utilisées par l'observatoire

Pour l'analyse des charges dans la **production agricole**, l'observatoire exploite les données du réseau d'information comptable agricole (RICA) dont les traitements propres à chaque filière sont exposés plus en détail dans les différentes sections du Chapitre 3. Des approches en termes de coût de production par unité (kg, litre) de produit, réalisées par les instituts techniques professionnels agricoles, sont aussi mobilisées. Cf. également le Chapitre 3 pour les éléments de méthode spécifique à chaque production agricole.

La source principalement utilisée pour l'analyse des charges dans les **industries agroalimentaires** et parfois, dans certains secteurs du **commerce interentreprises** en produits agroalimentaires, est constituée par les données de compte de résultat des entreprises recueillies par le dispositif ESANE (Élaboration des Statistiques Annuelles d'Entreprises) de l'INSEE [BRION, 2011]. Le SSP fournit à l'observatoire des traitements spécifiques des données individuelles d'ESANE pour constituer des « *sous-secteurs* » plus spécialisés que ceux définis par la nomenclature sectorielle de diffusion publique des résultats. L'observatoire dispose également, pour certains secteurs, de résultats de panels d'entreprises suivis par FranceAgriMer ou de l'Observatoire des entreprises de commerce de gros, d'expédition et de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes du CTIFL.

La **grande distribution** étant évidemment un secteur multi-produits, les données comptables disponibles ne pouvaient répondre à l'analyse par filière attendue de l'observatoire. Avec le concours des enseignes et de la FCD, l'observatoire a donc mis en place un dispositif spécifique (le premier du genre) d'approche des coûts de la distribution alimentaire en GMS, appréhendés par rayon.

3.2. La méthode de l'observatoire pour l'approche des comptes par rayon alimentaire frais dans la grande distribution

L'objectif est d'évaluer, au moyen d'enquêtes et d'entretiens annuels auprès des sièges des enseignes d'hypermarchés et de supermarchés (GMS, - grandes et moyennes surfaces -, hors maxidiscompteurs et supérettes), par rayon alimentaire frais :

- le chiffre d'affaires du rayon ;
- le coût d'achat des produits du rayon ;
- la marge brute ou marge commerciale du rayon : chiffre d'affaires moins coût d'achat ;
- les autres charges directes du rayon, principalement les frais de personnel spécialisé du rayon (bouchers, boulanger, ...) ;
- la marge semi-nette du rayon (marge brute moins frais de personnel spécialisé du rayon)
- les charges communes à l'ensemble des rayons (personnel de caisse, direction, immobilier, ...)
- la marge nette du rayon, après répartition des charges communes.

¹⁰ La marge de transport est la différence entre le prix du produit départ fournisseur et le prix du même produit rendu acheteur, après facturation des frais de transport par le fournisseur (ou prix « *franco* »). Selon les stades et les produits, l'observatoire dispose de prix « *franco* » ou non : les marges brutes calculées à partir de ces prix sont donc, selon les cas, diminuées ou non des frais de transport.

3.2.1. Une précision préalable importante

Contrairement aux autres postes, les charges communes sont en grande partie indépendantes de l'activité d'un rayon particulier et, pratiquement, doivent être supportées par l'entreprise quelle que soit la taille de tel ou tel rayon, voir même que ce rayon existe ou non...

Ainsi, ces charges ne peuvent être ventilées par rayon que de façon assez artificielle, au moyen de clés de répartition autant que possible adaptées à la nature de chaque coût : au prorata des superficies pour les coûts fonciers, du nombre d'articles passés en caisse pour les frais de personnel de caisse, du chiffre d'affaires lorsqu'aucune autre clé n'est pertinente ou disponible...

L'intérêt de cette réaffectation des charges communes et du calcul de la marge nette par rayon se limite essentiellement à la mise en évidence de la péréquation de résultats qui s'opère entre rayons de la grande distribution (certains couvrant mieux les charges communes que d'autres) ainsi qu'à indiquer la capacité du rayon à couvrir plus ou moins les charges communes.

Cette capacité d'un rayon à couvrir plus ou moins les charges communes dépend notamment du poids des charges directes (personnel spécialisé des rayons qui « fabriquent » ou assurent la dernière transformation ou découpe des produits : boulangerie, boucherie) et de la densité du rayon dans l'espace (de laquelle dépend le résultat de la réaffectation des charges liées à la superficie). L'approche en termes de marge nette ne devrait pas être interprétée en termes de « rentabilité » absolue du rayon : un rayon donné, même à marge nette négative, contribue à la fréquentation des autres rayons et donc à la marge nette de l'ensemble ; les marges nettes des rayons « en positif » équilibrent celles des rayons « en négatif ».

3.2.2. Les grandes formes d'organisation en réseau dans la grande distribution

Les travaux de l'observatoire sur les comptes des rayons dans la grande distribution portent sur deux formats de magasins uniquement : les hypermarchés et les supermarchés hors maxidiscompteurs (Cf. schéma 2 ci-après) ; dans tout le rapport, le terme « GMS » (grandes et moyennes surfaces) se rapporte à ces deux formats de magasins.

Les enseignes de GMS relèvent de deux grandes catégories quant à leurs modes de coordination¹¹ :

- **les réseaux intégrés :**

Cette forme de commerce se compose de réseaux de points de vente possédés par un groupe familial ou d'investisseurs. Les points de vente sont dirigés par des salariés du groupe, ils constituent donc des établissements ou succursales de la même entreprise, juridiquement ou financièrement dépendants de la tête de réseau.

Cette forme d'organisation intégrée totalise environ 50 % du chiffre d'affaires du secteur des grandes surfaces alimentaires.

Parmi les enseignes dont les comptes des rayons sont suivis par l'observatoire, Auchan, Carrefour, Casino et Cora relèvent de ce modèle « intégré ».

- **les réseaux d'indépendants (ou du commerce associé) :**

Ils sont constitués par des magasins appartenant à des entrepreneurs indépendants (exploitant un ou plusieurs magasins) qui adhèrent à un groupement afin de bénéficier de conditions d'achat ou de services et exploiter une même marque d'enseigne.

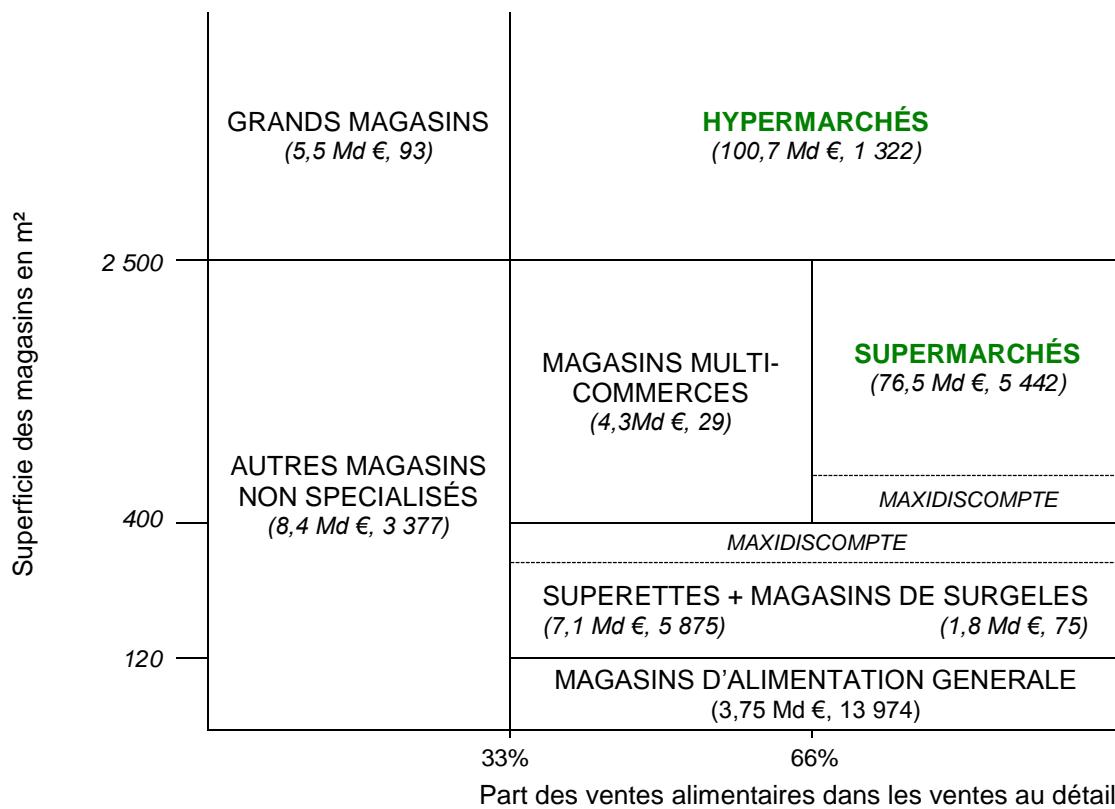
Souvent, l'exploitation du magasin et le portage des investissements, notamment immobiliers, relèvent de deux entreprises juridiquement distinctes : par exemple, une SCI peut détenir le foncier d'un ou plusieurs hypermarchés exploités par une autre société versant alors des loyers à la première.

Près de 40 % du chiffre d'affaires du secteur des grandes surfaces alimentaires est réalisé par des points de vente appartenant à des entreprises indépendantes. Parmi les enseignes étudiées par l'observatoire, les « indépendants » sont représentés par les réseaux E.Leclerc, Intermarché-Les Mousquetaires, Système U.

¹¹ Sources : « Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce ». Julien Fraichard, Corine Troïa. Insee Première N°1140 - juin 2007. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140&req_id=0#inter7 ; Site de la Chambre de commerce et d'industrie d'Ile-de-France <http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/commerce/le-parcours-du-createur-de-commerce1>

Schéma 2

Les hypermarchés et les supermarchés dans la typologie des magasins non spécialisés
(Chiffre d'affaires en milliards d'€, nombre d'entreprises en 2012)



Sources : INSEE, ESANE, comptes du commerce

Les GMS relevant de l'un ou l'autre type de réseau s'approvisionnent auprès de centrales d'achats qui ressortissent de trois grandes catégories :

▪ **les centrales d'achats des réseaux intégrés :**

Les fonctions d'achat et d'approvisionnement des points de vente sont assurées par des établissements ou des services de l'entreprise propriétaire de ces points de vente. Il n'y a pas d'opération d'achat-vente entre centrales d'achats et magasins de détail, qui constituent deux fonctions d'une même entreprise. Toutefois, dans certaines enseignes intégrées, la sélection des produits et la négociation avec les fournisseurs sont assurées par une entreprise juridiquement distincte de celle regroupant les magasins et leurs services centralisés d'achats et de logistique, bien que le capital puisse être détenu par le même groupe familial ou d'actionnaires. Dans ce cas, cette entreprise agit alors en mandataire pour l'entreprise de distribution, moyennant la perception d'une cotisation couvrant les coûts de fonctionnement et la rémunération des propriétaires. Les marchandises sont achetées à la centrale par la société incluant le réseau de magasins et leurs entrepôts. Relève de cette catégorie, parmi les enseignes intégrées étudiées, la centrale Provera du groupe Louis-Delhaize, exploitant l'enseigne Cora.

▪ **les centrales d'achats de type coopératives dans des réseaux d'indépendants :**

Les entrepreneurs des magasins de certaines enseignes d'indépendants ont constitué des sociétés coopératives pour réaliser en commun leurs achats et mutualiser des fonctions logistiques (entrepôt, éclatement). Ces centrales d'achats présentent différents échelons géographiques (centrale nationale, centrales régionales) et/ou par famille de produits, pouvant être constitués en autant d'entreprises juridiquement distinctes ; l'INSEE recense ainsi 483 entreprises de centrales d'achat alimentaire en France en 2012 (ESANE), soit bien plus que le nombre d'enseignes. L'échelon national remplit des fonctions de négociation et de référencement pour l'ensemble du réseau, les fonctions d'achat et logistique étant alors assurées par les centrales régionales, sauf, dans certains cas, pour certains produits dont la négociation, l'achat et la logistique relèvent entièrement d'une centrale nationale. Inversement, certaines négociations peuvent s'effectuer au niveau régional.

Ces centrales coopératives servent leurs adhérents sans but lucratif : les statuts prévoient que le résultat net est ristourné aux adhérents, après affectation d'une partie aux réserves. Les charges de ces centrales sont financées principalement selon les cas par leur marge commerciale ou par une cotisation des magasins : on constate par exemple des marges commerciales faibles, voire négatives, dans les comptes publiés de certaines centrales d'achat, ou une activité commerciale quasi nulle dans le cas de centrales nationales de référencement au service de centrales d'achats proprement dites agissant au niveau régional. Les enseignes indépendants à centrales de type coopératives suivies par l'observatoire sont E.Leclerc et Système U.

▪ ***les centrales d'achats de type grossistes dans d'autres réseaux d'indépendants :***

Dans ce dernier cas de figure, les centrales d'achats, détenues par une société de *holding* constituée par les entrepreneurs des magasins, fonctionnent vis-à-vis de ces derniers comme des grossistes à but lucratif : ces centrales achètent les produits et les revendent aux magasins avec une marge commerciale qui couvre les charges de la centrale et génère un résultat net, revenant à la société de *holding*. Ce type d'organisation correspond, parmi les enseignes étudiées par l'observatoire, à celui d'Intermarché.

3.2.3. Le périmètre de consolidation retenu par l'observatoire

Il résulte de la diversité des modes d'organisation des enseignes (intégrés vs indépendants, types de centrales d'achats) qu'avant même d'interroger ces dernières sur leurs marges et coûts par en rayon, il était indispensable de définir un périmètre de consolidation le plus homogène possible d'une enseigne à l'autre pour que les moyennes toutes enseignes soient calculées à partir de données de même nature.

Le périmètre de consolidation retenu agrège ainsi les entités ou fonctions suivantes de chaque enseigne, que ces entités soient des entreprises indépendantes ou non, qu'il y ait ou non échanges facturés de biens ou services entre ces entités :

- les points de vente, hypermarchés ou supermarchés ;
- les centrales d'achats de l'enseigne, pour leur seule activité d'approvisionnement des points de vente étudiés ;
- les autres entités de l'enseigne, le cas échéant distinctes des centrales d'achat proprement dites, pour leur activité de support aux points de vente étudiés.

Ce périmètre se limite aux activités de distribution de produits alimentaires et à leurs fonctions support directes. Ne sont ainsi notamment pas pris en compte dans le périmètre :

- les entreprises de transformation agroalimentaire détenus par certains groupes de distribution (SVA pour Intermarché-Les Mousquetaires, Kerméné pour E.Leclerc) ; le cas échéant, les produits issus de ces entreprises et achetés puis revendus par les magasins du groupe ne sont pas, dans notre approche, traités différemment des approvisionnements venant d'autres fournisseurs ;
- les sociétés qui détiennent et gèrent l'immobilier commercial, qu'il s'agisse des filiales spécialisées (« *foncières* ») des groupes propriétaires des enseignes intégrées, qui gèrent en général non pas le foncier des magasins mais celui de leurs galeries commerciales, ou des SCI portant l'immobilier de magasins d'enseignes d'indépendants : les loyers perçus par ces sociétés de la part de celles qui exploitent les magasins sont donc comptés comme des charges pour le périmètre étudié¹².

Sont donc considérés comme des charges à répartir par rayon, les flux de biens et de services provenant de l'extérieur du périmètre et y entrant (ou les flux monétaires correspondants, sortant du périmètre). Les flux entre entités à l'intérieur du périmètre ne sont pas pris en compte en tant que tels dans les charges des rayons. Ainsi, par exemple, ne sont pas retenues comme charges :

- les cotisations des magasins à leurs centrales d'achats ;
- les achats des magasins indépendants, reliés à une centrale « *grossiste* », auprès de leur centrale d'achats.

On prend en revanche en compte comme charges du périmètre consolidé, à répartir par rayon :

- les charges de la centrale d'achats couvertes par les cotisations des magasins ;
- les charges de la centrale d'achats « *grossiste* » couvertes par la marge qu'elle réalise en vendant aux magasins indépendants adhérents de l'enseigne.

¹² Egalement hors périmètre, évidemment, les propriétaires fonciers sans liaisons de groupe ou autre avec les enseignes, tels que les promoteurs en immobilier commercial, propriétaire des murs de certains magasins de réseaux d'indépendants.

3.2.4. Modalités d'enquête, nomenclature, modes de répartition des charges communes

Les enquêtes conduites par l'observatoire auprès des enseignes sont adaptées à chaque type d'organisation tel que décrit au 3.2.2. (et pratiquement, à chaque enseigne).

Dans les **enseignes intégrées**, l'observatoire a disposé directement de données consolidées, issues des systèmes comptables centralisés. Les achats de marchandises sont comptabilisés au niveau de la centrale d'achats, on doit y ajouter le cas échéant les achats réalisés hors centrale par les magasins, plus ou moins importants selon les rayons (en fruits et légumes ou marée, notamment) et selon le degré d'autonomie donné par l'enseigne à ses responsables de magasins.

Le niveau central réalise l'achat des marchandises et assume tout ou partie des charges nécessaires au fonctionnement des magasins. Dans certaines enseignes, un prélèvement sur le chiffre d'affaires réalisé par les magasins finance certains services assurés par une filiale du groupe (référencement, négociation avec les fournisseurs en amont de l'achat par la centrale).

En magasin, sont évidemment réalisées les ventes aux consommateurs (chiffre d'affaires) et supportées certaines charges.

La marge brute de l'ensemble du périmètre consolidé est la différence entre le chiffres d'affaires réalisé en magasins et les achats de marchandises réalisées par la centrale (plus achats directs éventuels). La marge nette est la différence entre cette marge brute et les charges afférentes aux magasins et à la centrale.

Ces postes de marges et de charges sont ensuite répartis par rayon selon la méthode décrite plus loin.

Dans les **enseignes avec centrale d'achats de type grossiste**, cette dernière, entreprise distincte des magasins, réalise une marge commerciale en vendant des marchandises aux magasins associés, et perçoit en outre des cotisations des magasins. Ces ressources, - marge commerciale et cotisations -, permettent à la centrale de couvrir ses charges et de dégager une marge nette, susceptible d'être réinvestie, épargnée, redistribuée sous forme de dividendes aux associés (exploitants de magasins indépendants détenteurs de parts dans la société de *holding*).

Côté magasins, ceux-ci dégagent leur propre marge commerciale, sur laquelle s'imputent leurs charges et leur propre marge nette. Les achats de marchandises sont mesurés au niveau (à l'entrée) de la centrale, on y rajoute les achats réalisés hors centrale par les magasins.

La consolidation consiste ici à additionner les deux niveaux (centrale et magasins) de marge commerciale, de charges et de marge nette.

Pour ce faire, les enseignes ont fourni à l'observatoire deux comptes : un pour la centrale et un pour les magasins, avec une répartition des charges par rayon.

Il est à noter que la cotisation des magasins à la centrale, si elle constitue une charge pour les magasins, n'apparaît plus en tant que telle dans la consolidation, mais son montant se retrouve dans les charges (et éventuellement la marge nette) constatées en centrale.

Dans les **enseignes à centrale de type coopérative**, le financement de la centrale est essentiellement assuré par la cotisation des magasins. La consolidation réalisée pour l'observatoire consiste, comme précédemment, à additionner les charges des magasins (hors cotisation et hors achats des produits) à celles de la centrale (couvertes éventuellement par sa marge commerciale et, surtout, par la cotisation qu'elle perçoit des magasins associés). L'achat des marchandises est mesuré à l'entrée de la centrale (on y ajoute les achats hors centrale des magasins) ou des magasins si la centrale ne fait pas de marge, la vente aux consommateurs étant mesurée évidemment au niveau des magasins et la marge brute du périmètre est donc la somme des marges brutes en magasins et, marginalement, en centrale, la marge nette étant constituée essentiellement dans les magasins. Les charges et marges par rayon établies par l'observatoire pour ce type d'enseigne sont basées sur des comptes de magasins et une affectation des cotisations.

Certaines enseignes d'indépendants ayant répondu sur la base de données comptables d'un échantillon de magasins (dont, dans un cas, très limité), donc non exhaustives, il était indispensable d'extrapoler leurs résultats pour les intégrer dans les calculs de moyennes toutes enseignes. Faute de données suffisantes pour appliquer des méthodes plus élaborées, chaque donnée issue d'échantillon, relative à un rayon, a été pondérée par le rapport du chiffre d'affaires total de ce rayon dans les magasins de l'enseigne au chiffre d'affaires de ce rayon dans les magasins de l'échantillon.

Dans d'autres enseignes d'indépendants, le montant de certains postes ne provient pas de comptes détaillés de magasins, non détenus par la tête de réseau, mais découle de l'application de taux de marge et de charges issues des préconisations (prix de vente, taux de marge) fournies par l'enseigne à ses adhérents.

Le format hypermarchés (plus de 2 500 m²) est surreprésenté dans les données fournies à l'observatoire par les enseignes, par rapport au format supermarché (de 400 m² à 2 500 m²), et ceci du fait des cas de figure suivants :

- le groupe auquel appartient l'enseigne interrogée possède des magasins des deux formats, mais ceux-ci relèvent d'enseignes différentes, gérées par des entités distinctes, et, à ce stade, l'observatoire n'a pu interroger la structure gestionnaire des formats supermarché¹³ ;
- les formats supermarché sous enseigne du groupe exploitant par ailleurs des hypermarchés en mode intégré sont des franchisés dont les comptes détaillés ne sont pas centralisés ;
- l'enseigne interrogée est surtout une enseigne d'hypermarchés.

Le Tableau 1 présente les postes de chiffre d'affaires et de charges, ainsi que les marges brute, semi-nette et nette, mesurés en « *centrale* » (au sens large du terme : centrale d'achats et toute structure support centrale comprise dans le périmètre) et dans les magasins et le calcul de consolidation ; certaines valeurs pouvant être nulles en fonction du mode d'organisation de l'enseigne.

Tableau 1

Nomenclature des postes utilisée pour établir les comptes par rayon

| | | | Centrales | Magasins | Valeur consolidée |
|------------------------------|----------------|---|--|---|--|
| CHARGES SPECIFIQUES DU RAYON | 1 | Chiffre d'affaires | 1a | 1b | 1c = 1b |
| | 2 | Coût d'achat des ventes | 2a | achats à centrale : 2b.1 = 1a achats hors centrale : 2b.2 | 2c = 2a + 2b.2 |
| | 3 = 1 - 2 | Marge brute marge commerciale | 3a = 1a - 2a | 3b = 1b - 2b.1 - 2b.2 = 1b - 1a - 2b.2 | 3c = 1b - 2a - 2b.2 ou 3c = 3a + 3b |
| | 4 | Frais de personnel en magasin dédié au rayon | | 4b | 4c = 4b |
| | 5 = 3 - 4 | Marge semi-nette | 5a = 3a - 4a | 5b = 3b - 4b | 5c = 3a + 3b - 4b ou 5c = 5a + 5b |
| | 6 | Approvisionnements et fournitures du rayon | | 6b | 6c = 6b |
| | 7 | Eau, gaz, électricité du rayon | | 7b | 7c = 7b |
| | 8 | Frais sur matériels et équipements du rayon | | 8b | 8c = 8b |
| | 9 | Taxes, cotisations et redevances spécifiques | | 9b | 9c = 9b |
| CHARGES COMMUNES REPARTIES | R1* | 10 | Frais de personnel des magasins hors rayon | 10b | (10c) = (10b) |
| | | 11 | Frais de personnel hors magasins | 11a | (11c) = (11a) |
| | R2* | 12 | Locations immobilières | 12a | (12a) + (12b) |
| | | 13 | Amortissements immobiliers | 13a | (13a) + (13b) |
| | 14 | Frais financiers | 14a | 14b | 14a + 14b |
| | R3* | 15 | Publicité | 15b | (15c) = (15b) |
| | | 16 | Impôts et taxes | 16a | (16a) + (16b) |
| | | 17 | Participation des salariés | 17a | (17a) + (17b) |
| | | 18 | Autres charges communes réparties : en magasins | 18a | (18a) + (18b) |
| | | 19 | Autres charges communes réparties : autres niveaux | 19a | (19a) + (19b) |
| | | 20 | Cotisations aux structures centrales | 20b | réparti de (11a) à (19a) si possible, agrégé aux autres charges communes sinon |
| | 21 = 5- 6 à 20 | Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | 21a = 5a - 6a à 20a | 21b = 5b - 12b à 20b | 21c = 5c - 6c à 20c ou 20c = 20a + 20b |
| | 22 | Impôt sur les sociétés répartie par rayon | 22a | 22b | 22a + 22b |
| | 23 = 21 - 22 | Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | (23a) = (21a) - (22a) | (23b) = (21b) - (22b) | (23c) = (21c) - (22c) ou (23c) = (23a + 23b) |

¹³ Ainsi, dans le groupe Louis-Delhaize, les hypermarchés sont sous l'enseigne Cora et les supermarchés sous l'enseigne Match, chaque enseigne est gérée par une entité distincte. *Idem* dans le groupe Mulliez, avec Auchan (hypermarchés) et Simply Market (supermarchés).

Explication des principales lignes de la nomenclature des postes

R1*, R2*, R3* : lignes regroupées pour le calcul des moyennes toutes enseignes car non détaillées - ou nomenclature inadaptée - dans certaines enseignes. R1 : Frais de personnel hors rayon ; R2 : Immobilier ; R3 : Autres charges communes réparties.

1 : Chiffre d'affaires, hors TVA : ventes de marchandises (produits alimentaires). Le montant consolidé (1c) pris en compte pour l'analyse des comptes par rayon est le chiffre d'affaires en magasin (1b), le chiffre d'affaires de la centrale (1a) étant neutralisé par les achats des magasins à la centrale (2b.1, ci après).

2 : Coût d'achat des ventes, hors TVA : valeur des achats de marchandises (produits alimentaires), exprimée en « *triple net* » (réduction faite des rabais, ristournes et remise ou produits de coopération commerciale obtenus de la part des fournisseurs), franco de port (frais de transport facturé par le fournisseur inclus dans le montant de l'achat), et y compris également le coût de certaines opérations réalisées dans les plates-formes logistiques par des prestataires de l'enseigne (préparation des commandes, emballage, stockage...). Le montant consolidé pris en compte est constitué des achats par la centrale (2a) et des achats des magasins hors centrale (2b.2). Les achats des magasins à la centrale (2b.1) sont neutralisés par les ventes de la centrale (1a).

3 : Marge brute (ou commerciale) : la différence entre le chiffre d'affaires et le coût d'achat des ventes. La valeur consolidée est la différence entre, d'une part, le chiffre d'affaires en magasin et, d'autre part, le coût des achats opérés par les centrales et le coût des achats opérés hors centrales ; cette marge brute consolidée est la somme de la marge brute en centrales et de la marge brute en magasins.

4 : Frais de personnel dédié des rayons sont ceux inhérents aux employés des magasins affectés spécialement à tel ou tel rayon, par exemple : bouchers réalisant la préparation des viandes en laboratoire des magasins, boulanger, personnels de vente assistée des rayons de vente à la coupe, chefs de rayon.

10 : Frais de personnel des magasins hors rayon, non spécifiques de tel ou tel rayon ; il s'agit notamment des personnels de caisses, de sécurité, de direction du magasin.

11 : Frais de personnel hors magasins : personnel des centrales d'achat, des sièges et autres entités support de l'enseigne, pour leur quote-part imputable au fonctionnement des rayons étudiés. Non dissociable de la ligne 10 dans certaines enseignes, donc regroupement des deux lignes pour le calcul des moyennes toutes enseignes.

12 : Locations immobilières. Loyers versés par l'exploitant du magasin à une société propriétaire du terrain ou des murs.

13 : Amortissements immobiliers. Amortissements comptables des investissements immobiliers.

14 : Frais financiers à imputer aux rayons, diminués des produits financiers, notamment ceux découlant du délai de paiement des fournisseurs¹⁴ et du placement de la trésorerie qui en résulte. Pour les enseignes intégrés, ces frais ont été calculés sur la base de ratios standards (préconisations du cabinet KPMG).

15 à 20 : Détail inadapté dans certaines enseignes : ces lignes sont donc regroupées pour le calcul des moyennes toutes enseignes

20 : Cotisations aux structures centrales : ressources transférées par les magasins des réseaux d'indépendants aux centrales d'achat et de référencement ou à d'autres structures au titre de l'exploitation des marques de l'enseigne, par exemple. Le montant des cotisations a été réparti entre les postes de charges précédents, ou simplement neutralisé lorsque l'on disposait d'un compte de charges en centrale directement exploitable.

22 : L'impôt sur les sociétés (IS) imputable à chaque rayon, estimé en affectant un taux moyen d'IS à la marge nette avant IS du rayon. Ce taux a été appliqué aux rayons à marges nettes positives comme aux rayons à marges nettes négatives : ceux-ci diminuent l'assiette et le montant global de l'IS, ce qui revient à leur attribuer un « *impôt négatif* », donc une diminution de charges. Cette convention assure que la somme des impôts répartis par rayon est égale à l'impôt de l'ensemble. On présente également une marge nette avant IS, solde proche du « *résultat courant avant impôt* » présenté dans les parties du rapport portant sur les données de cadrage (Chapitre 2) et sur les comptes des exploitations agricoles et des industries agroalimentaires¹⁵ (Chapitre 3).

¹⁴ La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME) a réduit les délais de paiement, les fixant à 45 jours fin de mois ou 60 jours à compter de la date d'émission de la facture. Des dispositions antérieures avaient déjà fixé le délai maximum à 30 jours après la fin de la décade de livraison pour les achats de produits alimentaires périssables et de viandes congelées ou surgelées, de poissons surgelés, de plats cuisinés et de conserves à base de produits périssables. L'observatoire des délais de paiement présente chaque année un rapport évaluant notamment l'impact des dispositions de la LME en la matière : http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/publications/observatoire-delais-de-paiement-rapport-2013.pdf

¹⁵ Le résultat courant avant impôt n'intègre pas les opérations exceptionnelles (non prises en compte également dans l'analyse des rayons des GMS), ni, par définition, l'impôt sur les bénéfices, ni la participation des salariés aux résultats de

Les comptes des enseignes étudiés dans le présent rapport sont ceux de l'année 2013, première année d'application du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). Le CICE est un avantage fiscal calculé sur la masse salariale (4% de la masse salariale en salaires inférieurs à 2,5 fois le SMIC en 2013, 6% ensuite), constitué d'un crédit d'impôt dont les entreprises peuvent obtenir le « préfinancement » sous la forme d'un versement de trésorerie correspondant à 85% du crédit d'impôt. Dans leur réponse au questionnaire de l'observatoire, les enseignes ont imputé ce versement en diminution de charges de personnel ou autres, le reste du crédit d'impôt venant en diminution de l'impôt sur les sociétés. L'Encadré 2 (Chapitre 3, page 73) présente plus en détail ce dispositif avec quelques éléments d'impact dans les secteurs d'entreprises intéressant l'observatoire : exploitations agricoles, industries alimentaires, grande distribution.

Le Tableau 2 présente les clés de répartition utilisées pour ventiler les charges communes par rayon. Rappelons que l'estimation de « marges nettes » par rayon est une demande forte du comité de pilotage de l'observatoire et que cette approche sert de « fil conducteur » à une analyse du « contenu » des marges brutes des GMS, **mais il ne faut pas perdre de vue qu'elle est assez artificielle compte tenu du poids des charges communes, lesquelles ne peuvent être réparties qu'au prix de conventions assez fragiles ; cette approche en marge nette par rayon est par ailleurs non utilisée comme critère de gestion par les enseignes elles-mêmes.**

Tableau 2

Principales clés appliquées pour la répartition des charges communes entre rayons

| Type de charges communes | Clés de répartition appliquées |
|---|--|
| Frais de personnel des magasins hors rayon | Au prorata du nombre d'articles vendus par rayon |
| Autres frais en magasins répartis | Au prorata du CA du rayon Au prorata des effectifs en magasins répartis par rayon |
| Frais de personnel hors magasins | Au prorata des effectifs en magasins répartis par rayon |
| Publicité | Au prorata du CA du rayon |
| Locations immobilières | Au prorata de la surface du rayon Au prorata du CA du rayon |
| Amortissements | Au prorata de la surface du rayon (immobilier) Au prorata de la valeur des actifs Au prorata du CA du rayon |
| Impôts et taxes | Au prorata de la surface du rayon Au prorata du CA du rayon Au prorata des effectifs du rayon Selon l'assiette de la taxe |
| Frais financiers | Standardisés à 1% du CA du rayon dans les enseignes intégrées |
| Participation des salariés | Au prorata des frais de personnel répartis par rayon |
| Impôt sur les sociétés | Application d'un taux moyen d'IS au résultat avant IS du rayon |
| Autres charges communes réparties | Au prorata du CA du rayon |
| <i>Cotisations aux structures centrales</i> | Neutralisée ou répartie en charges ci-dessus au niveau central, puis répartie par rayon |

NB : plusieurs clés de répartition peuvent coexister pour un même poste de charge ; plutôt que d'appliquer un taux unique à toutes les enseignes, ce qui aurait été de toute façon peu réalisable (chaque enseigne et chaque magasin indépendant n'allait pas refaire une comptabilité analytique *ad hoc* pour les besoins de l'OFPM...), on a conservé ces clés différentes par enseignes, ce qui revient en fait à leur appliquer une clé unique par poste de charge, moyenne des différentes clés effectivement pratiquées.

l'entreprise. Mais ce dernier poste est inclus dans les frais de personnel des données par rayon recueillies auprès des enseignes.

Chapitre 2. Données de cadrage

Avant l'exposé détaillé des résultats de l'observatoire par filière (Chapitre 3), ce chapitre présente :

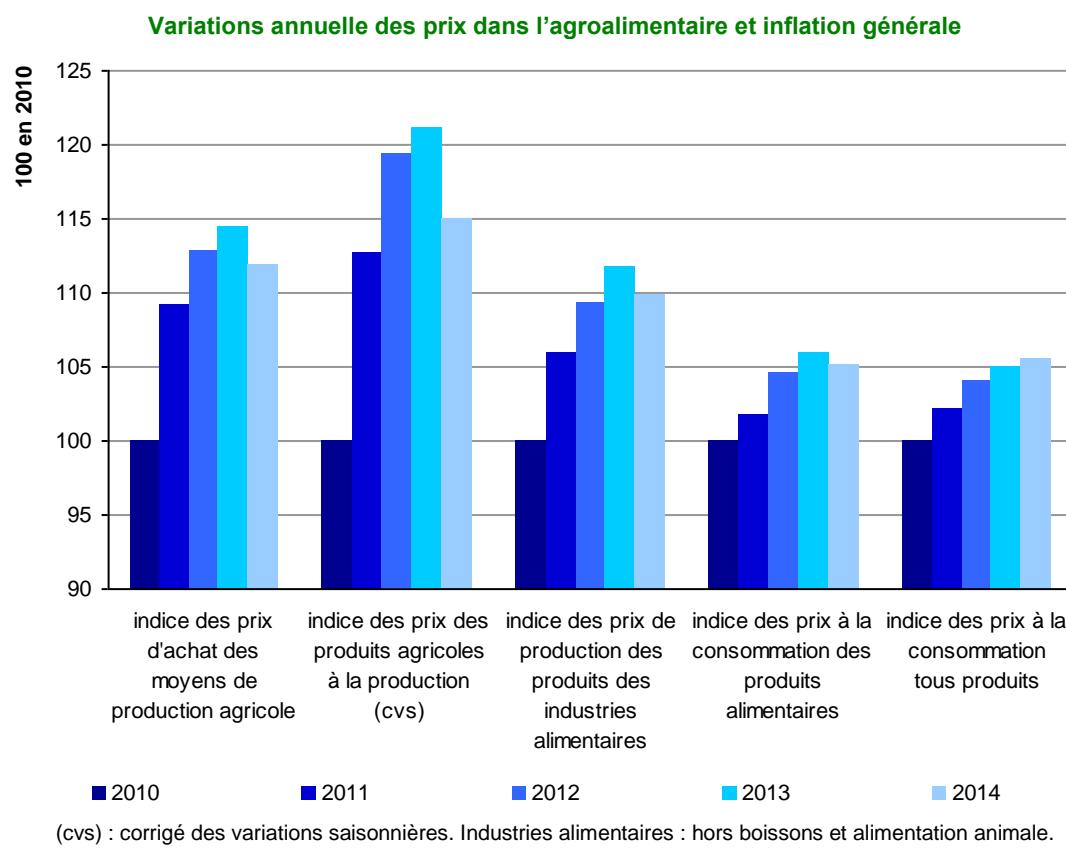
- les évolutions récentes des prix dans l'agroalimentaire, en mettant en relation les variations de l'indice des prix d'achat des moyens de production agricole, l'indice des prix des produits agricoles à la production, l'indice des prix de production de l'industrie alimentaire, l'indice des prix à la consommation des produits alimentaires et l'indice des prix à la consommation tous produits (indicateur de l'inflation générale) ;
- les comptes sectoriels de chacun des quatre principaux maillons des filières agroalimentaires : l'agriculture (toutes orientations confondues), l'industrie alimentaire (tous secteurs confondus), le commerce de gros de produits alimentaires et le commerce de détail en grande distribution ;
- une synthèse des résultats de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des GMS par rayon alimentaire frais, regroupant les données qui seront développées filière par filière dans le chapitre 3.

1. LES PRIX DANS LE CIRCUIT AGROALIMENTAIRE

1.1. En 2014 : baisse des prix moyens annuels tous produits dans l'agroalimentaire

En rupture avec les évolutions précédentes, les prix des moyens de production agricole, les prix agricoles, les prix des produits des industries alimentaires et les prix alimentaires à la consommation baissent en 2014 (en moyenne tous produits), alors que l'indice général des prix (IPC tous produits) continue de progresser, à un rythme toutefois moins soutenu que lors des années précédentes, en prélude à la baisse de -0,4% constatée de janvier 2014 à janvier 2015 par l'INSEE.

Graphique 1



Le suivi des indices de l'INSEE par famille de produits montre que la baisse des prix à la consommation est surtout le fait des boissons, des produits à base de sucre et de céréales, des œufs, des fruits et légumes frais. Les prix des produits laitiers et carnés étant plutôt en hausse en 2014.

La baisse relative des prix en 2014 est plus marquée pour les produits agricoles (-5%) que pour les produits alimentaires sortie industrie (-1,6%) et à la consommation (-0,7%). Ceci s'explique en partie par le fait que, **de l'amont vers l'aval, la création de valeur ajoutée fait diminuer la part de la matière première dans la valeur du produit**. Il s'ensuit une transmission amortie vers l'aval des variations à la hausse comme à la baisse des prix agricoles. Ceci n'exclut pas des variations de marges brutes (différentiels entre prix de vente et coût d'achat), mais celles-ci ne peuvent être appréhendées de façon systématique et précise sur la seule base d'évolutions d'indices de prix (ce qui justifie l'approche centrale de l'observatoire, explicitée dans le Chapitre 1 et développée dans le Chapitre 3). Toutefois, dans certains cas, à partir des évolutions des indices de prix amont et aval, on peut connaître le sens (augmentation, diminution) de l'évolution du différentiel de prix entre aval et amont (indicateur de marge brute, hors coefficients techniques de rendement)¹⁶ ; **un différentiel en augmentation (respectivement, en diminution) signifie, toutes choses égales par ailleurs, un rapport de prix potentiellement plus favorable au secteur en aval**. Sur ces bases :

En 2013 :

- le différentiel entre prix agricoles et prix des intrants de l'agriculture a augmenté ;
- le différentiel entre prix des produits de l'industrie alimentaire et prix agricoles a augmenté ;
- la variation du différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix des produits de l'industrie alimentaire ne peut pas être précisée au vu des seuls indices ;
- la variation du différentiel entre prix agricoles et prix alimentaires à la consommation ne peut pas être précisée au vu des seuls indices.

En 2014 :

- le différentiel entre prix agricoles et prix des intrants de l'agriculture a diminué ;
- le différentiel entre prix des produits de l'industrie alimentaire et prix agricoles a augmenté ;
- le différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix des produits de l'industrie alimentaire a augmenté ;
- le différentiel entre prix agricoles et prix alimentaires à la consommation s'est donc accru.

¹⁶ En notant :

P_{A0} et P_{At} les prix amont (par exemple, agricoles), P_{B0} et P_{Bt} les prix aval (par exemple, à la consommation) en année 0 et t ,

$m_0 = P_{B0} / P_{A0}$, le rapport des prix aval et amont en année 0,

$D_0 = P_{B0} - P_{A0}$ et $D_t = P_{Bt} - P_{At}$, les différentiels de ces prix en années 0 et t ,

$\Delta D_t = D_t - D_0$ la variation de ce différentiel en année t ,

IP_{A0} , IP_{At} , IP_{B0} et IP_{Bt} les indices des prix amont et aval en années 0 et t ,

ΔIP_{At} et ΔIP_{Bt} les variations de ces deux indices en année t .

ΔD_t peut alors s'écrire sous cette forme :

$$\Delta D_t = P_{A0} \left[\frac{IP_{Bt} - IP_{B0}}{IP_{B0}} \right] - \left[\frac{IP_{At} - IP_{A0}}{IP_{A0}} \right]$$

m_0 étant normalement supérieur à 1, on a :

$\Delta D_t > 0$ (augmentation du différentiel de prix entre amont et aval) si : $\frac{\Delta IP_{Bt}}{IP_{B0}} > \frac{\Delta IP_{At}}{IP_{A0}}$

$\Delta D_t < 0$ (diminution du différentiel de prix entre amont et aval) si : $\frac{\Delta IP_{Bt}}{IP_{B0}} < 0$ et $\frac{\Delta IP_{At}}{IP_{A0}} > \frac{\Delta IP_{Bt}}{IP_{B0}}$

Le signe de ΔD_t n'est pas déterminable à partir des seuls indices dans les autres cas, la connaissance précise de m_0 est nécessaire.

1.2. Le « *ciseau des prix* » par filière en 2013 et 2014

Ces évolutions globales masquent des situations différentes selon les filières, résumées dans le Tableau 3 et le Tableau 4.

En 2013, dans la production agricole, le « *ciseau des prix* » a été plus favorable pour la viande bovine, les fruits frais, les volailles et les produits laitiers (les seules données en indices ne permettant pas de trancher pour les autres productions). Au stade industriel, le différentiel de prix est favorable pour la transformation des bovins, du blé tendre, du blé dur et du porc (même remarque pour les autres filières). Le différentiel « *prix à la consommation – prix industriels* » et le différentiel général « *prix à la consommation – prix agricoles* » sont indéterminés au vu des seules évolutions d'indices de prix

En 2014, dans les circuits de la viande bovine, du blé tendre, de la farine et du pain et des fruits et légumes frais, les différentiels de prix ont évolué comme dans l'ensemble des filières : resserrement du « *ciseau des prix* » aux dépens des prix à la production agricole et ouverture du « *ciseau* » en aval. Dans les deux productions agricoles très dépendantes des prix des intrants pour l'alimentation animale, - porcs et volailles- , l'écart de prix entre prix agricoles et prix des intrants s'est amélioré en 2014, suite à la baisse des prix des céréales et, comme dans la plupart des filières, l'écart entre prix amont et prix aval s'est également accru aux stades de l'industrie et du commerce de détail. La filière blé dur-semoule-pâtes présente en 2014 une ouverture du « *ciseau des prix* » favorable à la production agricole (housse des cours du blé, due à la rareté de l'offre mondiale) et, contrairement à toutes les autres filières mentionnées ici, un resserrement de l'écart entre prix à la consommation et prix à la production. En filière laitière, on atteint les limites de la méthode : l'analyse des seuls indices ne permet ici que de caractériser l'évolution du différentiel entre prix à la production agricole et intrants : elle est positive en 2014.

1.3. La volatilité des prix agricoles depuis 2005

Les graphiques suivants (Graphique 2, Graphique 3) actualisent les séries mensuelles présentées dans les rapports précédents de l'observatoire. Prix amont (prix agricoles, prix des intrants de la production agricole) et prix aval (prix des produits de l'industrie alimentaire, prix alimentaires à la consommation) sont présentés sur deux graphiques distincts pour plus de lisibilité, mais avec la même échelle. L'IPC tous produits est retracé sur les deux graphiques pour rapporter les variations des prix agroalimentaires à l'inflation générale.

Sur le Graphique 2 apparaît tout d'abord « *l'entrée en volatilité dans une tendance à la hausse* » des prix agricoles, avec la phase haussière de 2007, concomitante de celle des prix de l'ensemble des matières premières, et entraînant une accélération de l'inflation. Rappelons que c'est dans ce contexte qu'a été promulguée la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, visant entre autres objectifs la baisse des prix par l'accroissement de la concurrence. Le fort retournement de conjoncture agricole de 2009, et la transmission amortie et différée de la baisse des prix agricoles vers les prix à la consommation alimentaire (Graphique 3) sont à l'origine de la création de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, qui sera officialisée par un article de la loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche. En 2010, on constate une nouvelle phase haussière des prix, tant en amont qu'en aval, alors que courant 2011, le retournement de tendance des prix agricoles ne se traduit pas par une baisse des prix des produits alimentaires, sortie industrie et à la consommation.

En 2012, les prix amont et aval renouent avec des évolutions de même sens.

En 2013, les prix agricoles amorcent une baisse (mais il s'agit d'une moyenne masquant des évolutions contrastées selon les produits), tout en restant à un niveau supérieur à celui des années précédentes. Cette baisse des prix ne paraît répercutee à la consommation qu'à partir du 2^{ème} semestre de l'année.

L'année 2014 se caractérise par le prolongement et la généralisation à plusieurs produits des baisses de prix amorcée en 2013.

Tableau 3

Evolution du différentiel entre prix aval et prix amont dans les filières agroalimentaire en 2013

| | différentiel entre prix agricoles et prix des intrants de l'agriculture | différentiel entre prix des produits de l'industrie alimentaire et prix agricoles | différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix des produits de l'industrie alimentaire | différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix agricoles |
|----------------------------|---|---|--|--|
| Toutes filières (rappel) | ↗ | ↗ | nd | nd |
| Porc – jambon cuit | nd | ↗ | nd | nd |
| Viande bovine | ↗ | ↗ | nd | ↗ |
| Volailles | ↗ | nd | nd | nd |
| Produits laitiers | ↗ | nd | nd | nd |
| Fruits frais | ↗ | nc | nc | nd |
| Légumes frais | nd | nc | nc | nd |
| Blé tendre – farine - pain | nd | ↗ | nd | nd |
| Blé dur- semoule - pâtes | nd | ↗ | ↗ | nd |

Tableau 4

Evolution du différentiel entre prix aval et prix amont dans les filières agroalimentaire en 2014

| | différentiel entre prix agricoles et prix des intrants de l'agriculture | différentiel entre prix des produits de l'industrie alimentaire et prix agricoles | différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix des produits de l'industrie alimentaire | différentiel entre prix alimentaires à la consommation et prix agricoles |
|----------------------------|---|---|--|--|
| Toutes filières (rappel) | ↖ | ↗ | ↗ | ↗ |
| Porc – jambon cuit | ↗ | ↗ | ↗ | ↗ |
| Viande bovine | ↖ | ↗ | ↗ | ↗ |
| Volailles | ↗ | ↗ | ↗ | ↗ |
| Produits laitiers | ↗ | nd | nd | nd |
| Fruits frais | ↖ | nc | nc | ↗ |
| Légumes frais | ↖ | nc | nc | ↗ |
| Blé tendre – farine - pain | ↖ | ↗ | ↗ | ↗ |
| Blé dur- semoule - pâtes | ↗ | nd | nd | ↖ |

↖ : le ciseau des prix s'est resserré en 2014 aux dépens du secteur.

↗ : le ciseau des prix s'est ouvert en 2014 à l'avantage du secteur.

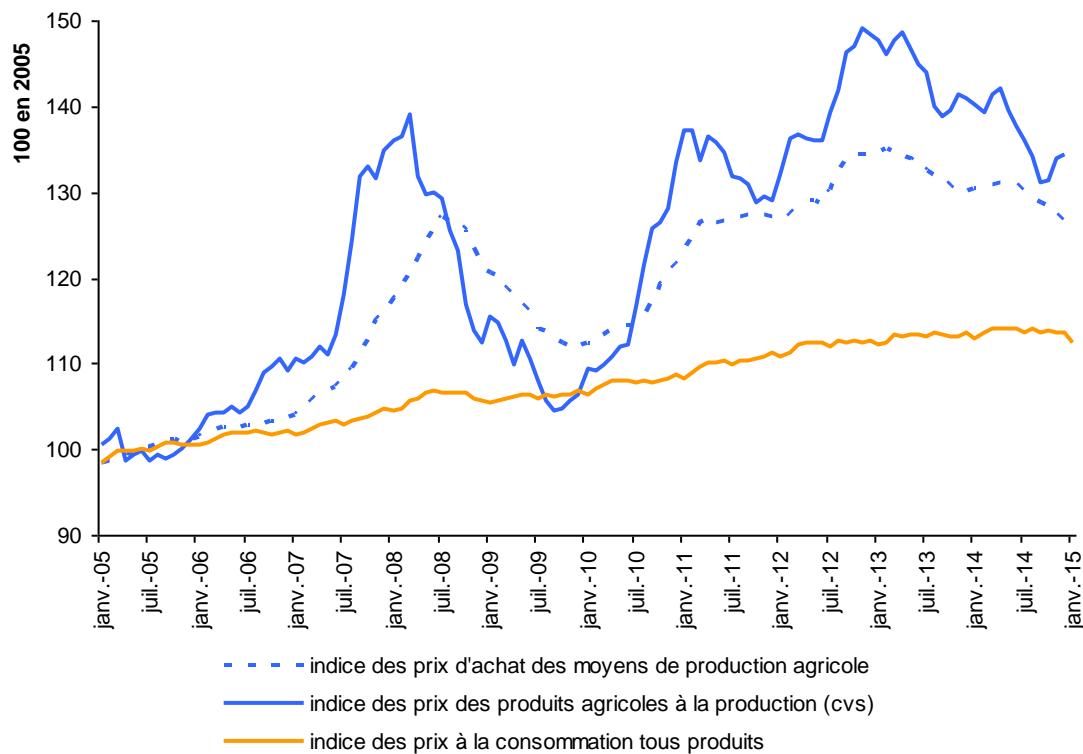
nc : filière non concernée par le stade industriel (fruits et légumes frais).

nd : non déterminé, compte tenu de leurs valeurs, les seules variations des indices ne permettent pas d'inférer le sens de la variation du différentiel de prix, Cf. note de bas de page précédente.

Source : INSEE, traitement OFPM

Graphique 2

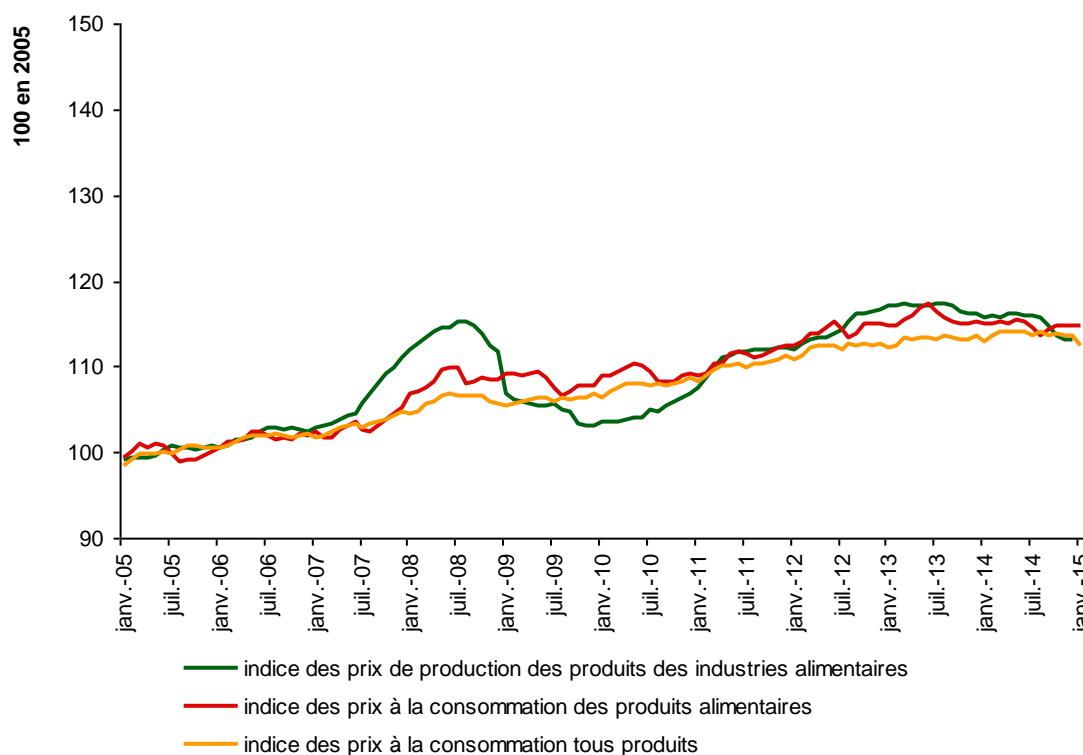
Variations mensuelles des prix agricoles, des prix des intrants pour l'agriculture et inflation générale



Source : INSEE

Graphique 3

Variations mensuelles des prix des produits alimentaire sortie industrie, des prix des produits alimentaires à la consommation et inflation générale



Source : INSEE

2. L'ÉVOLUTION DES COÛTS DANS LES SECTEURS AGRICOLES, INDUSTRIELS ET DU COMMERCE

Toujours dans l'objectif de fournir des éléments de cadrage pour les analyses plus détaillées par filière du Chapitre 3, on présente ici des données comptables moyennes pour chacun des quatre grands secteurs de la chaîne agroalimentaire : agriculture, industrie agricole, commerce en gros de produits alimentaires, grande distribution. Pour ce dernier secteur, est en outre proposée une synthèse des résultats des comptes par rayon produits par l'enquête de l'observatoire.

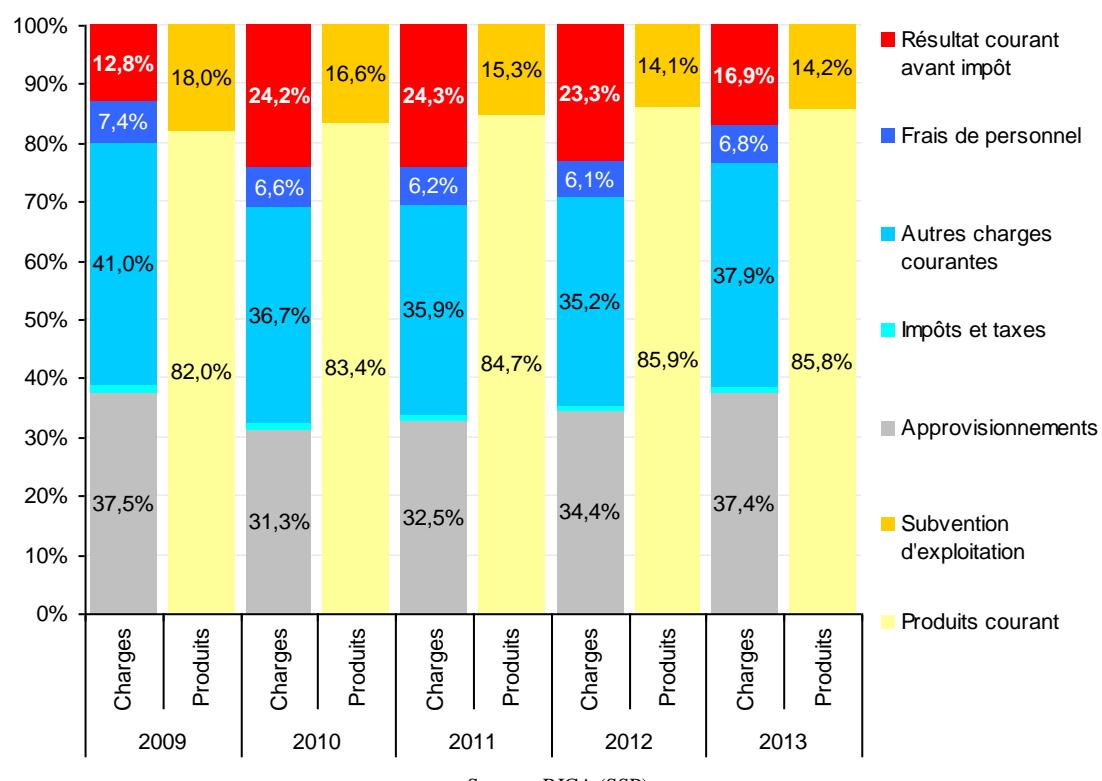
S'appuyant sur des comptabilités annuelles disponibles après un certain délai, ces données s'arrêtent à l'année 2013 pour l'agriculture et les comptes par rayon. Pour le secteur de la grande distribution dans son ensemble et pour l'industrie alimentaire, les données détaillées ne sont disponibles que jusqu'en 2012, complétées par la valeur de certains agrégats pour 2013.

2.1. Les comptes des exploitations agricoles

Les charges d'approvisionnement (semences, engrains, aliments du bétail, carburants...) pèsent selon les années 31% à 38% du produit total (production et subventions), les autres charges courantes (charges financières, amortissements, loyers...) entre 35% et 40% et les frais de personnel (salarié) entre 6 et 7% (dans cette approche purement comptable, le coût du travail non salarié fourni par l'exploitant n'est pas évalué). Le résultat courant avant impôt représente ainsi de 13% à 24% des recettes. Le résultat courant a fortement diminué en 2013, tant en pourcentage de produit total (Graphique 4) qu'en valeur par actif non salarié, indicateur de la rémunération permise à l'exploitant (Graphique 5) ; la hausse des prix des charges a globalement effacé l'effet de la hausse des prix.

Graphique 4

Structure moyenne du compte de résultat des exploitations agricoles

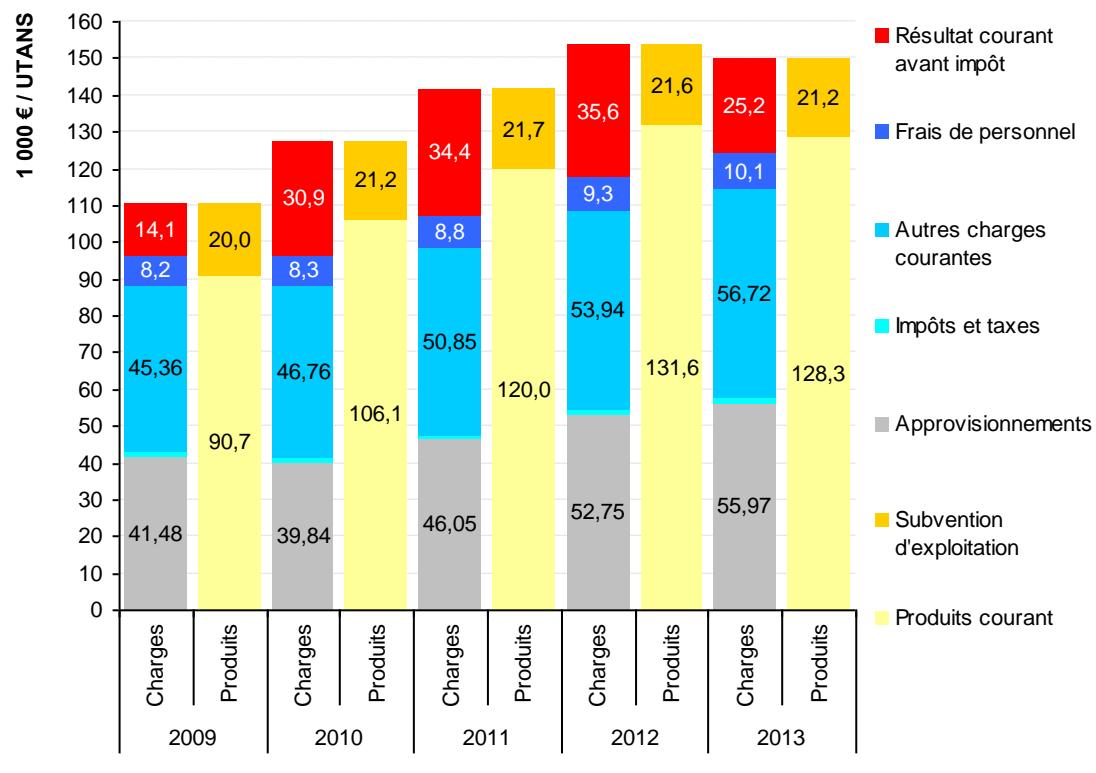


Source : RICA (SSP)

Les résultats des comptes de l'agriculture pour 2014 indiquent une nouvelle dégradation du revenu agricole, traduction comptable du « ciseau des prix » défavorable évoqué plus haut (Tableau 3).

Graphique 5

Compte de résultat des exploitations agricoles en valeur par unité de travail annuel non salarié (UTANS)



2.2. Les comptes de l'industrie alimentaire

La structure du compte de résultat du secteur (Graphique 6) montre :

- la présence d'une activité purement commerciale (achat et vente de marchandises), dont la marge commerciale a été portée en produit sur le graphique ;
- le poids élevé du poste « matières premières et autres approvisionnements », à hauteur de 53% à 56% du produit dont marge commerciale, ou 54% à 57% du produit hors commerce. Ce poids des matières premières¹⁷ augmente de 2009 à 2012 sous l'effet de la hausse des prix agricoles auquel s'ajoute dans certains cas l'effet de la transmission partielle de la hausse des prix matières premières dans les prix de vente de l'industrie ;
- la part importante des « autres achats et charges externes », lesquels avec 23% à 24% des produits, représentent le second poste de charge ; il s'agit d'un agrégat assez composite, incomplètement détaillé dans ESANE, regroupant entre autres : la sous-traitance (environ 15% du poste), les coûts de main d'œuvre extérieure à l'entreprise (environ 8%)¹⁸, les charges locatives (environ 5%), l'énergie, l'eau... (non détaillé dans ESANE) ;
- des frais de personnel rapportés au produit, assez stables, autour de 13% ;
- une baisse continue du résultat courant rapporté au produit.

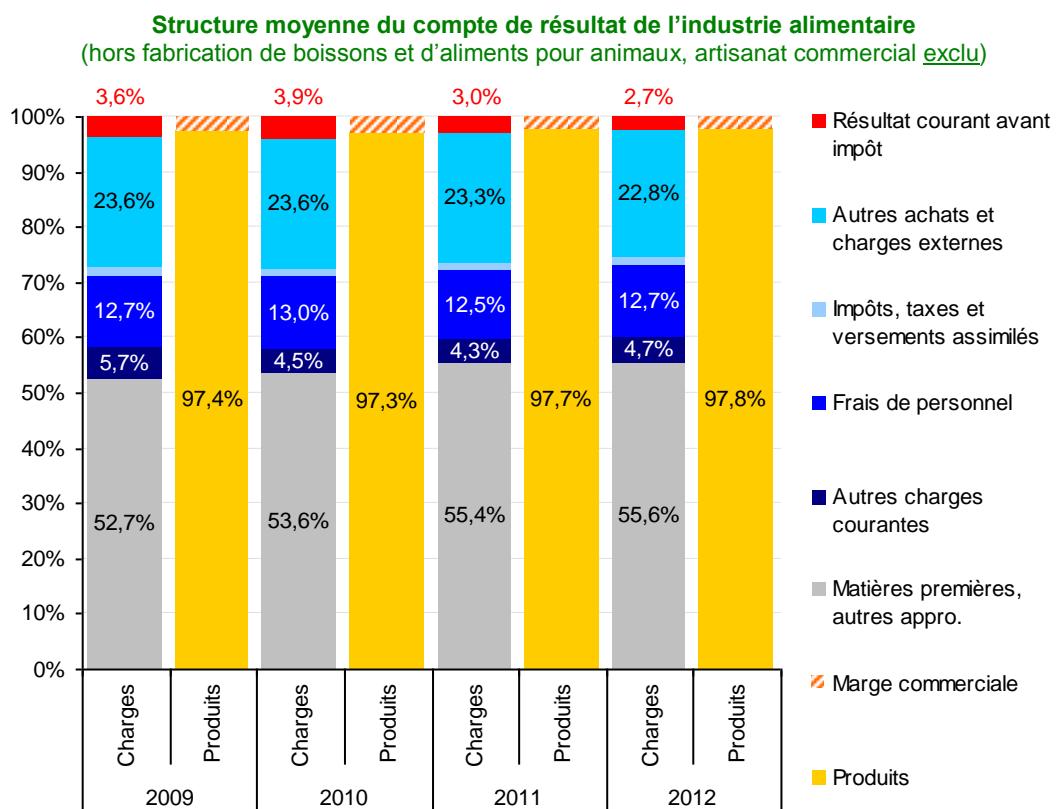
On ne dispose pas pour ce rapport de données statistiques détaillées au-delà de 2012. Toutefois, des premiers résultats sectoriels 2013 sont diffusés par l'INSEE pour quelques postes. Ils servent de base à la série présentée dans le Tableau 5.

¹⁷ Les matières premières sont ici des produits agricoles ou des produits intermédiaires des industries alimentaires eux-mêmes issus de produits agricoles. Le poste utilisé inclut, outre les matières premières, quelques approvisionnements dans une proportion non connue mais a priori relativement faible.

¹⁸ La main-d'œuvre extérieure peut être importante dans certaines industries agroalimentaires : Cf. le « tâcheronnage » dans les abattoirs.

En 2013, le chiffre d'affaires de l'industrie alimentaire a stagné (-0,1%) et le taux d'excédent brut d'exploitation rapporté au chiffre d'affaires a diminué de plus d'un point. On peut prévoir une amélioration en 2014, toutes choses égales par ailleurs, compte tenu de la baisse des prix agricoles.

Graphique 6



Source : ESANE (INSEE)

Tableau 5

Chiffre d'affaire, excédent brut d'exploitation et frais de personnel de l'industrie alimentaire
(hors fabrication de boissons et d'aliments pour animaux, artisanat commercial compris)

| | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|---|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | M € | % CA |
| Chiffre d'affaires | 124 823 | 100,0% | 124 637 | 100,0% | 131 453 | 100,0% | 138 841 | 100,0% | 138 702 | 100,0% |
| Marge brute de transformation (1) | 50 616 | 40,5% | 51 274 | 41,1% | 52 900 | 40,2% | 53 757 | 38,7% | nd | nd |
| Excédent brut d'exploitation | 7 253 | 5,8% | 7 716 | 6,2% | 7 306 | 5,6% | 7 318 | 5,3% | 6 394 | 4,6% |
| Frais de personnel | 18 113 | 14,5% | 18 711 | 15,0% | 19 017 | 14,5% | 19 763 | 14,2% | 19 684 | 14,2% |
| Valeur ajoutée (2) | 25 365 | 20,3% | 26 427 | 21,2% | 26 324 | 20,0% | 27 082 | 19,5% | 26 077 | 18,8% |
| Résultat courant avant impôt | 4 701 | 3,8% | 5 113 | 4,1% | 4 237 | 3,2% | 4 009 | 2,9% | nd | nd |
| Taux de marge brute de transformation (3) | 45,9% | | 45,6% | | 44,1% | | 43,8% | | nd | |

(1) Différence entre « *production* » et « *matières premières* », calculée par différence entre les postes « *production* » (vendue de biens et stockée) et « *achats de matières premières et autres approvisionnements* » (y.c. variation de stocks de matières premières et autres approvisionnements).

(2) « Au coût des facteurs », calculée par la somme : excédent brut d'exploitation + frais de personnel

(3) Rapport entre « *production* » et « *matières premières* ».

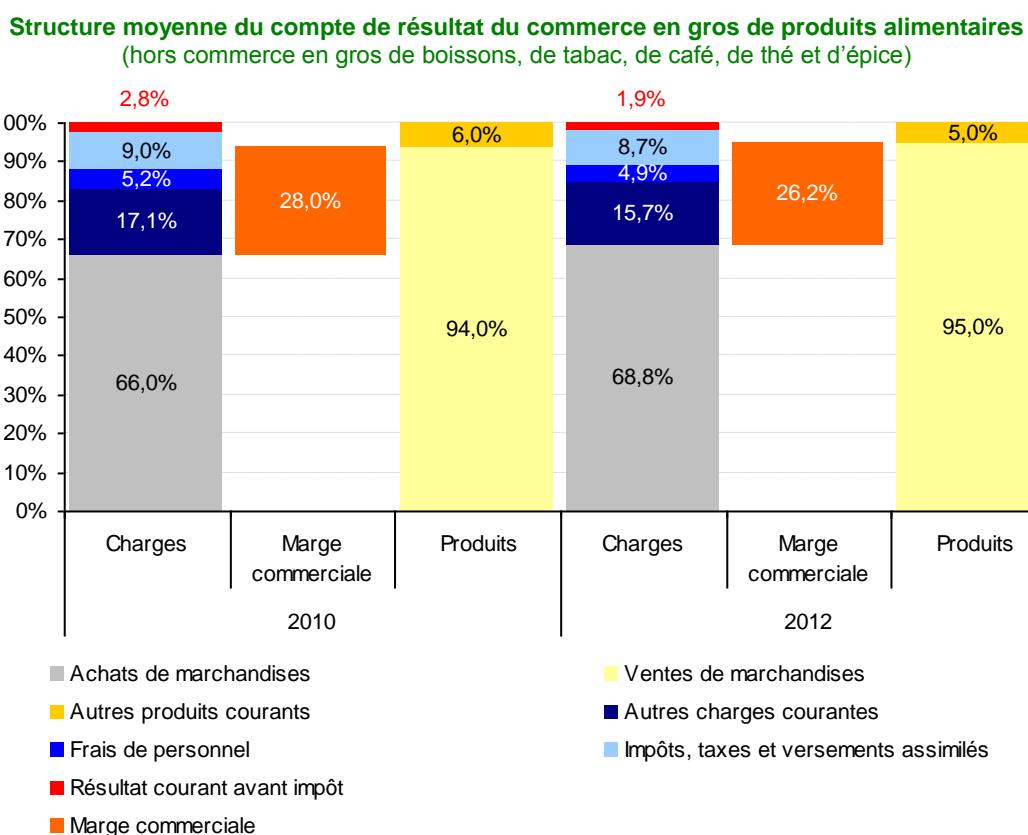
Source : ESANE (INSEE)

2.3. Les comptes du commerce de gros en produits alimentaires

Ce secteur regroupe les entreprises situées dans la chaîne agroalimentaire entre l'industrie (pour les produits transformés) ou l'agriculture (pour les produits alimentaires non transformés : fruits et légumes frais, par exemple), et la demande alimentaire finale (consommation finale domestique et exportation). Certaines entreprises classées dans ce secteur appartiennent à des groupes de l'industrie agroalimentaire, dont elles commercialisent les produits. Dans ce cas, le classement actuel par secteur des entreprises, au sens d'unités légales, ventile dans des secteurs différents (industrie, commerce en gros) des unités relevant pourtant d'une même entité économique (le groupe, ou une partie du groupe). Le projet dit de « *profilage* » entrepris par l'INSEE vise à produire des résultats économiques sectoriels réévalués sur des unités ayant une pertinence plus économique que juridique, par exemple, en consolidant dans un même secteur industriel les unités légales d'un groupe qui réalisent les opérations industrielles et celles qui assurent la commercialisation des produits. Ce projet présente un grand intérêt pour l'observatoire, toutefois les premiers résultats ne sont pas encore disponibles. Les centrales d'achat alimentaires, qui assurent une fonction de grossiste pour la grande distribution, sont classées dans un secteur spécifique « *centrales d'achats alimentaires* » uniquement s'il s'agit d'entreprises au sens d'unités légales. Lorsque la fonction d'achat centralisé est assurée par un service ou établissement d'un distributeur intégré, elle est incluse dans les comptes de l'enseigne, laquelle est classée, compte tenu de son activité principale, dans le secteur du commerce détail en grande et moyenne surface (GMS, dont hypermarchés, supermarchés...)

Sur le Graphique 7¹⁹ sont représentés les produits et charges courantes et la marge commerciale (différence entre ventes et achats de marchandises, moins variation de stocks de marchandises). La marge commerciale représente en moyenne 26% à 28% des produits et 27% à 30% des ventes. Outre les ventes de marchandises, les autres produits courants sont nécessaires pour assurer la couverture des charges et la formation du résultat courant, en baisse sur la période suivie.

Graphique 7



¹⁹ Limité aux années 2010 et 2012 car, au niveau de nomenclature souhaité, les résultats 2013 sont non disponibles et ceux de 2009 et 2011 présentent des données en secret statistique dans certains sous-ensembles sectoriels.

Encadré 2

Le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi dans les filières agroalimentaires

Ce dispositif a une incidence sur les comptes 2013 et 2014 des entreprises des secteurs intéressant l'observatoire : production agricole, industries agroalimentaires, commerce de gros de produits agricoles et agroalimentaires, commerce alimentaire de détail.

Le dispositif

Les salaires inférieurs ou égaux à deux fois et demi le SMIC, soit 42 906,50 euros par an constituent l'assiette de calcul du CICE, à laquelle sont appliqués un taux de 4 % pour 2013 et de 6 % pour les années suivantes.

Calculé à la fin de l'exercice, ce montant vient en diminution de l'impôt sur le revenu (entreprises non sociétaires) ou de l'impôt sur les sociétés dû par l'entreprise au titre de cet exercice.

Si l'impôt dû au titre de cet exercice est inférieur au montant du CICE, la différence constitue une créance détenue par l'entreprise sur l'Etat (dans le cas contraire, l'impôt dû au titre de cet exercice est donc diminué du montant du CICE).

Cette créance est utilisable en déduction de l'impôt dû au titre des trois années suivantes. Elle peut être remboursable pour les PME, les entreprises nouvelles, innovantes ou en difficulté.

Pour réduire le décalage entre le paiement des salaires, assiette du CICE, et sa perception, comme créance ou remboursement, un « préfinancement » du CICE peut être obtenu auprès de la Banque Publique d'Investissement (BPI), ou demandé à une banque commerciale, avec une garantie de la BPI.

Les comptes des entreprises bénéficiaires doivent retracer l'utilisation du crédit d'impôt conformément à son objectif d'amélioration de la compétitivité : investir, innover, prospecter, former, embaucher.

Impact

Le ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt évalue le montant des réductions de charges induites par le CICE en 2014 à 259 M € dans la production agricole et à 403 M€ dans les industries agroalimentaires et les coopératives agricoles (pour leurs activités soumises à l'IS).

Dans le secteur du commerce, le cabinet Coe-Rexecode et une étude universitaire [LEGENDRE F., HAGNERÉ C., 2013] ont évalué *ex ante* l'impact du CICE en termes de réduction du coût du travail à 3,2% des frais de personnel, soit, sur la base des comptes 2012 et 2013 du secteur des GMS (Cf. Tableau 6 page suivante), 578 M€, représentant 0,3% du CA ou 0,4% des charges hors achats de marchandises (charges « *après* » la marge commerciale , suivies par l'enquête de l'observatoire).

Ces ordres de grandeur de l'impact du CICE dans la grande distribution sont conformes aux éléments recueillis par l'observatoire auprès des enseignes lors de son enquête sur les comptes par rayon en 2013. Dans leur réponse à cette enquête, les enseignes ont tenu compte de leur produit en CICE en déduisant (conformément aux règles comptables de l'ANC ou de l'IFRS) un montant équivalent des charges de personnel ou d'autres charges dans le champ de l'objectif de la mesure, le solde éventuel étant soustrait à l'IS.

2.4. Les comptes de la grande distribution

Les éléments de cadrage présentés pour ce secteur portent sur les entreprises de commerce de type hypermarchés et supermarchés, ou GMS (hors supérettes, maxidiscompteurs, magasins multi-commerces), pour rester homogène avec le champ de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des rayons.

Le secteur des hypermarchés et des supermarchés regroupe des entreprises au sens « *unités légales* » qui ont des formes très différentes, du fait de la diversité des modes d'organisation. Ainsi, à côté des entreprises constituée d'un seul magasin (ou d'un ensemble de quelques magasins) détenue par un adhérent d'un réseau d'enseigne d'indépendants, figurent les entreprises du commerce intégré constituées d'un grand nombre de points de vente et incluant la fonction d'achat centralisée.

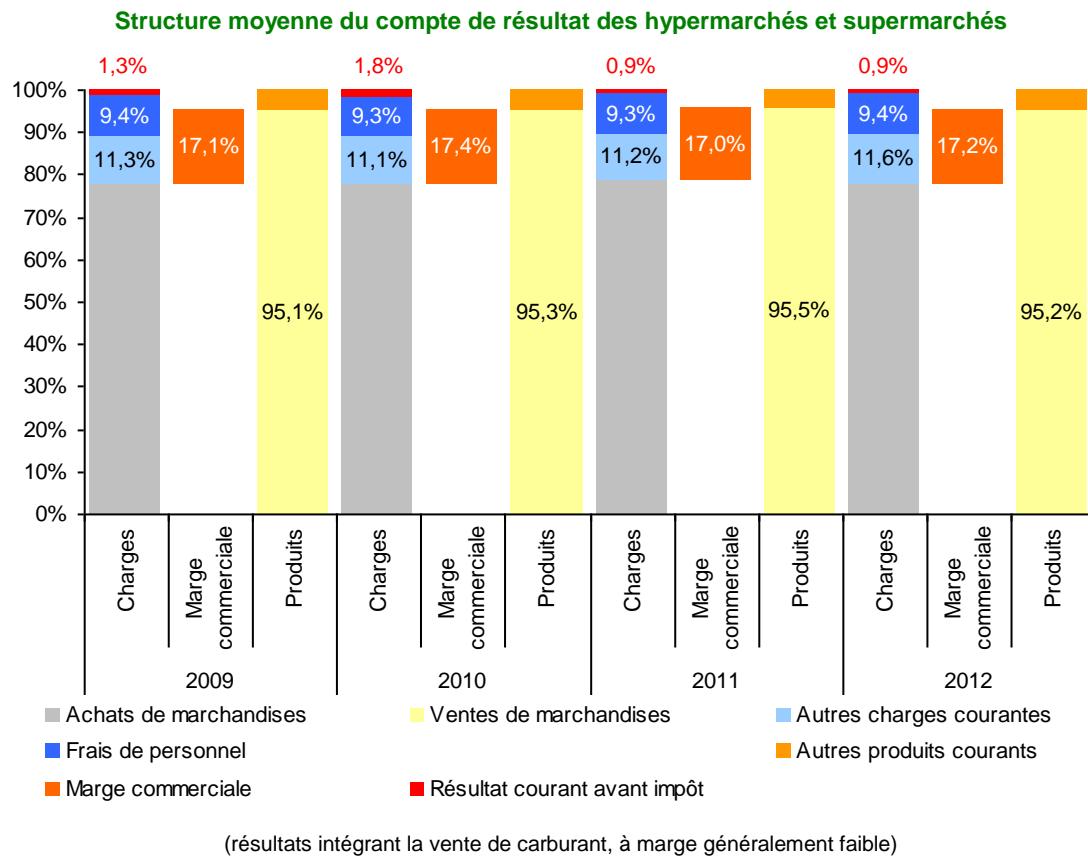
Les centrales d'achat des réseaux d'indépendants constituent généralement des entreprises distinctes, alors classées par l'INSEE dans un sous-secteur spécifique (centrales d'achats alimentaires) du commerce interentreprises, dont les résultats seront également présentés ici. Dans les enseignes intégrées, les fonctions d'achats centralisés peuvent être remplies par des structures (établissements, services...) qui relèvent, avec les points de vente au détail, de la même entreprise.

On expose également ici les résultats 2013 (et précédents) de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des rayons alimentaires des hypermarchés et supermarchés, qui feront l'objet d'une analyse plus détaillée, rayon par rayon, dans les différentes sections par filière du Chapitre 3.

2.4.1. Comptes des hypermarchés et des supermarchés

Le résultat courant rapporté au produit total est inférieur à 1% en 2011 et 2012, après avoir atteint le double en 2011, la marge commerciale représente environ 17% du produit total et 18% des ventes de marchandises (soit 22% des achats de marchandises).

Graphique 8



Source : ESANE (INSEE)

La marge commerciale globale du secteur a augmenté chaque année, y compris en 2012 malgré une quasi stabilité du chiffre d'affaires mais elle s'accompagne d'une baisse du résultat courant : les charges à couvrir par la marge commerciale augmentent plus que celle-ci.

Rapporté au chiffre d'affaires (CA), le résultat courant des hypermarchés est plus élevé que celui des supermarchés, malgré une marge brute sur CA inférieure d'environ 1 point. Les CA, les marges commerciales et les résultats courants des deux formats évoluent peu en 2012 par rapport à 2011. En 2011, marges et résultats courants sont en baisse sensible dans les deux formats par rapport aux deux années précédentes.

2.4.2. Comptes des centrales d'achats alimentaires

Le compte de résultat global du secteur (source : ESANE, INSEE) fait apparaître chaque année :

- un résultat courant rapporté au produit total nul à très faible, car les grosses unités du secteur sont des entreprises à forme coopérative (à but non lucratif) au service de réseaux de distributeurs indépendants (les centrales d'achats régionales des enseignes Système U et E.Leclerc, par exemple) ;
- une marge commerciale nulle, ces centrales étant des structures d'achat en commun, principalement financées par des cotisations des adhérents,
- ce qui se traduit par le poids relativement important (13% à 14% de 2009 à 2012) des produits courants autres que les ventes de marchandises,
- un faible poids des frais de personnel, certaines fonctions (logistique des entrepôts) pouvant être confiées à des prestataires extérieurs à la centrale d'achats et au groupe de distributeur qui la détient, ou remplies par d'autres entreprises du groupe relevant d'autres secteurs économiques (transports, services logistiques...).

Tableau 6

Chiffre d'affaires, excédent brut d'exploitation et frais de personnel des GMS

| | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 (1) | |
|------------------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|----------|------|
| | M € | % CA | M € | % CA |
| Chiffre d'affaires | 161 698 | 100,0% | 165 761 | 100,0% | 177 370 | 100,0% | 177 207 | 100,0% | 178 911 | 100% |
| Marge commerciale | 29 469 | 18,2% | 30 277 | 18,3% | 31 276 | 17,6% | 31 497 | 17,8% | nd | nd |
| Excédent brut d'exploitation | 4 194 | 2,6% | 4 693 | 2,8% | 3 938 | 2,2% | 3 194 | 1,8% | nd | nd |
| Frais de personnel | 15 367 | 9,5% | 15 606 | 9,4% | 16 743 | 9,4% | 17 004 | 9,6% | nd | nd |
| Valeur ajoutée (2) | 19 561 | 12,1% | 20 299 | 12,2% | 20 681 | 11,7% | 20 197 | 11,4% | nd | nd |
| Résultat courant avant impôt | 2 194 | 1,4% | 2 971 | 1,8% | 1 670 | 0,9% | 1 594 | 0,9% | nd | nd |
| Taux de marge (3) | 22,0% | | 22,4% | | 21,6% | | 22,0% | | nd | |
| Taux de marque (4) | 18,0% | | 18,3% | | 17,8% | | 18,0% | | nd | |

(1) 2013 : seul le CA des GMS (hyper et supermarchés) est disponible dans la publication des comptes du commerce, mais pas encore dans ESANE, or le champ des deux sources est légèrement différent.

(2) « *Au coût des facteurs* », calculée par la somme : excédent brut d'exploitation + frais de personnel

(3) Taux de marge commerciale sur achats

(4) Taux de marge commerciale sur ventes

Source : ESANE (INSEE)

Tableau 7

Chiffre d'affaires, excédent brut d'exploitation et frais de personnel centrales d'achats alimentaires

| | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|
| | M € | % CA | M € | % CA |
| Chiffre d'affaires | 44 938 | 100,0% | 48 668 | 100,0% | 50 758 | 100,0% | 51 456 | 100,0% | nd | nd |
| Marge commerciale | -2 036 | | 104 | 0,2% | -142 | | 57 | 0,1% | nd | nd |
| Excédent brut d'exploitation | 411 | 0,9% | 289 | 0,6% | 212 | 0,4% | 355 | 0,7% | nd | nd |
| Frais de personnel | 798 | 1,8% | 907 | 1,9% | 865 | 1,7% | 869 | 1,7% | nd | nd |
| Valeur ajoutée (*) | 1 210 | 2,7% | 1 195 | 2,5% | 1 076 | 2,1% | 1 224 | 2,4% | nd | nd |
| Résultat courant avant impôt | 307 | 0,7% | 57 | 0,1% | -1 | 0,0% | 156 | 0,3% | nd | nd |

(*) « *Au coût des facteurs* », calculée par la somme : excédent brut d'exploitation + frais de personnel

Source : ESANE (INSEE)

2.4.3. Synthèse des comptes des rayons alimentaires frais des GMS

Le Tableau 8 présente les résultats 2013 par rayon, issus de l'enquête 2014 de l'observatoire. Ils sont repris et commentés de façon plus détaillée dans les sections par filière du Chapitre 3.

Les résultats moyens toutes enseignes (chiffre d'affaires, marges brute et nette, charges par rayon) sont exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires moyen du rayon. Par exemple pour la marge brute moyenne du rayon des produits laitiers, le calcul est le suivant :

$$\text{Marge brute moyenne du rayon produits laitiers (en % du CA du rayon)} \\ = \frac{\sum \text{marges brutes des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}}{\sum \text{chiffres d'affaires des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}}$$

La marge nette après répartition de l'IS est, par convention, ici calculée en appliquant un taux moyen d'IS à la marge nette avant répartition de l'IS, que ce solde avant IS soit positif (auquel cas, une part d'IS vient s'ajouter au charges du rayon) ou négatif (auquel cas, la répartition de l'IS sur ce rayon se traduit par une correction qui vient diminuer les charges total du rayon). Cette convention assure que la somme des IS affectés à chaque rayon est égale à l'IS calculé au même taux sur la marge nette totale avant IS tous rayons.

Le Tableau 9 présente ces résultats en évolution.

Le Graphique 9 donne les poids de chacun des rayons étudiés, par rapport au chiffre d'affaires, à la marge brute, au frais de personnel et à la marge nette de l'ensemble de ces rayons.

Tableau 8

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2013 pour 100 € de chiffres d'affaires

| | | Boucherie | Charcuterie | Volailles | Produits laitiers | Fruits et légumes | Marée | Boulangerie Pâtisserie | Ensemble des rayons étudiés |
|----------------------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------|------------------------|-----------------------------|
| Chiffre d'affaires | | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Coût d'achat des ventes | | 75,1 | 66,8 | 72,2 | 75,4 | 69,4 | 72,7 | 43,8 | 70,3 |
| | Marge brute (marge commerciale) | 24,9 | 33,2 | 27,8 | 24,6 | 30,6 | 27,3 | 56,2 | 29,7 |
| CHARGES DIRECTES DU RAYON | Frais de personnel dédié du rayon | 10,9 | 6,7 | 3,2 | 4,3 | 7,9 | 15,5 | 31,4 | 9,2 |
| | Marge semi-nette | 14,1 | 26,5 | 24,5 | 20,3 | 22,7 | 11,7 | 24,8 | 20,5 |
| | Approvisionnements et fournitures | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 1,4 | 0,3 |
| | Eau, gaz, électricité | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 1,4 | 0,6 |
| | Frais sur matériels et équipements | 0,7 | 0,6 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 1,2 | 0,6 |
| | Taxes, cotisations et redevances | 0,2 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,3 | 0,4 |
| | Sous-total : autres charges directes | 2,1 | 1,7 | 1,5 | 1,5 | 1,6 | 2,4 | 4,3 | 1,9 |
| CHARGES COMMUNES REPARTIES | Immobilier | 2,1 | 1,7 | 1,5 | 1,9 | 2,5 | 2,2 | 3,5 | 2,1 |
| | Frais de personnel hors rayon | 5,2 | 5,8 | 4,9 | 5,5 | 6,2 | 5,4 | 8,8 | 5,8 |
| | Frais financiers | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,6 |
| | Autres charges communes | 6,1 | 8,1 | 7,6 | 8,6 | 9,7 | 7,9 | 9,9 | 8,3 |
| | Sous-total : charges communes | 13,9 | 16,1 | 14,5 | 16,2 | 19,1 | 16,1 | 22,8 | 16,8 |
| | Marge nette avant répartition de l'IS | -1,9 | 8,7 | 8,5 | 2,3 | 2,1 | -6,8 | -2,2 | 1,8 |
| | Répartition de l'impôt sur les sociétés | -0,7 | 3,1 | 3,1 | 0,8 | 0,7 | -2,5 | -0,8 | 0,6 |
| | Marge nette après répartition de l'IS | -1,2 | 5,5 | 5,4 | 1,4 | 1,3 | -4,4 | -1,4 | 1,1 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2013

Tableau 9

Variations annuelles des comptes moyens des rayons alimentaires en GMS
En € pour 100 € de CA

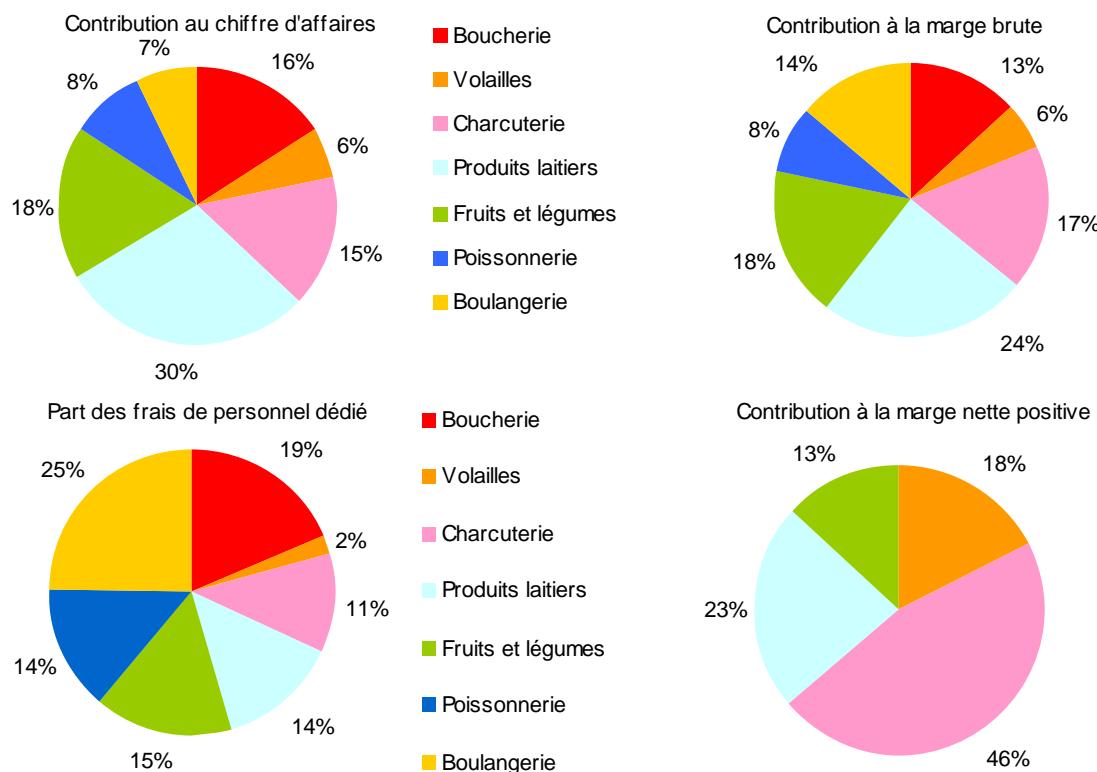
| | | Boucherie | Charcuterie | Volailles | Produits laitiers | Fruits et légumes | Marée | Boulangerie Pâtisserie | Ensemble des rayons étudiés | |
|--|--|-------------|-------------|-----------|-------------------|-------------------|-------|------------------------|-----------------------------|------|
| Coût d'achat des ventes | 2013 - 2012 | 0,3 | 1,0 | -0,1 | 1,3 | -0,8 | 0,5 | -0,4 | 0,3 | |
| | 2012 - 2011 | -1,1 | -3,6 | -1,5 | -2,5 | -2,4 | nd | nd | nd | |
| Marge brute (marge commerciale) | 2013 - 2012 | -0,3 | -1,0 | 0,1 | -1,3 | 0,8 | -0,5 | 0,4 | -0,3 | |
| | 2012 - 2011 | 1,1 | 3,6 | 1,5 | 2,5 | 2,4 | / | / | / | |
| CHARGES DIRECTES DU RAYON | Frais de personnel dédié du rayon | 2013 - 2012 | 0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,2 | -0,2 | 0,2 | 0,8 | 0,2 |
| | | 2012 - 2011 | 0,3 | 0,1 | -0,3 | 0,1 | 0,1 | nd | nd | nd |
| | Marge semi-nette | 2013 - 2012 | -0,4 | -1,0 | 0,2 | -1,4 | 1,0 | -0,7 | -0,4 | -0,5 |
| | | 2012 - 2011 | 0,8 | 3,6 | 1,9 | 2,4 | 2,3 | nd | nd | nd |
| | Autres charges directes du rayon | 2013 - 2012 | -0,2 | -0,2 | -0,3 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,5 | -0,1 |
| | | 2012 - 2011 | nd | nd | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| CHARGES COMMUNES REPARTIES | Charges communes réparties | 2013 - 2012 | 0,4 | -0,4 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| | | 2012 - 2011 | nd | nd | nd | nd | nd | nd | nd | nd |
| | Marge nette avant répartition de l'IS | 2013 - 2012 | -0,6 | -0,4 | 0,3 | -1,3 | 0,8 | -0,9 | -0,1 | -0,5 |
| | | 2012 - 2011 | 0,0 | 1,7 | 0,2 | 0,7 | 0,3 | nd | nd | nd |

nd : non disponible

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2013

Graphique 9

Poids des rayons étudiés dans les enseignes en 2013
En % de l'ensemble des rayons étudiés



Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2013.

Chapitre 3. Marges brutes et coûts par filière

Viande porcine et charcuterie

Viande bovine

Viande ovine

Volailles de chair

Produits laitiers de lait de vache

Produits laitiers de lait de chèvre

Produits laitiers de lait de brebis

Pain

Pâtes alimentaires

Fruits et légumes frais

Produits de la pêche et de l'aquaculture

Introduction

Ce chapitre expose, dans chacune de ses sections par filière,

- la **décomposition des prix au détail** de divers produits de consommation en **matière première et marges brutes**, depuis l'année 2000 (plus tôt ou plus tard selon les filières) jusqu'à décembre 2014,
- et les **coûts à différents stades**, calculés à partir de données de diverses sources (FranceAgriMer, SSP, INSEE, Instituts techniques et Fédérations professionnelles),

et ce jusqu'à l'année 2012 ou 2013 selon les sources, des simulations pour 2014 étant réalisées pour les coûts de production agricoles et les résultats des 9 premiers mois de 2014 étant présentés dans certains secteurs industriels.

Ainsi, pour les filières qui font l'objet d'une présentation résumée dans les **Synthèses**, en début de rapport, ce chapitre détaille et commente les résultats et présente des séries longues de prix et marges brutes en données infra-annuelles (mensuelles ou, pour les fruits et légumes, hebdomadaires)

Pour la troisième année, l'observatoire a conduit, avec la collaboration des enseignes, son **enquête sur les marges et les charges par rayon alimentaire des GMS** dont la méthode, encore améliorée par rapport à l'an dernier, a été présentée dans le Chapitre 2 (et plus en détail dans l'édition 2013 du rapport). Les résultats par rayon, portant sur l'année 2013, sont analysés dans chaque section relative à la filière correspondante (rayon Boucherie en filières Viandes porcine, bovine et ovine, rayon Charcuterie en filière Viande porcine, partie charcuterie, etc.)

Section 1 – Viande porcine et charcuterie

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PORCINE

Les **abatteurs-découpeurs** ont une activité d'abattage, de découpe et de fabrication.

Les **découpeurs spécialisés** n'ont pas d'activité d'abattage ; leur métier principal est la découpe.

Les **grossistes en viande fraîche** ont une activité de négoce de viande de porc fraîche. Ils dépendent parfois d'un groupe d'abattage-découpe. Certains d'entre eux ont également une activité industrielle de découpe.

Les **industriels de la 2^{ème} transformation** fabriquent des produits de charcuterie-salaison et des plats préparés à base de viande.

Les **grossistes en produits alimentaires finis** achètent des produits finis aux industriels français et étrangers pour les mettre à disposition des circuits de commerce de détail et jouent également un rôle dans l'exportation. Leur place exacte dans la filière n'a pas pu être particulièrement précisée et n'est donc pas détaillée sur le schéma récapitulatif des flux (Schéma 3).

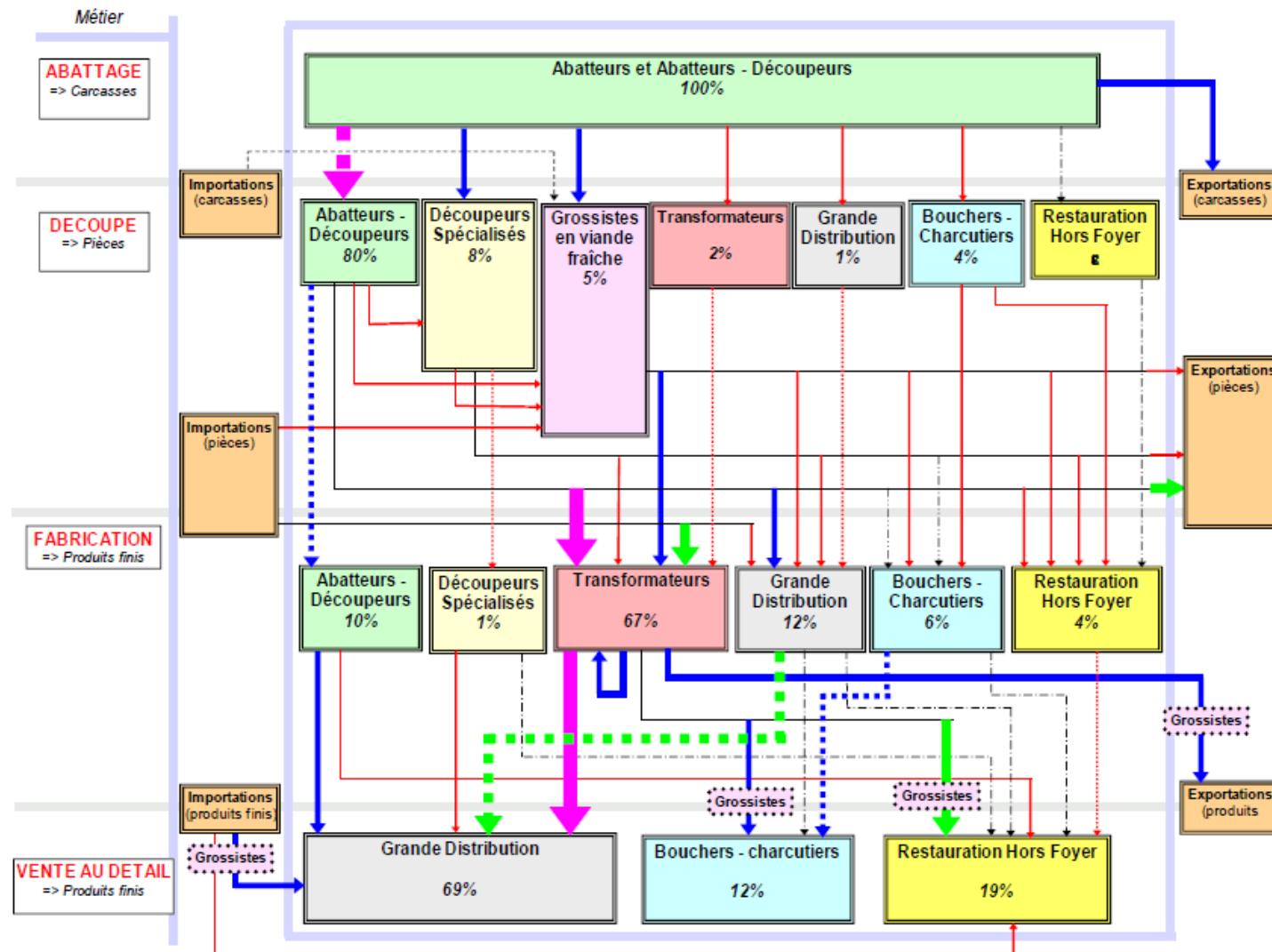
Les **bouchers et charcutiers artisanaux** ont pour métier principal le commerce de viande fraîche et de produits transformés à base de viande. Dans cette catégorie, sont également pris en compte les marchés forains. En principe, ce sont des structures de moins de 10 salariés. Ces opérateurs exercent également une activité d'élaboration (découpe et transformation) de la viande. Les bouchers n'ont, en principe, qu'une activité de découpe et de vente de viande fraîche ; ils fabriquent cependant quelques produits transformés (saucisses fraîches, pâtés). Les charcutiers produisent des produits transformés.

Les opérateurs de la **grande distribution** jouent un rôle majeur dans la vente au détail de produits finis mais réalisent rarement la découpe de carcasses. Les pièces de viande de porc frais qu'ils achètent aux opérateurs de la découpe et aux grossistes sont principalement des longes (les morceaux issus de la longe représentent près de 90 % de la viande de porc consommée fraîche en grande distribution, d'après Kantar Worldpanel). Les produits finis (jambons, viande fraîche en portions consommateur) sont achetés à des opérateurs industriels, français et étrangers.

Les **distributeurs** élaborent eux-mêmes une partie des produits de porc frais qu'ils commercialisent, en débitant notamment les longes en côtes et rôtis de porc. Ces morceaux élaborés et conditionnés par les magasins et mis en vente en libre service sont appelés des « *unités de vente consommateurs-magasins* » (UVCM). Toutefois, les produits finis frais conditionnés par les industriels (« *unités de vente consommateurs industrielles* » : UVCI) se sont fortement développés ces dernières années, répondant ainsi aux attentes de la grande distribution (traçabilité, réduction des ventes à la coupe au profit du libre-service...). Ces UVCI représentent entre 25 et 30 % des ventes de viande de porc frais des enseignes.

Schéma 3

Cartographie des flux dans la filière porcine



Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (Cf. colonne de gauche). Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

Une partie des produits finis destinés aux marchés de consommation finale et à l'exportation transitent par des grossistes, dont la part n'est pas indiquée.

Les grossistes en viande fraîche ont une activité de négoce de viande de porc fraîche. Ils dépendent parfois d'un groupe d'abattage-découpe (ils achètent alors des carcasses), mais à l'inverse des découpeurs spécialisés, apportent peu d'élaboration aux pièces qu'ils traitent.

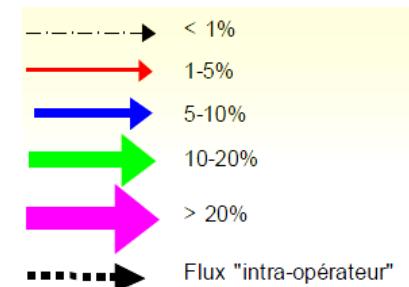
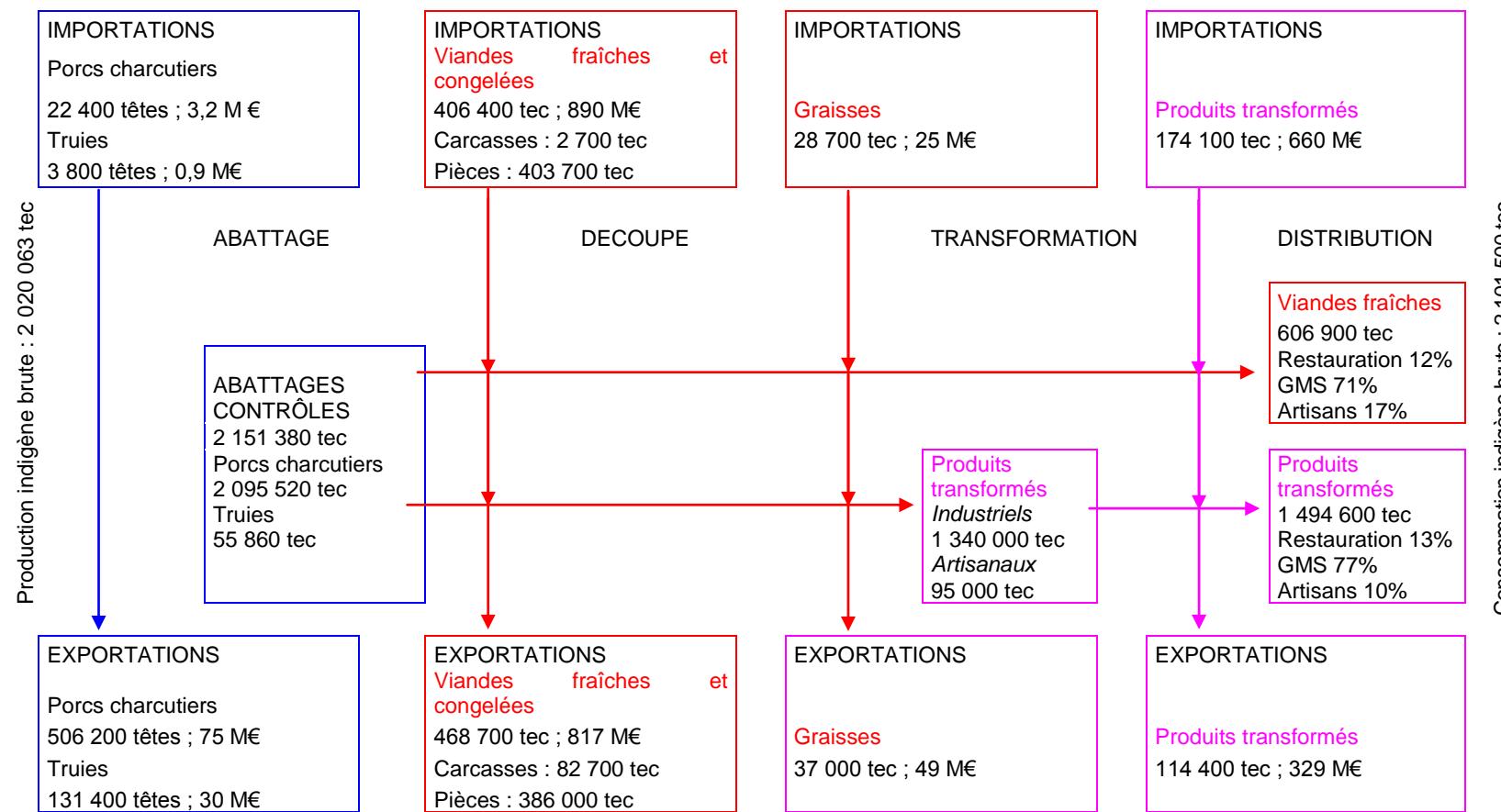


Schéma 4

Bilan des flux dans la filière porcine en 2014



Sources : SSP, Douanes, FICT, Kantar Worldpanel, Credoc

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL POUR LA FILIÈRE PORCINE

Cette partie est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 1 du rapport 2013.

2.1. Filière porc frais

La viande de porc frais commercialisée en GMS est essentiellement issue d'une seule pièce : la longe, partie dorsale de la carcasse de porc située entre l'échine et le membre postérieur. La longe est vendue au détail sous la forme de deux types de produits principaux : la côte de porc et le filet (en rôti de porc entier, en escalope...). L'observatoire a donc choisi de retenir ces produits pour le suivi de la commercialisation de la viande de porc frais depuis l'entrée de l'abattoir jusqu'au stade de la barquette de viande mise en rayon, ou UVC : unité de vente consommateur, déclinée en UVCI : unité de vente consommateur industrielle, préparée dans l'industrie de l'abattage-découpe, et UVCM : unité de vente consommateur magasin : préparée dans le laboratoire du magasin.

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse entrée abattoir ;
- pour la pièce de longe sortie industrie d'abattage-découpe (pour UVCM) : cotation des pièces de porc au marché de Rungis ;
- pour les UVCI de côtes et de rôti : enquête de l'INSEE réalisée pour l'observatoire sur les prix moyens sortie industrie pour GMS, indices mensuels INSEE des prix de production dans l'industrie (pour rétropolation des séries de prix) ;
- pour les prix au détail en GMS : achats en valeur et quantités du panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de longe vendu au détail n'est évidemment pas le prix du kg de carcasse entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisation différente) : à ce prix doivent être appliqués les rendements de transformation et le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la valeur de l'ensemble des valorisations.

2.2. Filière charcuterie de porc

La carcasse de porc est commercialisée pour 75 % sous forme de produits de salaisonnerie (produits charcutiers). Le jambon cuit représente le volume le plus important parmi ces produits commercialisés en GMS (environ le quart). L'observatoire a donc choisi de retenir le jambon cuit pour représenter un circuit de commercialisation des produits de charcuterie. La prise en compte des autres produits de charcuterie, nombreux et de compositions très variées, nécessiterait de disposer de très nombreuses données de prix sortie industrie, qui de surcroît devraient être homogènes avec la grande diversité de produits agrégés dans les nomenclatures du panel consommateur utilisé pour calculer les prix au détail.

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse entrée abattoir ;
- pour la pièce de jambon sortie industrie d'abattage-découpe : cotation des pièces de porc au marché de Rungis ;
- pour le jambon sortie industrie de charcuterie-salaison : enquête PRODCOM (SSP) sur les produits commercialisés des industries alimentaires (prix moyen annuel), indices mensuels de l'INSEE des prix de production dans l'industrie (pour interpolation mensuelle du prix moyen annuel) ;
- pour les prix au détail en GMS : achats en valeur et quantités du panel du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, moyenne des jambons cuits vendus en libre service ou à la coupe.

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de jambon vendu au détail n'est évidemment pas le prix du kg de carcasse entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisation différente), à ce prix doivent être appliqués les rendements de transformation et le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la valeur de l'ensemble des valorisations.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DE LA VIANDE PORCINE ET DU JAMBON CUIT

3.1. Filière porc frais : la longe vendue en UVCM

Graphique 10 et Graphique 11

Le prix de la viande de porc au détail varie tout au long de l'année avec une certaine saisonnalité, tout en suivant le prix payé à l'éleveur, établi chaque semaine. Au cours de l'année, les prix les plus bas s'observent aux mois de septembre et janvier en raison d'opérations de promotions dans les GMS sur la viande porcine.

Le prix du porc à la production varie au cours de l'année en fonction de l'offre et de la demande sur le marché européen, mais aussi sous l'effet de la demande mondiale ; les variations mensuelles peuvent représenter un quart du prix de vente.

Dans l'industrie d'abattage-découpe, la marge brute sur la viande fraîche vendue aux GMS varie peu et il y a une répercussion presque immédiate et quasi intégrale des variations de prix du porc vif sur le prix des pièces vendues par les abatteurs.

La marge brute des GMS (qui doit couvrir les coûts de dernière transformation et de conditionnement du produit, s'agissant d'UVCM) est plus fluctuante mais reste relativement stable dans le temps.

La production porcine française continue de reculer en 2014. Le nombre de porcs abattus a diminué de près de 1 % par rapport à 2013. Le prix du porc payé aux éleveurs a baissé de 10 % et les coûts de production restent élevés. La fermeture du marché russe début 2014 et une hausse de la production européenne explique la chute du cours du porc en France de 25 % au cours du second semestre 2014. Le prix de l'aliment reste élevé malgré une baisse de 14 % par rapport à 2013, mais la baisse tendancielle du prix des matières premières (céréales et soja) a été enrayée courant 2014 par une remonté rapide des cours sur le marché mondial.

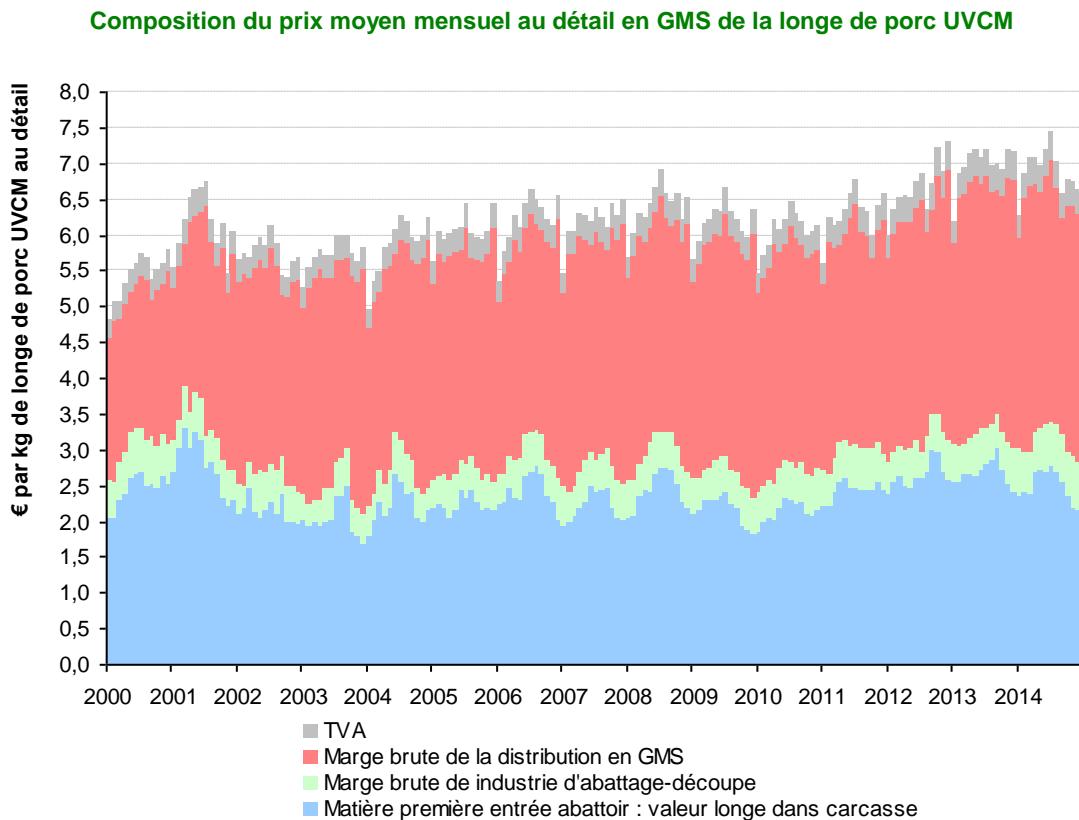
On observe en 2012 et en 2013, une hausse de la marge brute des GMS (+ 10 %). Cette évolution est corrélée à une hausse des cours du porc vif ces mêmes années et pourrait alors correspondre à un régime de marge de type plus proportionnel que constant²⁰.

Néanmoins, le niveau moyen annuel de la marge brute de la grande distribution est resté en 2014 quasi identique à 2013, à 3,4 €/kg, malgré la baisse des cours du porc vif en 2014. Pour leur part, les abattoirs ont maintenu leurs prix de vente de viande fraîche aux GMS et ainsi amélioré leur marge brute, dans un contexte d'offre nationale de viande de porc en baisse et de consommation des ménages en hausse. Selon les données du panel Kantar, en 2014 la consommation de porc frais a bénéficié d'un report des consommateurs, confrontés à une hausse des prix sur les autres viandes (bœufs, veau, agneau et volailles). Le prix au détail de la viande de porc en 2014 a baissé de 3 % par rapport à 2013 et les ventes ont progressé de 1,3 %.

Grosso-modo, en 2014, pour la longe en UVCM, la moitié de la baisse du coût de la matière première a été transférée au consommateur en 2014 (le coût de la matière première par kg de longe passe de 2,68 € en moyenne en 2013 à 2,50 € en 2014, soit -18 centimes, tandis que le prix au détail passe de 6,97 € à 6,88 €, soit -9 centimes).

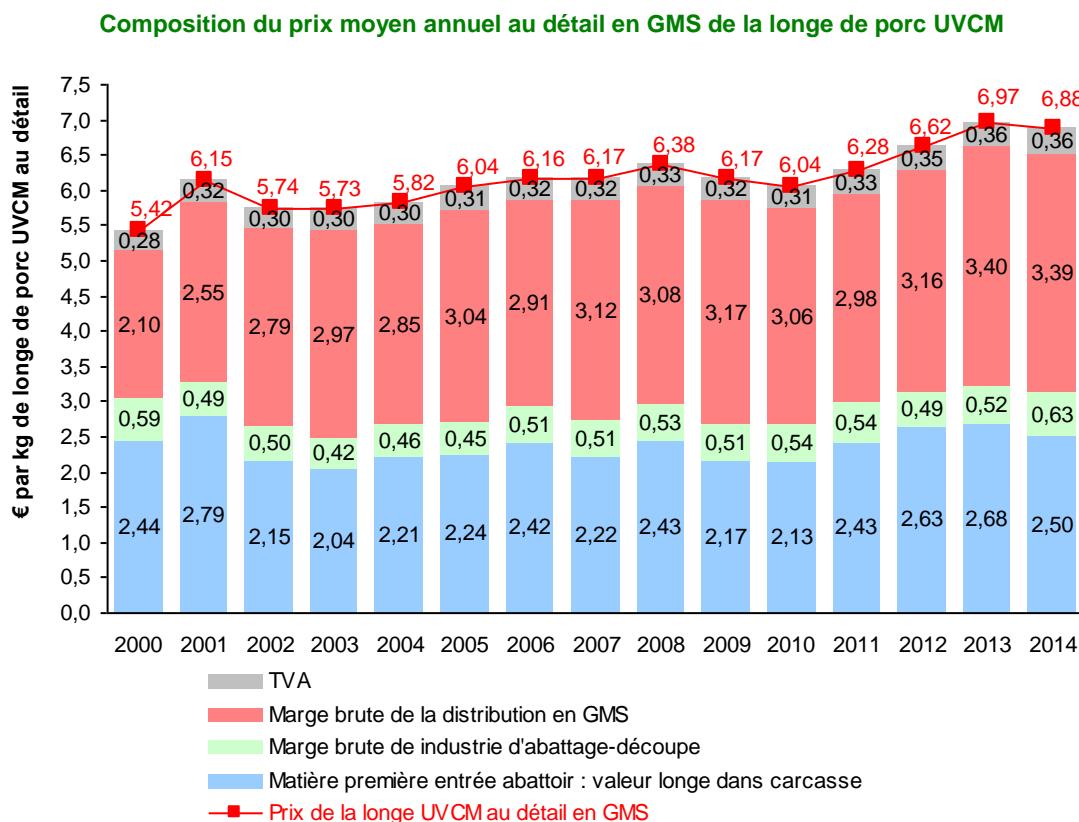
²⁰ Marge à tendance proportionnelle : la marge comprend un élément proportionnel au coût d'achat, élément positif (le prix de vente amplifie les variations, à la hausse comme à la baisse, du prix d'achat ; ou négatif : le prix de vente amortit les variations du prix d'achat). Marge à tendance constante : quel que soit le soit les variations du coût d'achat, la marge tend à être identique.

Graphique 10



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 11



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

3.2. Filière porc frais : la longe vendue en UVCI

On considère les deux principales UVCI issues de la longe : la côte de porc : Graphique 12 et Graphique 13, et le rôti de porc : Graphique 14 et Graphique 15.

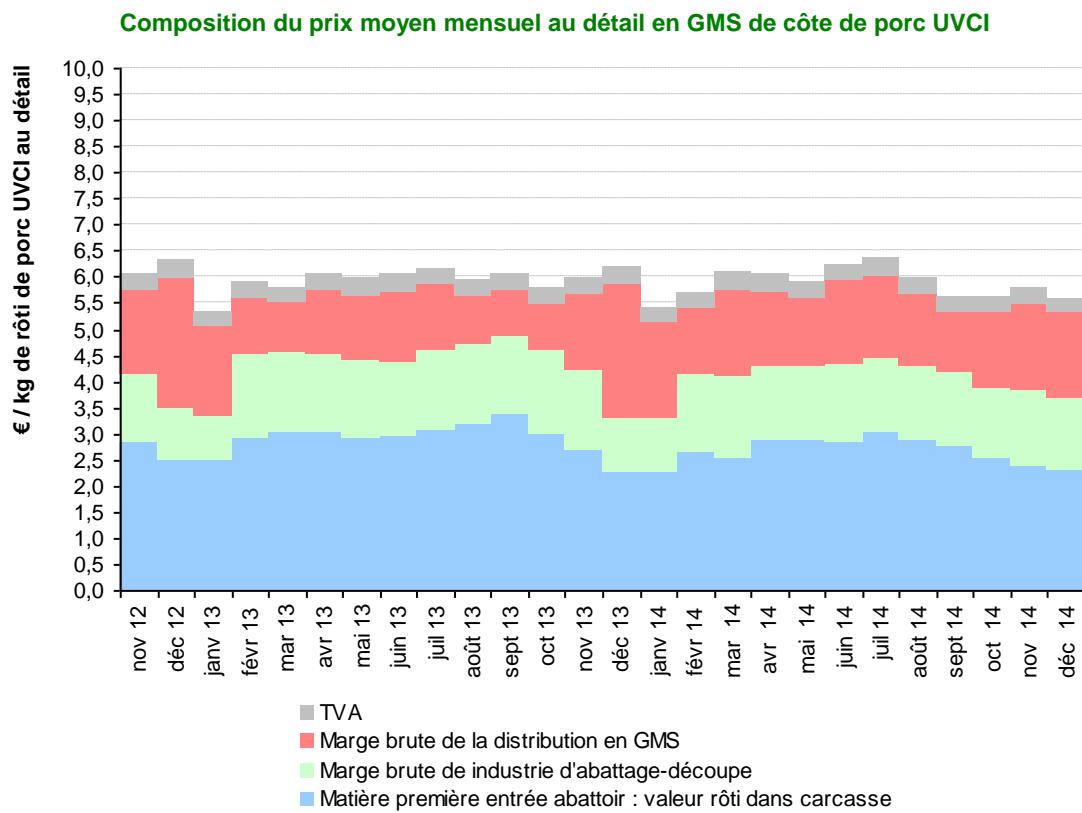
Pour les UVCI, la découpe finale et le conditionnement en « *barquette* » sont réalisés par l'industrie d'abattage-découpe, les GMS assurant la seule distribution du produit. Les articles vendus par les industriels de l'abattage-découpe sont plus ainsi plus élaborés, - les côtes sont détaillées et le rôti est découpé et paré -, et donc vendus plus cher qu'une longe ou une demi-longe. La marge brute de l'abattage-découpe, devant couvrir les charges afférentes à ces opérations, est plus importante que dans le circuit UVCM. Elle représente 23 % du prix final consommateur pour les côtes UVCI et 15 % pour le rôti UVCI contre à peine 9 % en filière longe vendue en UVCM. En valeur absolue, la marge brute de l'abattoir sur les UVCI (1,30 €/kg) est quasiment le double de celle sur les UVCM (0,60 €/kg).

En GMS, la marge brute sur côtes de porc en UVCI (1,49 € en 2014) est plus faible que celle sur les UVCM tous produits de longe (3,39 €) ; ce qui semble « *logique* » : la marge sur UVCM en GMS devant couvrir les opérations de transformation et de conditionnement en magasin. Toutefois cette « *logique* » ne se vérifie pas pour le rôti UVCI. Sa marge brute en GMS (3,92 € en 2014) est supérieure à celle des produits de longe UVCM (3,39 €). Ceci illustre, qu'outre le fait d'atteindre un objectif de couverture éventuelle des coûts directs, produit par produit, la détermination des prix dans la grande distribution résulte de péréquations de marges entre produits, régie par la concurrence et le consentement à payer du consommateur.

En 2014, en regard de la baisse significative (- 0,25 €/kg) du coût de la matière première entrée abattoir (découlant de la baisse du prix du porc à la production) et de la réduction de la marge brute de l'industrie d'abattage découpe (- 0,05 €/kg), le prix au détail des côtes UVCI a peu évolué (-0,06 €/kg), la marge brute de la GMS sur les côtes UVCI ayant ainsi progressé de 0,23 €/kg.

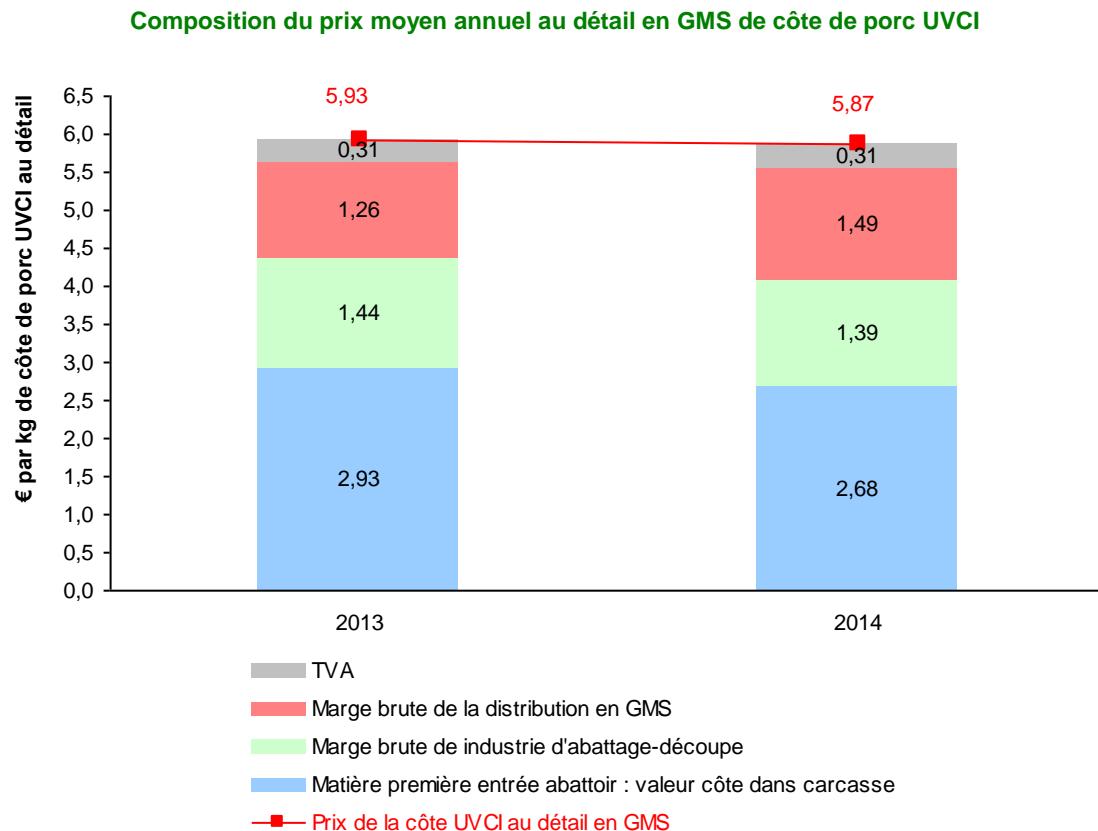
Mais, - et c'est une autre illustration des péréquations de marges en GMS et de la difficulté de tirer des lois générales de l'observation d'un seul produit -, pour le rôti UVCI, la baisse du prix de la matière première en 2014 (- 0,13 €/ kg) a été totalement répercutée au consommateur et même accentuée par une baisse supplémentaire de la marge brute de la GMS de -0,12 €/kg.

Graphique 12



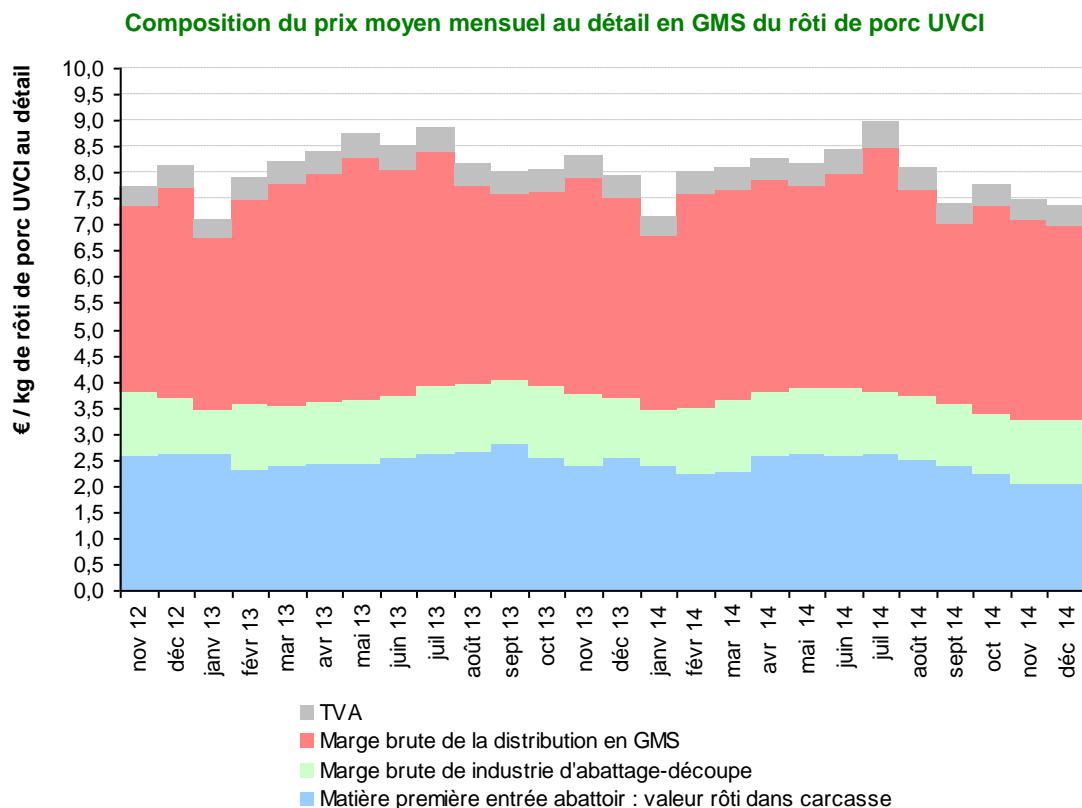
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 13



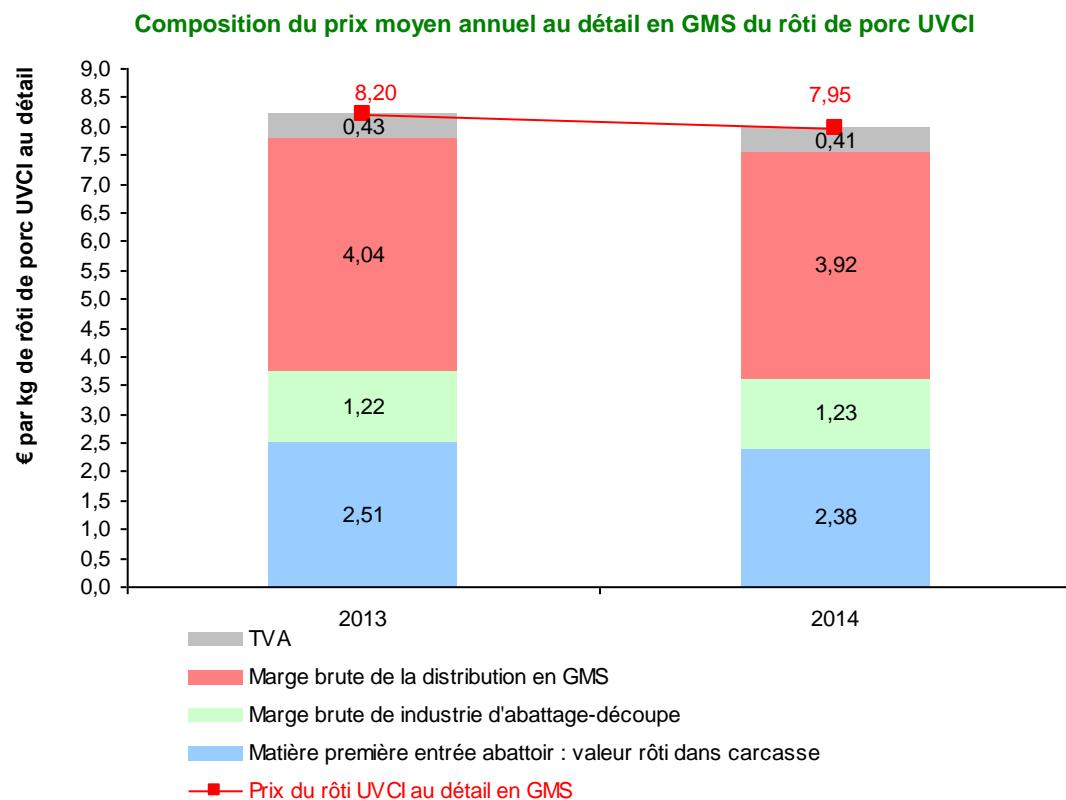
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 14



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 15



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

3.3. Filière charcuterie de porc : le jambon cuit

Le prix au détail du jambon vendu en GMS est peu fluctuant. Les variations mensuelles sont inférieures à 1 %. Les GMS négocient avec leurs fournisseurs de la salaisonnerie des contrats où le tarif est fixé pour plusieurs mois. Les salaisonniers achètent leur matière première, - la pièce de jambon sortie abattage-découpe -, à la semaine. Son prix, comme celui de la longe, suit avec une bonne corrélation linéaire celui des cours du porc frais payé à l'éleveur ; comme lui, il subit des variations importantes au cours de l'année. Comme évoqué plus haut, le prix du porc frais est défini de manière hebdomadaire en fonction de l'offre et de la demande sur les marchés européens et les pays tiers.

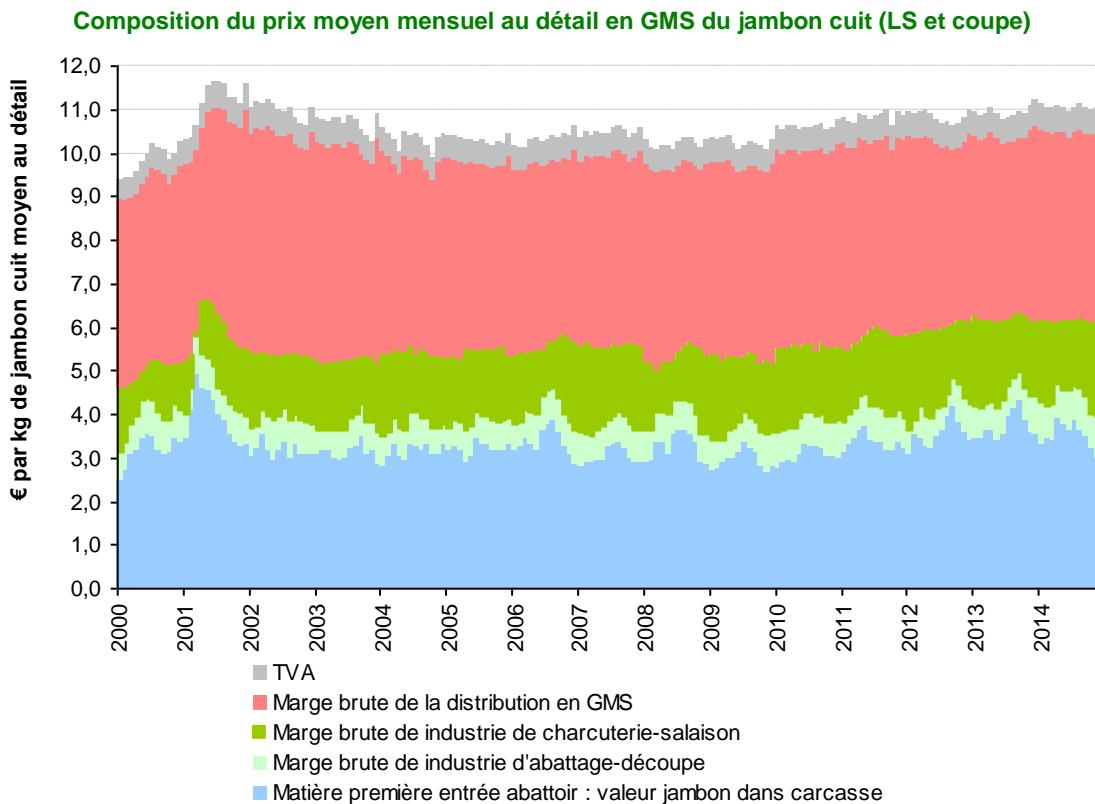
Avec des prix de vente relativement stables et un prix de matière première (pièce de jambon frais) plus volatil, la marge brute de l'industrie de la salaisonnerie peut varier fortement d'un mois sur l'autre. Sur plusieurs années, la tendance est à une hausse des coûts de main-d'œuvre et d'énergie qui explique essentiellement l'augmentation de la marge brute de l'industrie de la salaisonnerie, le taux de résultat courant dans le chiffre d'affaires étant en baisse. La marge brute de l'industrie de la charcuterie-saisonnerie représente 16 % du prix payé par le consommateur en 2013-2014.

La marge brute des GMS est restée relativement stable depuis le milieu des années 2000, représentant entre 40% et 44% du prix payé par le consommateur. Depuis 2010, la marge brute des GMS diminuait de quelques centimes chaque année : en raison d'une forte concurrence entre enseignes sur ce rayon, la distribution amortissait la hausse des prix et des coûts transmise par son amont. Autre élément d'explication à cette diminution observée de la marge brute au détail : elle est, certaines années, concomitante avec une baisse du prix moyen au détail. Ceci peut être éventuellement dû à un « *effet qualité* » : les prix au détail utilisés pour le calcul sont des prix d'achat moyens des jambons cuits, pondérés par les quantités. Or, au sein de cette catégorie de produits, les achats des consommateurs ont pu s'orienter d'avantage certaines années sur des articles moins chers ou sur des promotions plus importantes.

En 2014, après plusieurs années de hausse, le coût de la matière première a reculé. Cette baisse n'a pas été répercutée aux consommateurs, mais a permis de consolider les marges de la GMS et de l'abattage qui progressent 0,15 €/kg chacune. Le maillon de la charcuterie-saisonnerie augmente plus modestement sa marge brute de 0,06 €/kg.

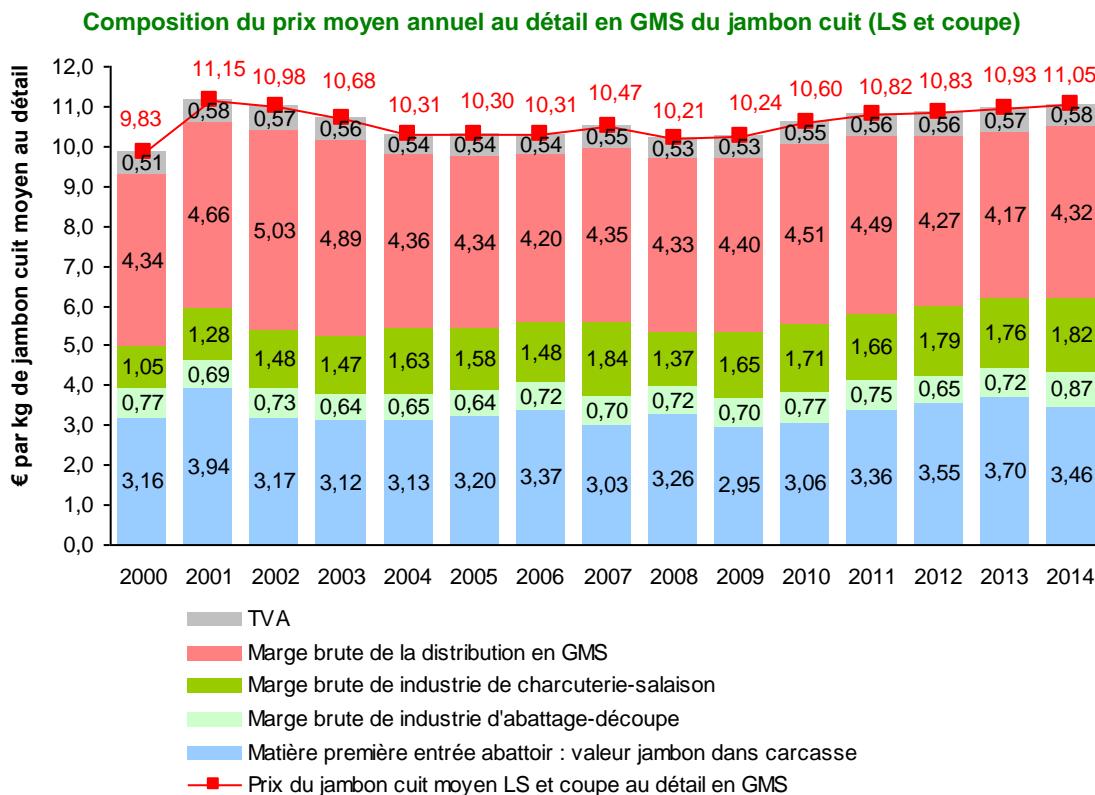
Depuis 2009, le prix du jambon cuit progresse régulièrement sans que la consommation n'en soit affectée. En effet, les volumes d'achat des ménages augmentent chaque année, selon le panel Kantar. Le consommateur plébiscite ce produit pour sa praticité et son prix relativement faible à la portion. En 2014, selon les données du panel Kantar, les achats des ménages de jambon cuit ont progressé de 0,4 % pour un prix en hausse de 1,3 %. La consommation progresse sur le libre-service (+ 1,1%) aux dépens de la coupe (-2,3 %).

Graphique 16



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, FICT, Kantar Worldpanel

Graphique 17



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, FICT, Kantar Worldpanel

4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE PORCINE

- a) Le Graphique 18 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du porc entrée abattoir avec l'indice du prix de l'aliment pour porc.
- b) Le Graphique 19 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » de la longe sortie abattage-découpe avec l'indice du coût en matière première entrée abattoir de la longe.
- c) Le Graphique 20 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » de la longe au détail avec l'indice du prix de la longe sortie découpe.
- d) Le Graphique 21 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon sortie abattage-découpe avec l'indice des coûts en matière première entrée abattoir du jambon
- e) Le Graphique 22 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon cuit sortie charcuterie-salaison avec l'indice des prix du jambon sortie abattage-découpe.
- f) Le Graphique 23 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon cuit au détail en GMS avec l'indice des prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison.

Ces prix « *simulés* » sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge sur aliment de l'élevage (a) ou de la marge brute de chaque maillon de l'aval (b, c, d, e, f) au niveau moyen qu'elle présentait de 2002 à 2004, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation.

Pour un produit donné issu d'un stade donné du circuit (entrée abattoir, abattage-découpe, charcuterie-salaison, détail en GMS), le prix simulé à une date donnée P_{St} est égal à la marge brute de référence MB_R ajoutée au coût d'achat à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R est la différence entre le prix de vente en période de référence, P_0 , moins le coût d'achat à cette même période C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'IPC entre la période de référence et la date en cours (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût C_t est égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix des CI (a) ou entrée abattoir (b) (rapport p_t sur p_0) :

$$C_t = C_0 \frac{p_t}{p_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

Le prix du porc à la production est généralement en dessous du prix simulé (Graphique 18), qui assurerait un maintien de la marge de l'élevage sur aliments au niveau de référence (ici, moyenne 2002-2004, inflation incluse).

Le prix des pièces de longe et de jambon sortie abattage-découpe suivent de très près leur prix simulé (Graphique 19 et Graphique 21), répercutant très directement les variations du prix du porc à la production.

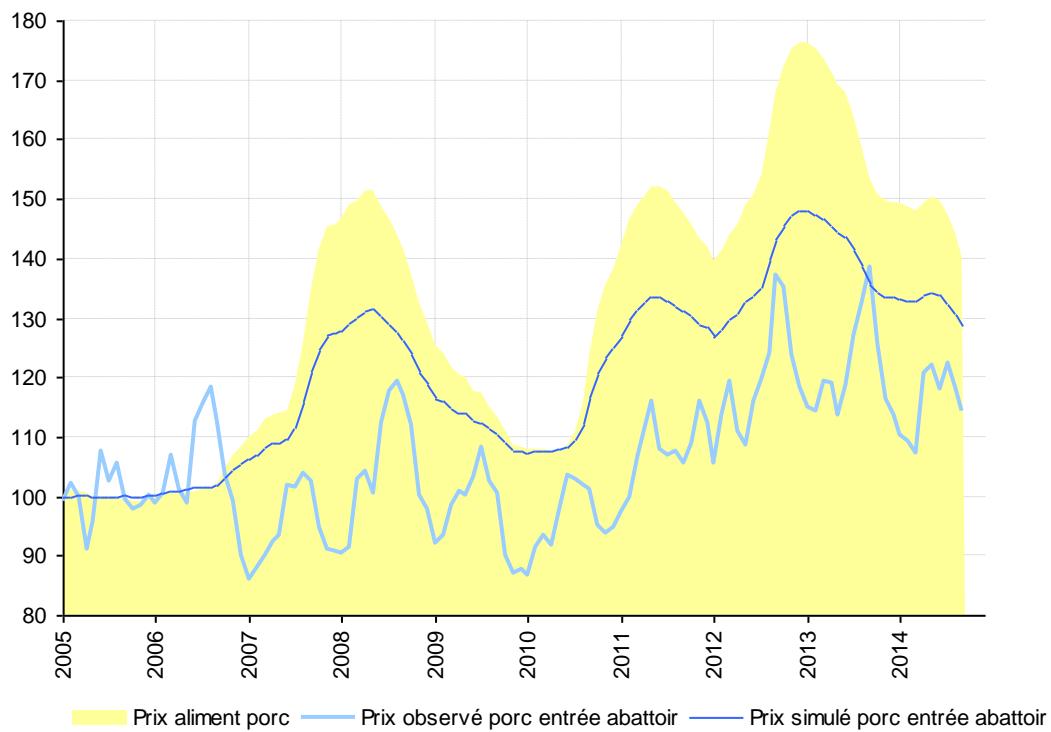
Le prix au détail en GMS des produits de longe (côtes, rôtis) présente une saisonnalité marquée avec une baisse en fin d'année et une hausse estivale (Graphique 20), qui amplifie, surtout à la baisse via des promotions, la simple répercussion des variations du prix de la longe sortie découpe représentée par le prix simulé.

Le prix de livraison des jambons cuits par l'industrie de la charcuterie à la distribution lisse les variations du prix de la pièce de jambon sortie découpe (Graphique 22).

Au détail, le prix du jambon cuit « *moyen* » en GMS est depuis 2012 nettement inférieur à son prix simulé qui aurait maintenu la marge brute des GMS sur le jambon au niveau de référence, inflation incluse (Graphique 23). Ceci peut être dû à une concurrence accrue entre enseignes sur ce produit, mais aussi à un changement qualitatif de l'offre et des achats des consommateurs suivis par le panel Kantar (davantage d'achats de produits à marge plus faible). A noter également qu'un prix réel devenu durablement inférieur au prix simulé indique une maîtrise croissante des charges (autres qu'achat du produit), liée à des gains de productivité, ou un « *rognage* » des marges sous l'effet de la concurrence.

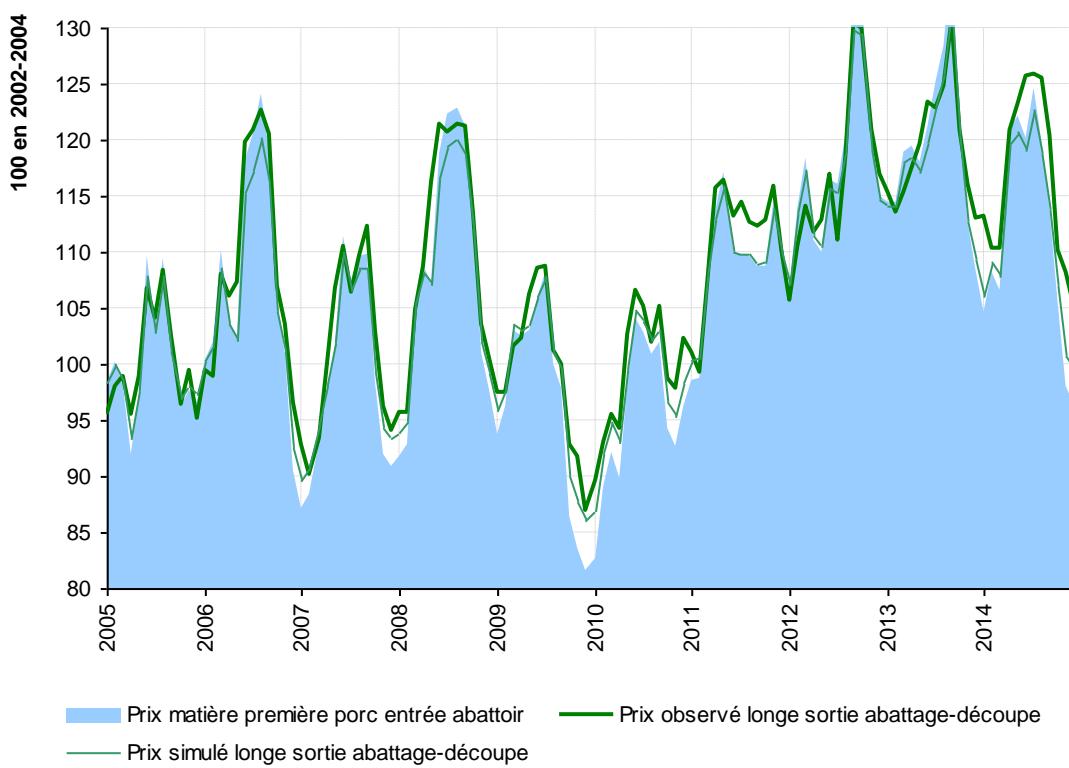
Graphique 18

Relation entre prix de l'aliment pour porc et prix du porc à la production

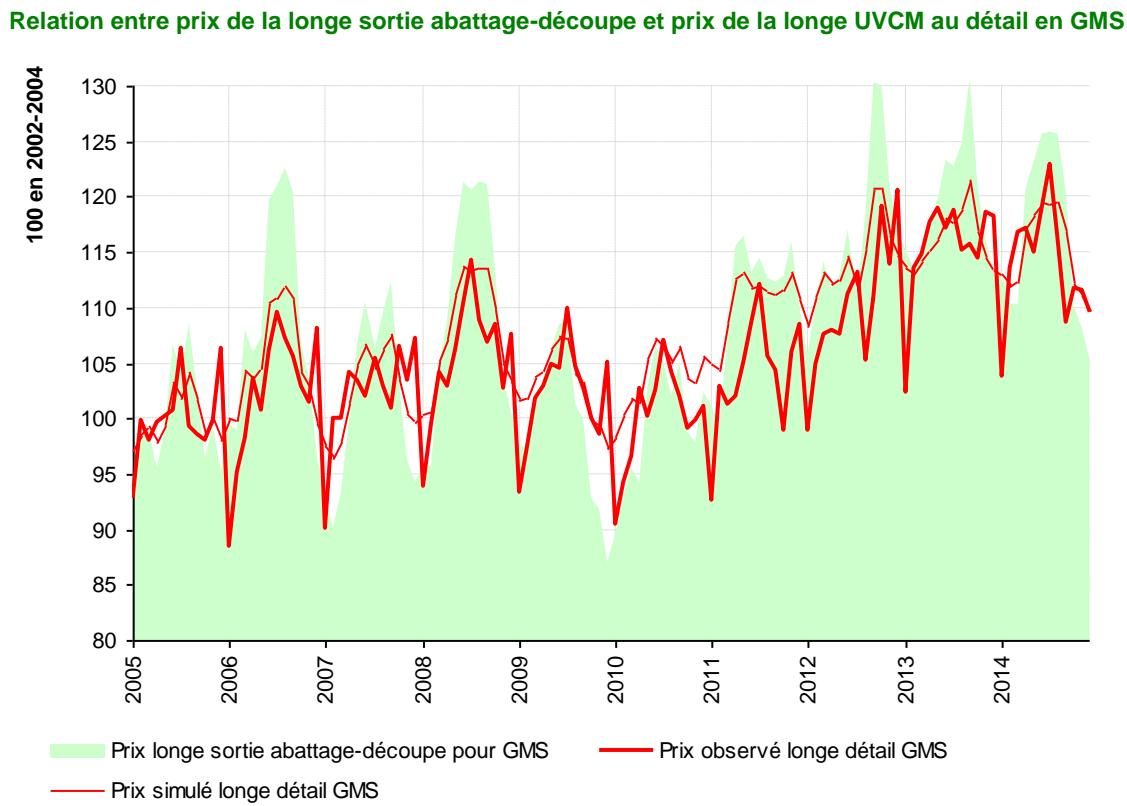


Graphique 19

Relation entre prix du porc entrée abattoir et prix de la longe sortie abattage-découpe

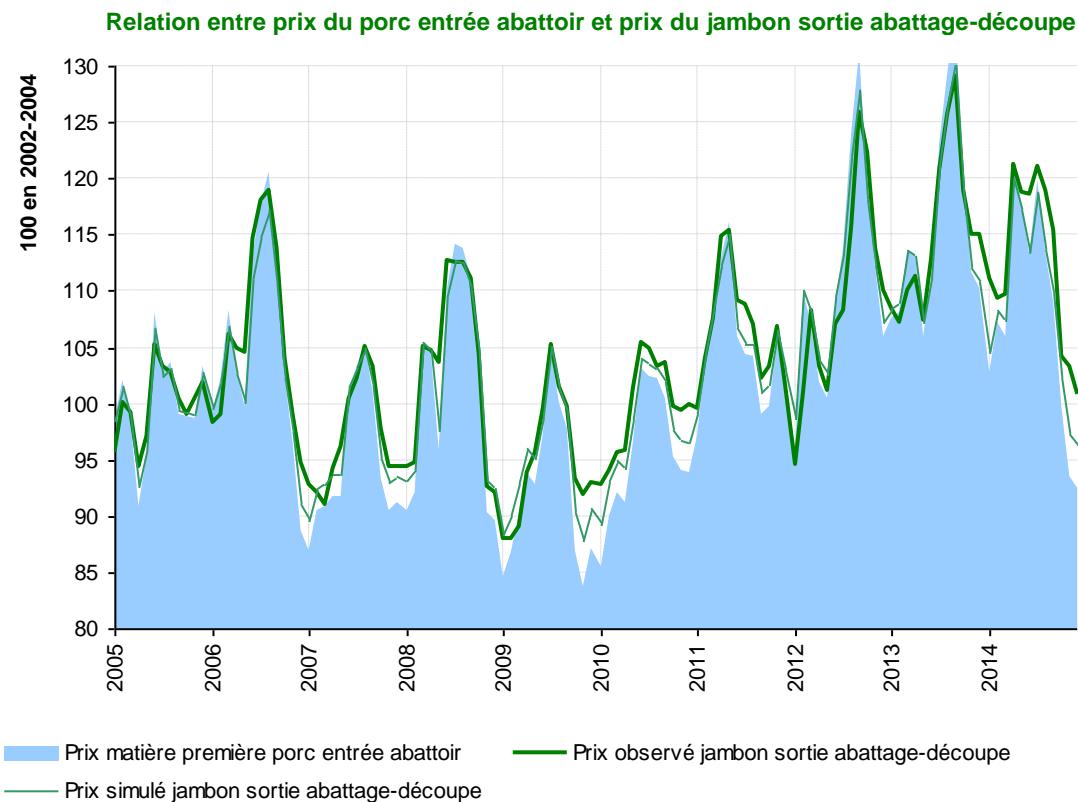


Graphique 20



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

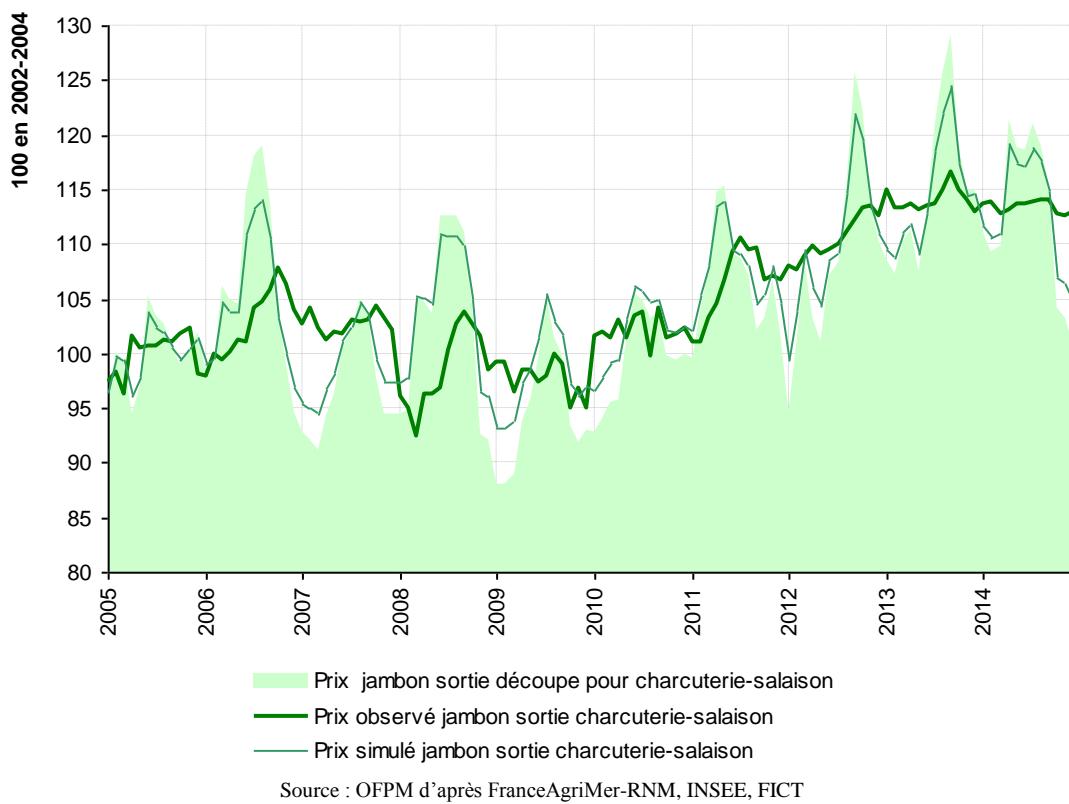
Graphique 21



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

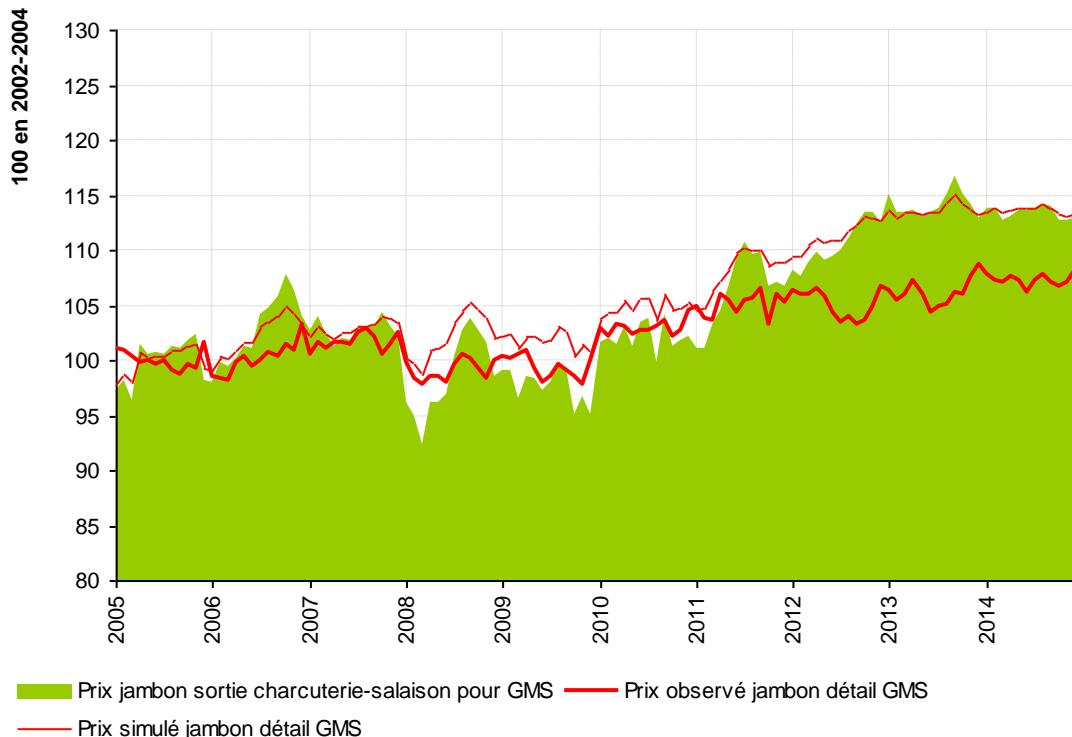
Graphique 22

Relation entre prix du jambon sortie abattage-découpe et prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison



Graphique 23

Relation entre prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison et prix du jambon cuit au détail en GMS



5. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE PORCIN ET COÛT DE PRODUCTION DU PORC EN ÉLEVAGE

5.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées en production porcine

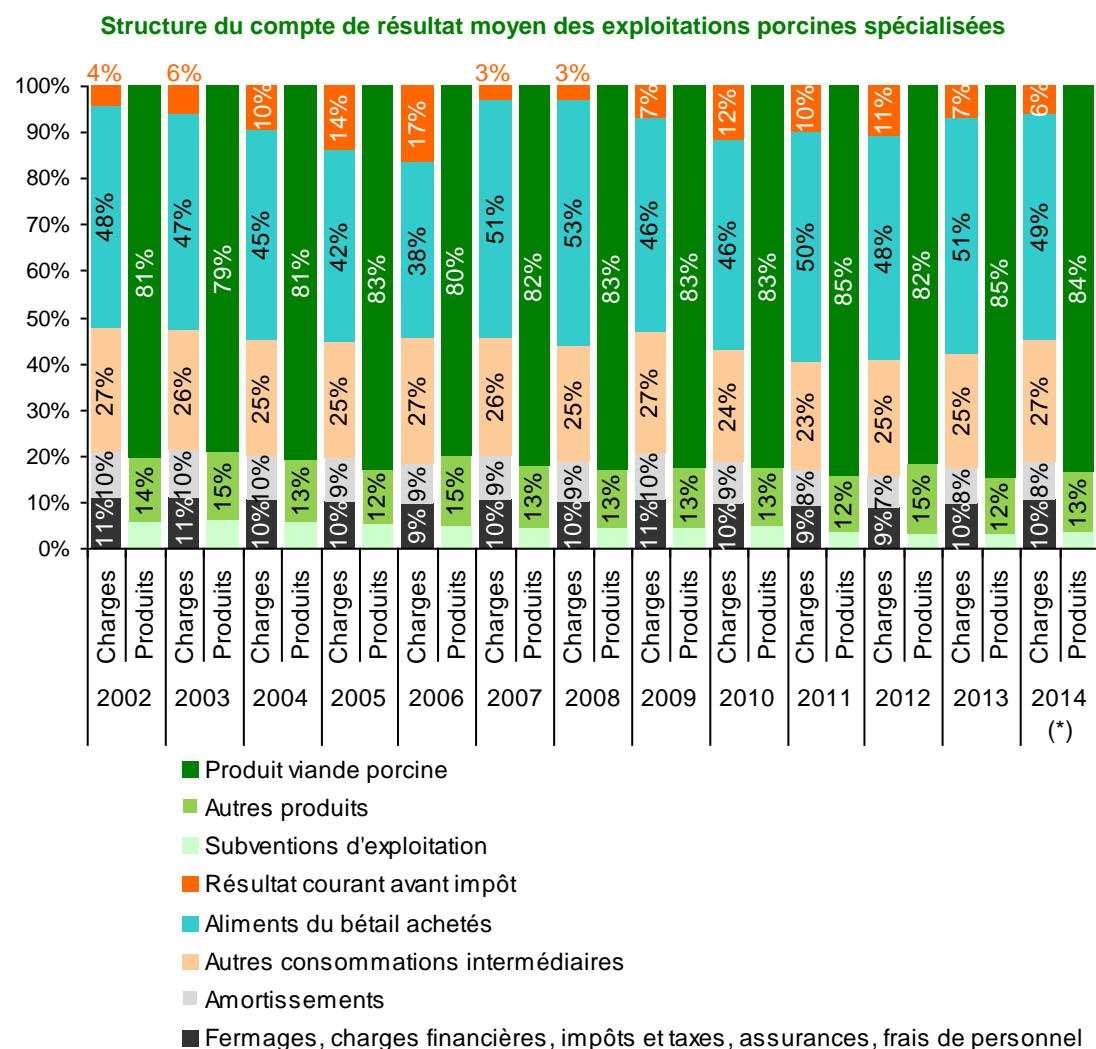
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de porcs, issu du RICA, est constitué de 152 à 181 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 5 314 à 6 689 exploitations. Dans cet échantillon, la production de porcs constitue plus de 85 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 3 % à 17 %. La part de l'aliment dans les charges est très forte, de 38 % en 2006 à 51 % en 2013.

Les résultats 2014 sont simulés. Les évolutions du prix du porc (IPPAP porcins) et des aliments pour porcins (IPAMPA aliments pour porcins) en 2014 sont appliquées à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

Ainsi, en 2014, la baisse de 8 % des prix du porc n'est que partiellement compensée par la baisse de 12 % des prix de l'aliment. Le résultat courant avant impôt passe de 7 % des produits en 2013 à 6 % des produits en 2014, et de 29 200 € par travailleur familial en 2013 à 23 700 € en 2014.

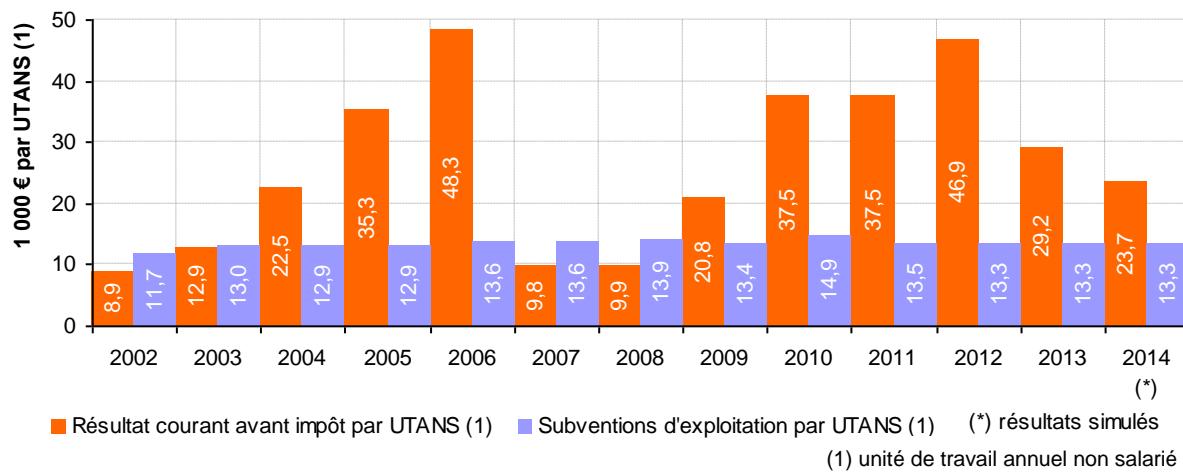
Graphique 24



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE pour simulation 2014

Graphique 25

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations porcines spécialisées



Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2014

5.2. Coût de production du porc en élevage

L'analyse de l'IFIP s'appuie sur les résultats d'un modèle de calcul de coût de production prenant en compte :

- les performances techniques, les prix de vente du porc et les charges alimentaires des élevages suivis en Gestion Technico-Economique (GTE), soit 46 % des élevages français de plus de 50 truies en 2013,
- les charges de structure d'un échantillon composé du groupe GTE-TB (Tableau de Bord), représentant environ 9 % des élevages français de plus de 50 truies, et d'exploitations bretonnes, suivies par le CER France Bretagne (environ 400 exploitations).

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération pour le travail familial simulée à hauteur de 1,5 SMIC brut horaire par unité de main d'œuvre (majorée d'une partie des cotisations sociales de l'exploitant affecté à l'atelier porcin), ainsi qu'une rémunération simulée des capitaux personnels (au taux d'intérêt du marché).

Le coût de production du porc dépend fortement du prix de l'aliment et donc du cours des matières premières. La part de l'alimentation dans le coût de production total varie de 59 % à 66 % entre 2009 et 2014 (proportion supérieure à celle vue plus haut sur la base du RICA car elle était rapportée non pas au seul produit porcin mais à l'ensemble des produits des exploitations). Il est à noter que les variations des prix des aliments s'observent avec un certain décalage. Le coût alimentaire pris en compte est celui de l'aliment consommé dans la période et non celui de l'aliment consommé par les animaux vendus lors de cette période.

Le coût de production et le prix du porc à l'élevage varient fortement d'une année à l'autre, ce qui entraîne des variations de rentabilité de forte amplitude.

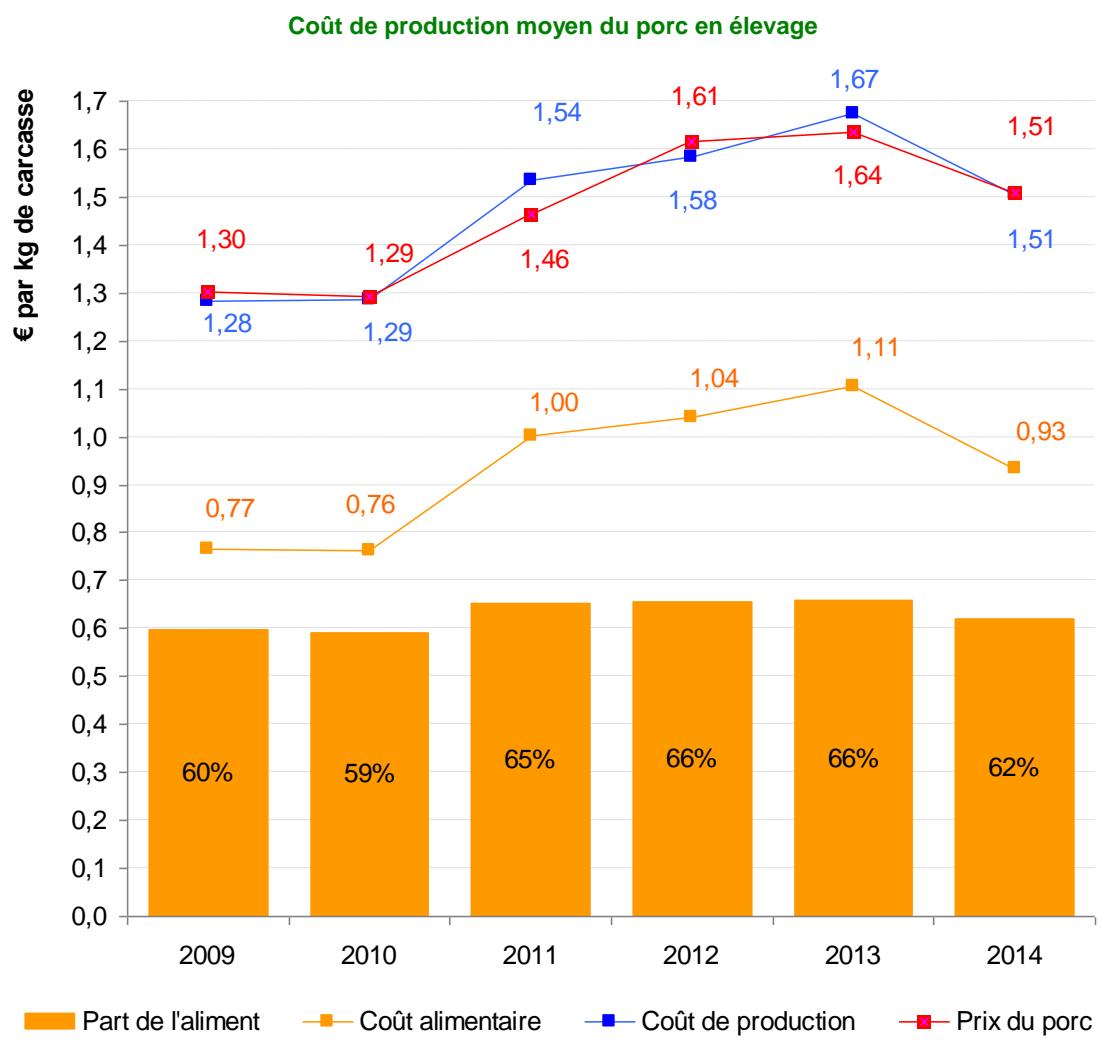
Sur la période 2009-2014, le coût de production du porc s'établit en moyenne à 1,48 €/kg de carcasse avec des variations entre 1,28 €/kg en 2010 à 1,67 €/kg en 2014 (résultats provisoires).

Le prix du porc²¹ est en moyenne de 1,47 €/kg allant de 1,29 €/kg en 2010 à 1,64 €/kg en 2014 (résultats provisoires).

Il en résulte une marge nette de - 1 ct/kg en moyenne sur la période 2009-2014, variant entre - 7 ct/kg en 2011 et + 3 ct/kg en 2012.

²¹ Produit moyen perçu par l'éleveur pour la vente d'un kg de carcasse de porc, pour la qualité moyenne produite, net de cotisations et prélèvements, relevé dans les différentes exploitations de l'échantillon GTE.

Graphique 26



6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DES FILIÈRES VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE ET COÛT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DÉCOUPE DE PORCS

6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de boucherie spécialisées en viande porcine

Le SSP a sélectionné les entreprises de transformation dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de porcins constituaient une part importante (plus de deux tiers) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 42 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (76% en 2012) du poste « *Marchandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, en valeur, la part de ce poste augmente de 3 points entre 2010 et 2012.²²

La part des autres postes diminue corrélativement.

Les « *autres achats et charges externes* » comprennent des charges de sous-traitance, non négligeables dans le secteur, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim) et des consommations intermédiaires et services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels...

Le poids des frais de personnel est d'un peu moins de 10% en moyenne de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 10% sur la période.

La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 27.

La part du résultat courant est en baisse, pratiquement nulle en 2012 et 2010 et de 1,1% en 2011. Rappelons toutefois qu'il s'agit des résultats des seules unités légales classées dans le secteur industriel : lorsque ces entreprises appartiennent à des groupes, il est possible que leurs ventes soient en fait des cessions internes à d'autres unités du groupe ayant une activité commerciale et où se réalise le résultat.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif ESANE pour 2013 (du moins à ce niveau de nomenclature de secteur et de charges) et, a fortiori, pour 2014 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, les évolutions suivantes de la structure du compte :

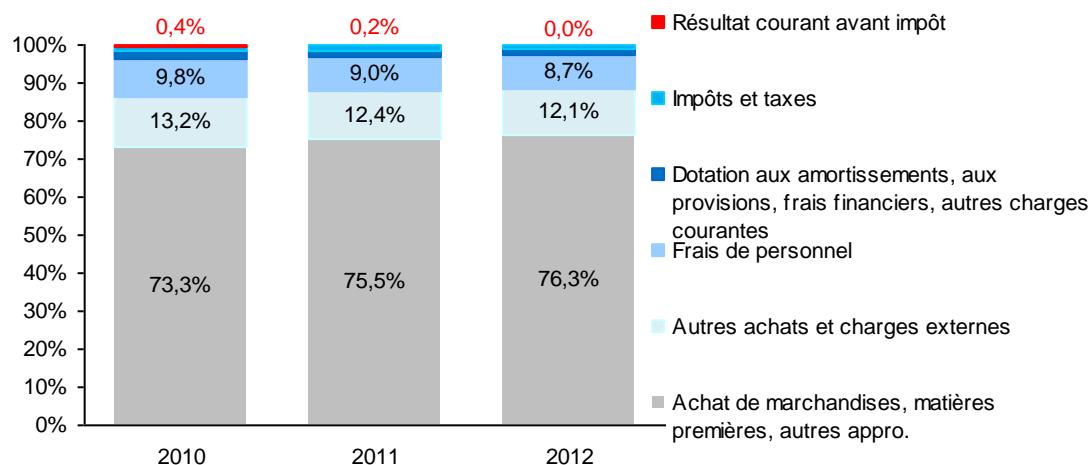
- une augmentation du poids des achats de matière première en 2013, sous l'effet de la hausse des prix des porcs, est probable dans la mesure où celle-ci n'est pas parue intégralement transmise à l'aval, comme on l'a vu dans le suivi des prix et des marges brutes sur la longe présenté en partie 3. Toutefois, les données du panel d'entreprises de FranceAgriMer (ci-après, partie 6.2. et Graphique 28) n'indiquent qu'une très faible progression du poids de la matière première dans le produit en 2013 par rapport à 2012 ;
- une baisse du poids de la charge en matière première en 2014, consécutive à la baisse des prix des porcs, est probable car on a vu par ailleurs, au moins pour certains produits (parties 3), que le secteur n'a pas intégralement répercuté cette baisse à l'aval, ce que confirme aussi les données du panel d'entreprises de FranceAgriMer (ci-après, partie 6.2. et Graphique 28).

L'Encadré 3, page 105 retrace le projet de constitution d'un indice des coûts unitaires dans le secteur (hors matières premières, dont l'évolution des prix est appréhendable par les indices des prix agricoles à la production). L'indice montre une progression des coûts plus marquée avant 2013. Compte tenu de sa composition, l'évolution de cet indice est fortement déterminée par celui du coût du travail (77% de la composition de l'indice). A noter qu'il s'agit à ce stade d'une première approche, améliorable.

²² Signalons que s'agissant de pourcentage du produit total, la hausse de la part du poste « *matières premières...* » indique (toutes choses égales par ailleurs) une transmission de cette hausse dans le prix de vente avec un taux de marge brute (rapport marge sur produit) en diminution, non une marge brute en diminution en valeur absolue.

Graphique 27

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de boucherie spécialisées dans l'espèce porcine



Source : OFPM par SSP d'après ESANE

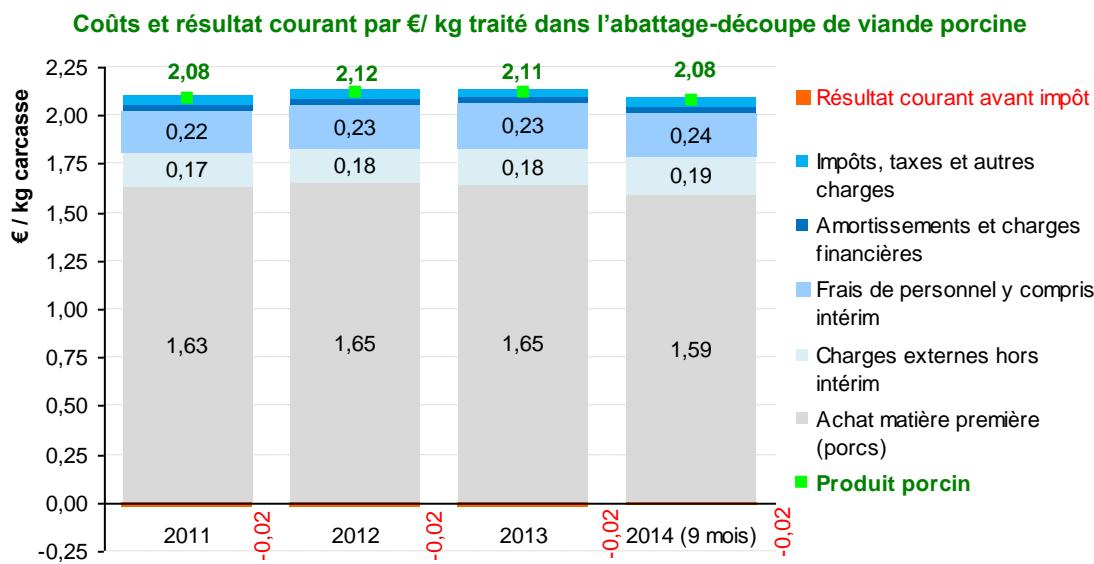
6.2. Coûts par kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe-transformation de viande bovine

FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts, des marges et des résultats des entreprises d'abattage et de 1^{ère} transformation de la viande porcine en relation avec l'évolution de la conjoncture. L'étude est réalisée auprès de 7 entreprises et groupes d'entreprises ne transformant que des porcins et ayant traité plus d'un million de tonnes de viande de porc en 2013, ce qui représente 43% du marché national et 56% des abattages contrôlés.

Sur la période suivie, les opérateurs affichent en moyenne des résultats courants négatifs. Au 30 Septembre 2014, en cumul, comparé à la même période de 2013, la marge brute s'améliore, avec la baisse du prix du porc et sous l'effet des bonnes performances du 3^{ème} trimestre, tandis que les charges sont bien maîtrisées. Cette évolution n'est toutefois pas suffisamment marquée pour inverser la tendance du résultat courant qui reste négatif (- 2 cts d'€/kg traité).

Parmi les charges du secteur, la suppression de la taxe d'abattage et sa substitution par une CVO spécifique à l'équarrissage auprès de l'interprofession (INAPORC) sont intervenues à partir du 20 juillet 2009 (1^{er} octobre 2013 pour les ruminants et équidés).

Graphique 28



Source : FranceAgriMer

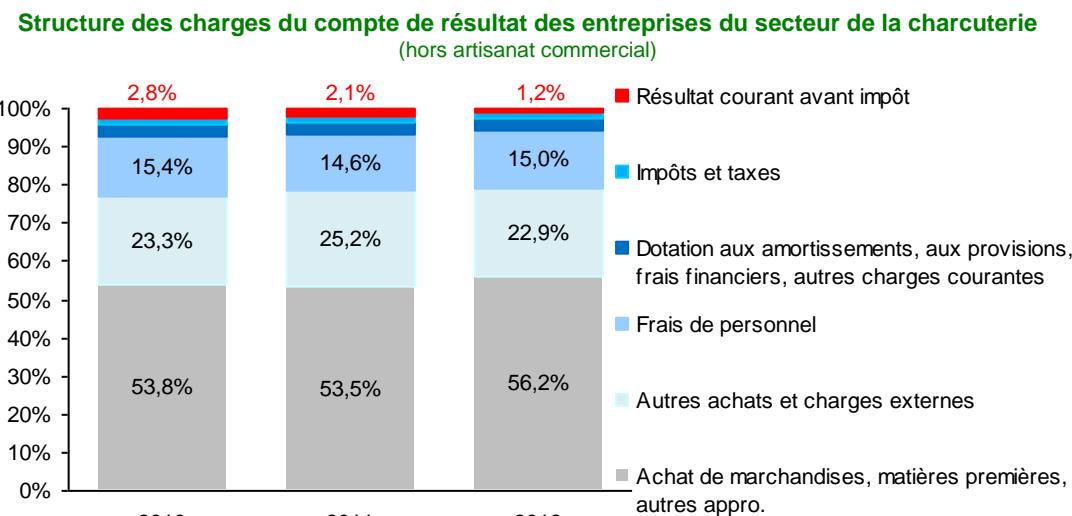
6.3. Structure des charges des entreprises du secteur de la charcuterie

Le secteur dit de la 2^{ème} transformation du porc²³ subit également la hausse des prix du porc, indirectement via son fournisseur, l'abattage-découpe, qui transmet assez intégralement les variations de prix de sa propre matière première.

La hausse du poids du poste « matières premières » en 2012 indique qu'en moyenne le taux de marge est inférieur à celui de 2011. La hausse du coût en matière première a été moins fortement répercutée sur l'aval.

On constate une érosion importante du taux de résultat courant sur chiffre d'affaires et un poids stable des frais de personnel (autour de 15%).

Graphique 29



Source : INSEE (ESANE, données publiées)

²³ On notera que ces désignation des stades industriels varient selon les filières : en bovins, la 1^{ère} transformation est la « production de la carcasse », soit l'abattage et les opérations de désassemblage de celle-ci en quartiers, la 2^{ème} transformation étant le désossage conduisant à la production de pièces de muscles, la 3^{ème} transformation désignant la production de morceaux consommables. En porcin, le terme 2^{ème} transformation est réservé à la charcuterie, la 1^{ère} transformation étant alors l'ensemble de l'abattage-découpe et production de pièces de viande de porc frais.

Encadré 3

Etablissement d'un indice des coûts dans l'abattage-découpe*Etat d'avancement des travaux*

A la demande du secteur, l'observatoire a entrepris de construire un indice d'évolution des coûts unitaires dans l'abattage-découpe, qui synthétise les évolutions de prix des différents intrants du secteur, en les pondérant par la structure de ses charges en année de référence. La structure des charges d'exploitation en année de référence a été, dans un premier temps, calculée sur la base du compte de résultat moyen du secteur correspondant à l'abattage-découpe d'animaux de boucherie : 10.11 – Transformation et conservation des viandes de boucherie (sans sélection sur l'espèce animal dominante, à ce stade), en 2012, source ESANE (INSEE). On se limite aux charges d'exploitation (donc hors charges financières ou exceptionnelles).

On considère que l'évolution du prix des matières premières et autres approvisionnement (MPA) suit les indices de prix des produits agricole à la production (IPPAP) des animaux de boucherie

On s'intéresse donc ici à la construction d'un indice de prix des charges « hors MPA » (le prix des matières premières du secteur étant facile à suivre avec les indices existants : IPPAP).

Tableau 10

Structure des charges d'exploitation du secteur abattage-découpe d'animaux de boucherie en 2012

| | (A) - % des charges d'exploitation | (B) - % des charges d'exploitation prises dans l'indice hors MPA |
|---|------------------------------------|--|
| Matières premières, autres approvisionnements (MPA) (1) | 69,9% | |
| Autres achats et charges externes (AACE) (2) | 16,2% | |
| - dont énergie (3) | | 4,46% |
| - dont sous-traitance (4) | | 14,62% |
| - dont locations équipement (4) | | 0,53% |
| - dont location immobilier (4) | | 3,21% |
| Frais de personnel, y compris externe (5) | 11,5% | 77,18% |
| impôts, taxes, versements assimilés (6) | 1,6% | |
| autres charges d'exploitation (7) | 0,1% | |
| | 100,0% | 100,0% |

Source : OFPM d'après ESANE (INSEE), SSP

(1) suivi par IPPAP Animaux de boucherie, pondérés par abattages en valeur

(2) seuls les postes ci-après peuvent être distingués au sein de l'ensemble des AACE.

(3) estimé d'après l'enquête sur la consommation d'énergie dans les IAA (SSP)

(4) détaillé dans ESANE

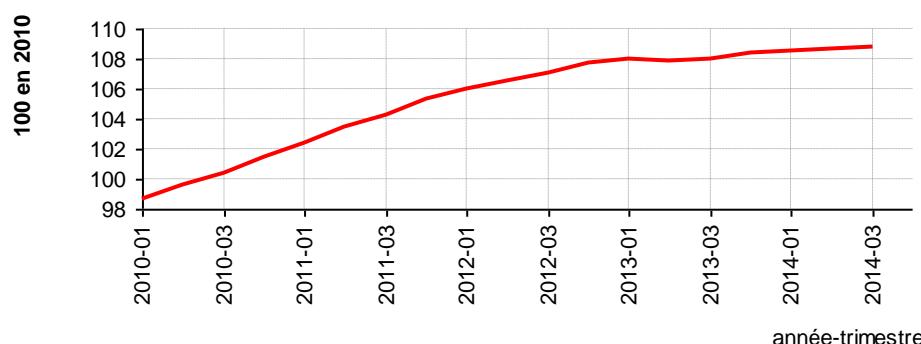
(5) frais de personnel externe à l'entreprise : poste d'AACE détaillé dans ESANE

(6) non pris en compte dans l'indice de coût à ce stade, nécessite un suivi *ad hoc* de l'évolution des taxes et cotisations spécifiques du secteur

(7) négligeable.

Une part importante des AACE n'est pas détaillée dans ESANE et ses composantes ne peuvent donc pas être affectées de coefficients de pondération et d'indices précis. Parmi ces AACE, entre autres postes importants dans le secteur, figure la consommation en eau. Les postes retenus à ce stade dans l'indice de coûts dans l'abattage-découpe sont ceux pondérés dans la colonne (B) du Tableau 10. Pour chaque poste retenu, on dispose d'un indice INSEE du prix des intrants correspondants, que l'on affecte de la pondération précitée.

Graphique 30

Evolution des coûts unitaires hors matières premières dans le secteur Transformation et conservation des viandes de boucherie (provisoire)

Source : OFPM d'après ESANE (INSEE), SSP

7. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE ET CHARCUTERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

7.1. Les rayons boucherie et charcuterie par rapport aux autres rayons étudiés

Avec respectivement 16 % et 15 %, les rayons boucherie et charcuterie ont un poids comparable dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés. Le rayon charcuterie se distingue ensuite par une contribution plus importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (17 % contre 13 %) et surtout par sa marge nette, positive alors que celle du rayon boucherie est négative.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers (rare en porc frais), ou découpe à partir de PAD (pièces de muscles prête à découper) ou longes en porc frais ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés. En charcuterie, ce taux est de 11 % ; les personnels dédiés de ce rayon sont ceux des rayons à la coupe, en vente assistée, ou préparant des portions préemballées.

7.2. De la marge brute à la marge nette dans les rayons boucherie et charcuterie

7.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longes, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (peu fréquent toutefois en viande de porc), élaboration d'UVCM. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre sa dimension strictement commerciale, a une dimension de marge de 2^{ème} et 3^{ème} transformation de la viande.

La marge « *semi-nette* » descend ainsi à 14,1 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,9 € pour 100 € de ventes, passant à -1,2 € après répartition de l'impôt sur les sociétés. Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se basant sur l'écart moyen ; la marge nette est négative dans cinq des sept enseignes étudiées.

7.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont assez conséquents du fait de la présence de rayons de vente à la coupe, voire de préparation de portions-consommateur mises en libre-service. Toutefois, à la différence du rayon boucherie (et surtout pour sa partie bovine), il n'y a pas dans le rayon charcuterie d'activité de transformation importante (désossage, découpe de grosses pièces).

La marge « *semi-nette* » se situe ainsi à 26,5 € en moyenne. Malgré le poids assez élevé des autres charges dans le chiffre d'affaires, la marge nette est en moyenne de 5,5 € (après IS) pour 100 € de chiffre d'affaires, soit la plus élevée des rayons étudiés, et ce avec une dispersion entre enseignes plus faible que pour les marges nettes des autres rayons : de 1 à 4 environ en se basant sur l'écart moyen ; la marge nette est positive dans l'ensemble des enseignes étudiées.

7.3. Détail des charges du rayon boucherie et du rayon charcuterie

7.3.1. Détail des charges en rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent les frais de personnel non dédié au rayon et d'autres

charges communes (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

7.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement près de 9 € de charges directes (dont environ 7 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 19 €, principalement les frais de personnel hors celui dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

Soit au total près de 28 € pour 100 € de chiffre d'affaires, un niveau de charges légèrement en dessous de la moyenne de celui observé tous rayons (31 €), et qui s'impute sur une marge brute au-dessus de la moyenne (32 €), laissant donc une marge nette rapportée au chiffre d'affaires élevée en moyenne, venant au 1^{er} rang des rayons étudiés.

Tableau 11

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie

| | Boucherie | | Charcuterie | |
|--|--|--|--|---|
| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 75,1 | | 66,8 | |
| Marge brute | 24,9 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. | 33,2 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>très peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 10,9 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne. | 6,7 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 14,1 | | 26,5 | |
| Autres charges | 16,0 | | 17,8 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,9 | | 8,7 | |
| Impôt sur les sociétés | -0,7 | | 3,1 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,2 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 2,0 € (*) de la marge nette moyenne de -1,2 €. | 5,5 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 1,4 € (*) de la marge nette moyenne de 5,5 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Tableau 12

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie

| | | Boucherie | Charcuterie |
|--|--|-------------|-------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 10,9 | 6,7 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,5 | 0,1 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,6 | 0,6 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,7 | 0,6 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,2 | 0,4 |
| | Sous-total : charges directes du rayon | 13,0 | 8,4 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 2,1 | 1,7 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,2 | 5,8 |
| | Frais financiers | 0,5 | 0,5 |
| | Autres charges communes réparties (1) | 6,1 | 8,1 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | -0,7 | 3,1 |
| Sous-total : charges communes réparties | | 13,2 | 19,2 |
| Total des charges imputées au rayon | | 26,2 | 27,7 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinés à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

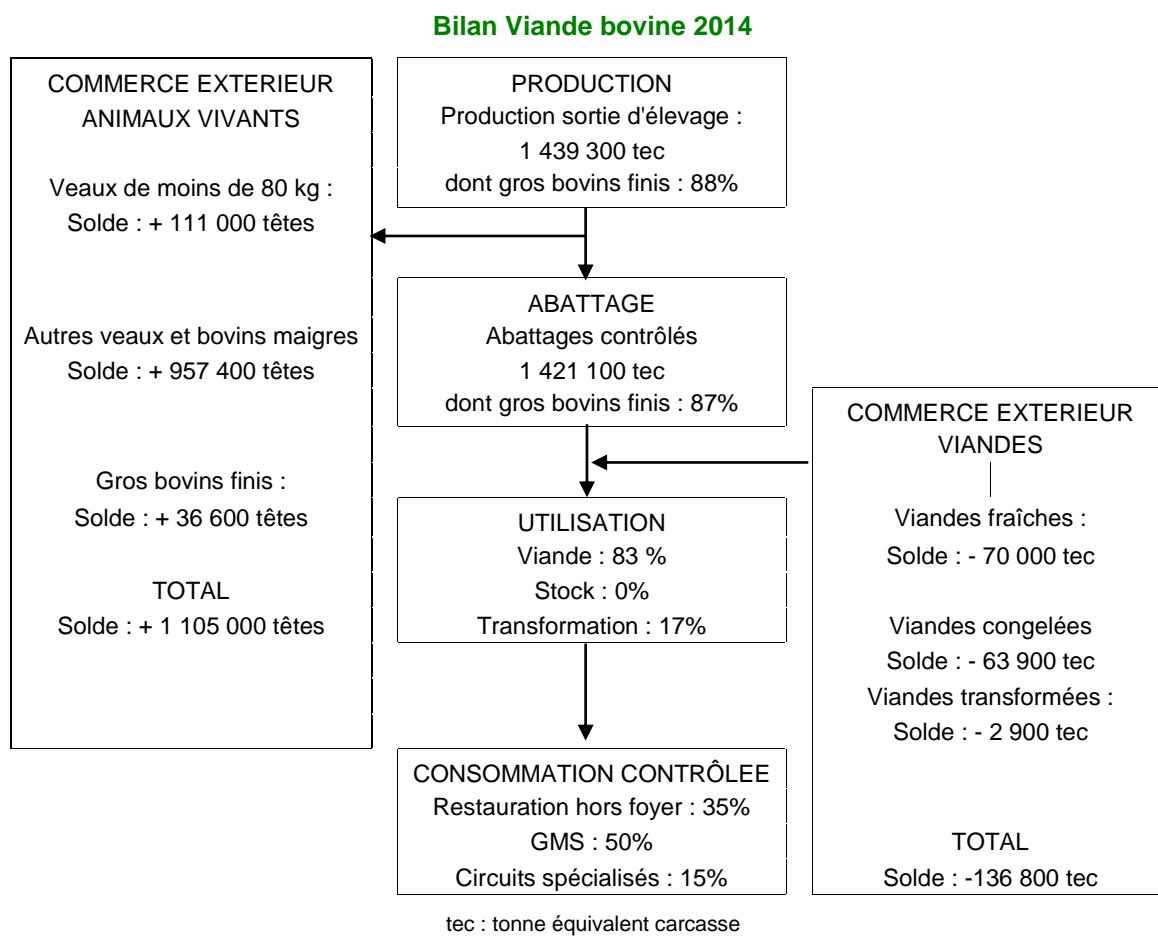
Section 2 – Viande bovine

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VIANDE BOVINE

1.1. Traits généraux et bilan des flux en viande bovine

Le cheptel français est composé de 19,2 millions de têtes de bovins dont 7,8 millions de vaches, laitières (47 %) et allaitantes (53 %). La France est le premier pays européen producteur de viande bovine, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni. Elle est le seul pays de l'Union européenne à disposer d'une production de bovins d'origine allaitante développée (40 % de sa production totale en têtes). La répartition de la production nationale (origine laitière et allaitante), en têtes, est de 51 % pour les vaches, 31 % pour les jeunes bovins et 13 % pour les génisses, le reste étant de la viande de bœuf. L'activité de cette production n'est pas répartie de façon homogène sur le territoire et environ 40 % des volumes totaux sont réalisés dans le grand Ouest.

Schéma 5



La filière française se caractérise par une double production. Outre les gros bovins « *finis* » (abattus à la sortie de l'élevage), elle produit également des animaux « *maigres* », majoritairement mâles et de race allaitante, destinés pour moitié à l'engraissement en France et pour l'autre moitié à l'exportation vers l'Italie (78 % en têtes, du total exporté en 2014) et l'Espagne. De ce fait, la France est un exportateur net de bovins et le principal fournisseur du marché européen en « *broutards* » (jeunes bovins maigres).

En revanche, la France n'est pas auto-suffisante en viande bovine et doit importer des volumes non négligeables de viande chaque année pour répondre à la demande de ses consommateurs.

La première mise en marché est réalisée par des coopératives (pour un tiers), des négociants, des organisations de production non commerciales et les marchés aux bestiaux. Le maillon abattage-découpe est dominé par un acteur de rang européen. Il traite près de 50% des volumes abattus en France.

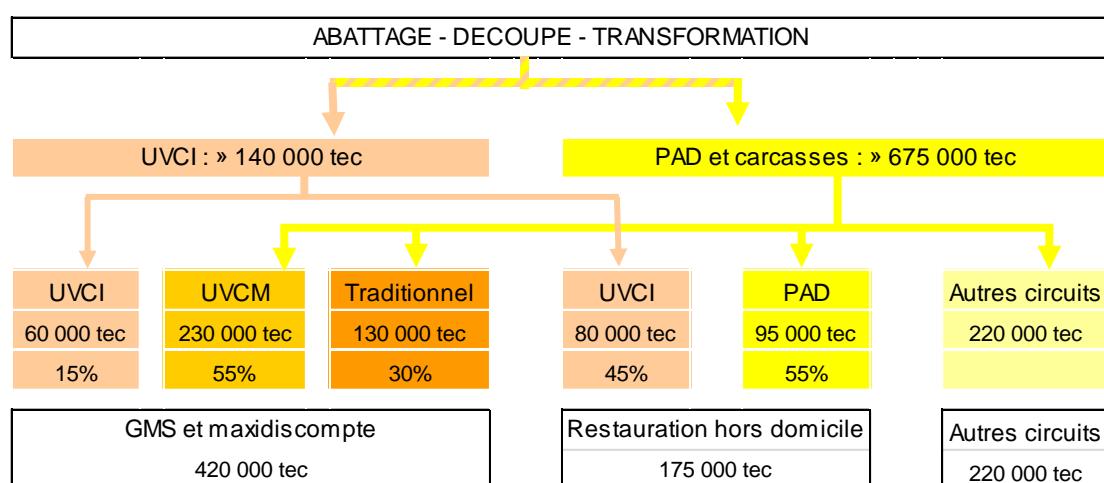
Dans les entreprises des industries de l'abattage-découpe, la transformation, depuis l'abattage, comprend plusieurs étapes qui aboutissent à des produits sortie usine qui présentent divers degrés de définition. Les carcasses sont d'abord fendues puis découpées en quartiers, produits dits de « 1^{ère} transformation » qui peuvent être écoulés comme tels vers l'aval (grossiste, bouchers détaillants...) qui assurera la suite des opérations aboutissant à la mise à disposition de produits de consommation (les « morceaux »). L'industriel peut également poursuivre la transformation de la carcasse en la désossant et en la désassemblant en muscles prêts à être découpés (PAD). Les PAD (produits dits de « 2^{ème} transformation ») peuvent être soit vendus en l'état pour être préparés dans les laboratoires des enseignes de la grande distribution sous la forme de portions consommateur de morceaux de viande fraîche (unité de vente consommateur « magasin » ou UVCM), soit transformés par l'industriel (salles de découpe attenantes ou à proximité des abattoirs) en portions consommateur de morceaux de viande fraîche conditionnées ou « barquettes » (unité de vente consommateur « industriel » ou UVCI), produits dits de « 3^{ème} transformation ». Une partie des produits issus des 1^{ère} et 2^{ème} transformation ne finit pas sous la forme de morceaux de viande fraîche en vente au rayon boucherie des GMS mais est destinée à la fabrication de produits élaborés à base de viande (plats cuisinés, conserves...).

Dans les GMS, les produits de viande bovine fraîche en rayon sont majoritairement des UVCM (sauf, généralement, les steaks hachés, plus souvent issus de l'industrie notamment du fait des process exigés pour assurer la qualité sanitaire des produits). Le rayon boucherie traditionnel peut également représenter une part non négligeable dans la GMS, alors que le maxidiscompte se fournit plutôt en UVCI.

Environ un tiers de la viande de gros bovins produite en France est destiné à la restauration hors foyer. Les ménages achètent presque 17 % de leur viande dans les boucheries et 76 % dans les GMS.

Schéma 6

Flux de viande bovine fraîche de l'industrie à la distribution en 2012
(hors produits hachés, élaborés et hors exportations de viande)

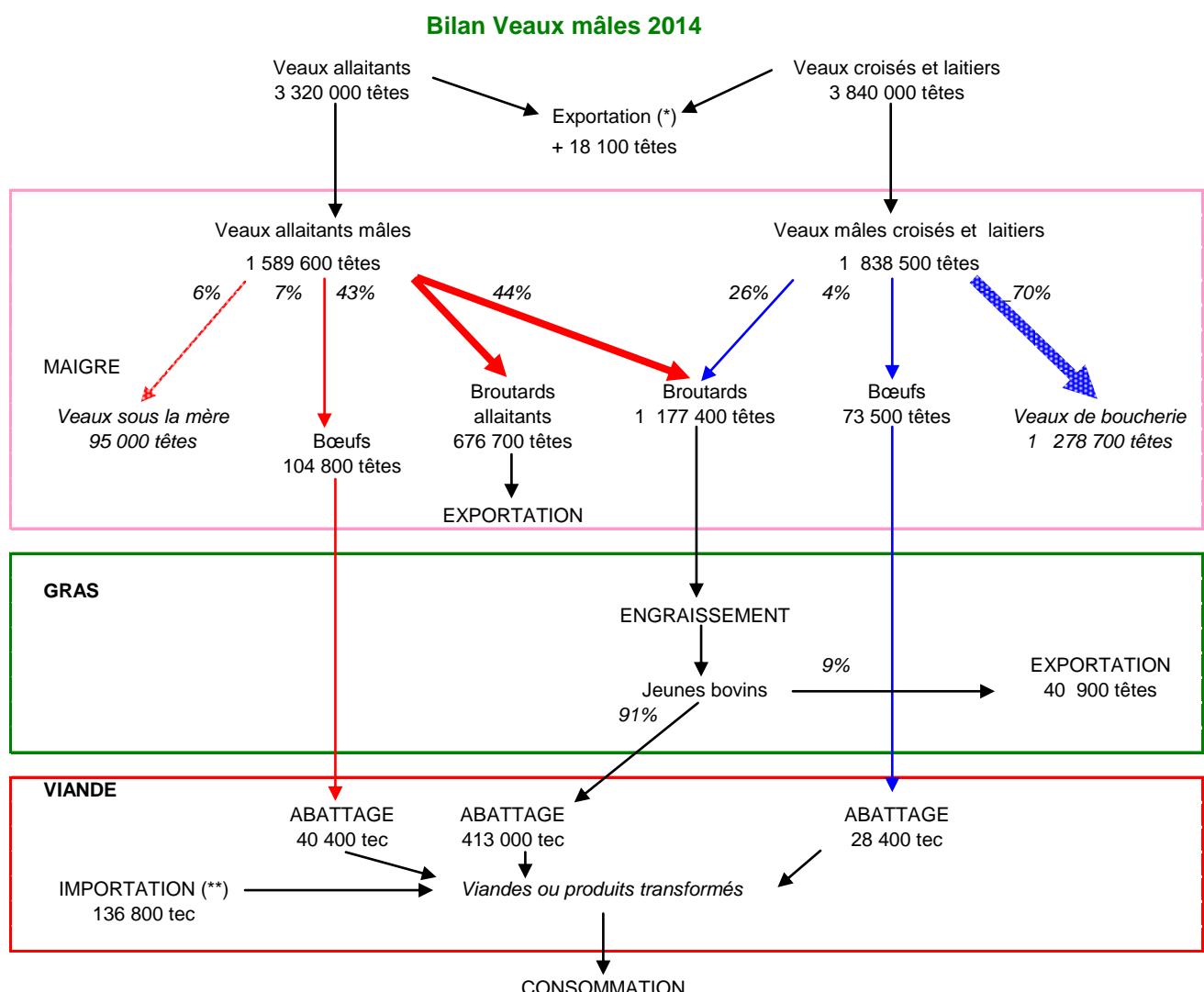


1.2. Utilisation des animaux mâles

Les veaux mâles de races à viande sont destinés pour plus de 80% à la production de broutards, dont environ la moitié est exportée. L'autre moitié est engrangée et abattue, pour la grande majorité, en jeunes bovins sur le territoire national. Les veaux mâles allaitants restant sont dirigés vers la production de veaux sous la mère et vers la production de bœufs.

Les veaux de races laitières sont réservés, pour les deux tiers environ, à la filière veau de boucherie (non encore suivie par l'observatoire). Un quart de ces veaux renforce les disponibilités en broutards pour l'engraissement en France et une petite partie est destinée à la production de bœufs.

Schéma 7



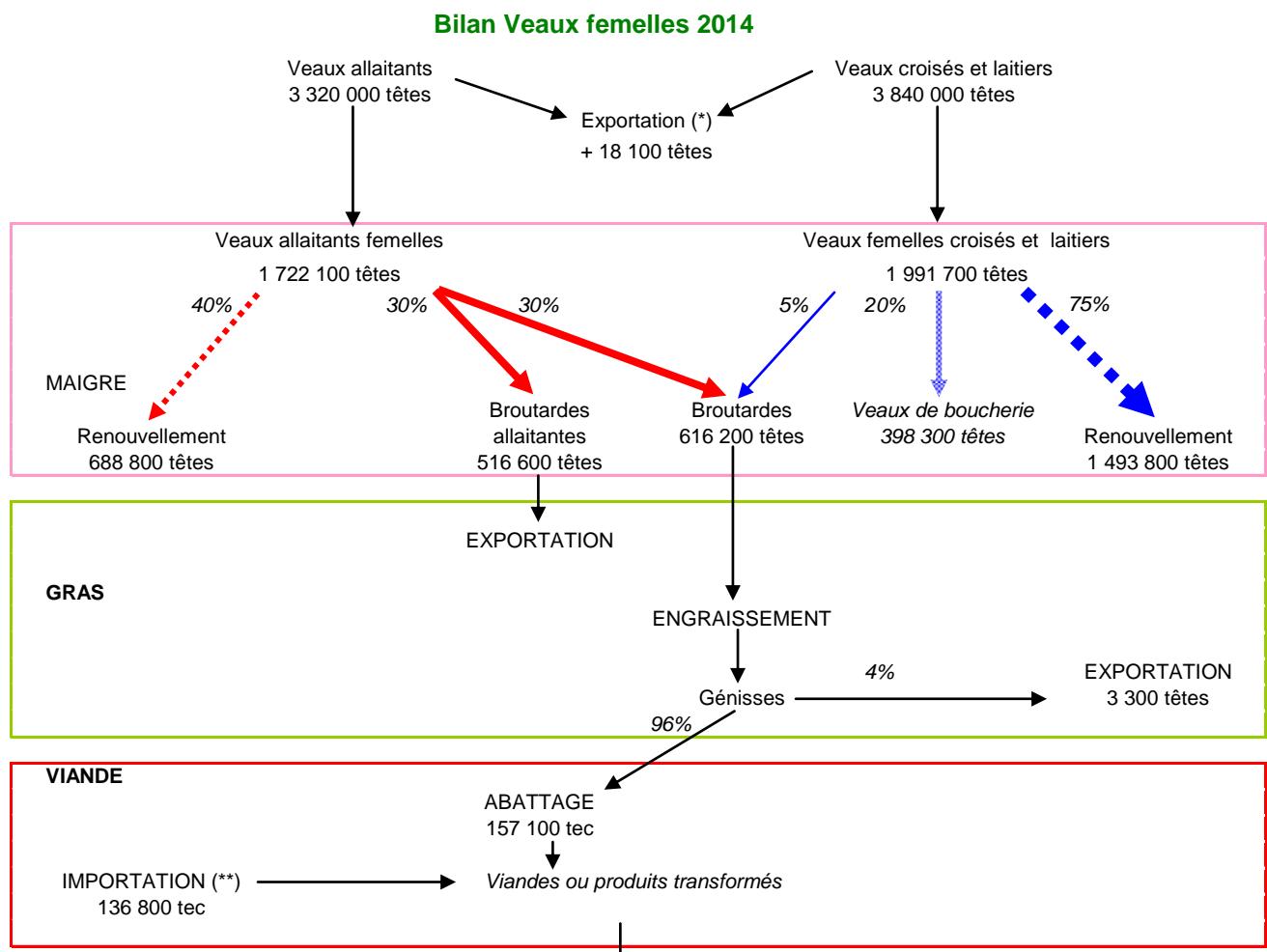
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

1.3. Utilisation des animaux femelles

Une forte proportion de veaux femelles est destinée au renouvellement du cheptel de reproductrices : 40 % en races allaitantes, deux tiers en races laitières. Mais d'autres sélections s'effectuent au cours des mois de croissance des animaux et, parmi toutes ces génisses, seules les meilleures servent effectivement pour le renouvellement. Les autres sont sorties du circuit et engrangées pour la production de viande.

En races allaitantes, les veaux femelles restants sont dirigés vers le circuit du broutard, comme les mâles, avec des marchés spécifiques à l'exportation (l'Espagne notamment). En race laitière, environ 20 % des veaux femelles est destiné à la filière du veau de boucherie et une très faible proportion rejoint la production de broutards.

Schéma 8



(*) Solde des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg
 (**) Solde des échanges de viande, dont veau, tout type d'animaux, toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL EN FILIÈRE VIANDE BOVINE

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel, notamment aux nouvelles approches introduites en 2014 ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 3 des rapports 2012 et 2013.

2.1. Deux modèles de produits : la carcasse reconstituée au détail et le panier saisonnier de consommation reconstitué en amont

Pour la filière bovine, le choix a été fait de travailler sur la décomposition du prix moyen par kg au détail d'un ensemble constitué par tous les morceaux de viande proposés dans le rayon boucherie (morceaux de viande fraîche et viande hachée fraîche réfrigérée, VHR) auxquels on a adjoint la viande hachée surgelée (VHS, en vente dans le rayon des produits surgelés), et non sur le suivi d'un morceau particulier car cette approche aurait complètement occulté le caractère de produits joints des différentes parties d'une carcasse et les péréquations de valeur qui s'opèrent entre elles.

2.1.1. La carcasse reconstituée au détail

Le premier ensemble, initialement suivi par l'observatoire, est le « *modèle carcasse* » : l'ensemble de produits dont on décompose le prix au détail est constitué des différents morceaux de viande bovine (fraîche dont VHR, plus VHS) vendus au détail en GMS, pondérés par leurs poids anatomiques moyens respectifs dans la carcasse d'une vache « *moyenne* » représentative de la ressource principalement valorisée dans le circuit des GMS.

A cet ensemble de morceaux présents au détail correspondent des articles issus de l'industrie de l'abattage découpe, eux-mêmes tous issus de la carcasse, et dans des proportions considérées comme fixes et imposées par l'anatomie. Chaque morceau présent au détail pouvant être issu d'articles fournis aux GMS sous une forme plus ou moins élaborée, depuis le quartier jusqu'à l'UVCI en passant par le PAD, il a fallu se donner une représentation simplifiée, un « *modèle* », de cette réalité complexe : un modèle de valorisation industrielle des carcasses de vaches (selon leur type racial) par l'industrie de l'abattage découpe en articles destinés aux GMS a donc été défini avec le concours des fédérations industrielles. Ainsi, selon le morceau vendu au détail, il a été considéré que le produit sorti usine correspondant était soit du PAD (cas assez général), soit une UVCI (forme systématique pour les VHS et VHR).

Ainsi, la chaîne de valeur étudiée comprend :

- le prix du kg de carcasse entrée abattoir, base de rémunération de l'éleveur, connu par les cotations nationale entrée abattoir ;
- le prix du kg de la carcasse transformée à la sortie de l'usine d'abattage-découpe, c'est-à-dire la moyenne, pondérée par les proportions anatomiques, des prix de vente par l'industrie aux GMS des différents articles du modèle de valorisation industrielle, prix fournis à l'observatoire par les industriels ;
- le prix de la carcasse reconstituée au détail c'est à dire la moyenne, pondérés par leurs poids anatomiques, des différents morceaux vendus par les GMS aux consommateurs.

Les proportions des différents morceaux au détail et articles industriels étant considérées comme fixes (et déterminées par l'anatomie de la carcasse), le prix du panier de produits au détail comme à la sortie de l'usine ne dépend que des prix de ses constituants, les variations saisonnières et la tendance du prix du panier résultent uniquement de celles des prix des constituants, et non de celles des proportions de ces derniers, lesquelles restent fixes au cours du temps, sans saisonnalité ni tendance.

L'intérêt de cette approche fondée sur la carcasse est de représenter une chaîne de valeur d'un panier de produits alimentaires dont l'origine est la carcasse, base de rémunération de l'éleveur, de prendre en compte la complémentarité de toutes les parties de la carcasse, et de suivre les évolutions d'un « *prix pur* », abstraction faite des variations conjoncturelles, saisonnières et tendancielles dans les quantités achetées des différents morceaux.

2.1.2. Le panier saisonnier de consommation

En réalité, la viande issue d'une carcasse bovine n'est pas intégralement valorisée sous forme de viande fraîche, VHR et VHS dans les rayons des GMS :

- les proportions moyennes d'achat des différents morceaux et les proportions anatomiques dans la carcasse présentent un écart plus ou moins important selon les morceaux ;
- une part importante de la viande bovine est valorisée hors commerce de détail, dans la RHF ;
- certaines parties de la carcasse sont destinées à la fabrication de produits à base de viande et non valorisées en viande fraîche, VHR et VHS en GMS.

Autrement dit, la matière première initiale du panier de morceaux de viande fraîche, VHR et VHS dans les rayons des GMS n'est pas la totalité de la carcasse mais un ensemble sensiblement différent, une carcasse déformée, en quelque sorte. Il en est évidemment de même s'agissant du panier d'articles correspondant sortie industrie d'abattage découpe.

On a donc défini un second modèle de valorisation dans lequel le produit de consommation est le panier de morceaux effectivement achetés par les consommateurs dans les rayons boucherie des GMS, auxquels, comme précédemment, on a adjoint la VHS.

La composition de ce panier au détail est assez fortement saisonnée, comme il le sera précisé plus loin. On a alors choisi de prendre en compte cette saisonnalité en appliquant aux différents morceaux une pondération déterminé par les volumes d'achats mensuels, tels qu'appréhendés par le panel Kantar Worldpanel. On a cependant opté pour des pondérations mensuelles identiques pour un même mois quelle que soit l'année, calculées sur la base des achats moyens sur la période 2008-2012. Ce parti-pris permet de rendre compte de la saisonnalité des quantités achetées des différents morceaux, tout en faisant abstraction de leur tendance (laquelle est peu marquée sur la période de 5 ans couverte par l'étude, relativement courte).

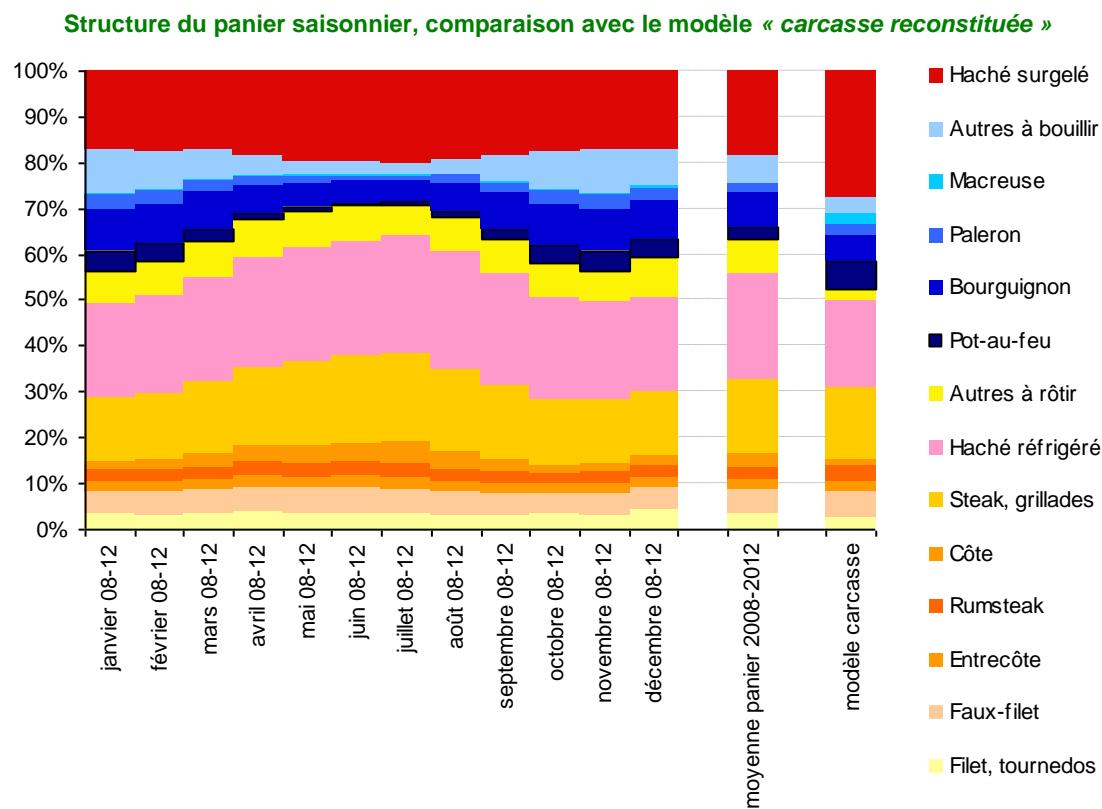
Il en résulte que les évolutions observées aux mêmes mois à des années différentes du prix moyen du panier au détail sont uniquement dues à celles des prix de ses constituants, tandis que les variations observées d'un mois à l'autre résultent aussi des variations saisonnières des proportions des constituants.

Un panier d'articles issus de l'industrie (UVCI, PAD) est défini à partir du modèle de valorisation industriel précédent, avec des proportions correspondant à celles des morceaux du panier au détail, et non plus anatomiques. Ce *mix* de produits issus de l'abattage découpe est donc également saisonnier dans sa composition et dans son prix moyen.

Le prix moyen entrée abattoir de la matière première nécessaire n'est plus ici celui de la carcasse, mais doit être calculé. Le principe de ce calcul est le suivant : on considère que, pour un panier donné d'articles, les rapports de la valeur de chaque constituant à celle de sa matière première sont égaux entre eux et égal au rapport de la valeur de l'ensemble du panier à celle de toute sa matière première. On applique ce principe à la carcasse du modèle précédent (2.1.1.) : on connaît, de source industrielle, le prix de la carcasse valorisée P_2 et son prix entrée abattoir P_1 , donc on connaît aussi le rapport ensemble valorisé sur matière première P_2 / P_1 ; comme on dispose par ailleurs du prix $p_{2,i}$ de chaque pièce i constituant la valorisation industrielle de la carcasse, on en déduit la valeur $p_{1,i}$ de la matière première de chaque constituant : $p_{1,i} = p_{2,i} (P_1 / P_2)$ et, connaissant les proportions $a_{t,i}$ des pièces dans le panier saisonnier à chaque date (mois) t , le prix de la matière première du panier à la date t est la somme $\sum_i a_{t,i} p_{1,i}$.

Le Graphique 31 présente la structure (en poids des achats de viande bovine) du panier saisonnier, mois par mois puis en moyenne annuelle sur 2008-2012 pour comparaison avec le « *modèle carcasse reconstituée au détail* ». Outre par la saisonnalité des quantités achetées, absente par construction dans le « *modèle carcasse* », le panier s'en distingue par un poids moins important de la viande haché surgelée : en effet, considérer que la carcasse est entièrement valorisée en morceaux vendus en GMS dans le rayon boucherie (et en complément, en VHS), conduit, dans le « *modèle carcasse* », à majorer la proportion de VHS achetée en GMS en affectant à cette destination une proportion de viande hachée qui, en réalité, ne se retrouve pas ici mais dans la fabrication d'élaborés ou dans la RHF.

Graphique 31



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel, SNIV-SNCP et FNICGV

2.2. Sources de prix, coefficients des modèles, expression des résultats, comparaison des modèles

On se réfèrera aux éditions précédentes pour plus de détail sur les sources de prix et coefficients techniques utilisés.

- Les prix entrée abattoir sont issus des cotations hebdomadaires des carcasses de vaches de classe R3, O3 et P3, pondérées pour représenter le prix moyen de la ressource valorisée en GMS.
- Le rendement en viande de la carcasse est de 70,6% (29,4% de coproduits : 5^{ème} quartier, os, suifs...) ;
- les prix des articles sortie abattage-découpe sont donnés périodiquement à l'observatoire par les industriels, qui fournissent également des coûts standards et des taux de rendement permettant de calculer des prix internes de produits de 2^{ème} transformation pour les articles vendus par l'industrie après 3^{ème} transformation. Ceci permet de séparer la marge brute de transformation de l'industrie d'abattage découpé en deux parties : celle obtenue au terme de la 2^{ème} transformation (PAD) et celle qui s'y ajoute pour la partie de la carcasse valorisée en produits de 3^{ème} transformation.
- Les prix au détail en GMS des différents morceaux de viande bovines, y compris VHR et VHS sont issus du panel Kantar Worldpanel.

Les modèles de valorisation industrielle de la carcasse en viande doivent intégrer la valorisation jointe des coproduits et du 5^{ème} quartier (Cf. éditions précédentes du rapport pour des précisions sur ces produits, leur nature, leur destination et leur valorisation) : la vente de ces coproduits, déduction faite des coûts spécifiques de leur traitement devrait être déduite du coût de la matière première. Cette prise en compte est faite de façon simplifiée dans les modèles, en majorant forfaitairement la marge brute de deuxième transformation.

Faute de données précises, il n'est pas tenu compte, dans les calculs de marges brutes industrielles et de distribution, de toutes les pertes de produit autres que celles découlant du rendement de la carcasse en viande et du rendement de 3^{ème} transformation dans l'industrie.

Ne sont donc pas pris en compte, par exemple, en GMS, la « *démarque inconnue* », les éliminations de produit pour cause de dépassement de date limite de consommation, les rendements de découpe des PAD en UVCM.

Enfin, il est très important de noter que tous les prix aux différents stades de la filière (production agricole et entrée abattoir, sortie abattage-découpe, détail en GMS) doivent être exprimés dans la même unité de mesure. Or, on a le choix entre deux unités :

- le kg de carcasse (ou d'équivalent carcasse), unité dans laquelle est exprimé habituellement le prix de la carcasse entrée abattoir,
- le kg de viande, *i.e.* désossée (sauf os normalement présents dans certains morceaux vendus au détail), unité dans laquelle est exprimé le prix de la viande au détail.

Dans la partie 3. ci-après, on a choisi d'exprimer tous les prix en € par kg de carcasse (ou d'équivalent carcasse), Compte tenu du rendement moyen de la carcasse en viande (0,706), on peut convertir ces prix en € par kg de viande en les multipliant par 1,4 (inverse de 0,706).

On vérifie sur le Graphique 32 que les produits des deux modèles présentent des tendances (hors variations saisonnières) identiques de prix au détail, ce qui est normal, ces prix étant deux moyennes des mêmes prix élémentaires, pondérés différemment.

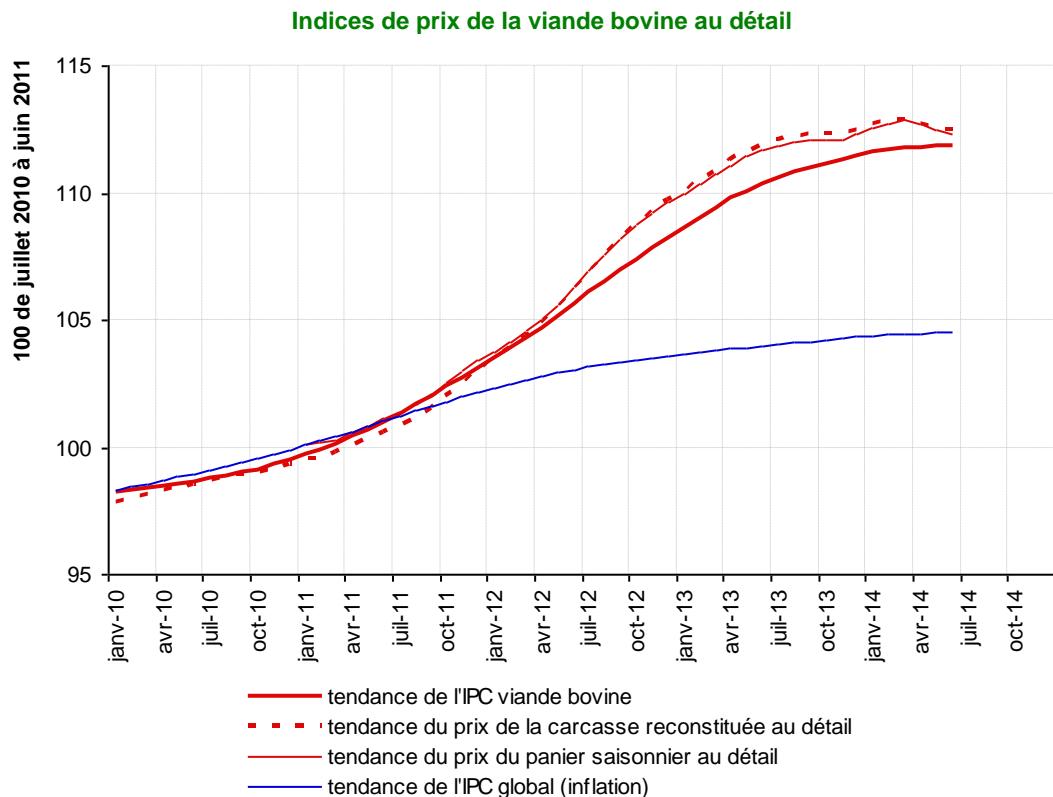
Par ailleurs, on vérifie que nos modèles de produits présentent une tendance d'évolution de prix très proche de celle suivi par l'indice des prix à la consommation de la viande bovine (INSEE), malgré une croissance plus soutenue pour le prix des modèles que pour l'IPC en 2012.

Accessoirement, on situe ces évolutions du prix de la viande bovine au détail par rapport à l'inflation générale.

Le Graphique 33 montre tout d'abord le parallélisme des tendances d'évolution des prix des deux modèles de produits, avec un niveau supérieur pour le panier saisonnier, contenant davantage de morceaux « *chers* » et moins de VHS que la carcasse reconstituée. La VHS étant relativement peu chère, sa surreprésentation dans le « *modèle carcasse* » tire le prix moyen vers le bas.

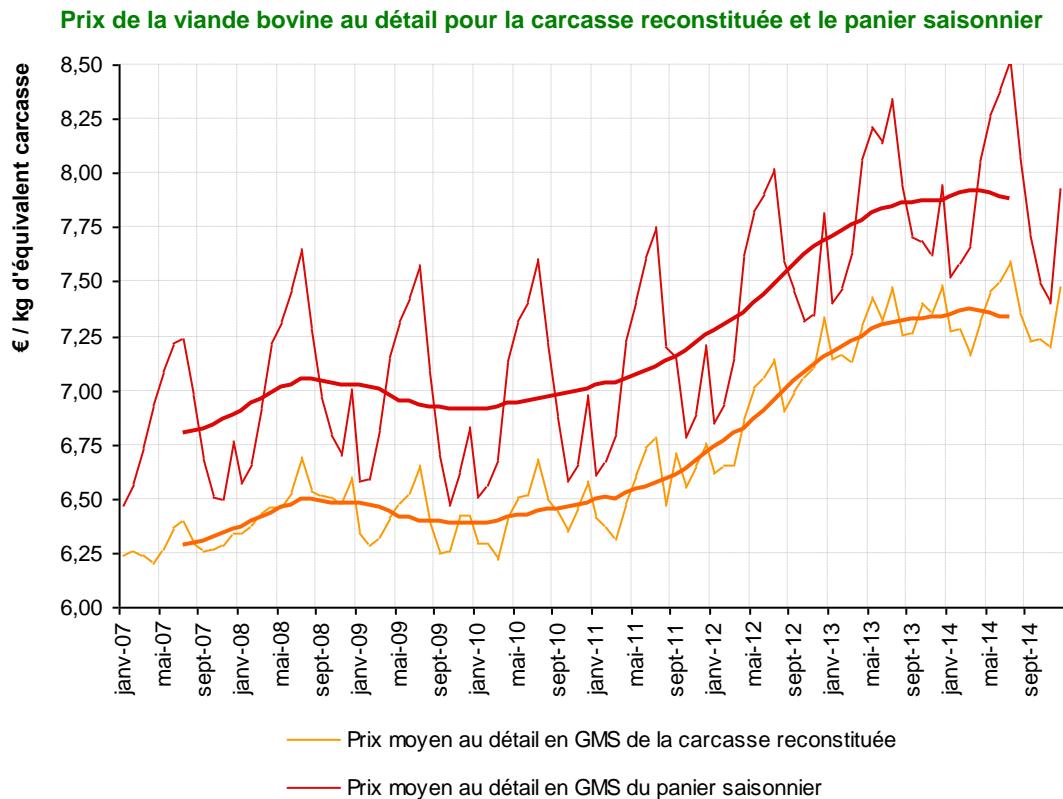
On constate ensuite la forte saisonnalité du prix du panier saisonnier, liée à la saisonnalité des quantités consommées par type de viande (pic principal de la consommation de viandes à griller, plus chères, en été ; second pic de viandes festives en fin d'année). L'effet de cette saisonnalité des quantités est gommé dans la carcasse reconstituée (puisque le panier est à composition fixe, - anatomique -, toute l'année) où apparaît néanmoins une certaine saisonnalité des prix : les prix de certains morceaux sont plus élevés aux périodes précitées.

Graphique 32



Sources : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 33



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DE LA VIANDE BOVINE

3.1. La carcasse reconstituée au détail

Avant juillet 2010 (ou avant 2011 en données annuelles), *i.e.*, avant la mise en place de l'observatoire, on ne disposait pas de données de prix sortie industrie et seule une «*marge brute agrégée*» (industrie et distribution confondues) pouvait être appréhendée.

Les informations suivantes peuvent être dégagées du Graphique 34 et Graphique 35 :

- la hausse du prix de la viande bovine au détail en GMS : +2% par an en moyenne de 1998 à 2014, hausse supérieur à l'inflation générale notamment ces dernières années (comme l'a montré précédemment le Graphique 32),
- cette hausse des prix s'est accrue depuis 2011, sous l'effet de l'augmentation du prix des bovins entrée abattoir,
- cette dernière a été transmise de façon «*amortie*» par l'aval en 2012 et 2013, où s'observe des niveaux de marge brute agrégée inférieurs à ceux des années précédentes,
- cet «*amortissement*» a été le fait de la grande distribution en 2012 et 2013, avec un niveau de marge brute moyenne inférieur à celui de 2011 de 10 centimes par kg, soit -6% ; mais aussi de l'industrie en 2012 : -9 centimes soit également -6% par rapport à 2011

L'année 2014 se différencie assez nettement de ces années précédentes de «*transmission amortie des hausses du prix à la production*» :

- en moyenne annuelle, le prix au détail de la carcasse reconstituée ne baisse pas par rapport à 2013, alors que le prix à la production perd 33 centimes, soit près de 9%, sous l'effet notamment du repli des exportations (-5,4% en tec) et de la progression des abattages de vaches (+3,2% en tec). Une des raisons de ce dynamisme d'abattage de vaches, surtout vaches de réforme laitières, est un cheptel plus étoffé de femelles, issues de la préparation des éleveurs à la sortie des quotas laitiers. Le contexte de marché des produits laitiers, peu favorable en fin d'année 2014, a permis également de maintenir à la hausse ce niveau d'abattage. La demande n'a pas permis d'absorber sans baisse de prix cette offre sur le marché national, en cause : des débouchés à l'exportation en repli et une consommation morose.
- la marge brute de l'industrie augmente faiblement, ce maillon transmettant à son aval, la distribution, une baisse de prix de 28 centimes (sur les 33 centimes provenant de l'amont),
- cette baisse du prix industriel est captée par la distribution, qui reconstitue un niveau de marge brute supérieure à celui des 3 années précédentes.

3.2. Le panier saisonnier

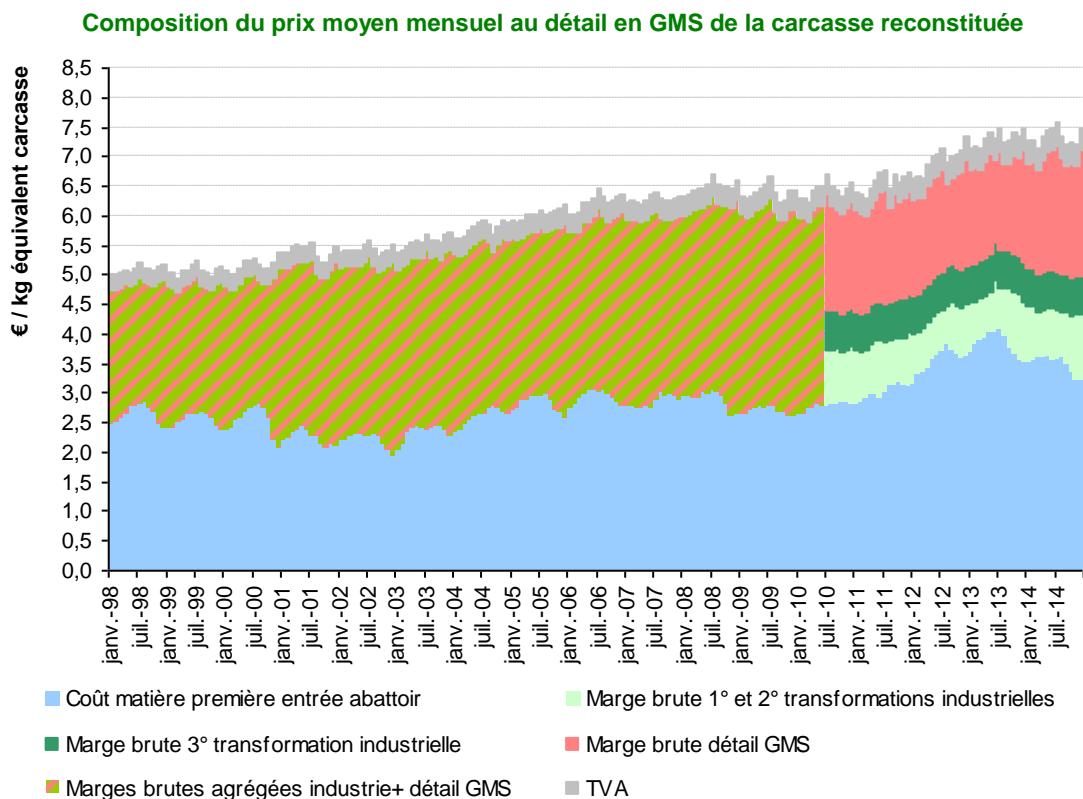
Le Graphique 36, en données mensuelles, porte sur une période encore courte sur laquelle les variations saisonnières n'obéissent pas néanmoins la perception d'une tendance à la hausse du prix au détail, tendance déphasée de celle des prix en amont (industrie et entrée abattoir) depuis juillet 2013. En données annuelles (Graphique 37), le prix au détail du panier saisonnier est quasi stable en 2014 par rapport à 2013, où il avait nettement progressé, «*poussé*» par la hausse du prix des bovins.

Il résulte de la composition différente du panier et de la carcasse reconstituée, des différences dans les niveaux de prix (plus élevés pour le panier, à tous les stades, du fait de la proportion plus importante de morceaux et pièces plus chères) mais assez peu dans la répartition des marges brutes entre industrie et distribution. En revanche, la structure de la marge brute de l'industrie est, dans le cas du panier saisonnier, nettement déplacée vers la marge de 2^{ème} transformation : ceci résulte directement de la part plus faible de la VHS (produit de 3^{ème} transformation) dans ce panier, comparativement au «*modèle carcasse*».

On retrouve par ailleurs, mais avec d'autres niveaux de prix, les constats faits plus haut sur les évolutions 2013-2014 :

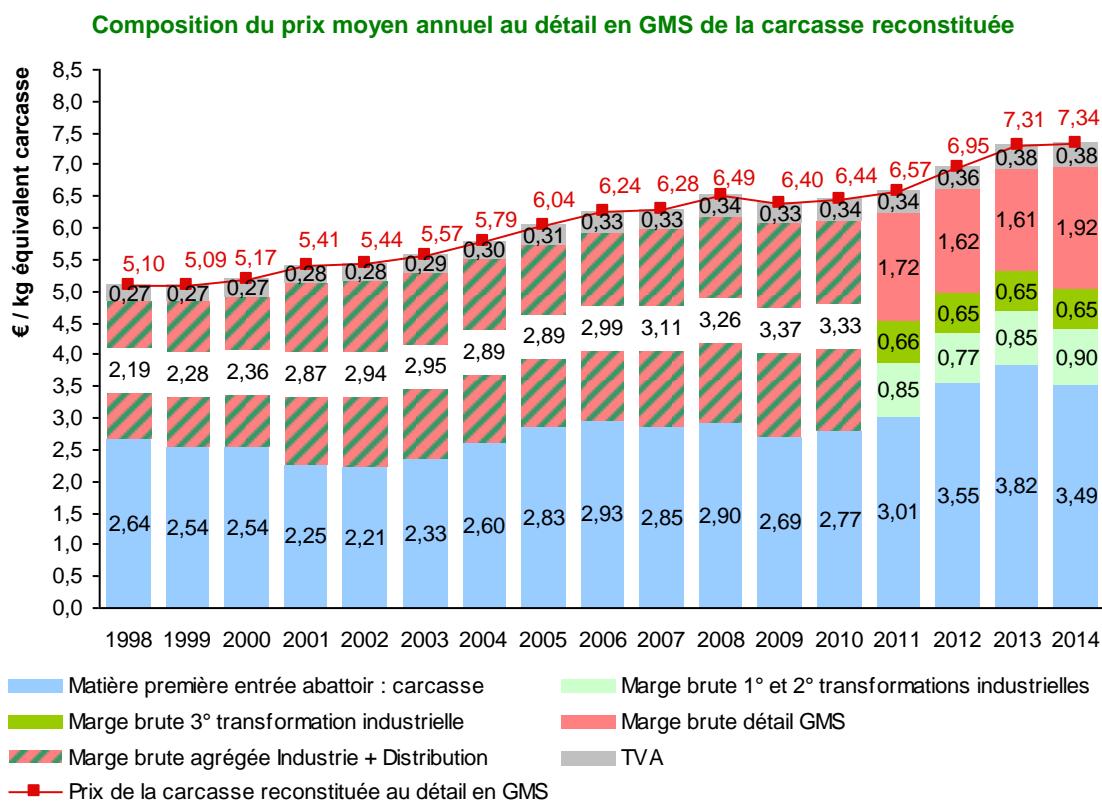
- quasi stabilité en moyenne annuelle du prix au détail alors que le coût entrée abattoir a baissé de 33 centimes ;
- augmentation de la marge brute de la distribution, surtout en niveau : +28 centimes soit 85% de la baisse du coût en amont, augmentation moins sensible en termes de taux de marge ;
- moindre hausse de la marge brute de l'industrie, qui capte 9 centimes sur les 33 centimes de baisse du coût amont, soit 27%.

Graphique 34



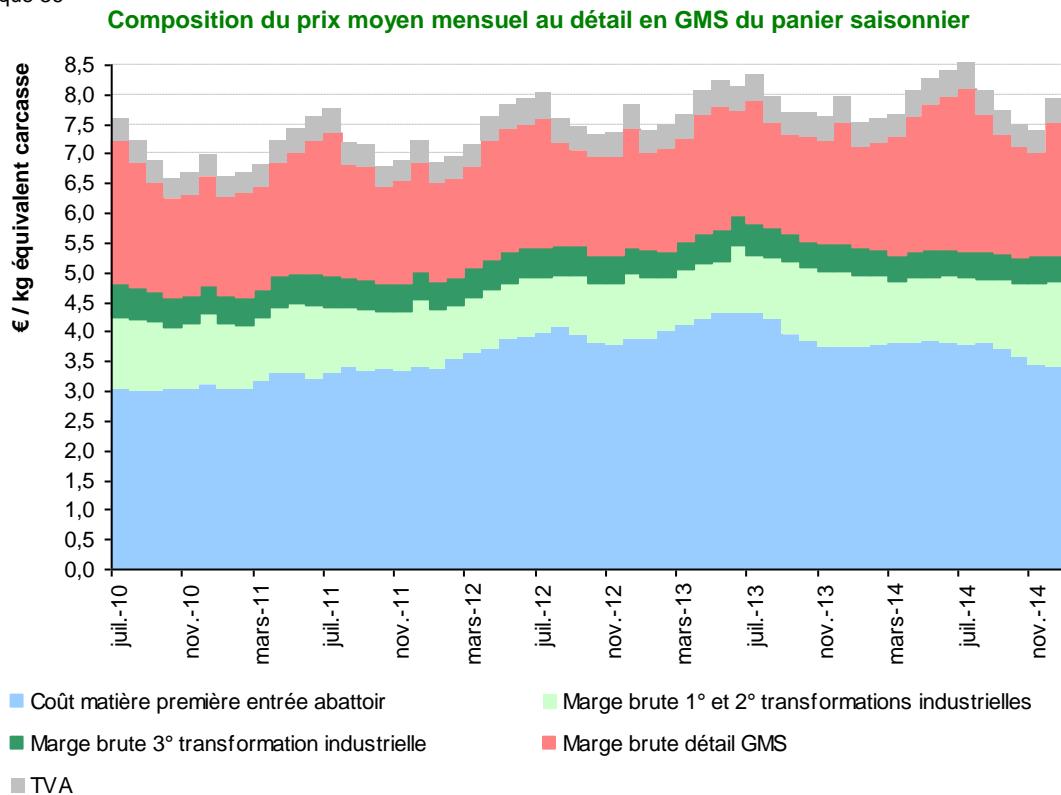
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 35



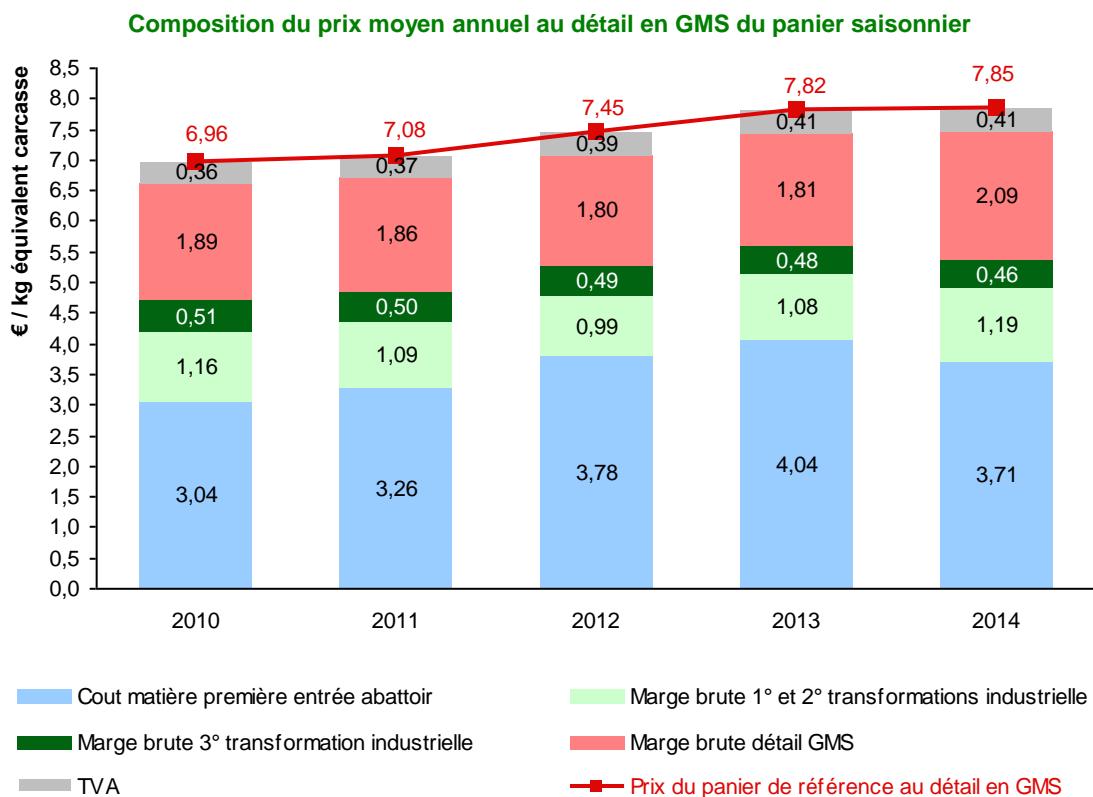
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 36



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 37



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE VIANDE BOVINE

- a) Le Graphique 38 met en relation les prix observés et « simulés » du kg de carcasse de vache moyenne entrée abattoir avec la valeur des *consommations intermédiaires (CI) par kg de carcasse* dans l'élevage bovin viande.
- b) Le Graphique 39 met en relation les prix observés et « simulés » de la carcasse reconstituée au détail avec le prix du kg de carcasse de vache moyenne entrée abattoir.

Ces prix « simulés » sont ceux celui qui auraient assuré le strict maintien de la marge sur CI de l'élevage (a) ou de la marge agrégée de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2005, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation. La période de référence retenue est l'année 2005.

Le prix simulé entrée abattoir (a) ou au détail (b) à une date donnée t , noté P_{St} , est égal à la marge sur CI de l'élevage (a) ou à la marge brute agrégée de l'ensemble de l'aval (b), à sa valeur de référence MB_R , ajoutée au coût en matière première à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R est la différence entre le prix entrée abattoir (a) ou au détail (b) en période de référence, P_0 , moins le coût ou en CI (a) ou le prix entrée abattoir (b) à cette même période, C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'IPC entre la période de référence et la date en cours (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût C_t est égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix des CI (a) ou entrée abattoir (b) (rapport p_t sur p_0) :

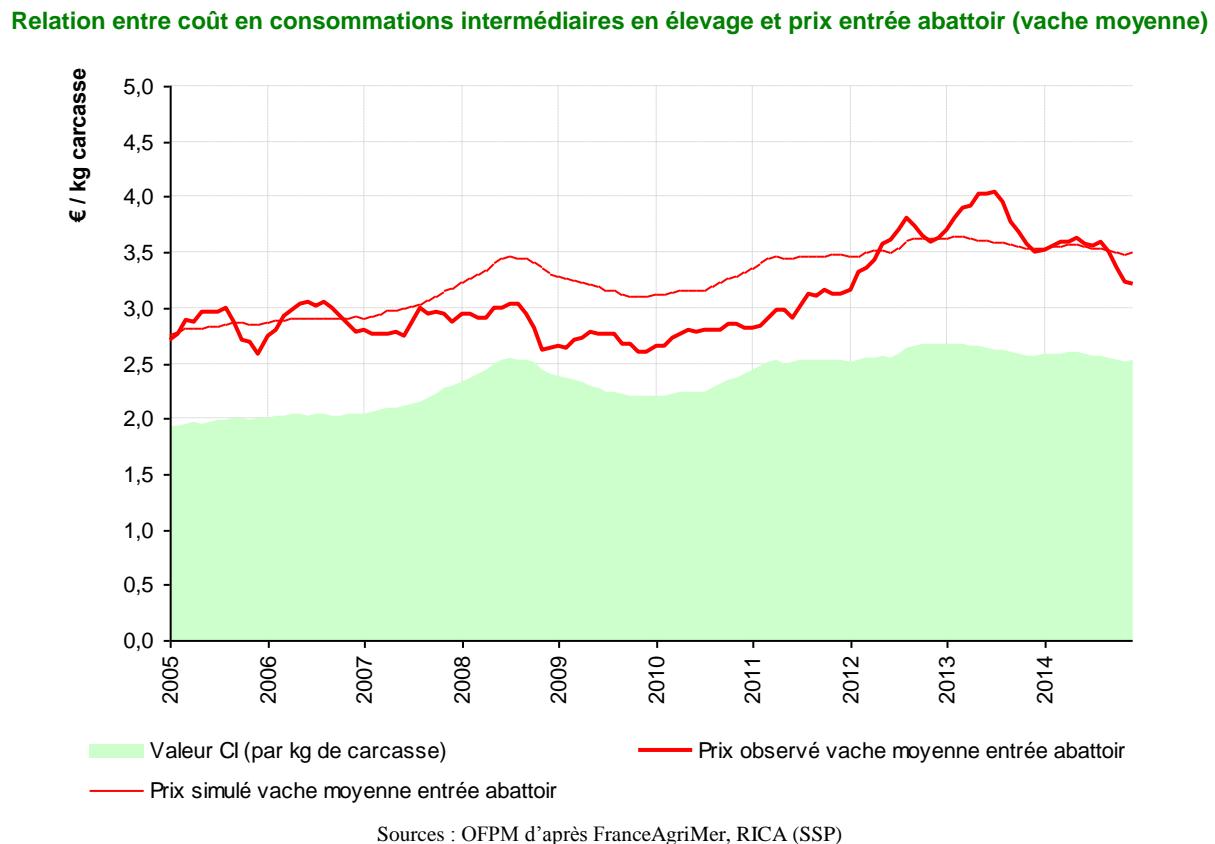
$$C_t = C_0 \frac{p_t}{p_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

Pour cette filière, les résultats sont présentés en niveau et non en indice, les échelles de prix en niveau aux différents stades, relativement proches (en € par kg de carcasse), permettant de les comparer sur un même graphique (alors que dans d'autres filières, la représentation en indices est plus adaptée).

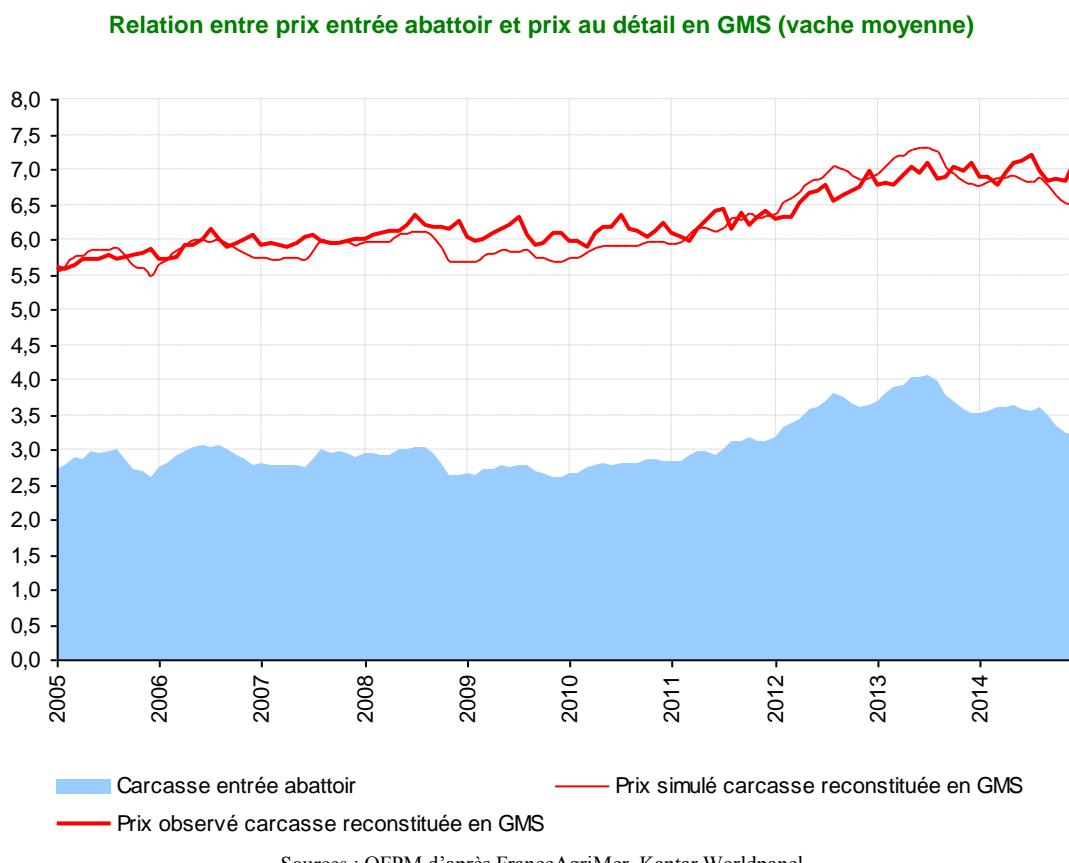
L'année 2013 exceptée, le prix à la production est généralement en dessous du prix simulé qui aurait permis le maintien de la marge de l'élevage sur ses consommations intermédiaires au niveau de référence (2005) inflation incluse (Graphique 38). La situation se dégrade courant 2014.

Au détail en GMS, le prix suit d'assez près les variations du prix entrée abattoir (Graphique 39), il est inférieur au prix simulé lors des périodes de fortes hausses de 2012-2013, supérieur en 2009, 2010 et 2014 lors du recul du prix à la production.

Graphique 38



Graphique 39



5. TRANSFERTS GLOBAUX DE VALEUR DANS LA FILIÈRE VIANDE BOVINE

Les variations annuelles de volume vendu et de prix de vente d'un stade donné de la filière constituent un transfert global de valeur au stade suivant. Soit, pour deux années successives, 1 et 2 :

P_1 : prix moyen du produit en année 1

P_2 : prix moyen du produit en année 2

V_1 : volume produit en année 1

V_2 : volume produit en année 2

$\Delta P = P_2 - P_1$: la variation de prix entre l'année 1 et l'année 2

$\Delta V = V_2 - V_1$: la variation de volume entre l'année 1 et l'année 2

Le transfert au stade suivant est : $V_2 P_2 - V_1 P_1$ que l'on peut décomposer en deux éléments :

$V_1 \Delta P$: l'effet de la variation de prix (effet-prix sur le volume initial)

$P_2 \Delta V$: l'effet de la variation de volume (effet-volume, mesuré au prix final)

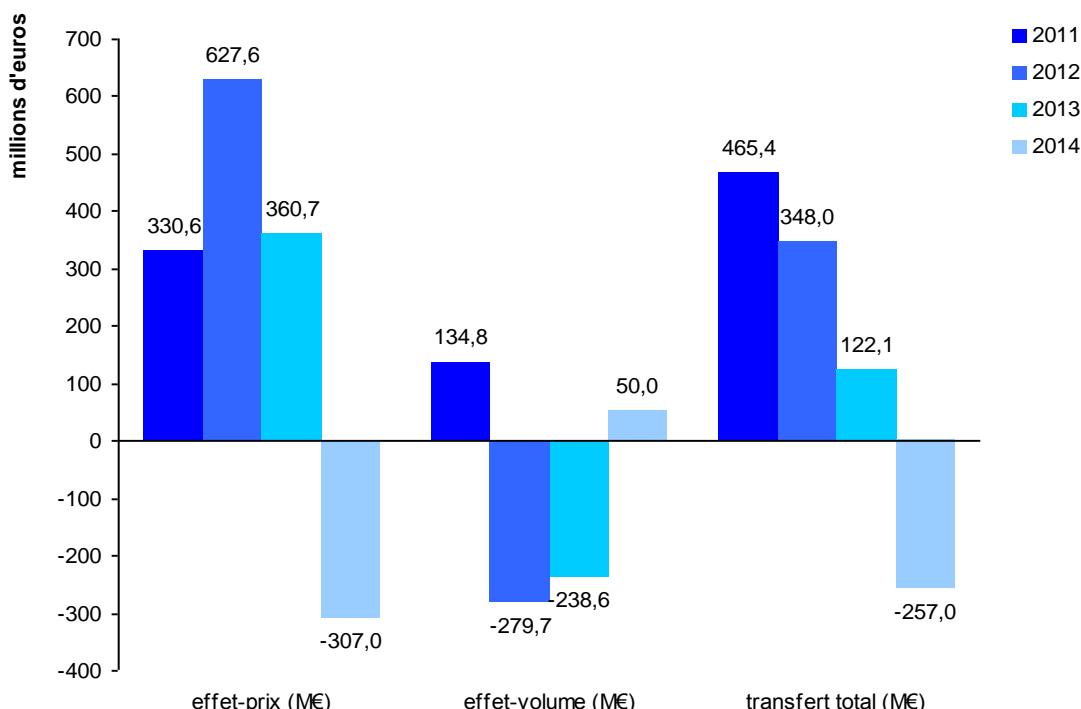
Si le terme est négatif, le transfert est, par rapport à l'année précédente, une perte pour le stade considéré et un gain pour le suivant, et inversement.

Appliquée à la **production de gros bovins**, avec les prix donnés par les cotations (moyennes nationales pondérées) et les volumes à la production issus des les statistiques d'abattages contrôlés, l'approche donne les résultats résumés dans le Graphique 40.

Après 3 années d'augmentation de recettes (mais d'augmentation en baisse), le maillon élevage a transféré 257 millions d'euros à l'aval en 2014, par rapport à 2013. Ce transfert résulte d'un effet-prix négatif (-307 M€) non compensé par un moindre effet-volume (+50 M€).

Graphique 40

Variation de recette du maillon de la production de gros bovins

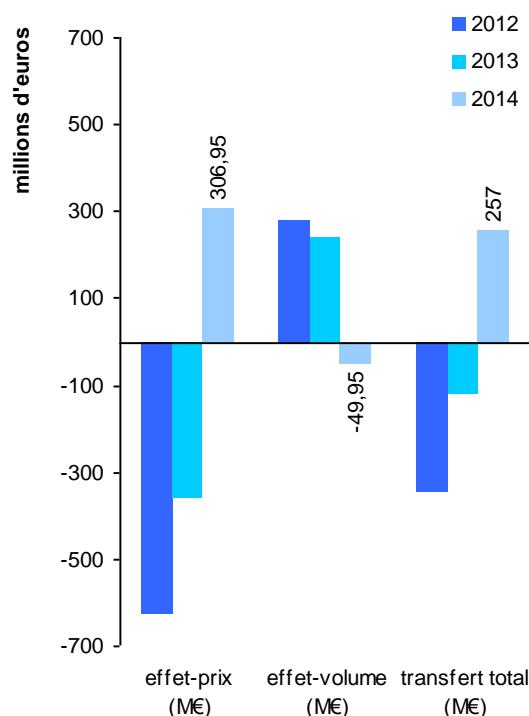


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP

Pour le maillon suivant, **l'abattage-découpe**, ce transfert venant de l'amont constitue une baisse de son coût en matière première. Cet avantage a-t-il été conservé par l'abattage-découpe ou a-t-il été transféré en aval *via* la variation des prix de vente ? Les indices INSEE des prix de production de l'industrie de transformation de la viande bovine en baisse de 2013 à 2014, tout comme les approches précédentes sur la carcasse de vache ou le panier saisonnier, laissent augurer que l'abattage-découpe n'a pu conserver qu'une partie du transfert provenant de son amont. L'application de l'approche ci-dessus au maillon de l'abattage-découpe pour évaluer le transfert s'avère approximative : faute de données de prix moyens annuels de la valorisation des gros bovins (vaches et autres), on a appliqué au prix des gros bovins entrée abattoir le taux de marge de 2^{ème} transformation constaté sur vache moyenne, issu des approches précédentes (carcasse reconstitué, panier saisonnier). Les résultats portent donc sur le maillon de 2^{ème} transformation de l'abattage-découpe (aboutissant à la production de pièces désossées et minéral). Ils sont présentés dans les trois graphiques ci-après.

Graphique 41

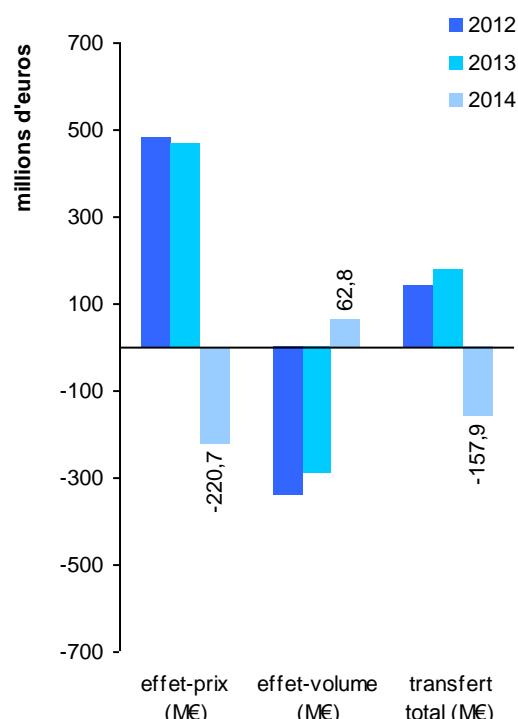
Variation de coût en matière première du maillon de la 2^{ème} transformation de gros bovins



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, SNIV-SNCP, FNICGV

Graphique 42

Variation de recette du maillon de la 2^{ème} transformation de gros bovins



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP

En 2014, le maillon de la transformation bénéficie de la baisse des prix des bovins à la production, sous la forme d'une diminution de coût de 257 M€, transférée par l'amont (Graphique 41).

Mais la baisse des prix des produits de 2^{ème} transformation de gros bovins entraîne, malgré la hausse des volumes, une diminution de la recette de ce maillon, évaluée à 158 M€ (Graphique 42).

Ce montant est transféré sous forme de diminution de coût en matière première à un ensemble de maillons d'aval : 3^{ème} transformation, fabrications de produits à base de viande, exportations de viandes et commerce de détail, dont la grande distribution.

Il en résulte pour le maillon de 2^{ème} transformation une variation de marge brute, représentée sur le Graphique 43, de 99 M€ en 2014.

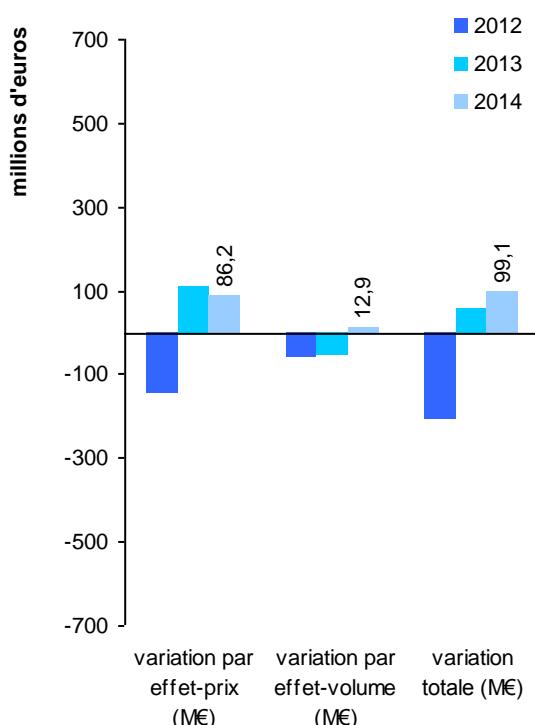
Le manque de données précises de volumes et de prix pour plusieurs maillons en aval de la 2^{ème} transformation ne permet pas de poursuivre cette approche de mesure des transferts globaux résultant des variations de prix et de volumes.

Elle indique cependant que la baisse des prix des bovins en 2014 a principalement profité à l'aval de la 2^{ème} transformation : sur les 257 M€ transférés par l'amont à la 2^{ème} transformation, 158 M€ ont été transférés par cette dernière à son aval, la 2^{ème} transformation obtenant supplément de marge brute de 99 M€.

La marge brute de la 2^{ème} transformation avait fortement baissé en 2012 : baisse non compensée par les variations positives des deux années suivantes.

Graphique 43

Variation de marge brute du maillon de la 2^{ème} transformation de gros bovins



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, SSP

6. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN VIANDE ET COÛT DE PRODUCTION DES BOVINS VIANDE EN ÉLEVAGE

6.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine

L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage d'ovins viande, issu du RICA, est constitué de 433 à 556 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 24 454 à 26 493 exploitations. Dans cet échantillon, la production de bovins viande (veaux de boucherie, bovins maigres, bovins gras) constitue plus de 81 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Les résultats 2014 sont simulés. Les évolutions du prix de la viande ovine (IPPAP bovins) et des consommations intermédiaires (IPAMPA bovins viande, IDELE) en 2014 sont appliquées à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

En 2014, la baisse de 2 % des prix des consommations intermédiaires n'a pas permis de combler la diminution de 6 % des prix de la viande bovine. Le résultat courant avant impôt diminue de 15% (en valeur), il passe de 18 % des produits en 2013 à 16% des produits en 2014 (Graphique 44) et de 16 400 € par travailleur familial en 2013 à 14 000 € en 2014 (Graphique 45).

Graphique 44

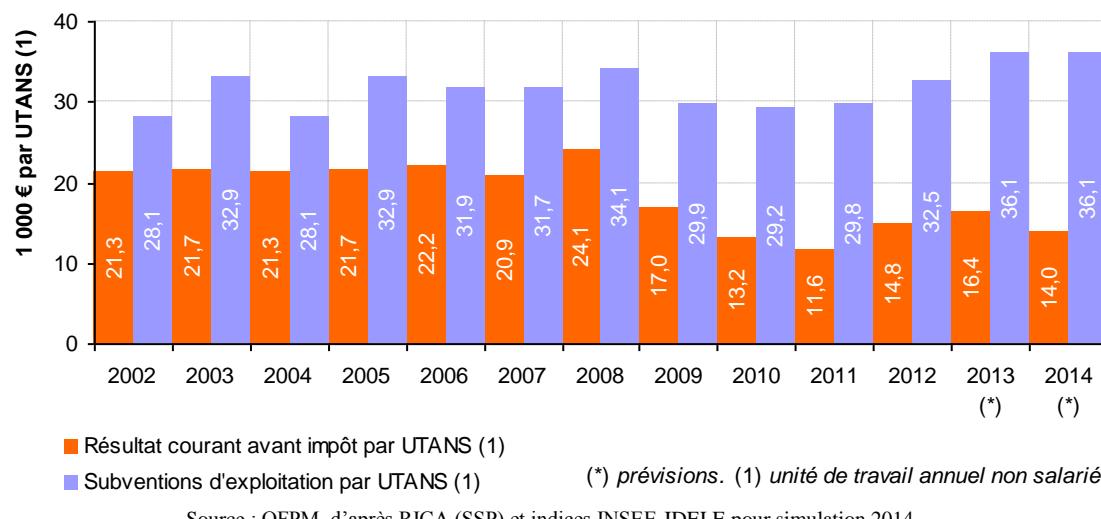
Structure du compte de résultat moyen des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

Graphique 45

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations d'élevage bovin viande spécialisées



6.2. Coût de production dans les systèmes d'élevage bovin viande

Cette estimation pour la campagne 2014 du coût de production, exprimé en euro par kg de carcasse est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies le cadre du dispositif Inosys - Réseaux d'élevage par les Chambres d'agriculture et les organismes techniques impliqués dans la filière. Trois systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

- « **Naisseur** » : toutes races et toutes zones confondues. Production principale des mâles en broutards et des femelles en broutardes, en génisses ou en vaches grasses. 1,15 UGB/ha, dominante conduite herbagère.
- « **Naisseur- engrisseur de jeunes bovins** » : toutes races et toutes zones confondues. Production principale de jeunes bovins et de femelles finies. Conduite alimentaire à 85% à l'herbe et 15% de maïs (outre quelques élevages associant herbe et concentrés achetés).
- « **Engrisseur de jeunes bovins** » : Système engrisseur de taurillons dans les zones de polyculture élevage. Régime alimentaire à base de maïs ensilage et de concentrés ou de coproduits.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Elevage, classiquement mieux positionnées que la moyenne en termes de structures et de performances techniques.

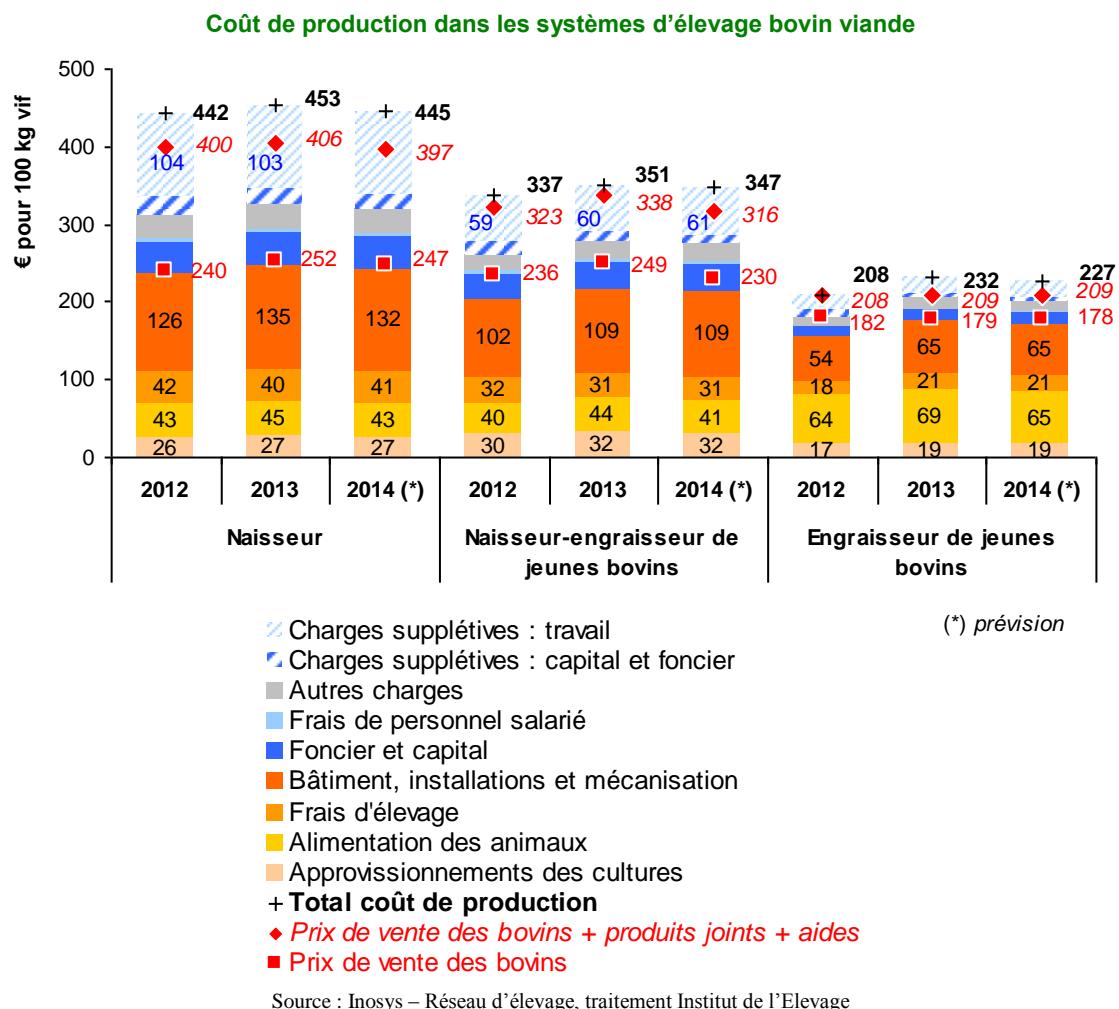
Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération simulée des facteurs autofournis par l'exploitant :

- pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au taux de fermage moyen.

Le coût des aliments pour bovins issus des cultures céréalières de l'exploitation est calculé au coût réel (de même que pour les fourrages) et non au prix de marché des céréales vendues.

En 2013, dans l'ensemble des systèmes, la rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) permet la couverture des charges comptables mais ne permet pas la rémunération des charges supplétives comme décrites ci-dessus. Ainsi, selon les systèmes, la rémunération des éleveurs atteint 0,6 à 1,2 SMIC par unité de main d'œuvre. Dans le système « *Engrisseur de Jeune bovin* », le résultat n'assure pas la rémunération du travail des éleveurs, les charges liées aux capitaux et aux terres ne sont pas totalement couvertes. En 2014, dans les trois systèmes étudiés, la situation est similaire à celle de 2013 ; les charges diminuent de 2% en moyenne mais l'ensemble des produits « *Vente des bovins + produits joints + aides* » stagne ou baisse (de 0% à -6% selon les systèmes), ce qui ne permet pas la rémunération des éleveurs à hauteur de 1,5 SMIC.

Graphique 46



7. COMpte DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DES FILIÈRES VIANDE BOVINE ET COÛT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DÉCOUPE DE BOVINS

7.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la conservation des viandes de boucherie spécialisées en viande bovine

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de bovins constituaient une part importante (plus de deux tiers) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 82 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (73% en 2012) du poste « *machandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le montant de ce poste augmente de près de 3% entre 2010 et 2012.

La part des autres postes diminue corrélativement.

Les « *autres achats et charges externes* » comprennent des charges de sous-traitance, non négligeable dans le secteur, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim) et des consommations intermédiaires et services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels...

Le poids des frais de personnel est d'un peu plus de 10% en moyenne de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 13% sur la période.

La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 47.

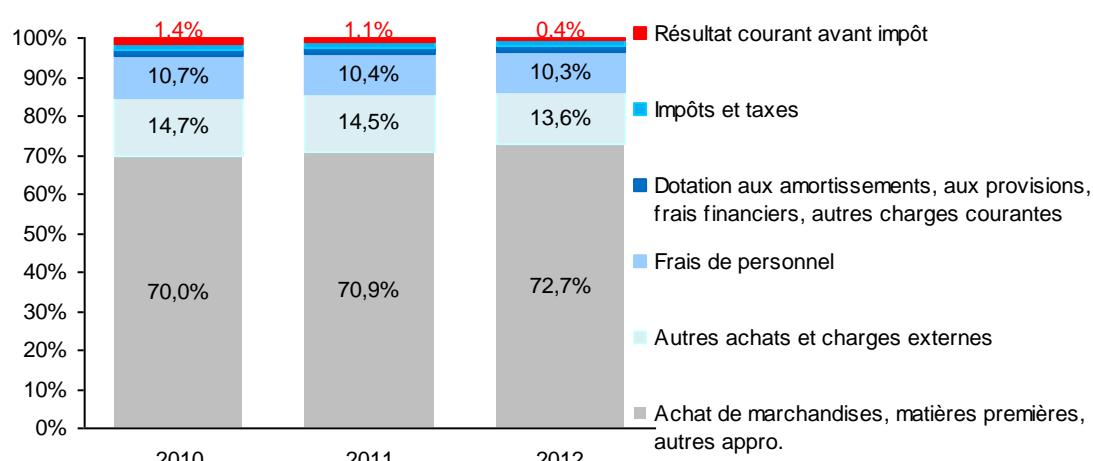
La part du résultat courant a est en baisse, avec 0,4% de la valeur produite en 2012 contre et 1,4% en 2010 et 1,1% en 2011.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif ESANE pour 2013 (du moins à ce niveau de nomenclature de secteurs et charges) et, a fortiori, pour 2014 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, les évolutions suivantes de la structure du compte :

- l'augmentation du poids des achats de matière première en 2013, sous l'effet de la hausse des prix des bovins, n'est pas certaine car on sait par ailleurs (suivi des prix et des marges brutes présenté en partie 3. et résultats du suivi d'entreprises par FranceAgriMer, Cf. paragraphe 7.2 ci-après) que le secteur a pu transmettre ces hausses à l'aval ;
- la baisse du poids de la charge en matière première en 2014, consécutive à la baisse des prix des gros bovins, est probable ; on a vu par ailleurs (parties 3., 4., 5. et 7.2 ci-après) que le secteur n'a répercuté qu'une partie de cette baisse à l'aval.

Graphique 47

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de boucherie spécialisées dans l'espèce bovine



Source : OFPM par SSP d'après ESANE

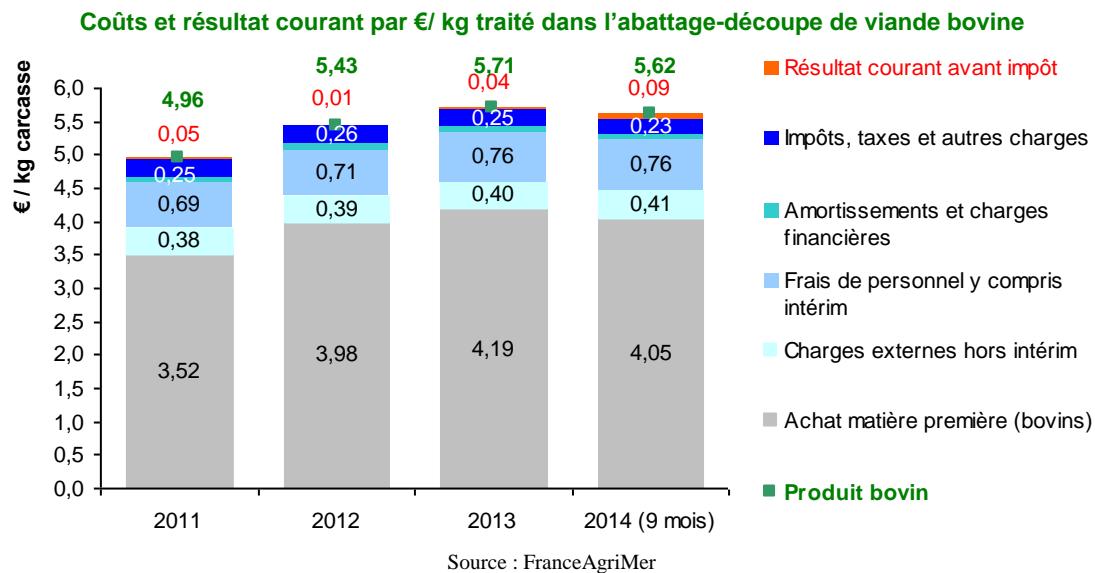
7.2. Coûts par kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe-transformation de viande bovine

FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité et des résultats des entreprises du secteur des entreprises de l'abattage et de la transformation des gros bovins, permettant d'évaluer l'évolution de l'activité, des coûts et des marges brutes ainsi que des résultats courants avant impôt et ainsi étudier l'impact de la conjoncture sur la rentabilité des entreprises du secteur.

L'étude est réalisée auprès de 10 entreprises et groupes d'entreprises spécialisés bovines (99% des volumes traités totaux sont des gros bovins). Ces entreprises ont transformé plus de 900 000 tonnes équivalents carcasses en 2013, ce qui représente 60% du marché national et des abattages contrôlés.

Après deux années consécutives de baisse, l'amélioration de la rentabilité des entreprises de transformation des bovins en 2013 a été permise par un renforcement de la marge brute, supérieur à celui des charges, les entreprises ayant pu en effet répercuter la hausse du coût de leurs matières premières. A noter que ce résultat établi sur base comptable est en cohérence avec les calculs de marges brutes sur la base des modèles de valorisation de carcasse présentés dans la partie 3. Le résultat courant atteint 0,70% du chiffre d'affaires en 2013, soit 4 cts / kg contre respectivement 0,23% (1 ct) en 2012 et 1,05% (5 cts) en 2011.

Graphique 48



L'amélioration constatée en 2013, se poursuit. En 2014, elle résulte du renouvellement et de la modernisation des outils de production, avec deux effets : réduction des coûts et amélioration de la compétitivité hors-prix (offre qualitative répondant à la diversité de la demande). D'après le Graphique 48, le prix de vente a ainsi augmenté de +66 centimes par kg de carcasse entre 2011 et les 9 premiers mois de 2014 ; hausse résultant du renchérissement du prix de la matière première et des actions accomplies pour accroître la valeur des produits (innovation, segmentation, export, etc.).

La marge brute se renforce : alors que la conjoncture se retourne, les entreprises voient leur prix de vente diminuer moins rapidement que leur prix d'achat.

Au 30 Septembre 2014, en cumul, comparé à la même période de 2013 (9 premiers mois), le résultat courant gagne ainsi environ 2 points et s'établit à 1,7% du chiffre d'affaires, soit 9 cts / kg alors qu'il était à l'équilibre sur la même période de 2013.

8. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

8.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie, qui regroupe ici un rayon « *traditionnel* » et un rayon libre-service avec vente d'UVCI et d'UVCM²⁴, représente 16 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 13 % de leur marge brute. Le rayon boucherie a une marge nette négative, comme les rayons poissonnerie et boulangerie.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers, ou découpe uniquement à partir de PAD ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés.

8.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Tableau 13

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie**

| Boucherie | | |
|--|--|--|
| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 75,1 | |
| Marge brute | 24,9 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 10,9 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 14,1 | |
| Autres charges | 16,0 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,9 | |
| Impôt sur les sociétés | -0,7 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,2 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <u>en moyenne</u> à plus ou moins 2,0 € (*) de la marge nette moyenne de -1,2 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

²⁴ Ces trois composantes du rayon ne sont pas distinguées dans l'approche de l'observatoire. Or leurs marges brutes, semi-nettes et nettes sont probablement différentes.

8.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Les frais de personnel spécifique au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longes, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (ovins, parfois bovins, rarement porcins), élaboration d'UVC. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre un caractère strictement commercial, a une dimension de marge de 3^{ème} transformation de la viande (voire de 2^{ème} en cas de travail de carcasses ou de quartiers).

La marge « *semi-nette* » descend ainsi à 14,1 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,9 € pour 100 € de ventes, passant à -1,2 € après répartition de l'impôt sur les sociétés. Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se basant sur l'écart moyen ; la marge nette est négative dans cinq des sept enseignes étudiées.

8.3. Détail des charges du rayon boucherie

Tableau 14

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie

| | | Boucherie |
|----------------------------|--|--|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 10,9 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,5 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,6 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,7 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,2 |
| | Sous-total : charges directes du rayon | 13,0 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 2,1 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,2 |
| | Frais financiers | 0,5 |
| | Autres charges communes réparties | 6,1 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | -0,7 |
| | Sous-total : charges communes réparties | 13,2 |
| | | Total des charges imputées au rayon |
| | | 26,2 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel non dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

Section 3 – Viande ovine

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VIANDE OVINE

1.1. Traits généraux de la filière viande ovine

Le cheptel ovin français était de 7 274 milliers de têtes en 2013, dont 17 % de brebis laitières, ce qui place la France au cinquième rang européen. La production d'agneaux en tonnes d'équivalents-carcasse (tec) a progressé de 0,2 % en 2014 par rapport à 2013.

Une spécificité importante de la filière ovine française, avec des implications contraignantes pour les travaux de l'observatoire, est le **poids élevé des importations dans la consommation** : en 2014, la production de viande ovine des élevages français s'élève à 81 500 tec dont 66 000 tec de viande d'agneau. La consommation intérieure s'élève à 182 300 tec ; ainsi, les importations, de 106 300 tec, assurent plus de 50% de la consommation. Cet approvisionnement provient de l'Union Européenne, du Royaume-Unis et de l'Irlande principalement, et de manière moindre, d'Océanie (Nouvelle-Zélande).

Une deuxième particularité de la filière est la **part encore importante du commerce de détail spécialisé** : en 2014, 20% des achats de viande ovine sont effectués en boucherie spécialisée contre 70% en GMS maxidiscompteurs compris (source : Kantar Worldpanel). Hors circuit d'achat proprement dit, la restauration hors foyer représente 20% de la consommation de viande ovine, dont un peu moins de 60% en restauration commerciale et plus de 40% en restauration collective.

La consommation de viande ovine ne représente que 5% de celle de l'ensemble des viandes, elle porte principalement sur la viande d'agneau (90%) et sa saisonnalité est très marquée : les achats de viande ovine dans le mois de Pâques s'élèvent à environ 8 000 tonnes en 2014 d'après le panel Kantar, et 4 000 à 5 000 tonnes pour tout autre mois. Ce profil s'observe chaque année, mais dans une tendance à la baisse de la consommation (- 0,8 % de 2013 à 2014, - 40% en 30 ans). Plus de 30% des achats de 2014 est consacré au gigot frais (par opposition au gigot surgelé, généralement importé : 2%), les autres pièces à griller ou rôtir (côtelettes, épaules...), achetées en frais, représentent 50% des achats.

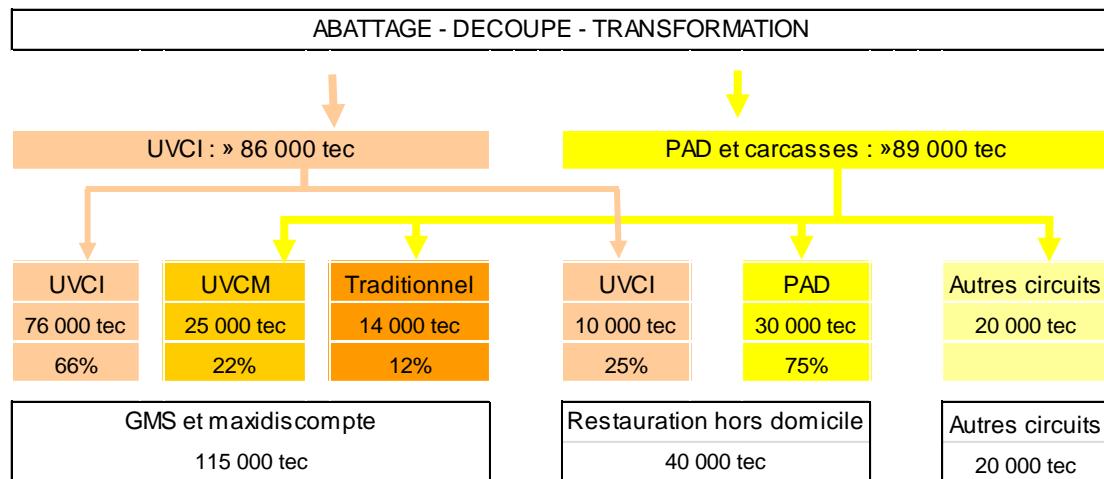
En GMS, la présentation en unité de vente consommateur (UVC) se développe aux dépens du rayon boucherie traditionnel en vente assistée, à la coupe. Ces « barquettes » peuvent être produites dans les ateliers spécialisés de la grande distribution (il s'agit alors d'unités de vente consommateur magasin, UVCM), à partir d'achats de carcasses ou demi-carcasses, ou bien dans l'industrie (UCVI).

Pour en savoir plus : « [La consommation de viande ovine, une baisse difficile à enrayer](#) ». Les synthèses de FranceAgriMer, juin 2012, n°14.

1.2. Cartographie des flux de la filière viande ovine

Schéma 9

Cartographie des flux dans la filière viande ovine en 2012

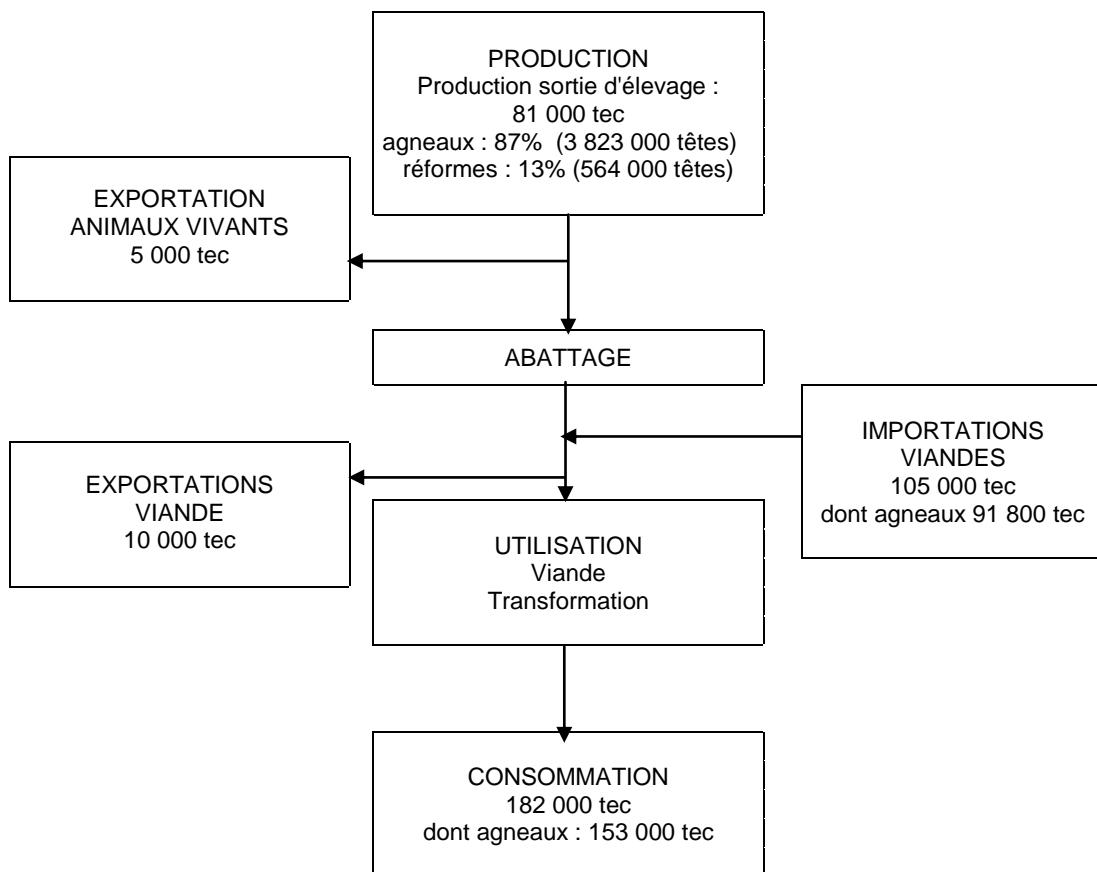


Source : Etude Abso Conseil pour FranceAgriMer

1.3. Bilan des flux de la filière viande ovine

Schéma 10

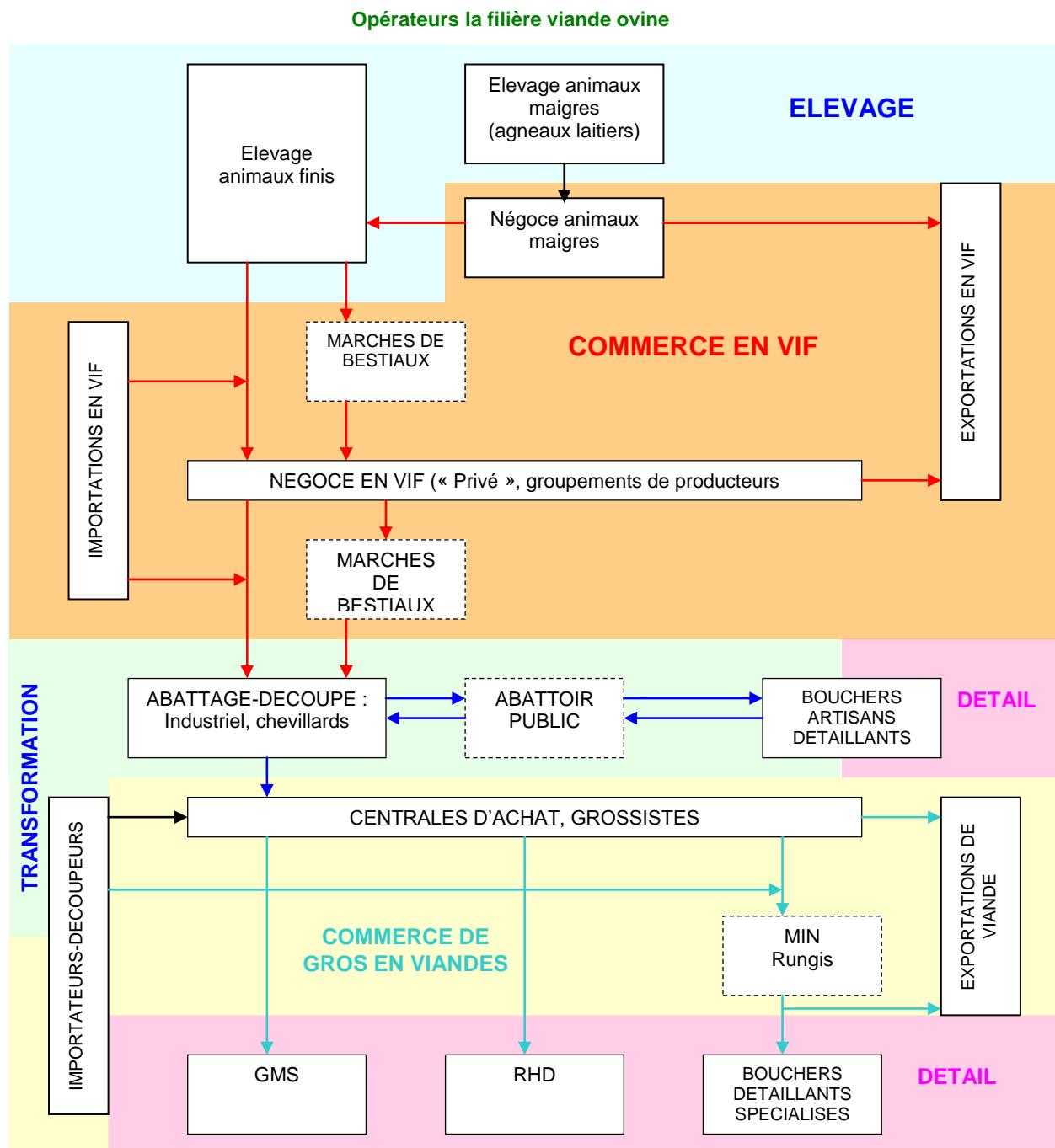
Bilan des flux dans la filière viande ovine en 2014



Sources : FranceAgriMer, SSP, Douanes

1.4. Opérateurs la filière viande ovine

Schéma 11



Source : FranceAgriMer

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE VIANDE OVINE

2.1. Une représentation simplifiée de la formation du prix au détail en GMS du « *panier* » de viande ovine fraîche et surgelée

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 6 du rapport 2013.

Compte-tenu :

- du poids important des importations (Cf. Graphique 49), essentiellement sous forme de viandes fraîches, réfrigérées ou congelées à l'état de carcasses ou de pièces, marginalement sous forme d'animaux vivants, notamment dans l'approvisionnement des GMS (circuit étudié ici),
- de l'absence de données de prix sortie abattage-découpe des différents articles de viande fraîche issus du traitement des animaux « *indigènes* » et importés,

la représentation adoptée, très schématique à ce stade, de la composition du prix au détail de la viande ovine en GMS, en matière première et marges brutes est la suivante :

- la ressource à l'amont du circuit est composite et comprend les **produits de l'élevage français** (agneaux, principalement, et animaux de réforme), les **animaux vifs importés** (pour une part relativement limitée) et les **viandes importées** (part importante). On dispose pour ces animaux et viandes de données de volumes et de prix, permettant de calculer, en euros par kg d'équivalent carcasse, la valeur de cette matière première composite. On suppose, faute d'informations plus précises, que la structure de cette ressource en animaux « *indigènes* », animaux importés et viandes importées correspond à celle des ventes en GMS en viande fraîche et surgelée (gigots, notamment), ce qui permet de comparer le prix moyen des ventes en GMS, exprimé en euros par kg d'équivalent carcasse, avec le prix moyen, exprimé dans la même unité, de la ressource ;
- les animaux vifs, indigènes et importés, sont donc traités par l'industrie d'abattage-découpe ;
- les produits qui en sont issus sont rejoints par les importations de viandes pour l'approvisionnement des GMS. Faute de données de prix sortie abattage-découpe, on ne peut estimer ici un indicateur de marge brute de ce maillon ;
- on est donc amené à se limiter à suivre un indicateur de « *marge brute agrégée* » par kg d'équivalent carcasse de viande ovine²⁵, recouvrant les valeurs ajoutées à la matière première (animaux « *indigènes* » et importés, importations de viande) par l'industrie, le commerce en gros en viande et la distribution en GMS ;

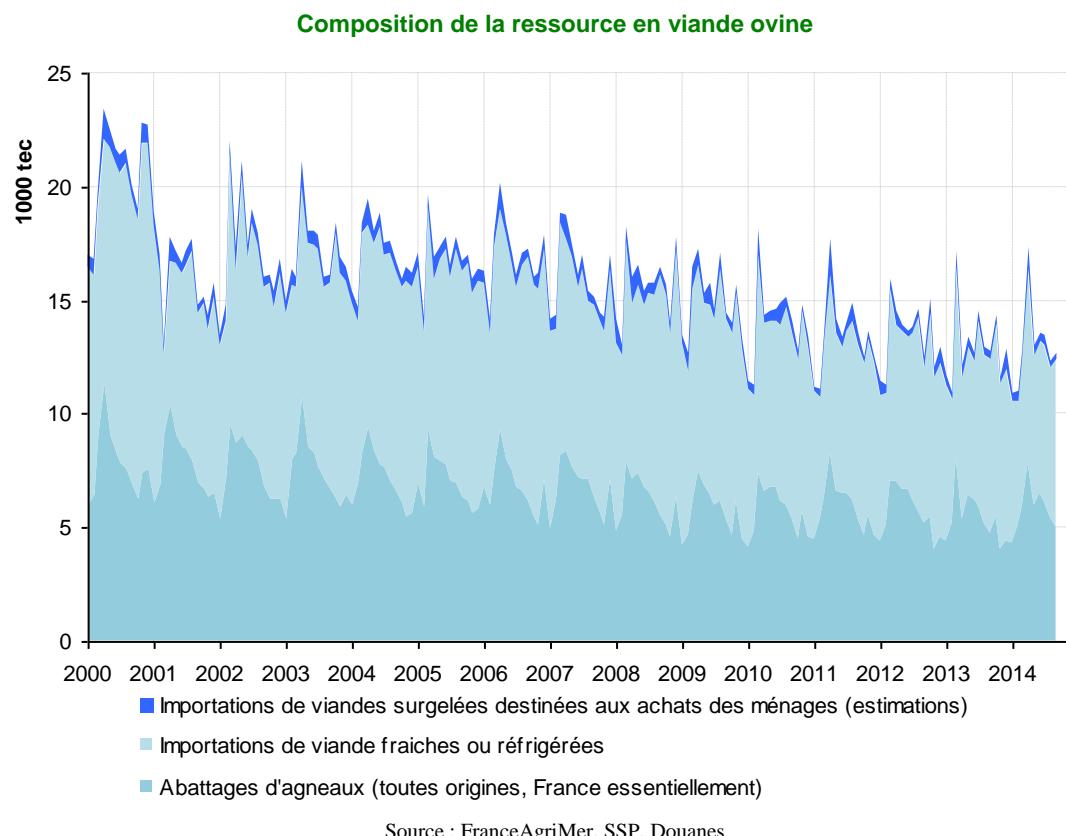
Le produit suivi au détail est un « *panier* » variable de morceaux (côtelettes, gigots, morceaux à braiser ou à bouillir...). Sa composition présente des variations saisonnières et des tendances de long terme : le prix moyen du « *panier* » ne varie donc pas uniquement sous l'effet des seules variations de prix de ses composants, mais aussi sous l'effet des variations, notamment saisonnières, de la composition du panier.

Il s'ensuit que les variations de l'indicateur de marge brute agrégée sont elles aussi pour partie dues aux variations de la composition du « *panier* » des consommateurs.

La valorisation des coproduits de la carcasse (abats, notamment) devrait être prise en compte et venir en diminution (en cas de valorisation positive) ou en augmentation (dans le cas contraire) du coût matière pour l'industrie. Faute de données précises, cet élément n'a pu être intégré dans la représentation de la formation du prix au détail. Le coût en carcasses par kilogramme de viande au détail s'en trouve probablement majoré.

²⁵ Rappel : afin de tenir compte du rendement en viande de la carcasse, les valeurs de tous les produits aux différents stades de la filière doivent être exprimées dans la même unité, soit le kg de carcasse (option retenue ici), soit le kg de viande telle que vendue au détail. Le rendement de carcasse ovine en viande est estimé en moyenne à 80%. Le passage des valeurs par kg d'équivalent carcasse aux valeurs par kg de viande « *sans os* » se fait en divisant les premières par 0,8. Faute de données précises, les pertes de matière autres que celles liées au rendement de la carcasse en viande, tant dans l'industrie qu'en GMS (freinte, démarque inconnue, élimination pour dépassement de date limite de consommation, déchets de coupe au détail, ...) ne sont pas prises en compte : la valeur de la matière première est ainsi sous-estimée, et la marge brute est surestimée.

Graphique 49



2.2. Les sources de données de prix utilisées

Le prix moyen des carcasses entrée abattoir, issues de l'élevage français provient des cotations régionales des ovins de boucherie entrée abattoir, réalisées par FranceAgriMer qui calcule à partir de ces données un « *prix moyen pondéré des agneaux de boucherie* », agrégeant donc les cours de différentes catégories d'agneaux dans diverses régions. Cette donnée constitue la principale référence nationale utilisable en filière ovine par l'observatoire comme prix « *à la production* »²⁶.

Les valeurs et volumes, et donc le prix moyen des animaux importés, sont fournis par les statistiques douanières.

Les valeurs et volumes, et donc le prix moyen des différents types de viande ovine importée (viande fraîche ou réfrigérée sous forme de carcasses ou de pièces, viandes congelées), sont fournis par la même source.

Le prix moyen de vente au détail en GMS (hypermarchés et supermarchés, hors maxidiscompte) des viandes ovines fraîches et des viandes ovines surgelées, hors abats et viandes élaborées, est fourni par le panel consommateur Kantar Worldpanel. On rappelle qu'il s'agit d'un prix moyen pondéré par les quantités achetées.

En outre, comme mentionné plus haut, le prix considéré est celui d'un panier de composition variable, notamment en fonction des saisons (achats traditionnellement plus importants de certains morceaux à certaines saisons : gigot à Pâques, par exemple).

²⁶ Comme vu précédemment, il ne s'agit pas nécessairement du prix rémunérant l'éleveur, les activités commerciales en amont de l'abattoir sont également créatrices de valeur dans la filière.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DE LA VIANDE OVINE

Compte-tenu de la méthode retenue, la composante « matière première » du prix au détail d'un kg de viande ovine présente ici trois « couches » :

- la matière première provenant de l'élevage domestique ;
- la matière première importée en vif (peu importante) ;
- la matière première importée sous formes de carasses, découpes, pièces fraîches, réfrigérées ou congelées.

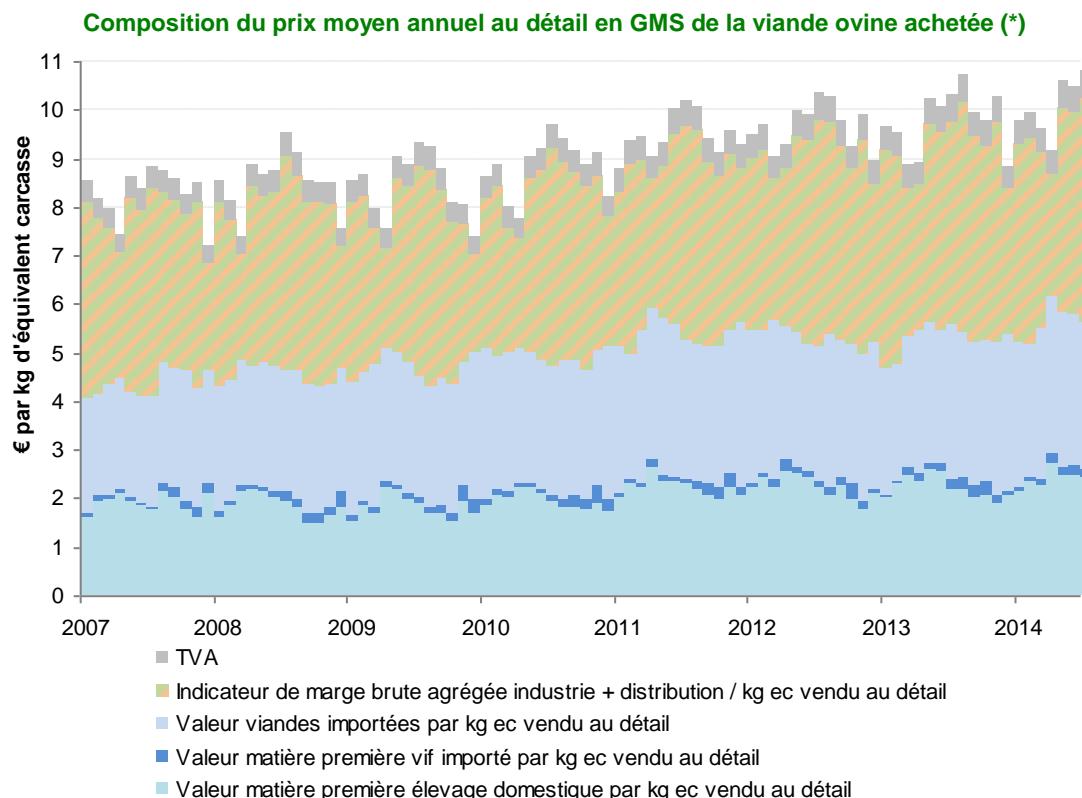
Les prix amont et au détail présentent une certaine saisonnalité, avec un pic à la période de Pâques, dans une tendance de long terme à la hausse, sous l'effet de la réduction de l'offre (diminution du cheptel néo-zélandais, moindre production britannique), assortie d'importantes fluctuations conjoncturelles.

Depuis 2007, la part de la matière première est supérieure à la part de la marge brute. La « marge agrégée » (écart entre valeur de la ressource et prix au détail) paraît en hausse de 2007 à 2014 (0,55 € par kg ec), amplifiant la hausse du prix de la matière première, indigène et importée (1,19 €).

De 2013 à 2014 la hausse du prix de la matière première s'explique à la fois par une revalorisation du prix entrée abattoir des agneaux (+ 0,16 € par kg par rapport à 2013) mais surtout par une hausse de 0,47 € par kg ec de la viande ovine importée qui représente plus de 60 % des approvisionnements en matière première. En 2014, la hausse du prix de la matière première est intégralement (et même un peu au-delà) répercutée au consommateur, la marge brute du maillon industrie-distributeur progressant de 0,06 € par kg ec.

La raréfaction de l'offre tant sur le marché français que mondial, conduit à une hausse continue du prix de la matière première. De plus, la forte demande asiatique en viande ovine accentue la pression sur les prix.

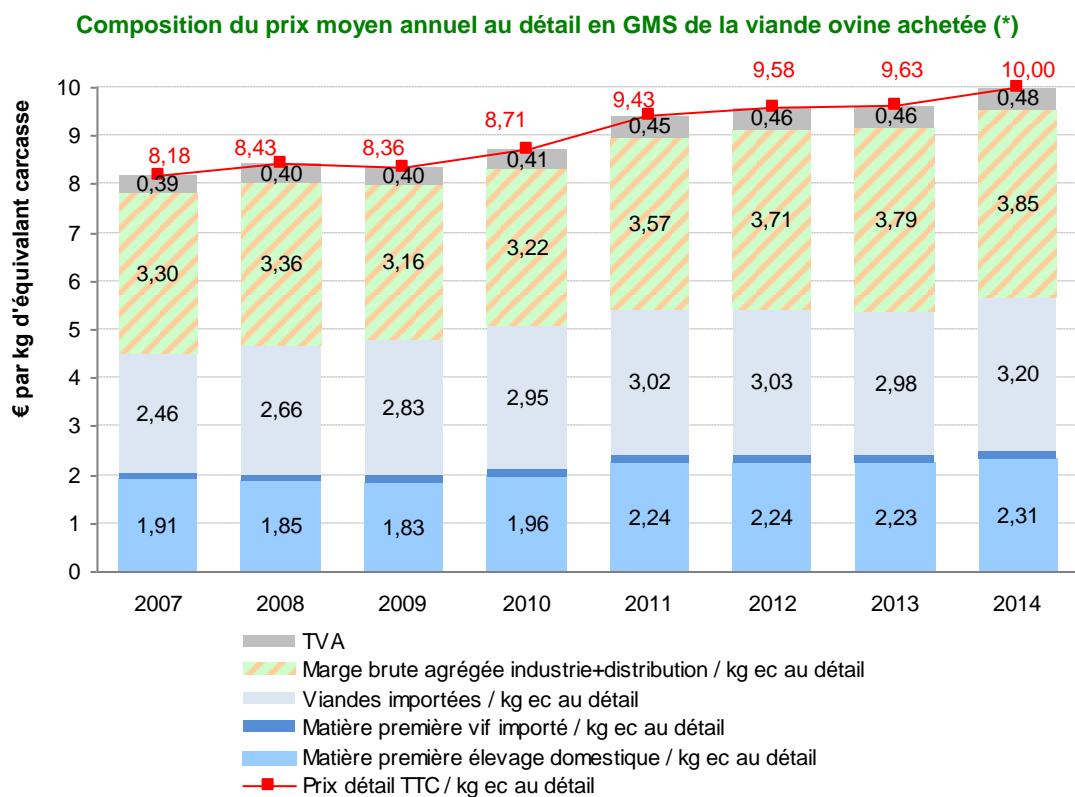
Graphique 50



(*) viande ovine fraîche et surgelée, prix moyen pondéré d'achats dont la composition en morceaux est variable.

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Graphique 51



(*) viande ovine fraîche et surgelée, prix moyen pondéré d'achats dont la composition en morceaux est variable.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE OVIN VIANDE ET COÛT DE PRODUCTION DES OVINS VIANDE EN ÉLEVAGE

4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande ovine

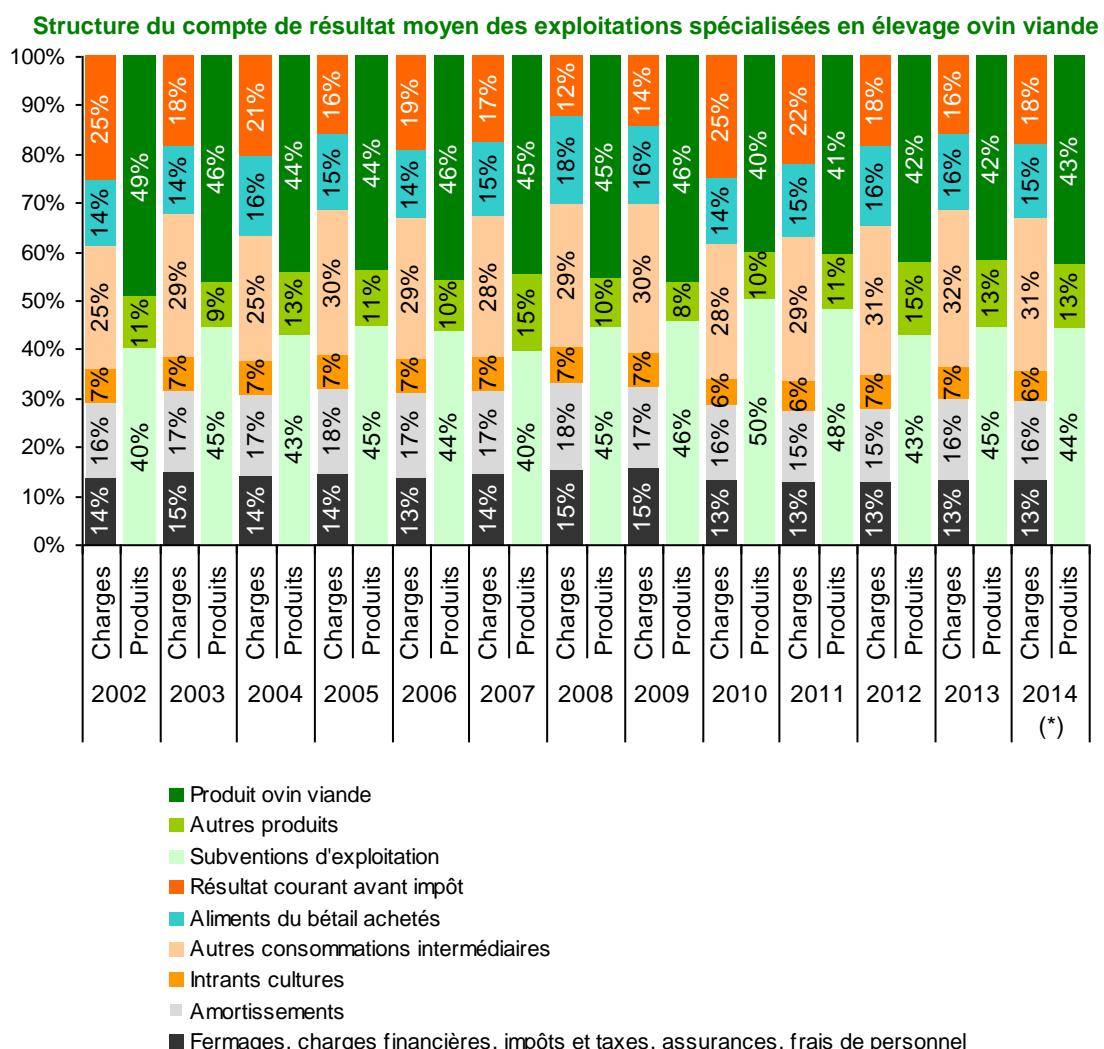
L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage d'ovins viande, issu du RICA, est constitué de 118 à 142 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 5 296 à 6 633 exploitations. Dans cet échantillon, la production d'ovins viande constitue plus de 75 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 12 % à 25 %. Les subventions d'exploitation représentent plus de 40 % des produits.

Les résultats 2014 sont simulés. Les indices d'évolution du prix de la viande ovine (IPPAP ovins) et des consommations intermédiaires (IPAMPA ovins viande, IDELE) en 2014 sont appliqués à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

Ainsi, en 2014, la hausse de 3 % des prix de la viande ovine conjuguée à la baisse de 2 % des prix des consommations intermédiaires permet une augmentation du résultat courant avant impôt. Il passe de 16% des produits en 2013 à 18% des produits en 2014 (Graphique 52) et de 13 600 € par travailleur familial en 2013 à 15 600 € en 2014.

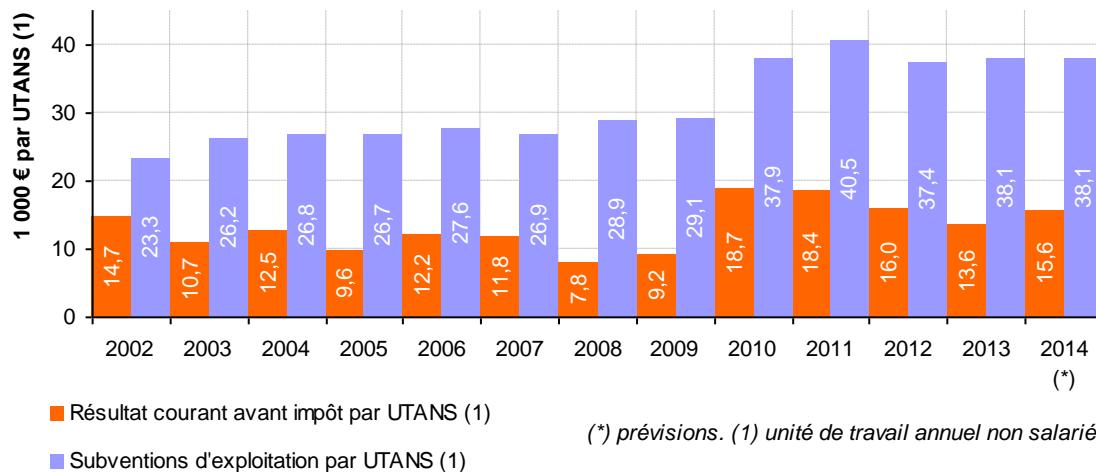
Graphique 52



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

Graphique 53

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations d'élevage ovin viande spécialisées



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

4.2. Coût de production dans les systèmes d'élevage ovin viande

Cette estimation pour la campagne 2014 du coût de production, exprimé en euro par kg de carcasse est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies le cadre du dispositif Inosys - Réseaux d'élevage par les Chambres d'agriculture et les organismes techniques impliqués dans la filière. Trois systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

(Graphique 54) :

- « **Fourragers** » : systèmes sans parcours, intensifiés (chargement supérieur à 1,4 UGB par ha), avec un temps de séjour en bergerie non négligeable et un recours fréquent à l'ensilage d'herbe voire à l'ensilage de cultures fourragères (maïs, sorgho) ; 60 à 73 exploitations dans l'échantillon, selon les années,
- « **Herbagers** » : systèmes sans parcours et peu intensifiés (chargement inférieur à 1,4 UGB par ha), et systèmes peu dépendants des parcours (chargement inférieur à 2,5 UGB par ha) et localisés en zone d'élevage des montagnes humides ou en zone non défavorisée, défavorisée simple ou piémont ; 131 à 140 exploitations dans l'échantillon, selon les années,
- « **Pastoraux** » : systèmes fortement dépendants des parcours (chargement supérieur à 2,5 UGB par ha de SFP hors parcours) ou localisés en zone de handicap « *montagne* » ou « *haute montagne* » et hors zones d'élevage des montagnes humides ; 29 à 31 exploitations dans l'échantillon, selon les années.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Elevage, classiquement mieux positionnées que la moyenne en termes de structures et de performances techniques.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération simulée des facteurs autofournis par l'exploitant :

- pour le travail familial, à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au taux de fermage moyen.

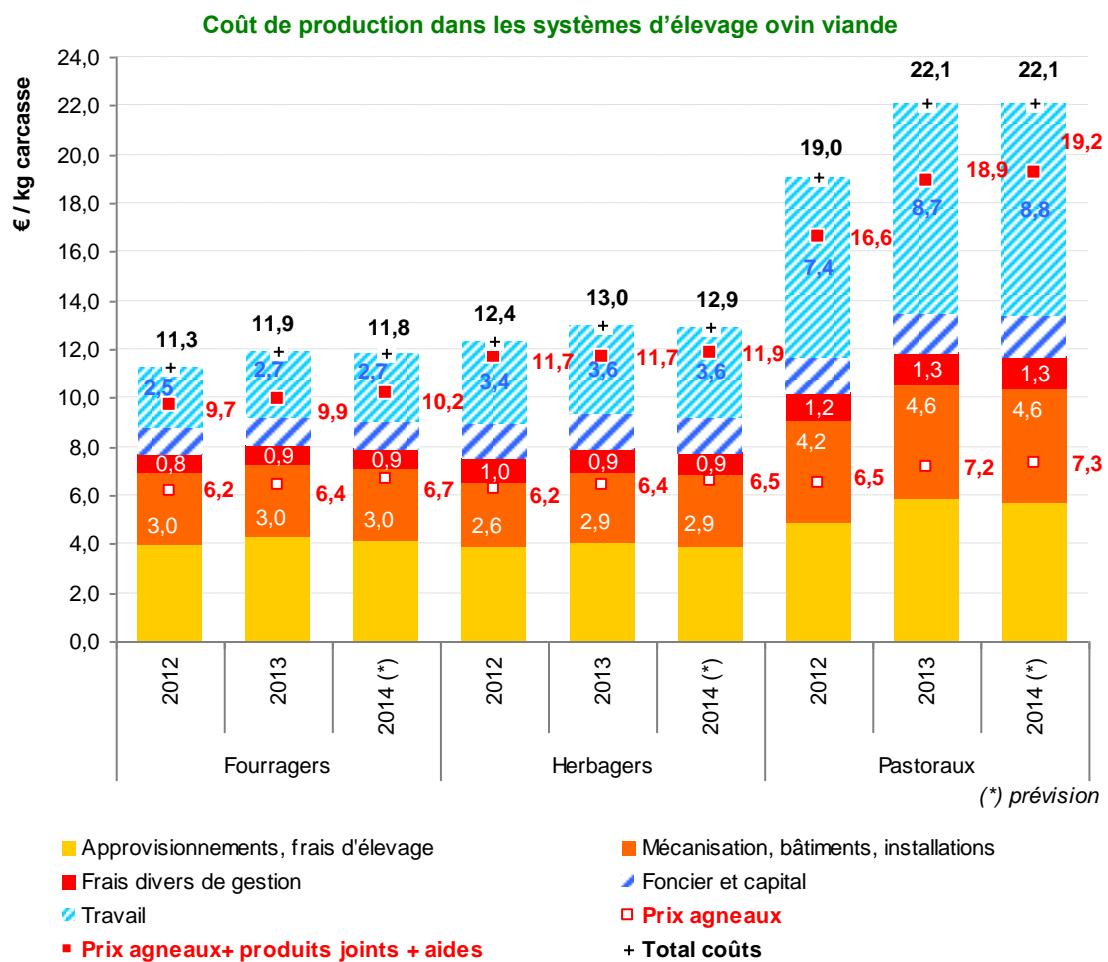
Le coût des aliments pour ovins autoproduits à partir des cultures céréalières de l'exploitation est calculé au coût de production (de même que pour les fourrages) et non au prix de marché des céréales vendues.

En 2013, les systèmes « **Fourragers** », intensifs, ont été particulièrement pénalisés par la poursuite d'une certaine inflation sur les intrants (+6% sur le coût de production total, à 11,9 € / kg). La revalorisation du prix de l'agneau n'a pas permis de compenser cette augmentation des charges. Ainsi, la rémunération pour l'exploitant n'est que de 0,2 SMIC. En 2014, un repli du prix des intrants et des prix de contre-saison nettement plus favorables permettent une amélioration de la situation. La rémunération des éleveurs s'élève à 0,5 SMIC par UMO en moyenne. 30% des éleveurs est rémunéré 1,5 SMIC par UMO.

Les systèmes « **Herbagers** », moins intensifs que les systèmes « **Fourragers** » ont également subi, de manière légèrement moins importante, l'inflation sur les intrants de 2013 (+5% sur le coût de production total, à 12,96 € / kg). La rémunération permise moyenne est passée sous la barre d'1 SMIC par UMO. De la même manière, en 2014, ces systèmes de production ont bénéficié du retour de conjoncture, mais de manière moins amplifiée que dans les systèmes « **Fourragers** ». Ainsi, ils voient leur niveau de rémunération progresser à plus d'1 SMIC par UMO et, dans 34% des élevages du groupe, la rémunération dépasse 1,5 SMIC.

En 2013, dans l'échantillon « **Pastoraux** », les élevages pratiquant la vente directe et/ou l'agriculture biologique ou la production d'agneaux relativement légers sont plus nombreux qu'en 2012. Ainsi, le prix moyen de l'agneau est nettement plus élevé en 2013 qu'en 2012 (7,2 € / kg), de même que le coût de production (22,1 € / kg). Comme dans les autres groupes, la rémunération permise moyenne est nettement inférieure à celle de 2012 (0,9 SMIC par UMO). Souvent localisés en zone de montagne, ces élevages bénéficient particulièrement de la revalorisation des indemnités compensatoires de handicaps naturels (ICHN) en 2014, et la rémunération permise se rapproche à nouveau d'un SMIC par UMO.

Graphique 54



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Elevage

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE VIANDE OVINE

La viande ovine étant souvent issue d'entreprises ayant comme activité principale le traitement d'une autre espèce, on ne peut pratiquement pas évaluer les charges et produits spécifiques de l'abattage-découpe d'ovins à partir des bases statistiques des comptes sectoriels. Pour cette raison, les données de la base ESANE (INSEE - SSP) n'ont pas été mobilisées pour cette filière.

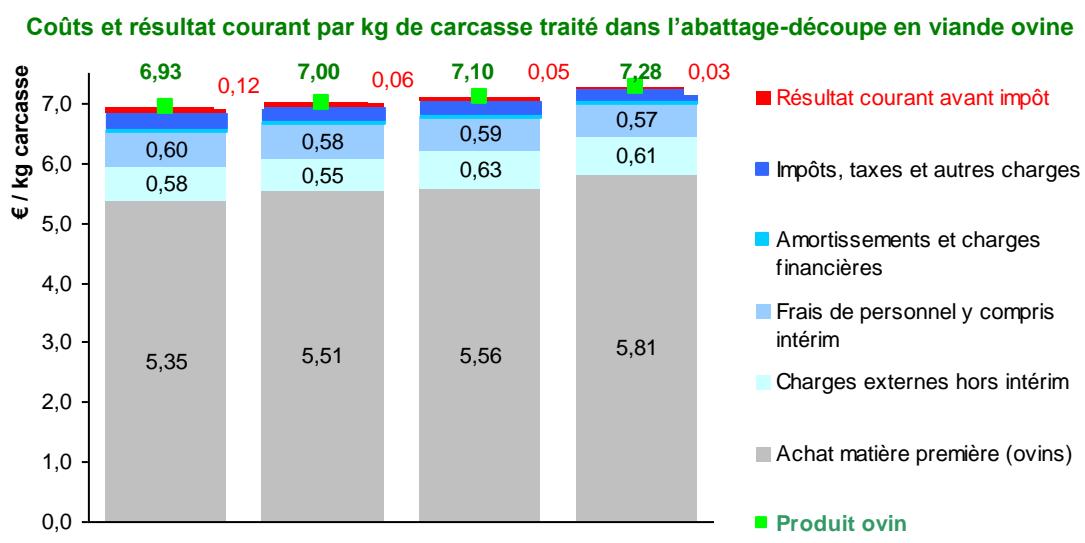
En revanche, FranceAgriMer suit 8 entreprises spécialisées à hauteur de près de 95% de leur activité dans l'abattage-découpe d'ovins, pour lesquelles des indicateurs de coûts par kg de carcasse traité sont disponibles.

En 2012, les charges unitaires (hors achat de matière première) diminuent en lien avec la forte progression de l'activité. En 2013, la conjoncture se retourne, la baisse d'activité tout au long de l'année détériore la couverture des charges fixes.

Au 30 septembre 2014, en cumul, comparé à la même période de 2013, le bénéfice des entreprises ovines est divisé par 3, sous l'effet conjoint d'une réduction de la marge et d'un léger renforcement des charges dans un contexte de baisse de leur activité.

Les prix à l'achat ont augmenté de +0,25 €/kg de carcasse en 2014 (+0,46 € depuis 2011). Les gains de productivité industriels et l'augmentation des prix de vente n'ont pas permis de compenser cette hausse venant de l'amont de la filière.

Graphique 55



Source : FranceAgriMer

6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

6.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie, qui regroupe ici un rayon « *traditionnel* » et un rayon libre-service avec vente d'UVCI et d'UVCM²⁷, représente 16 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 13 % de leur marge brute. Le rayon boucherie a une marge nette négative, comme les rayons poissonnerie et boulangerie.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses (cas assez fréquent en viande ovine) ou quartiers, ou découpe uniquement à partir de PAD ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés.

6.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Tableau 15

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie**

| <i>Boucherie</i> | |
|--|---|
| Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 |
| Coût d'achat des produits du rayon | 75,1 |
| Marge brute | 24,9 |
| Frais de personnel du rayon | 10,9 |
| Marge semi-nette | 14,1 |
| Autres charges | 16,0 |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,9 |
| Impôt sur les sociétés | -0,7 |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,2 |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

²⁷ Ces trois composantes du rayon ne sont pas distinguées dans l'approche de l'observatoire. Or leurs marges brutes et semi-nettes (voire nettes) sont probablement différentes.

6.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : désossage de quartiers et carcasses fréquent en viande ovine, élaboration d'UVC. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre sa dimension strictement commerciale, a une dimension de marge de 3^{ème} transformation de la viande (voire de 2^{ème}).

La marge « *semi-nette* » descend ainsi à 14,1 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,9 € pour 100 € de ventes, passant à -1,2 € après répartition de l'impôt sur les sociétés. Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se basant sur l'écart moyen ; la marge nette est négative dans cinq des sept enseignes étudiées.

6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Tableau 16

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie**

| | | Boucherie |
|--|--|-------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 10,9 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,5 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,6 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,7 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,2 |
| Sous-total : charges directes du rayon | | 13,0 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 2,1 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,2 |
| | Frais financiers | 0,5 |
| | Autres charges communes réparties | 6,1 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | -0,7 |
| Sous-total : charges communes réparties | | 13,2 |
| Total des charges imputées au rayon | | 26,2 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

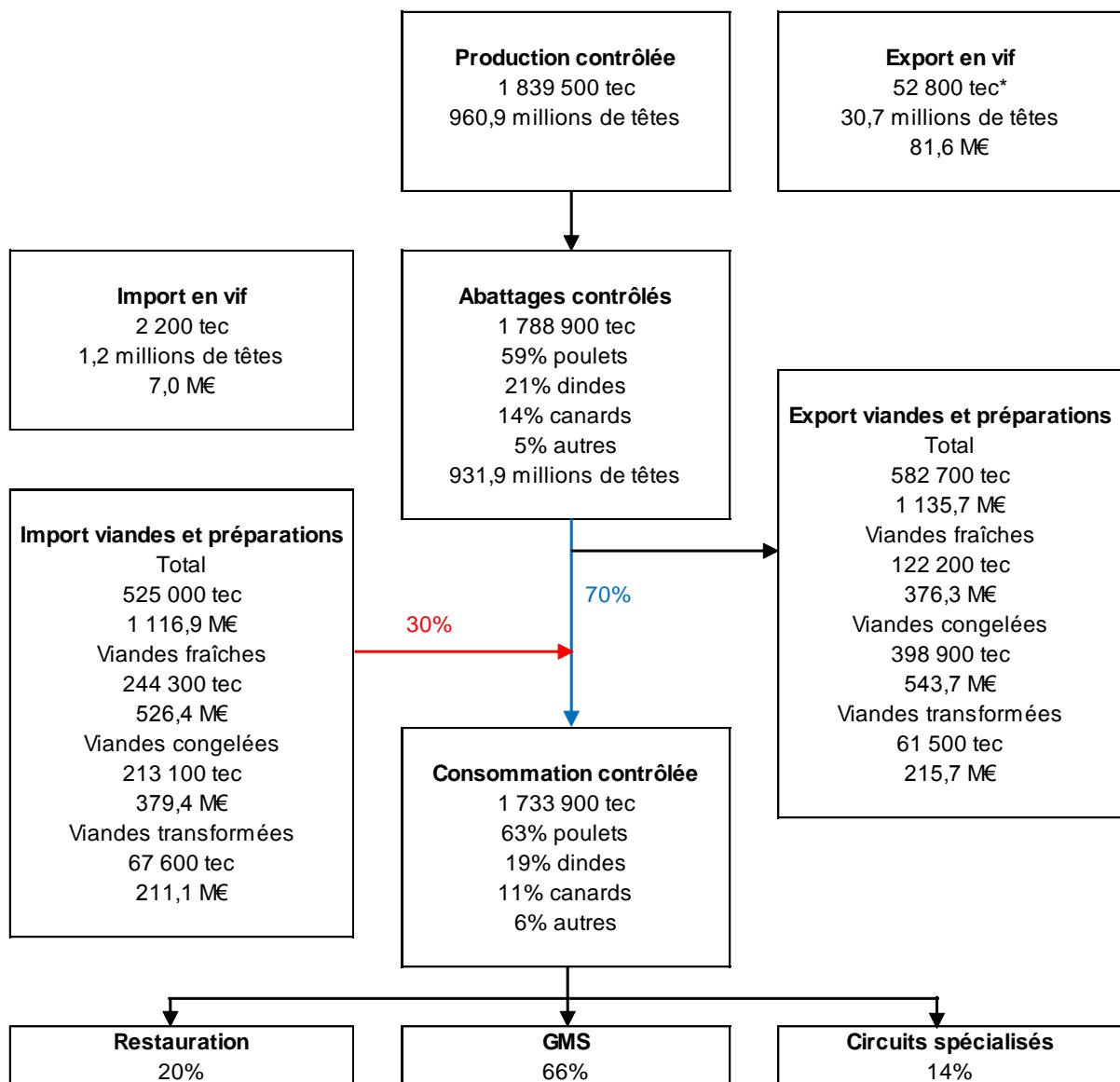
Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel non dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

Section 4 – Volailles de chair

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR

Schéma 12

Cartographie des flux dans la filière volailles de chair en 2014



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Douanes, Kantar Worldpanel, Credoc

Avec 1,8 million de tonnes produites en 2014, la France est le premier pays producteur de volaille de l'Union européenne (13 % des volumes), devant la Pologne et l'Allemagne (environ 13 % de la production européenne chacun).

De 2001 à 2006, le poulet représentait un peu moins de la moitié des volumes de viande de volaille produits en France (49 % des abattages contrôlés de volaille en 2001). Aujourd'hui, ce secteur domine le marché français avec, en 2014, près de 60 % des abattages contrôlés de volailles en tonnage et 80 % des abattages en nombre d'animaux (743 millions de têtes). Cette évolution reflète la part croissante de poulets légers produits pour le grand export jusqu'en 2013, exportés sous forme de carcasses congelées, et le recul de la production de dinde.

Il convient de distinguer, en poulet de chair, la production de poulets « *export* » (essentiellement abattus en Bretagne, et expédiés vers les pays tiers sous forme de carcasses congelées) et celle de poulets destinés aux marchés national et européen (majoritairement produits dans le Grand Ouest). Les premiers sont des poulets légers de moins de 1,6 kg vif et environ 35 jours de croissance. Dans le cas des seconds, la durée de croissance est plus longue (de 40 à 81 jours) et la gamme plus diversifiée (standard, certifié, Label Rouge, issus de l'agriculture biologique). En 2014, les exportations de viandes de poulet vers les pays tiers se sont élevées à 291 000 tec, soit 38 % des abattages français de poulet toutes qualités et 67 % des ventes françaises de viande de poulet. Les expéditions sur le marché européen ont, quant à elles, portées sur 144 400 tec (14 % des abattages de poulet). En 2013, les abattages destinés aux marchés français et communautaire ont été constitués à 68 % de poulets standard, 20 % de poulets Label Rouge, 1 % de « *biologique* » et 11 % de poulets d'autres signes de qualité.

La production de dinde est réalisée principalement dans le Grand Ouest (42 % des abattages réalisé en Bretagne en 2014, et 25 % dans les Pays de la Loire). Sur les dix dernières années, le poulet et la dinde ont représenté près de 85 % de la production française de viande de volaille (part relativement stable), mais alors que la part du poulet s'est accrue, celle de la dinde a fléchi. La dinde a représenté 35 % en volume (11 % en nombre de têtes) des abattages contrôlés de viande de volaille en 2001, elle n'en représente plus que 21 % en 2014 (5 % en têtes). Depuis plusieurs années, le secteur de la dinde connaît des difficultés économiques qui ont conduit à une réduction de la production de moitié en dix ans. En 2014, les abattages contrôlés de dindes ont porté sur 355 500 tec, soit un peu moins de 46 millions de têtes, contre 113 millions en 2001, dont environ 86 % d'abattages standard. Les exportations ont représenté 25 % des débouchés de la viande de dinde française, elles ont été destinées à 75 % au marché communautaire.

Les importations représentent une part croissante de la consommation française de viande de volaille (plus de 40 % de la consommation de poulet en 2014) et concernent l'ensemble des circuits de distribution mais principalement la restauration hors domicile et l'industrie de transformation (charcuterie, élaborés de volailles, etc.). Elles ont porté sur plus de 525 000 tec en 2014, dont 47 % de produits frais, 41 % de produits congelés et 13 % de produits transformés.

La viande de volaille commercialisée en GMS (hors maxidiscompte) a représenté 66 % des achats des ménages français de volaille y compris élaborés frais en 2013. Cette part varie selon les produits, les achats de poulet entier (poulet P.A.C.²⁸) étant réalisés à 76 % en GMS.

Tous circuits de commercialisation confondus, le poulet (y compris les produits élaborés) a représenté 59 % des volumes de viande de volaille y compris élaborés frais achetés par les ménages français en 2014 (en poids de produit fini). Les découpes ont été la forme la plus consommée (48 % en volume). La part des produits élaborés (poulet cuit, fumé, découpes aromatisées, panés frais), en croissance régulière, s'est élevée à 19 % en volume. Les 33 % restants ont été commercialisés sous forme de poulets P.A.C. Le poulet Label Rouge, avec 61 % ces volumes, occupe une place privilégiée dans l'univers du poulet entier.

Les achats des ménages de viande de dinde (y compris panés frais) ont représenté 19 % des achats de viande de volaille en 2014. Les ménages ont principalement acheté des escalopes (33 % des achats en volume). Les ventes de cuisses et de panés frais ont représenté respectivement 15 % et 27 % des achats en volume.

²⁸ Prêts à cuire.

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 4 du rapport 2013.

2.1. Valeurs en vif

Plus de 90 % des volumes de volailles produits fait l'objet de contrats de production, dits d'intégration ou de quasi-intégration [MAGDELAINE, 2008], mode d'organisation contractuelle entre les éleveurs et des entreprises industrielles ou commerciales (« intégrateurs ») qui fournissent aux éleveurs certains moyens de production, dont l'alimentation des animaux et, généralement, les poussins ; l'éleveur étant souvent propriétaire des bâtiments (parfois du cheptel). Les intégrateurs planifient la production des élevages et reprennent les animaux prêts pour l'abattage en rémunérant les éleveurs selon les modalités prévues dans les contrats.

La valeur unitaire du produit agricole, soit la valeur du kg d'animal vif prêt pour l'abattoir, n'est pas la recette unitaire du producteur agricole, éleveur « intégré », mais le prix de cession de l'animal fini par l'intégrateur à l'abatteur. Ces valeurs font l'objet d'enquêtes statistiques fournissant mensuellement les prix moyens au kg vif nécessaires au calcul des indices de prix des produits agricoles à la production (IPPAP) des volailles. Ces données sont fournies en niveau à l'observatoire pour les agrégats suivants : dindes et dindons, poulets (label et standard), et lapins. L'observatoire dispose également des données de la cotation nationale officielle du lapin vif.

Dans le cadre de l'observatoire de la formation des prix et des marges, on utilise ces valeurs en vif, converties en valeur par kg de carcasse, comme indicateurs de la valeur de la matière première agricole de la filière, cette valeur étant coproduite par l'éleveur et son intégrateur.

2.2. Prix des viandes de volailles vendues par l'industrie à la grande distribution

L'observatoire dispose depuis 2011 de prix industriels en niveau relevés par l'INSEE pour 4 produits : poulet entier Prêt-À-Cuire (P.A.C.) standard, filet de poulet standard, filet de dinde standard et cuisse de poulet standard. Par ailleurs, l'observatoire utilise les données des douanes françaises pour estimer les prix industriels des ailes de poulet et de dinde fraîches (prix FOB à destination des pays de l'Union européenne et de la Suisse).

Ces données sont insuffisantes pour calculer la valeur de matière première des découpes de dinde (il faudrait disposer de la valorisation totale sortie usine de l'ensemble des pièces). En revanche, pour le poulet, une première approche sur les découpes de poulet standard (filet et cuisses) a été menée. Cette approche ne tient pas compte, pour l'instant, de la valorisation des abats (gésiers, foie), de certaines viandes secondaires (*trimming*) et autres coproduits.

Une enquête de l'observatoire est en cours auprès des industriels pour recueillir des références sur ces valorisations et préciser ainsi les estimations de marge brute industrielle sur les produits de consommation étudiés.

À noter également qu'on ne dispose pas de prix moyen sortie usine pour les poulets de label, le lapin entier et les découpes de lapin pour lesquels seule une « *marge agrégée* » (industrie et distribution confondues) peut donc être estimée.

2.3. Prix des volailles au détail

On utilise les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, disponibles depuis 2003.

Sous contrainte de disponibilité des données de prix dans l'industrie, outre le poulet entier standard et le poulet entier de label déjà étudié, le suivi de l'observatoire a été étendu aux filets de poulet standard, aux cuisses de poulet standard, au lapin entier et aux découpes de lapin.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DE LA VIANDE DE VOLAILLE

3.1. Poulet entier standard

Pour le poulet standard, comme pour les autres productions animales, l'année 2012 a été marquée par une forte progression des cours des matières premières destinées à l'alimentation animale. Toutefois, la hausse du prix au détail est supérieure à celle du prix du poulet entrée abattoir, du fait de la progression de la marge brute de la distribution. Le poulet entrée abattoir a progressé en moyenne sur l'année de 4 centimes par kg, la marge de l'industrie est quasi stable et la marge de la distribution en GMS a augmenté de 15 centimes par rapport à 2011.

En 2013, le prix moyen annuel au détail augmente de 17 centimes principalement du fait de la transmission de la hausse du prix entrée abattoir (+7 cts) et de l'augmentation de la marge en GMS (+7 cts).

En 2014, le prix moyen annuel au détail est stable, malgré la baisse du prix entrée abattoir liée à celle du prix de l'aliment, par rapport à 2013. Le poulet entrée abattoir a reculé de 10 centimes tandis que la marge de l'industrie progressait de 2 centimes et celle de la distribution en GMS de 9 centimes par rapport à 2013.

3.2. Découpes de poulet standard

L'observatoire couvre les deux principales découpes de poulet standard, à savoir les filets et les cuisses représentant respectivement 38 % et 47 % des volumes de découpes fraîches de poulet achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2014 (52 % et 32 % en valeur).

Le prix moyen annuel au détail évolue peu de 2013 à 2014 malgré la baisse de valeur de la matière première entrée abattoir, du fait de la progression de la marge brute en GMS. La marge brute de l'industrie évolue peu en moyenne annuelle de 2011 à 2014 pour la cuisse de poulet et de 2013 à 2014 pour le filet (après avoir sensiblement baissé en 2013).

3.3. Poulet de label

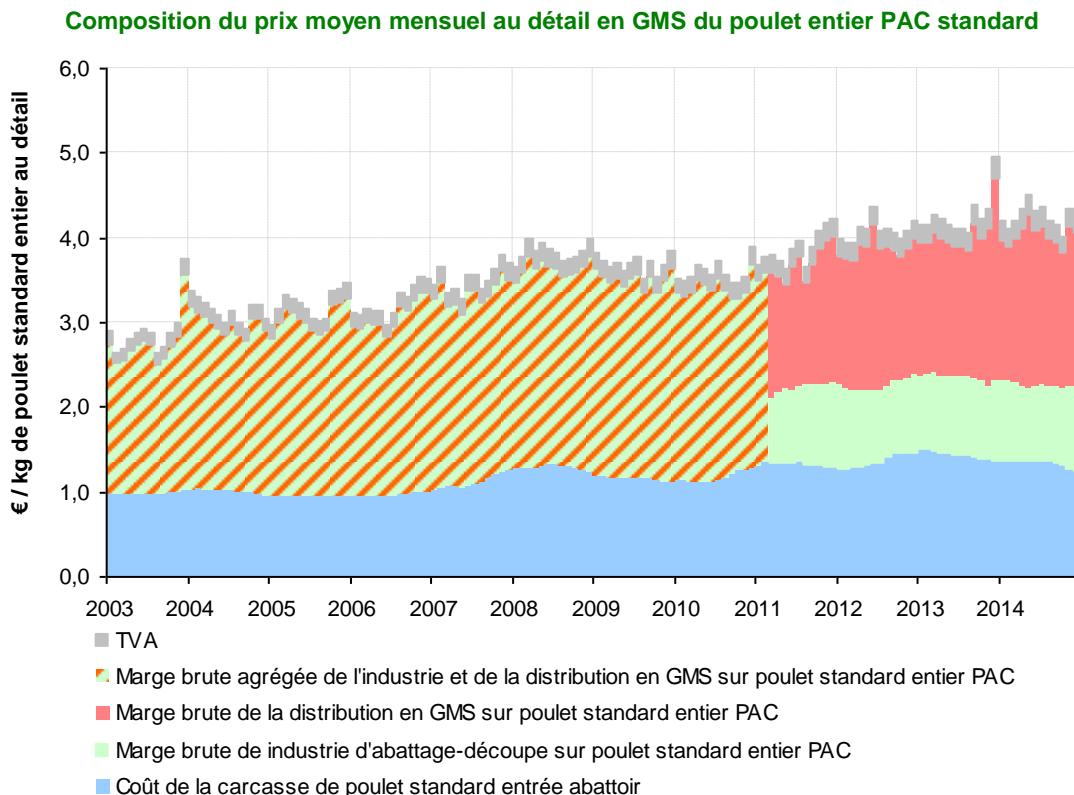
De 2013 à 2014, le prix moyen au détail baisse légèrement (-4 cts), moins que la diminution du prix entrée abattoir (-20 cts) ; la marge agrégée de l'aval augmente (+16 cts).

3.4. Lapin entier et morceaux de lapin

On note la forte saisonnalité des prix du lapin entrée abattoir, en partie masqué dans le prix au détail. Le prix moyen annuel au détail du **lapin entier** en GMS est quasi stable en 2013 et 2014, après avoir progressé depuis 2009. Le prix entrée abattoir diminue de 9 cts en 2014, mais les marges en aval augmentent d'autant.

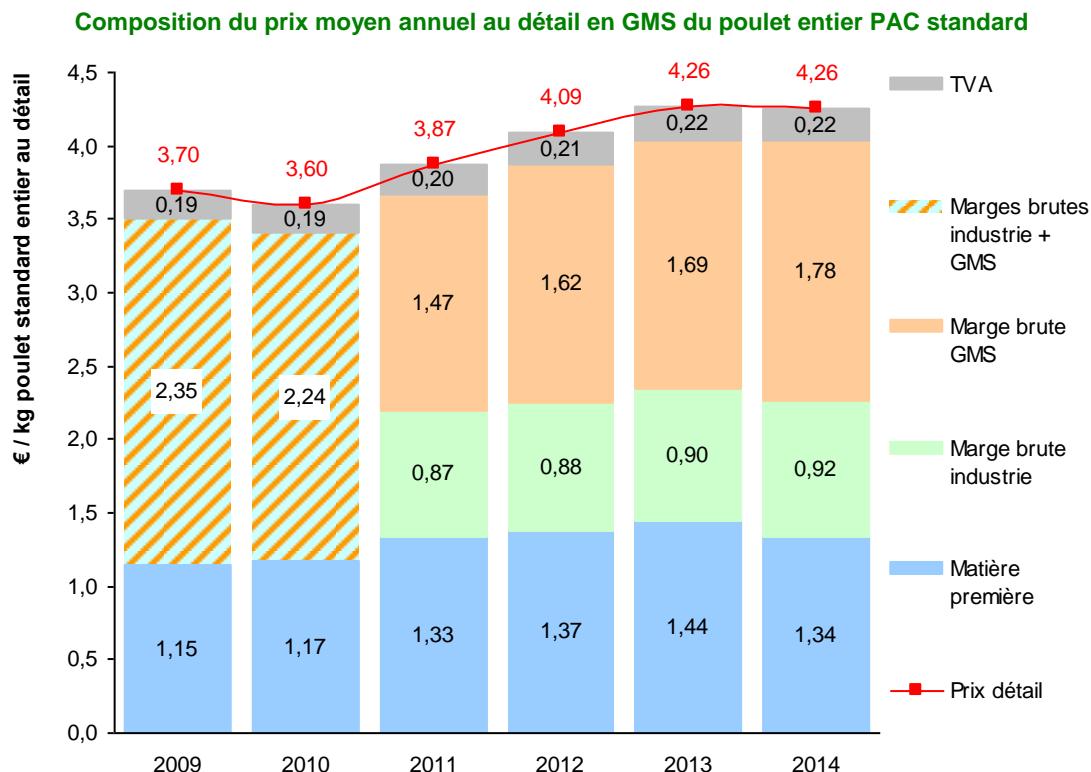
Les prix moyen annuel des **morceaux de lapins** en GMS augmente de 29 cts entre 2013 et 2014 alors que le prix entrée abattoir diminue de 10 cts.

Graphique 56



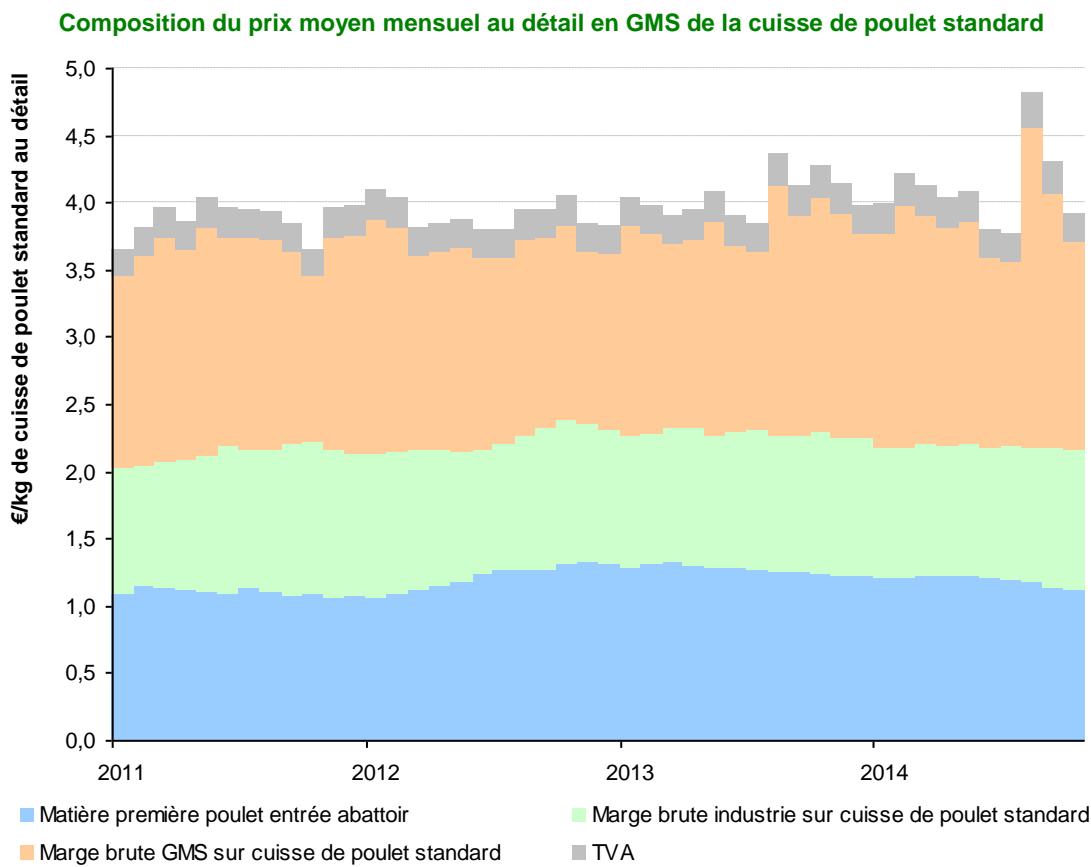
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 57



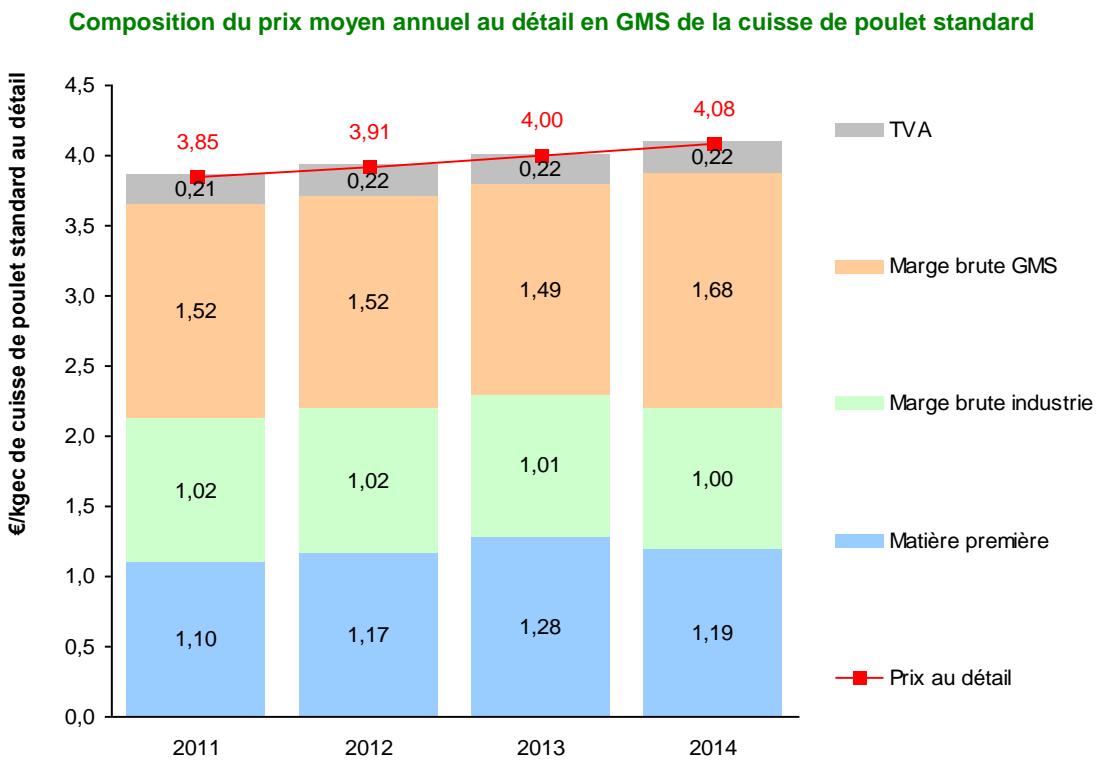
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 58



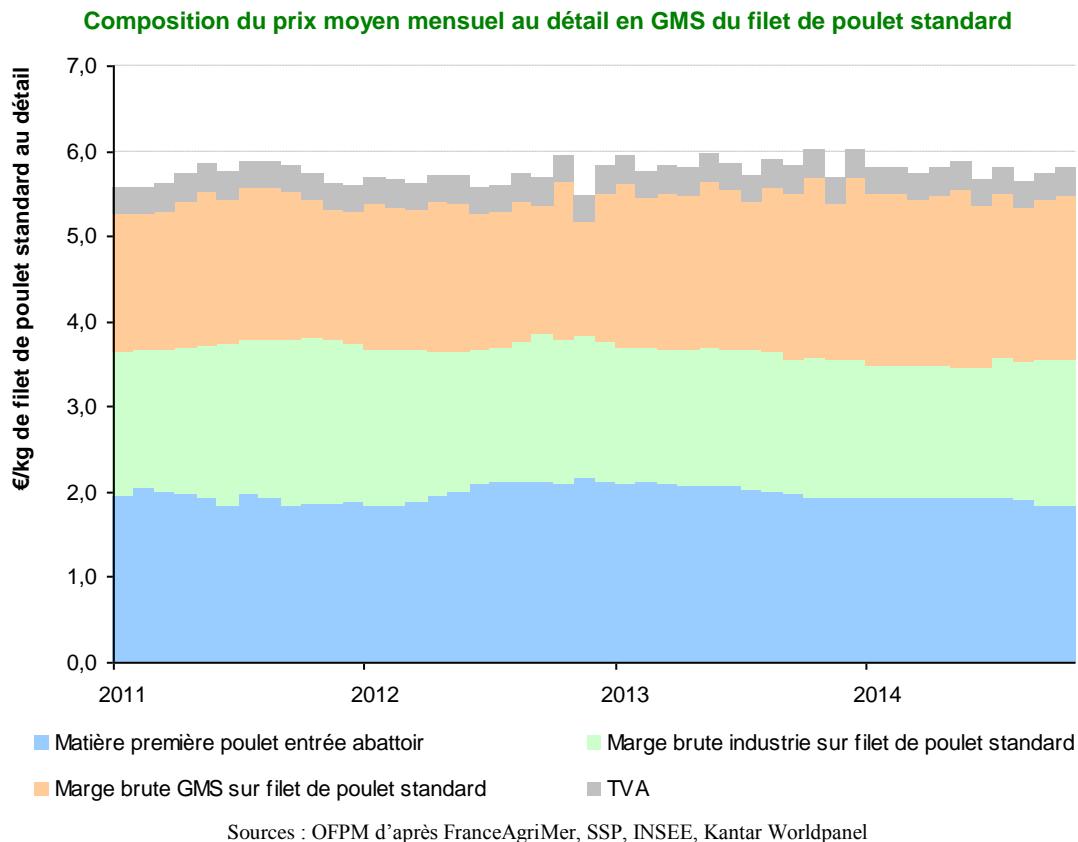
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 59

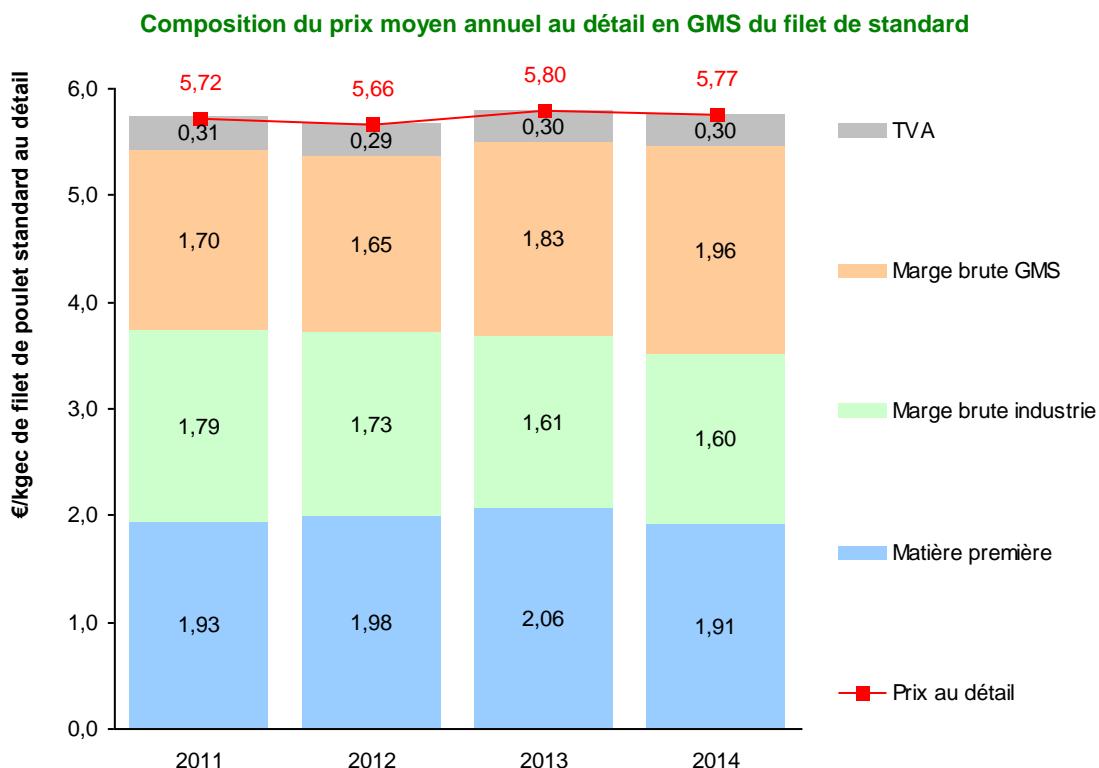


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 60

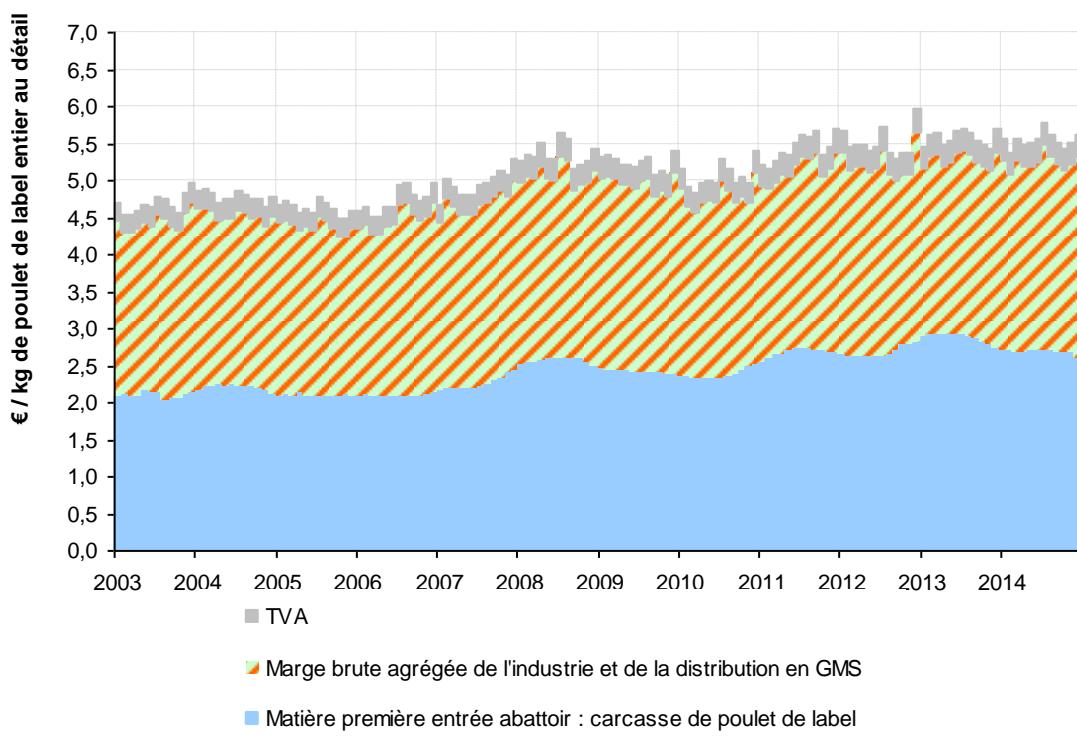


Graphique 61



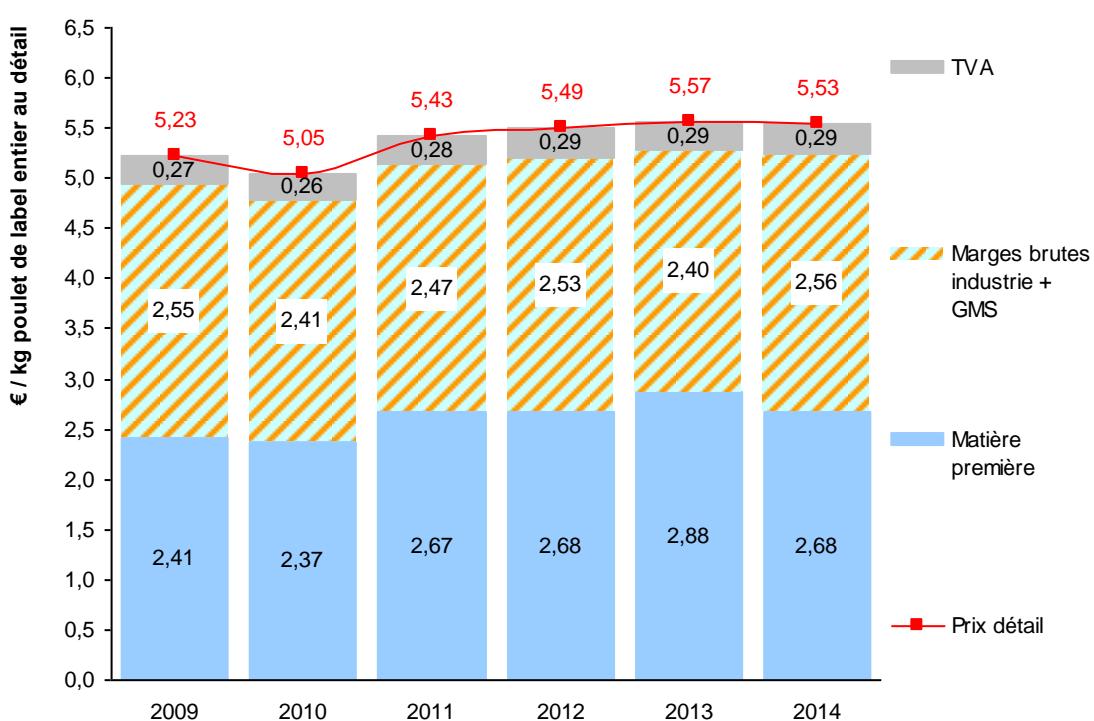
Graphique 62

Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du poulet entier PAC de label

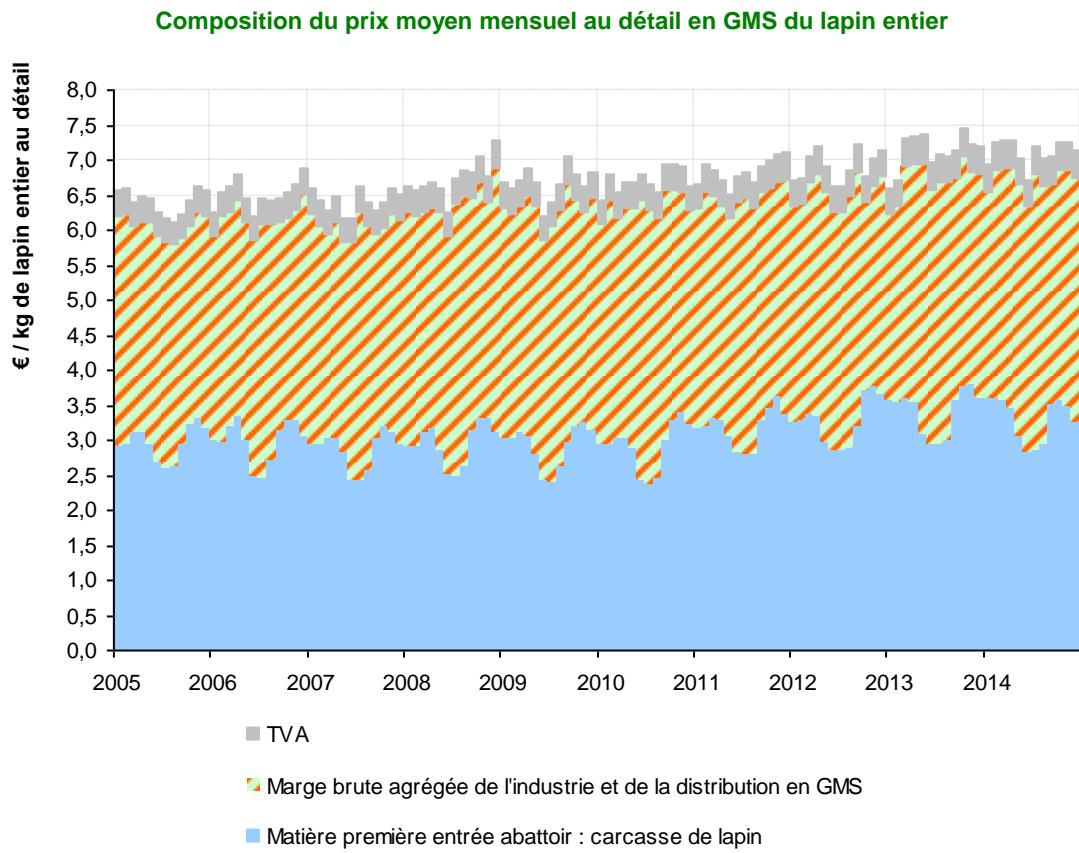


Graphique 63

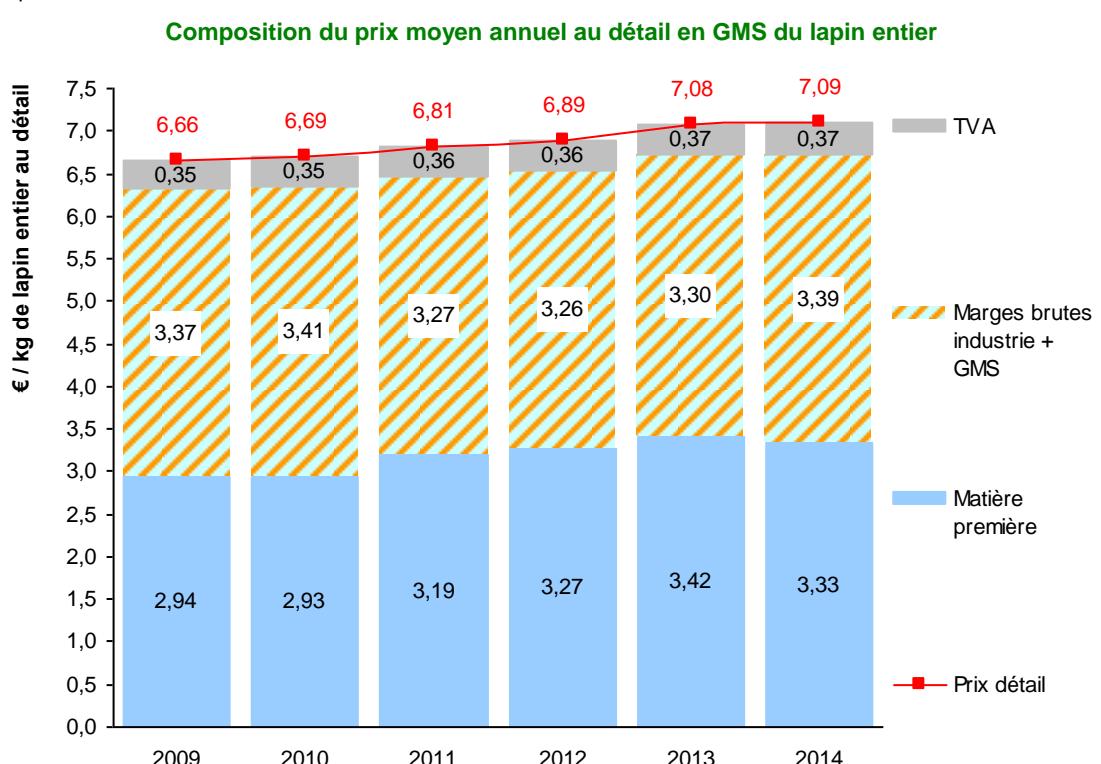
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du poulet entier PAC de label



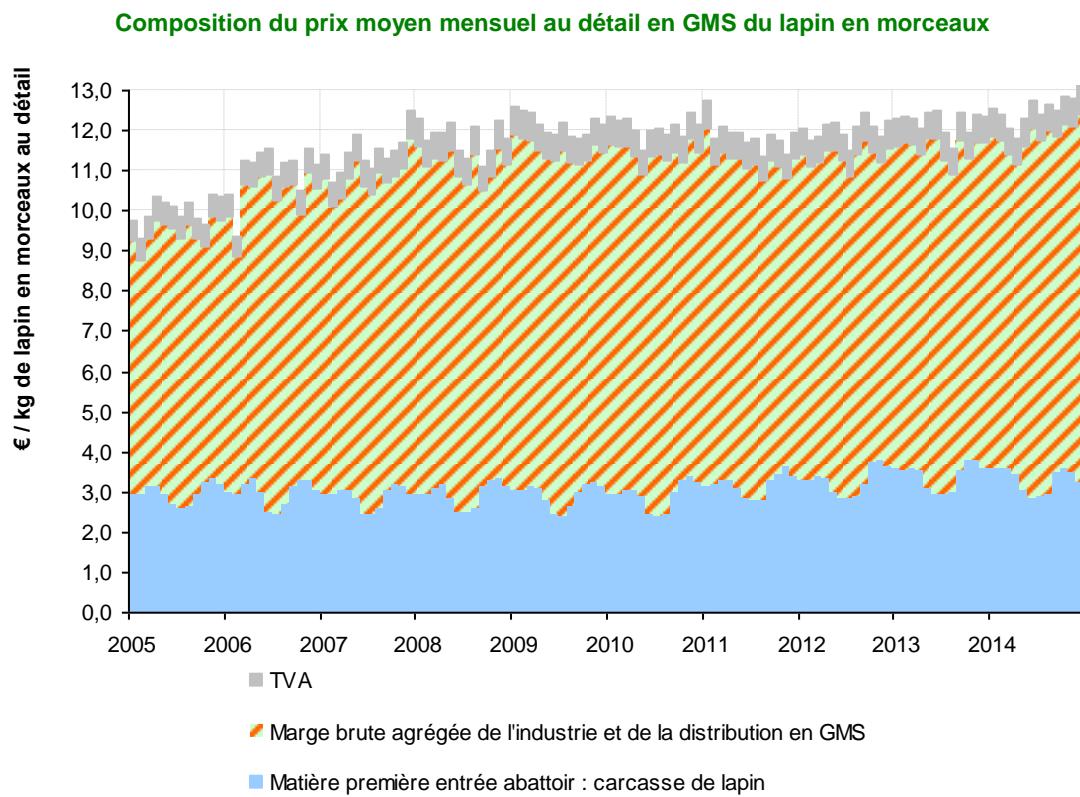
Graphique 64



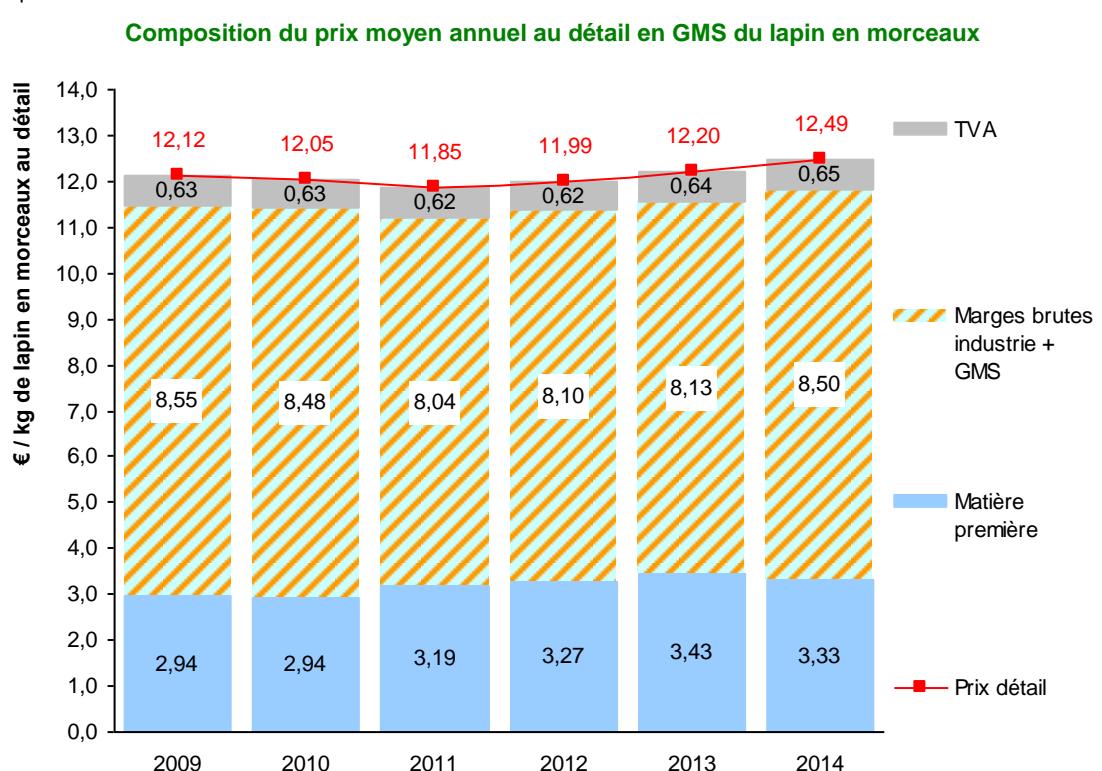
Graphique 65



Graphique 66



Graphique 67



4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE VOLAILLES

- a) Le Graphique 68 met en relation le niveau des prix observés et « *simulés* » du poulet de label entrée abattoir avec celui du coût de l'aliment par kg de poulet de label.
- b) Le Graphique 69 met en relation les prix observés et « *simulés* » du poulet de label au détail en GMS avec le prix du poulet de label entrée abattoir

Ces prix « *simulés* » sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge sur aliment de l'élevage (a) ou de la marge agrégée de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2006, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation. La période de référence retenue est l'année 2006.

Le prix simulé entrée abattoir (a) ou au détail (b) à une date donnée t , noté P_{St} , est égal à la marge sur aliment en élevage (a) ou à la marge brute de l'ensemble de l'aval (b), à sa valeur de référence MB_R , ajoutée au coût en matière première à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R est la différence entre le prix entrée abattoir (a) ou au détail (b) en période de référence, P_0 , moins le coût ou en aliment (a) ou le prix entrée abattoir (b) à cette même période : C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l' IPC entre la période de référence et la date en cours (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût C_t est égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de l'aliment (a) ou la valeur entrée abattoir (b) (rapport p_t sur p_0) :

$$C_t = C_0 \frac{p_t}{p_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

Dans les graphiques suivants, les données sont en niveau de prix (€) et non en indices, les montants aux différents stades permettant de présenter des graphiques en niveaux suffisamment lisibles (lorsque les prix sont très différents, la représentation en niveau se heurte à un problème d'échelle et mieux vaut « *passer en indices* », mais comme vu plus haut – Chapitre 2 - des indices de prix amont et aval ne fournissent pas systématiquement d'information sur les variations des marges).

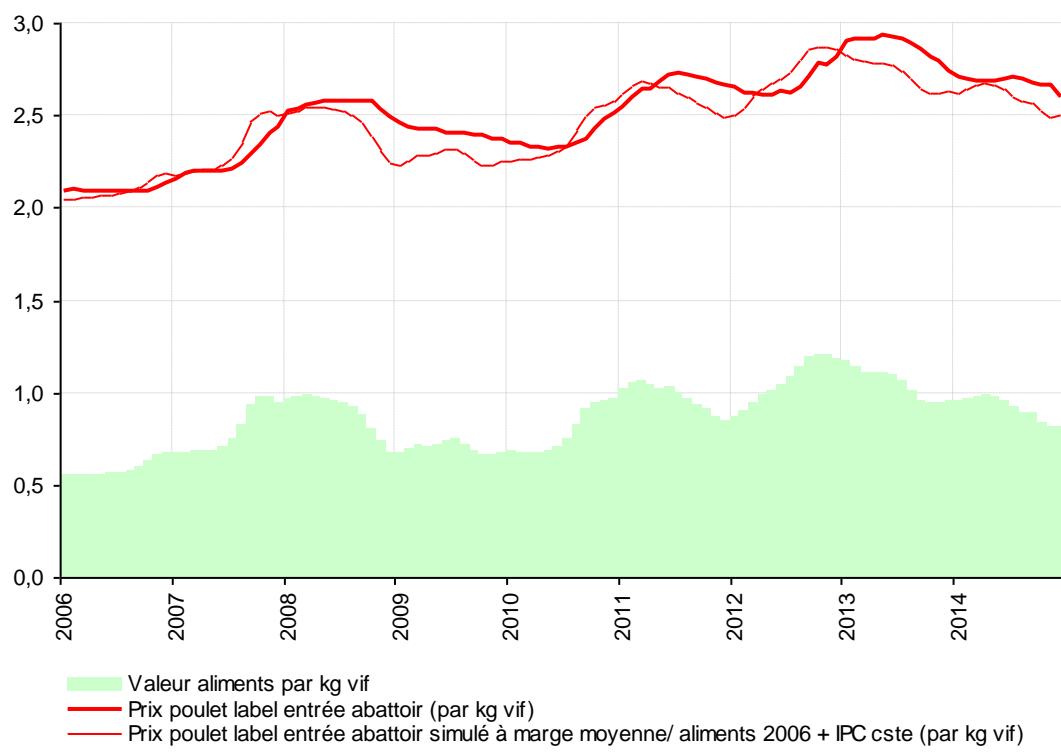
Du fait de l'intégration de la production par des fournisseurs d'aliment, la valeur des poulets à la production suit d'assez près les variations du coût de leur alimentation : prix simulé et prix observé sont assez proches (Graphique 68)

Au détail en GMS, le prix observé est plutôt inférieur au prix simulé ces dernières années (Graphique 69) et présente, contrairement à ce derniers, des variations saisonnières ou liées à des promotions.

A noter qu'un prix réel devenu durablement inférieur au prix simulé indique une maîtrise croissante des charges (autres qu'achat du produit), liée à des gains de productivité, ou un « *rognage* » des marges sous l'effet de la concurrence.

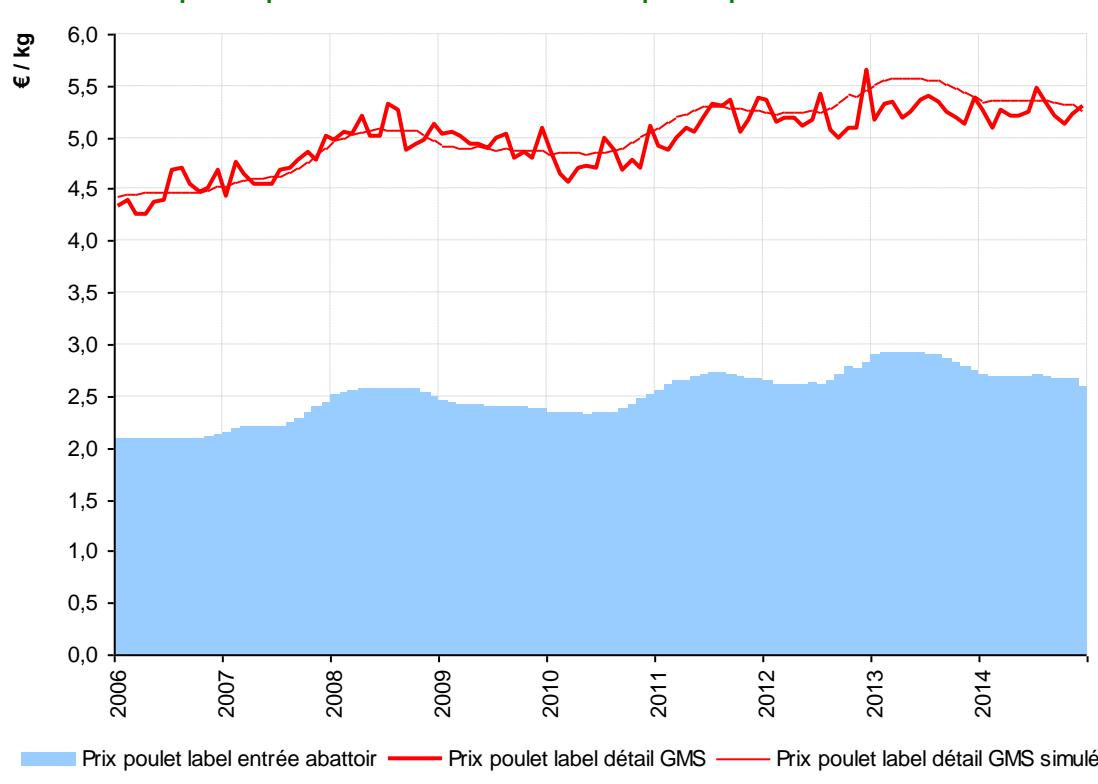
Graphique 68

Relation entre coût de l'aliment et prix du poulet de label entrée abattoir



Graphique 69

Relation entre prix du poulet de label entrée abattoir et prix du poulet de label au détail en GMS



5. COÛT DE PRODUCTION DES VOLAILLES EN ÉLEVAGE

Plus de 90 % de l'élevage de volailles est « *intégré* ». Ce mode d'organisation associant éleveurs et entreprises commerciales ou industrielles entraîne une répartition des charges entre agriculture et industrie (ou commerce) différente de celle des autres productions, ce qui ne rend pas possible une exploitation des données issues du RICA. Les données comptables d'élevages non intégrés, présentes dans le RICA, ne sont représentatives que d'une petite partie du maillon agricole de la filière. Elles ne sont pas exploitées ici.

La présentation suivante des coûts de production « *du vif* » (animaux livrés à l'abatteur) provient de l'ITAVI (Institut technique de l'aviculture), et ce pour trois catégories de volailles : poulet standard, poulet label rouge et dinde. Ce coût de production du vif s'appuie sur les résultats technico-économiques moyens des exploitations appartenant aux organisations de production suivies par l'institut en 2013. La représentativité de l'échantillon 2013 est la suivante :

Tableau 17

Échantillon des exploitations appartenant aux organisations de production de volailles suivies par l'ITAVI

| Production | Taille de l'échantillon (nombre de têtes) | Part dans la production nationale (en têtes) |
|-----------------|---|--|
| Poulet standard | 178 209 000 | environ 50 % ⁽¹⁾ |
| Poulet label | 67 349 000 | Environ 75 % des volailles sous label |
| Dinde standard | 19 229 000 | entre 40 et 45 % |

(1) En pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

Source : ITAVI

Les coûts des années 2008 à 2013 fournis par l'ITAVI proviennent du recueil des données déclaratives ou de simulations, pour certains postes, à partir de données réelles extrapolées :

- **L'aliment** : la spécificité des filières volailles de chair est l'intégration des éleveurs par les organisations de production. La signature de contrats entre ces opérateurs fait qu'il n'existe pas, pour l'aliment voire pour les poussins, de prix de marché entre intégrateur et éleveurs. L'ITAVI calcule un prix de production de l'aliment pour l'intégrateur à partir de données d'une enquête réalisée en 2006 et la prise en compte d'une part, de l'incidence de l'évolution de l'*indice « coûts matières premières »* (établi par l'ITAVI²⁹) sur le coût en matières premières et d'autre part, de l'inflation sur le coût de leur transformation.
- **Les poussins** : leur coût par kg de poulet produit résulte d'un prix moyen donné par les organisations de production.
- **Les amortissements** : l'ITAVI considère un élevage ayant récemment investi dans des bâtiments neufs, financés à 80 % par emprunt bancaire. Le calcul des amortissements repose sur des durées moyennes d'amortissement, en distinguant les durées applicables aux bâtiments et au matériel. Précédemment (jusqu'à l'année dernière), l'ITAVI recueillait auprès des organisations de production, un coût d'investissement en bâtiment et matériel d'élevage. Le faible taux de construction rend désormais délicate l'obtention de références représentatives. Ainsi, l'ITAVI a choisi d'indexer les valeurs disponibles sur l'indice du coût de la construction. Les bâtiments d'élevage sous label continuent toutefois de faire l'objet d'une estimation de coût sur la base d'une enquête auprès des organisations de production.

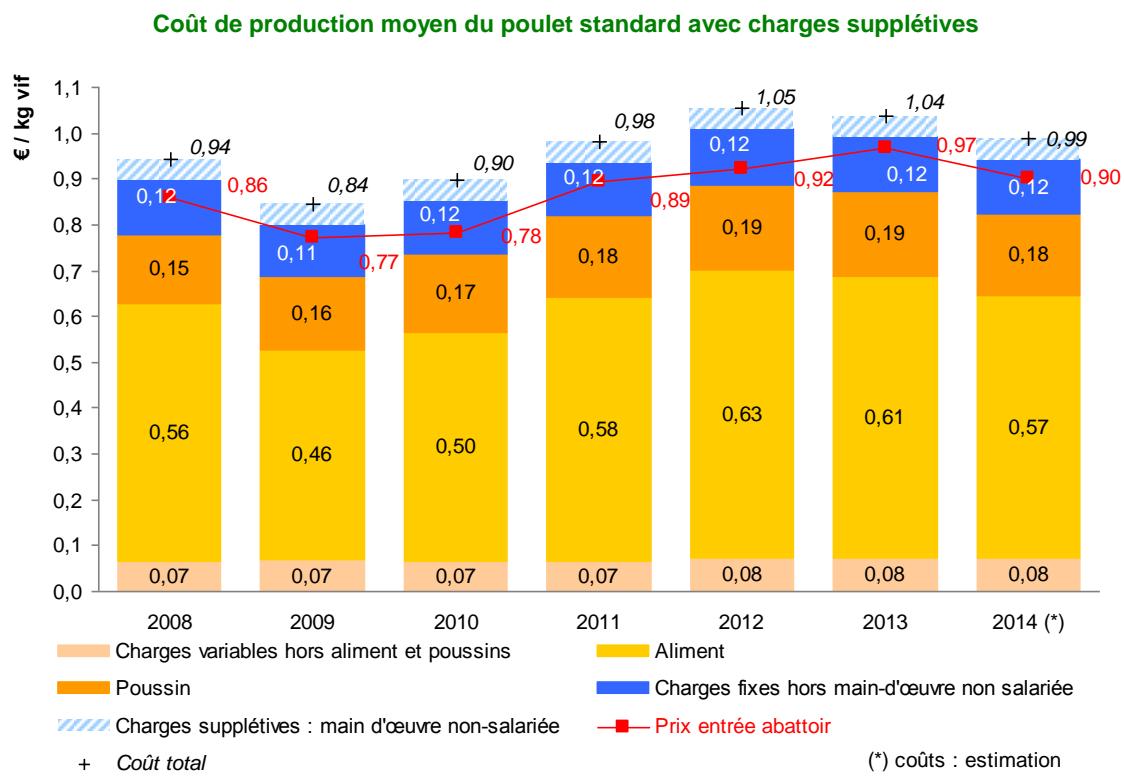
²⁹ Méthode de calcul des indices « *coûts matières premières* » ITAVI : les prix d'un panier de 35 matières premières (MP) sont suivis mensuellement et lissés sur 3 mois. Les coûts de transport sont indexés sur l'indice transport régional publié mensuellement par le CNR (Comité National Routier). Les trois matrices : besoins nutritionnels des animaux, caractéristiques et coûts des MP, contraintes d'incorporation (mini maxi) ont été élaborées et validées avec des professionnels de l'alimentation animale. Elles sont actualisées périodiquement pour prendre en compte les évolutions des connaissances et des pratiques. Plus d'information sur : http://www.itavi.asso.fr/economie/conjoncture/NoteIndiceCMP_ITAVI.pdf

- **Les frais financiers** : le calcul des frais financiers pris en compte par l'ITAVI repose sur une quotité d'emprunt de 80 % de l'investissement hors taxes, un taux d'intérêt de 3,9 % (moyenne des 5 dernières années) et une durée d'amortissement de 10 ans.
- **Les autres charges variables et de structure** : pour les productions standard et de label, les valeurs des postes de charges variables utilisées correspondent aux données recueillies en élevage par les Chambres d'Agriculture de l'Ouest (publiées dans « *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* »). Pour les productions sous label, les montants des charges variables ont été collectés auprès des organisations de production. L'ITAVI calcule alors une moyenne « *production standard* » et une moyenne « *production label* » pour les principales charges de structure affectables (assurances, entretien et réparation, frais de gestion et frais de location de la cuve de gaz).
- **Le travail** : le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est indexé forfaitairement sur la valeur de 2 SMIC bruts. L'ITAVI considère que l'exploitant est spécialisé en aviculture et travaille seul sur l'élevage simulé. Une unité de travail annuel est alors prise en compte pour l'équivalent de 3 000 m² de bâtiments en production standard. En production label, la productivité du travail a été fixée à 0,75 unité de travail annuel pour 1 600 m² (surface maximale fixée par les cahiers des charges des labels rouges).
- **Les postes non comptabilisés** : les frais d'agios sur l'aliment ou pour des ouvertures de crédit (avances de trésorerie que peuvent faire les organisations de production ou les coopératives aux éleveurs) et les charges relatives aux matériels divers sont trop dépendants de la situation de chaque éleveur pour que l'ITAVI puisse estimer une valeur moyenne. Pour les poulets label, l'ITAVI n'a pas intégré l'incidence du déclassement d'une partie des animaux qui ne sont pas toujours valorisés au prix des animaux labellisés, dans le coût de production. Pour information, le pourcentage moyen de déclassés est de 6,2 % en poulet en 2013. Le coût du foncier engendré par la présence de parcours dans les productions sous label et « *biologiques* » n'est également pas pris en compte.

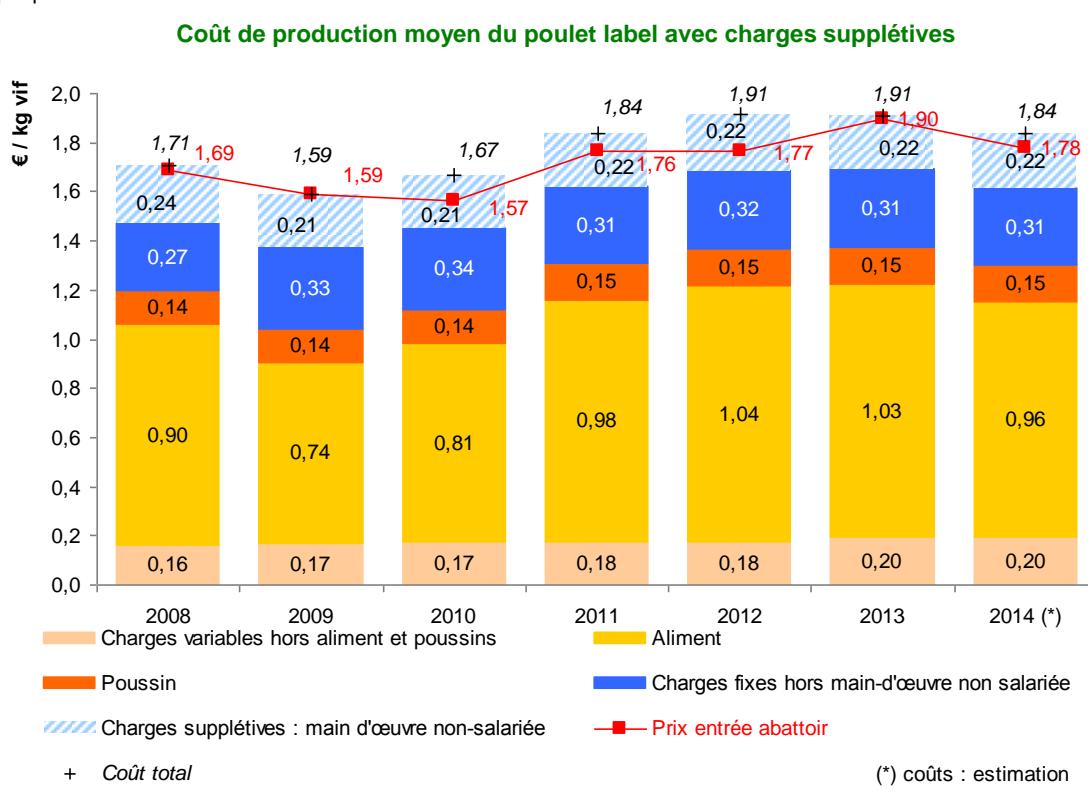
Pour **l'année 2014**, les coûts de production présentés sont simulés, à performance technique égales.

- **L'aliment** : son coût varie selon la méthode décrite ci-dessus (indexation sur l'indice ITAVI et l'inflation).
- **Les poussins** : leur coût est calculé en considérant que le prix de poussin se compose à 46% d'un prix d'aliment (qui est l'aliment consommé dans l'élevage des poules reproductrices) ; la hausse du prix de l'aliment est alors appliquée à 46% du prix du poussin, le reste ne variant pas.
- **Les charges fixes et les autres charges variables** sont comptabilisées à leur niveau de 2012.

Graphique 70



Graphique 71



6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE VIANDE DE VOLAILLES

6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles spécialisées dans les espèces poulet et dinde

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de poulets et de dindes constituaient une part importante (plus de deux tiers) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 56 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (64% en 2012) du poste « *marchandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le montant de ce poste augmente de plus de 3% entre 2010 et 2012.

La part des autres postes diminue corrélativement, sauf les frais de personnel.

Les « *autres achats et charges externes* » comprennent des charges de sous-traitance, non négligeable dans le secteur, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim) et des consommations intermédiaires et services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels...

Le poids des frais de personnel est d'un peu plus de 11% à près de 12% de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 13% sur la période.

La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 72.

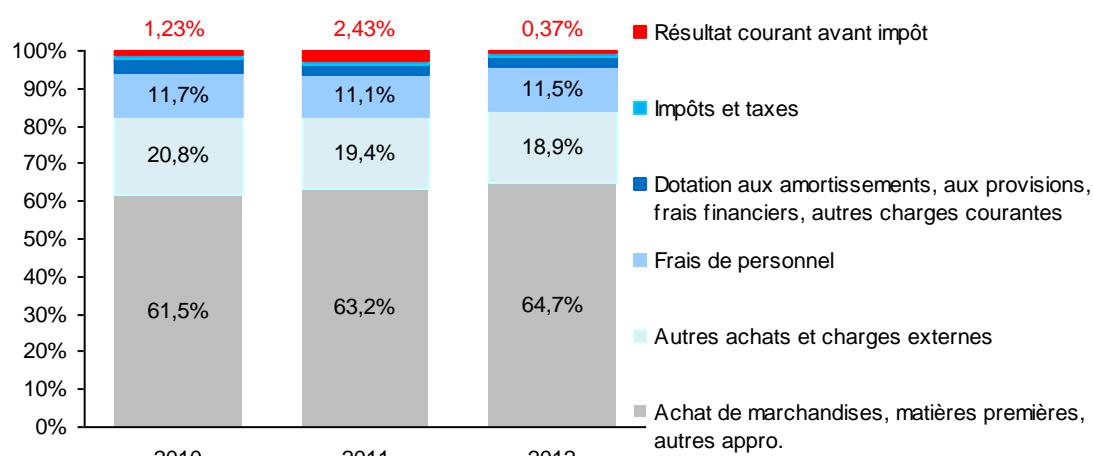
La part du résultat courant a est en forte baisse en 2014, avec 0,4% de la valeur produite en 2012 contre et 1,2% en 2010 et 2,4% en 2011.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif ESANE pour 2013 (du moins à ce niveau de nomenclature de secteurs et de charges) ni, a fortiori, pour 2014 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs :

- une augmentation du poids des achats de matière première en 2013, sous l'effet de la hausse des prix animaux, renchéri, par celle du coût de l'aliment (hausse des prix des céréales) ; on sait par ailleurs (suivi des prix et des marges brutes présenté en partie 3., analyse de la transmission en partie 4.) que le secteur n'a pu transmettre que partiellement ces hausses à l'aval ;
- une baisse du poids de la charge en matière première en 2014, consécutive à la baisse des prix des céréales, donc des volailles entrée abattoir ; on a vu par ailleurs (parties 3. et 4.) que le secteur n'a répercuté qu'une partie de cette baisse à l'aval, améliorant ainsi sa marge brute.

Graphique 72

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles dans les espèces poulet et dinde



Source : OFPM par SSP d'après ESANE

7. COMPTE DU RAYON VOLAILLES DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

7.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Malgré son poids relativement modeste dans le CA total des rayons étudiés (6%) et dans leur marge brute totale (6%), le rayon volailles contribue sensiblement à la marge nette globale : 18% de la marge nette des rayons à marge nette positive (hors boucherie, poissonnerie, boulangerie-pâtisserie-viennoiserie). Le poids de ce rayon dans les frais de personnel dédié, soit 2%, est le plus faible des sept rayons suivis : il y a peu de transformation de produit en magasin. La découpe d'UVCM dans certains hypermarchés reste rare. La vente assistée en rayon traditionnel est peu développée, à l'exception des comptoirs de rôtisserie présents dans certains magasins.

7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Tableau 18

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles**

| | | <i>Volailles</i> |
|--|------------------------------------|---|
| | | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA |
| | Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 |
| | Coût d'achat des produits du rayon | 72,2 |
| Marge brute | | 27,8 |
| | | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| | Frais de personnel du rayon | 3,2 |
| | | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | | 24,5 |
| | Autres charges | 16,0 |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | | 8,5 |
| | Impôt sur les sociétés | 3,1 |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | | 5,4 |
| | | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <u>en moyenne</u> à plus ou moins 2,5 € (*) de la marge nette moyenne de 5,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : OFPM, FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires, sont nettement moins importants que dans les rayons boucherie et charcuterie ou dans l'ensemble des rayons étudiés (11% en moyenne). Ceci s'explique par un fonctionnement en libre-service du rayon, sans activité de transformation importante en magasins (rôtiserie et préparation d'UVCM exceptées, lorsqu'elles existent).

Il en résulte une marge « *semi-nette* » de 24,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires, supérieure aux autres charges (16 €). Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette est de 8,5 € (hors affectation de l'impôt sur les sociétés) et de 5,4 € après répartition de l'impôt sur les sociétés au deuxième rang derrière le rayon charcuterie.

7.3. Détail des charges du rayon volailles

Tableau 19

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

| | | Volailles |
|--|--|-------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 3,2 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,1 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,7 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,4 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,4 |
| Sous-total : charges directes du rayon | | 4,7 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 1,5 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 4,9 |
| | Frais financiers | 0,5 |
| | Autres charges communes réparties | 7,6 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | 3,1 |
| Sous-total : charges communes réparties | | 17,6 |
| Total des charges imputées au rayon | | 22,3 |

Source : OFPM, FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement environ 5 € de charges directes (dont 3 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 17,6 €.

Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 22 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est le rayon dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus faibles.

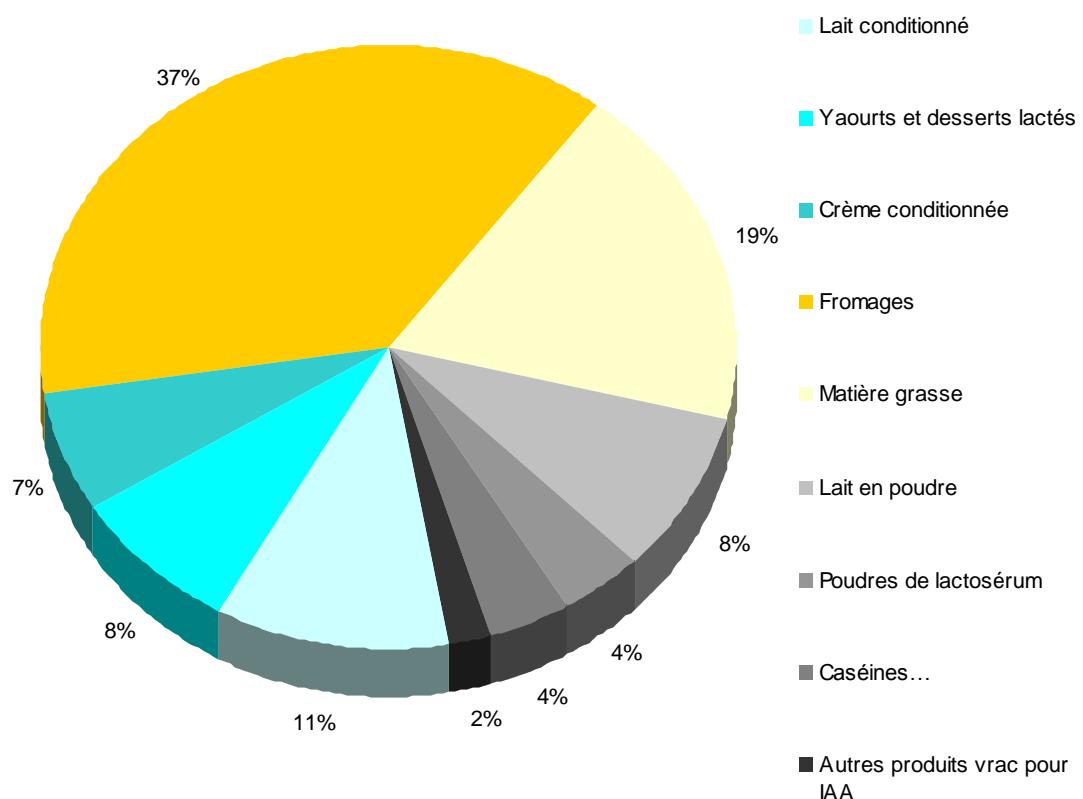
Section 5 – Produits laitiers de lait de vache

1. BILAN ET FLUX DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS

Les 23,4 milliards de litres de lait collectés en France en 2013 ont été transformés en huit grandes catégories de produits : le lait conditionné qui représente en termes de fabrications 11 % de la matière sèche utile du lait transformé par l'industrie laitière française, la crème conditionnée (7 %), les poudres de lait (8 %), les yaourts (8 %), la poudre de lactosérum (4 %), le beurre (19 %) et les fromages qui absorbent 37 % du lait mis en œuvre. La France est le deuxième pays producteur de fromages de l'Union européenne avec 1,9 million de tonnes de fromages produites en 2013, soit plus d'un cinquième de la production communautaire.

Graphique 73

Part dans les fabrications laitières françaises des différentes catégories de produits, en proportion du lait mis en œuvre (matière sèche utile)



Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES 2013

Une partie de ces produits est vendue dans les autres pays membres de l'Union européenne ou exportée vers les pays tiers, parallèlement à des flux d'entrée. La France réalise la majorité de ses échanges extérieurs avec les autres États membres de l'UE, soit 67 % en valeur, tout produits laitiers confondus (72 % en 2011). En 2013, les exportations de produits laitiers représentaient un total de 6,9 milliards d'euros.

Dans le cas de la poudre de lait écrémé et de la poudre de lactosérum, en France, ce sont essentiellement les industries alimentaires (biscuiteries, plats préparés...) et l'alimentation animale qui utilisent les volumes. Pour les produits de grande consommation, la part achetée par les ménages est particulièrement élevée, notamment pour le lait (80 %) et les yaourts (90 %). Le beurre et la crème

quant à eux se distinguent par des utilisations non négligeables en RHF et en industrie alimentaire, avec des débouchés importants dans les secteurs de la boulangerie-viennoiserie-pâtisserie et des crèmes glacées. Les achats de fromages par les ménages représentent environ 50 % de la consommation, une part non négligeable étant destinée aux industries alimentaires de produits élaborés contenant du fromage (fromages ingrédients : emmental, mozzarella...).

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 2 du rapport 2013.

2.1. Méthode de calcul de la valeur de la matière première nécessaire à la fabrication des PGC laitiers

La méthode de calcul des marges brutes industrielles unitaires sur PGC, élaborée avec l'aide des fédérations industrielles, tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation entraîne la production de coproduits non destinés tels quels à la consommation et vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La valorisation de ces coproduits est donc intégrée dans le coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

Le déphasage entre la saisonnalité de la production laitière et celles des fabrications de produits laitiers entraîne des excédents saisonniers. Par ailleurs, la collecte de lait de vache et le marché des produits de grande consommation n'évoluent pas forcément de façon parallèle. L'écart entre les deux est comblé par un volume de lait transformé en produits industriels (PI) stockables assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable, est lui aussi intégré dans l'analyse.

Dans la suite de l'analyse, par hypothèse, on considère que la totalité des excédents ainsi calculés est transformée en PI. De même, on retient l'hypothèse selon laquelle l'ensemble des coproduits est valorisé en produits industriels, que cela corresponde à une valorisation réelle sur ce marché, ou à l'équivalent d'une cession intra-entreprise (Cf. le cas du beurre plaquette).

D'une manière générale, la marge brute sur un produit élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit et le coût de sa matière première.

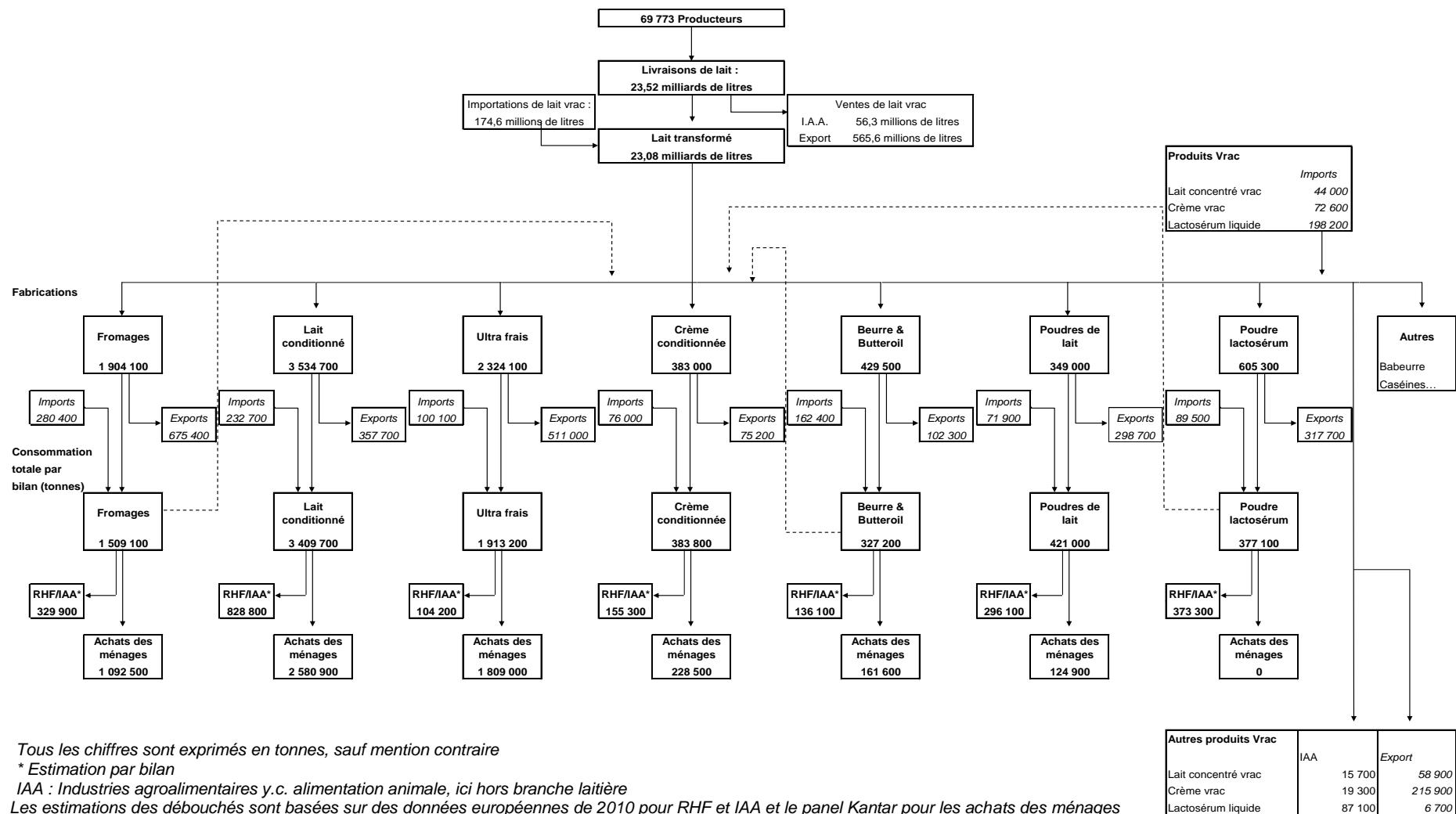
Pour les produits de grande consommation issus de l'industrie laitière, le coût de la matière première doit prendre en compte l'ensemble du lait dont la collecte est nécessaire, y compris la fraction valorisée en coproduits, les excédents saisonniers liés aux PGC et les excédents annuels.

À ce coût d'achat total du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des produits induits (coproduits issus de la transformation elle-même et produits fabriqués à partir du lait d'excédents), celle-ci correspondant à la différence entre le produit de la vente de ces produits et le coût spécifique de leur transformation.

Lorsque les produits industriels sont bien valorisés, cette valorisation diminue d'autant le coût de la matière première des PGC pour les industriels. Inversement, lorsque le marché des PI est moins porteur, le coût de la matière première des PGC pour les industriels en est renforcé.

Schéma 13

Bilan des flux dans la filière des produits laitiers en 2010



Sources : FranceAgriMer d'après SSP (Enquête Annuelle Laitière), Douanes, Kantar Worldpanel, et estimations

2.2. Sources pour les prix aux différents stades de la filière laitière

Le prix du lait payé aux producteurs fait l'objet d'une enquête mensuelle du service de la statistique et de la prospective (SSP) du ministère de l'agriculture et d'un sondage mené mensuellement par FranceAgriMer sur le prix du lait, en attendant les résultats de l'enquête du SSP.

Compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs n'est pas le « *prix de la matière première agricole* » des produits laitiers transformés (Cf. *supra*).

Les prix des principaux PGC sortie industrie sont fournis mensuellement à l'observatoire par l'INSEE dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Pour la période antérieure à celle couverte par la source précitée, on utilise les données de l'enquête annuelle PRODCOM du SSP (quantités et valeurs des ventes de produits des industries alimentaires), mensualisées au moyen des indices mensuels de prix de production de l'industrie de l'INSEE ainsi que la cotation de l'emmental établie par le syndicat interprofessionnel du gruyère français (jusqu'en 2008).

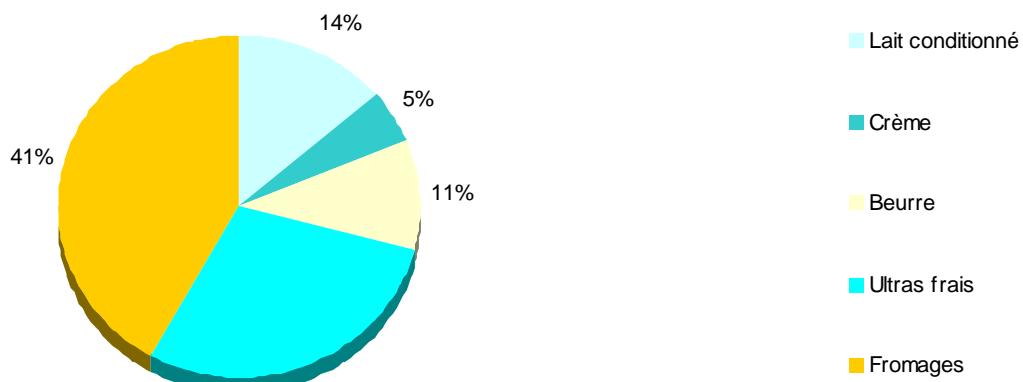
Les prix au stade du consommateur en GMS sont issus des panels consommateurs Nielsen ou Kantar Worldpanel suivant les périodes étudiées. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré des volumes achetés-vendus, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets promotions.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES PRODUITS LAITIERS

Les travaux de l'observatoire ont porté sur les produits suivants, commercialisés en grande distribution : lait UHT demi-écrémé, yaourts natures, emmental, beurre plaquette et camembert, représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 74

Structure des achats des ménages en produits laitiers en valeur en 2013



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

3.1. Lait UHT demi-écrémé

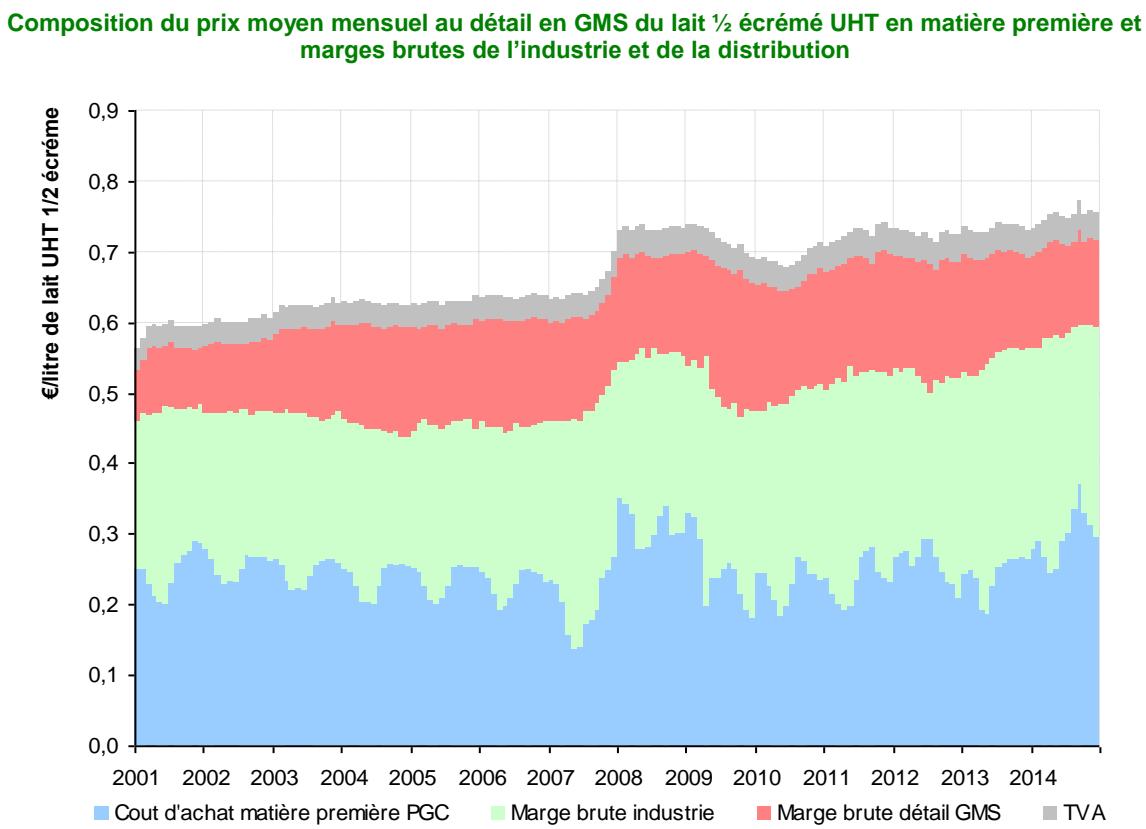
Comptant pour 76 % des volumes de lait conditionné achetés par les ménages en 2014, le lait UHT ½ écrémé est largement représentatif du segment du lait conditionné. Son prix moyen pondéré (marques nationales, marques de distributeurs, marques premier prix³⁰) en GMS s'est établi à 0,75 € par litre en moyenne annuelle sur 2014. Il atteint ainsi son plus haut niveau, augmentant de 2 centimes d'euros par litre par rapport à 2013.

³⁰ Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc uniquement un lait « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérés par les achats des consommateurs.

Depuis 2008, les fluctuations de prix de la matière première laitière sont en partie répercutées en aval jusqu'au consommateur ce qui explique les variations plus ou moins parallèles de prix intervenues ces dernières années et notamment la nette augmentation observée en 2008.

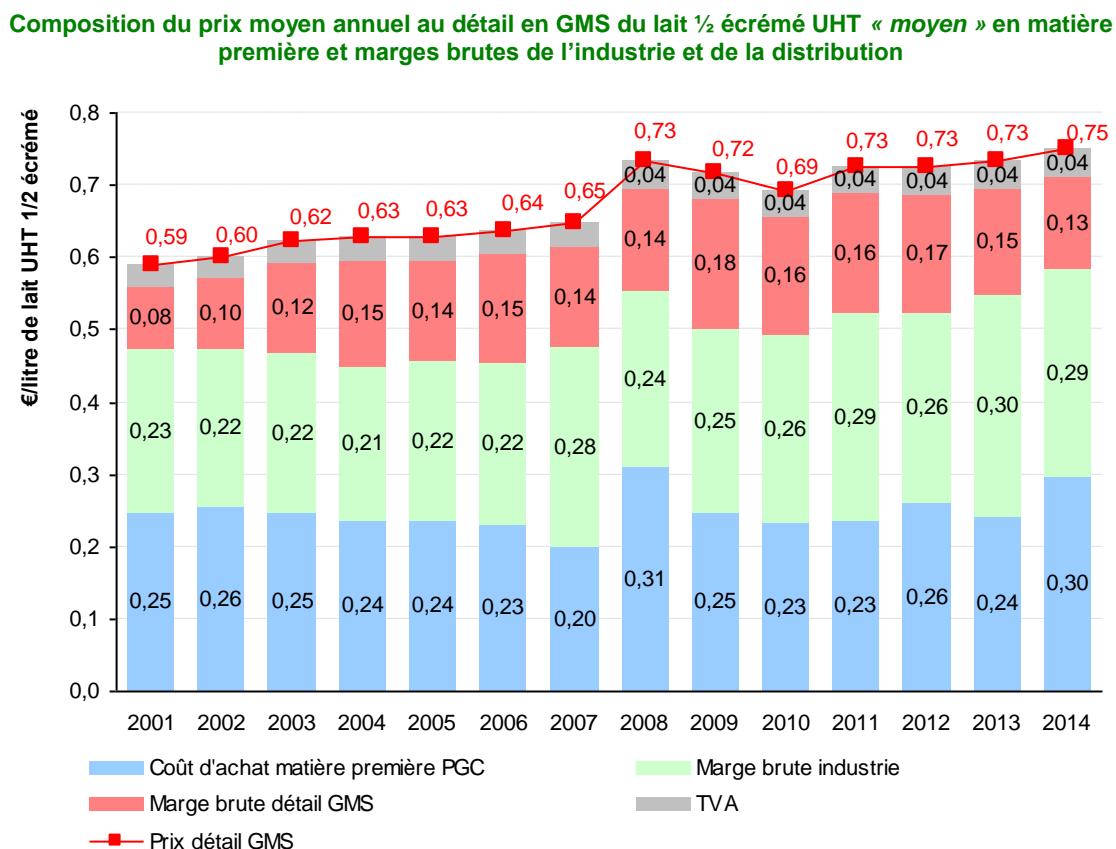
L'année 2014 a été caractérisée, d'une part, par une hausse des prix du lait payé au producteur et, d'autre part, par une baisse des cours des PI, entraînant un renchérissement du coût de la matière première destinée à la fabrication de PGC, de 6 centimes par litre pour le lait de consommation en moyenne sur l'année. Les marges brutes de l'industrie et de la distribution se sont contractées respectivement de 1 et 2 centimes, atténuant la hausse de cette matière première PGC pour le consommateur. La marge brute de la distribution a été donc orientée à la baisse pour la seconde année consécutive, tandis que celle de l'industrie enregistre un léger repli après la croissance de 2013.

Graphique 75



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 76



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.2. Yaourts nature

La répartition des achats des ménages entre les différentes marques de yaourts en super et hypermarchés (hors maxidiscompte) est très hétérogène : en 2014, les yaourts premiers prix ne représentent que 3 % du marché en volume, quand les yaourts de marques de distributeurs (MDD) comptent pour plus de la moitié des volumes (54 %). Les marques nationales (MN) occupent 43 % du marché des yaourts natures. C'est sur ces deux segments (MDD et MN) majoritaires et sur leur moyenne que porte l'analyse.

Entre 2008 et 2014, la part de marché en volume des yaourts natures MDD au sein de l'ensemble des yaourts est passée de 51 à 54 %, reflet de la montée en puissance de ce segment en particulier entre 2009 et 2010. Cette évolution est prise en compte dans l'analyse du prix au détail des yaourts natures, grâce à l'utilisation, à ce stade, du prix moyen pondéré par les volumes issus du panel de consommateur Kantar Worldpanel. Par homogénéité, et afin de prendre en compte ces évolutions de la catégorie yaourts natures tout au long de l'analyse, le prix retenu au stade industriel est la moyenne pondérée par les volumes des prix de chacun des segments.

Autrement dit, que ce soit au stade industriel ou au stade distribution, le yaourt « moyen » que nous observons sur une longue période est une moyenne pondérée des types de yaourts achetés par les ménages. En l'absence de données antérieures à 2008 sur les parts de marché relatives des MN et MDD, nous avons, par hypothèse, repris les pondérations 2008 pour les années antérieures.

Le prix de la matière première représente une part plus faible du prix final pour le yaourt que pour le lait UHT. En effet, les yaourts sont des produits plus élaborés, plus chers à fabriquer (entre autre avec le conditionnement) et plus périssables (d'où des frais logistiques nettement supérieurs, notamment du fait de la réfrigération), ce qui augmente la part des coûts autres que celui de la matière première.

Le prix payé par le consommateur pour les yaourts natures « moyens » a progressé de 6 centimes/kg en 2014 par rapport au prix constaté en 2013. Cette évolution est liée à une augmentation des prix des références, le panier d'achat des ménages ayant été globalement stable entre 2013 et 2014. La hausse du prix au détail correspond à celle observée sur les coûts d'achat de la matière première, liée à la revalorisation du prix du lait jusqu'à la fin de l'été et à la baisse des PI sur le marché mondial.

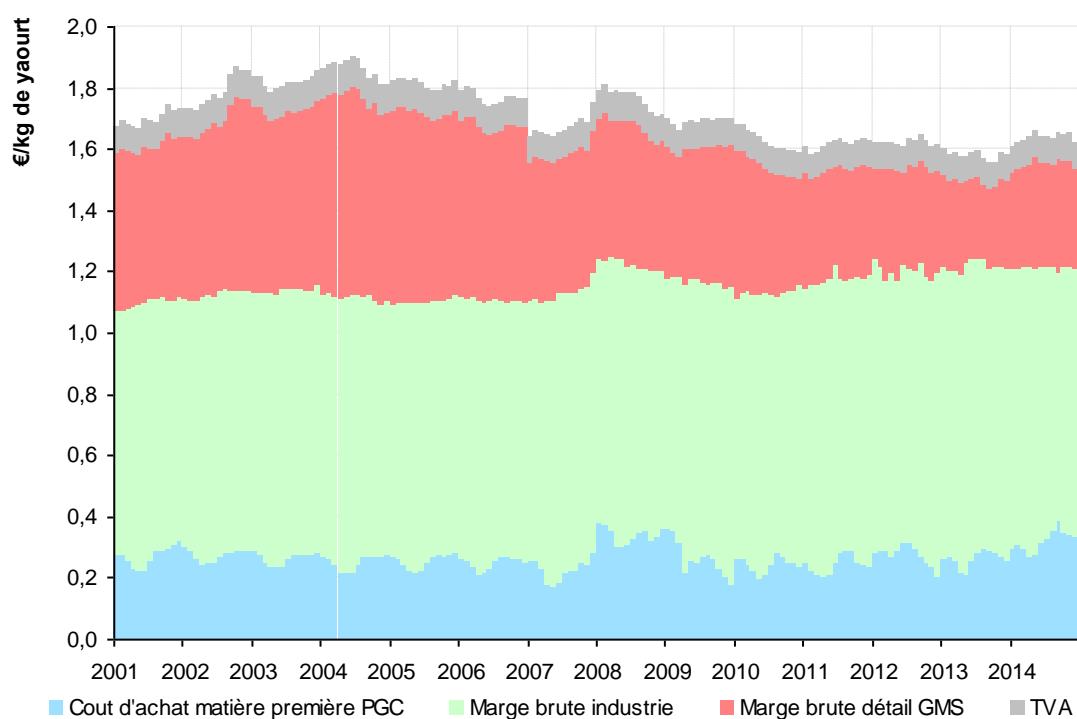
Néanmoins, l'augmentation du prix de la matière première PGC semble avoir été en totalité amortie par le maillon industriel, dont la marge brute a diminué de 6 centimes/kg en moyenne sur l'année. On constate en fait une inversion des tendances d'évolution des marges brutes entre secteur industriel et secteur de la GMS. En effet, depuis 2004, la marge brute de la GMS pour le yaourt nature « moyen » était orientée à la baisse, passant de 65 à 28 centimes/kg en neuf ans. Dans le même temps, la marge brute de l'industrie a gagné 10 centimes pour atteindre 96 centimes en 2013. Ces chiffres sont exprimés en euros courants et sont donc à relativiser en fonction de l'évolution des prix des charges à couvrir par ces marges brutes.

Pour les yaourts natures de marques nationales, les constats sont à peu près les mêmes : une contraction de la marge brute des industriels de 8 centimes/kg alors que le coût d'achat de la matière première PGC augmente de 6 centimes, augmentation accompagnée d'un accroissement de la marge brute des GMS de 12 centimes, le tout dans un contexte de hausse du prix de vente aux consommateurs de 11 centimes.

La marge brute industrielle est environ deux fois plus faible pour les yaourts de marques de distributeurs que pour ceux de marques nationales, différence contribuant à l'écart de prix au détail entre ces deux produits. En 2014, industrie et distribution ont réduit leurs marges brutes sur ce produit supportant la quasi totalité de la hausse du prix de la matière première, limitant ainsi la croissance du prix au détail à 1 centime/kg.

Graphique 77

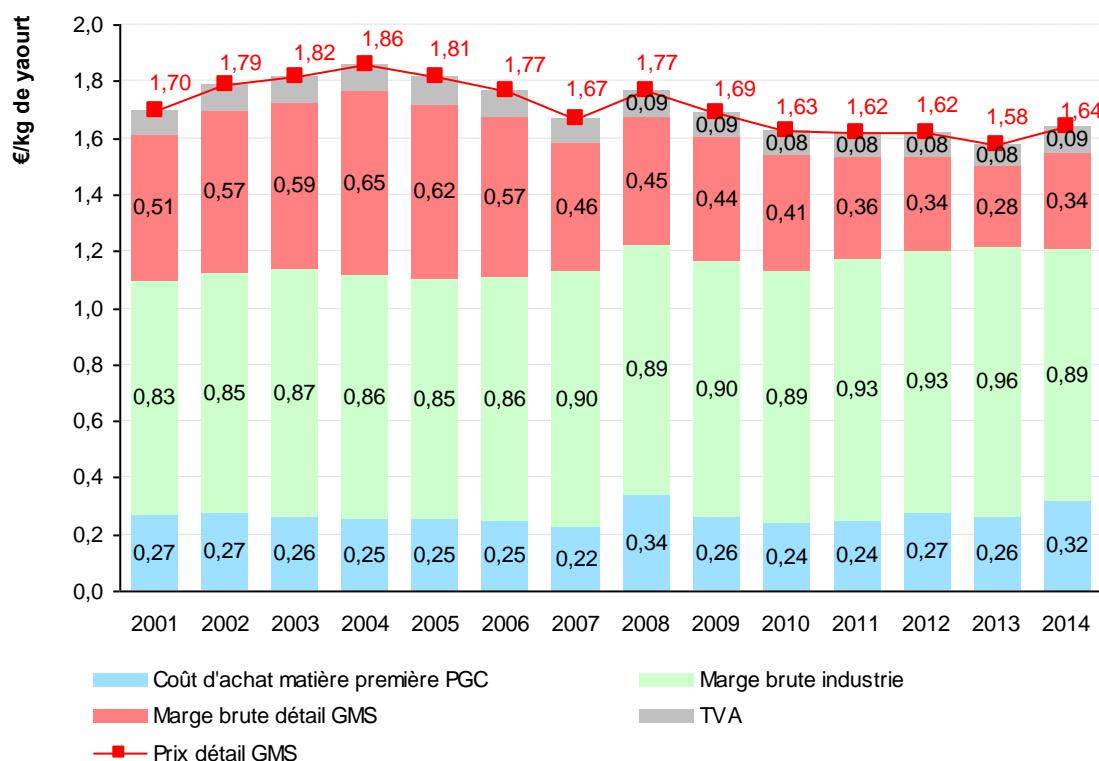
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 78

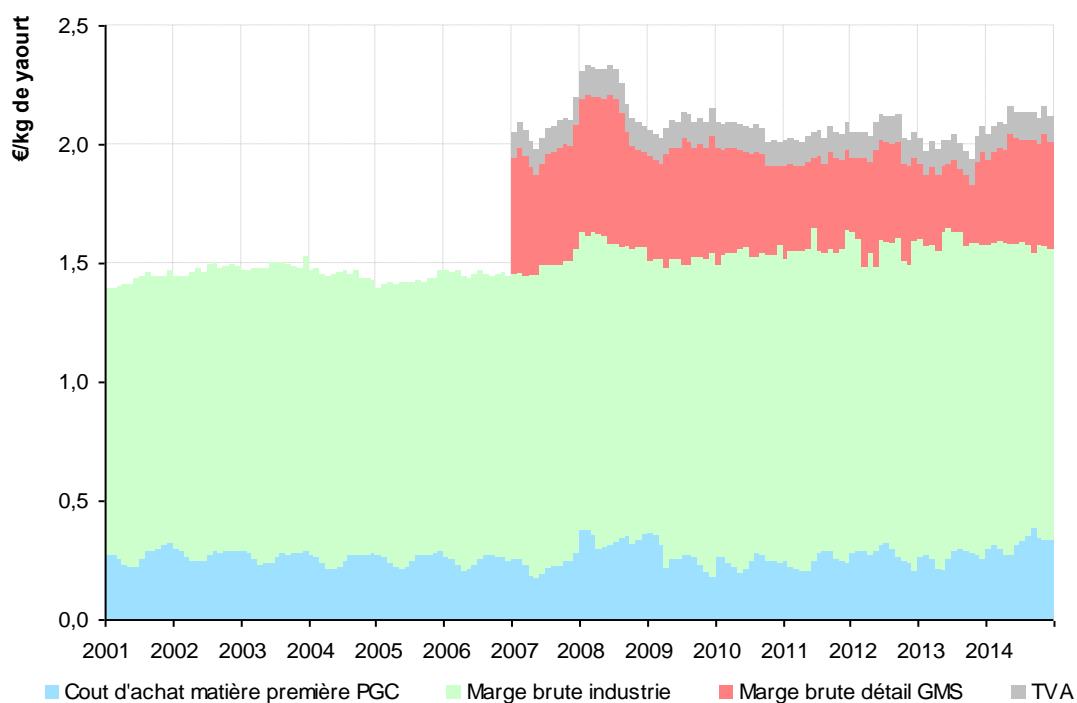
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « *moyen* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 79

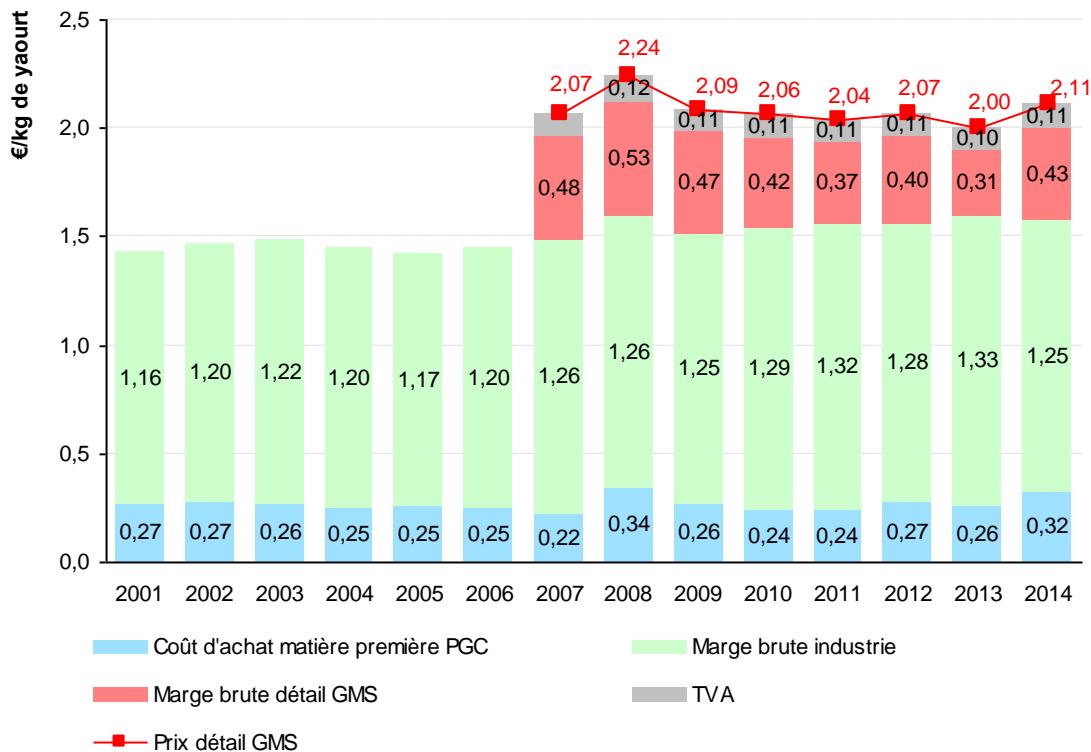
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « *marque nationale* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 80

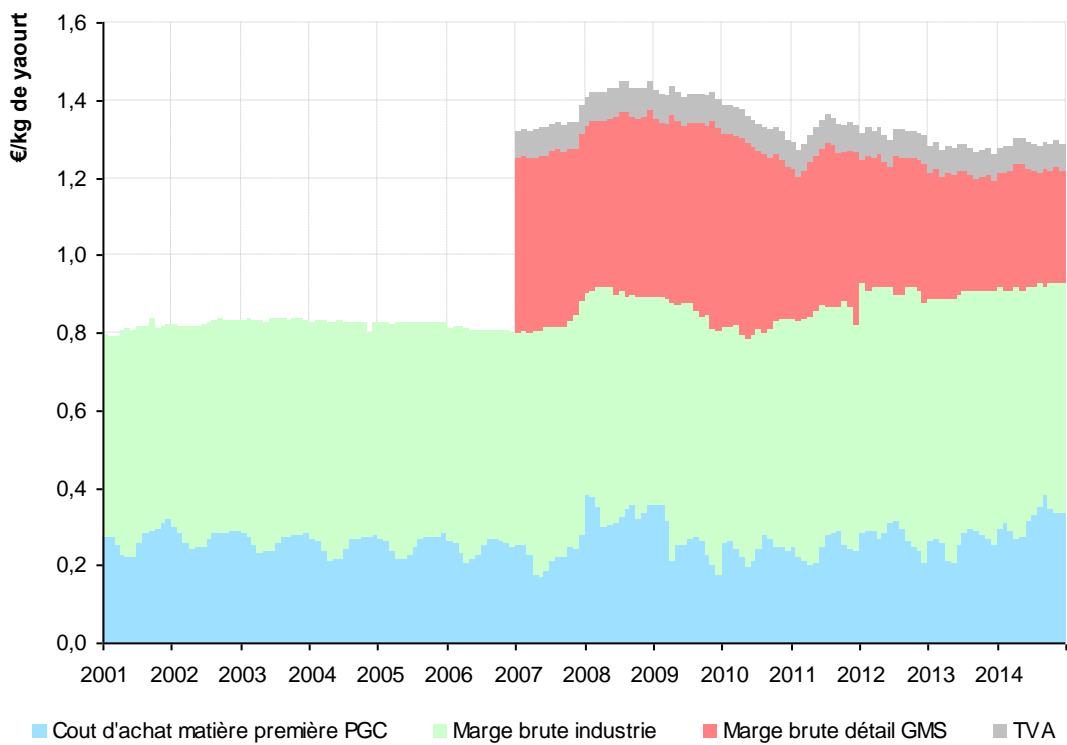
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « *marque nationale* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 81

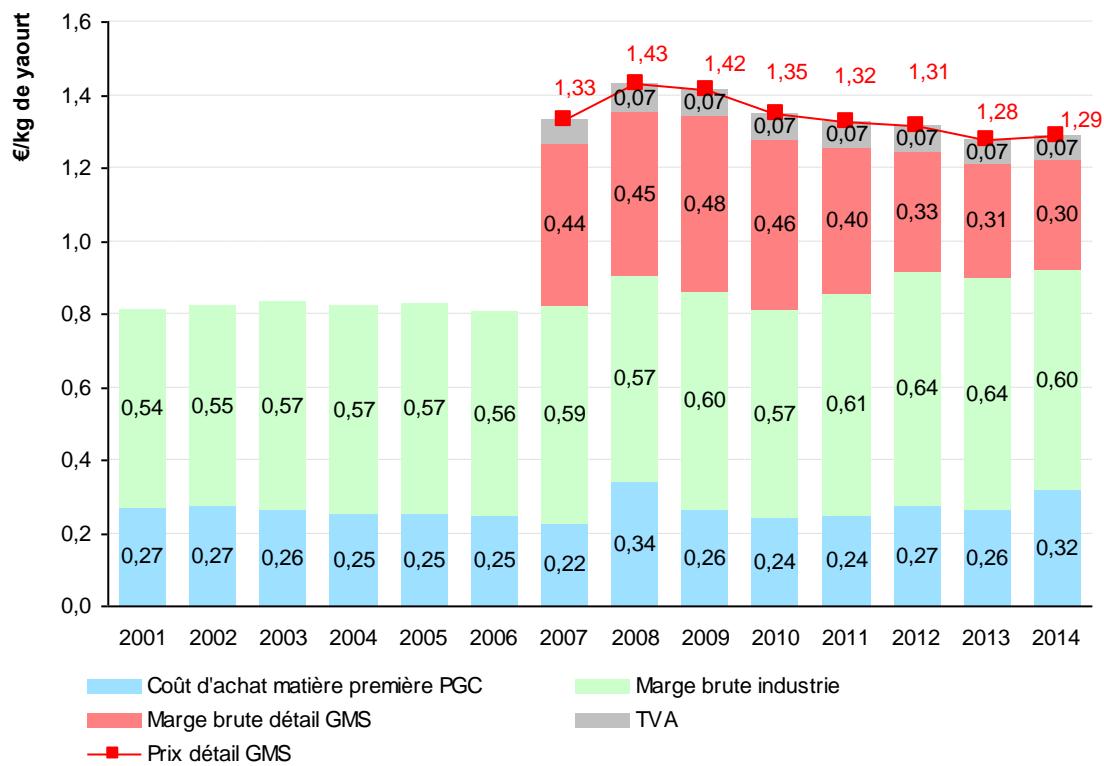
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « *marque de distributeurs* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 82

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « *marque de distributeurs* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.3. Emmental

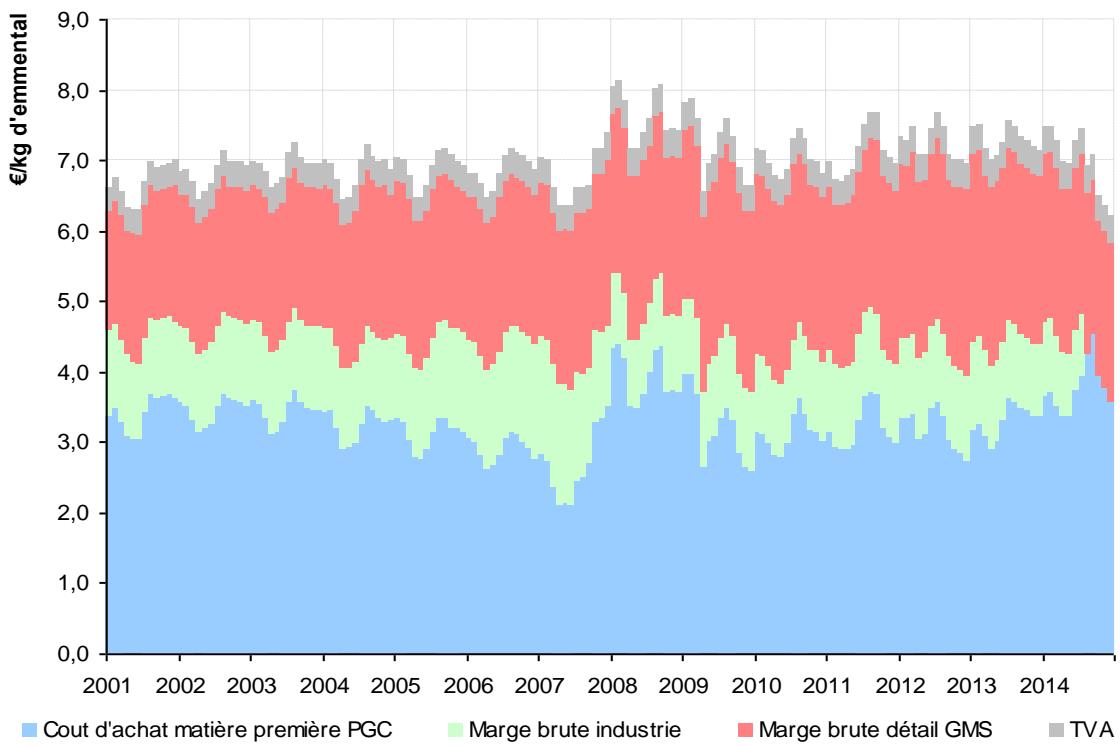
L'emmental, râpé ou en portion, représente, avec 23 % des achats des ménages en volume (données 2014), le plus gros segment du rayon fromages (issus de lait de vache), devant le camembert (8 % des achats). On suit ici « *l'emmental moyen* », composé de 70 % d'emmental rapé et de 30% d'emmental en portions préemballées, toutes gammes confondues : marques nationales, marques de distributeurs et produits 1^{er} prix³¹.

Compte tenu des volumes de lait nécessaires à la fabrication d'un kilogramme d'emmental, plus importants que pour d'autres produits (plus de onze litres en moyenne sur 2000 - 2014), le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage, et les évolutions du prix du lait ont de fortes répercussions sur la marge brute industrielle de cette filière. Ainsi, la hausse du prix du lait et la moins bonne valorisation des produits industriels en 2014 ont eu un impact plus prononcé sur le coût de la matière première du PGC pour la fabrication de l'emmental. En moyenne sur l'année, par rapport à 2013, ce coût a progressé de 48 centimes/kg d'emmental produit. Comme les années précédentes, cette variation a été amortie par les stades de l'industrie et de la distribution, dont les marges brutes se sont repliées respectivement de 23 et 19 centimes/kg en moyenne, le prix au détail augmentant donc de 6 centimes. La tendance à la baisse des marges brutes de l'industrie et de la distribution, observée en 2013, s'est donc poursuivie en 2014. La marge brute de l'industrie a même été nulle au cours du second semestre : ceci s'explique par la baisse des prix des coproduits (beurre, poudre) intervenant dans le calcul du coût-matière industriel de l'emmental. Cette baisse des prix due à l'offre accrue, sur le marché mondial, de ces coproduits, fabriqués en remplacement de certains fromages européens (type gouda, edam) suite à la fermeture de leurs débouchés en Russie.

³¹ Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc uniquement un produit « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs.

Graphique 83

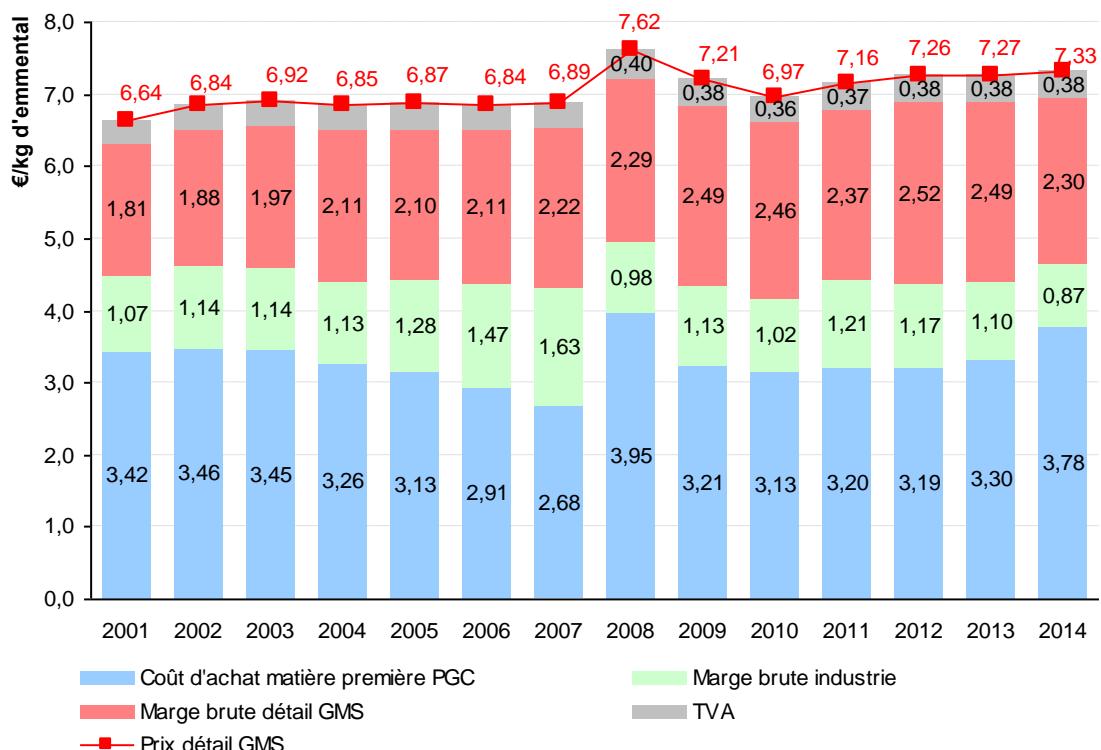
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et marge brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 84

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et marge brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.4. Camembert

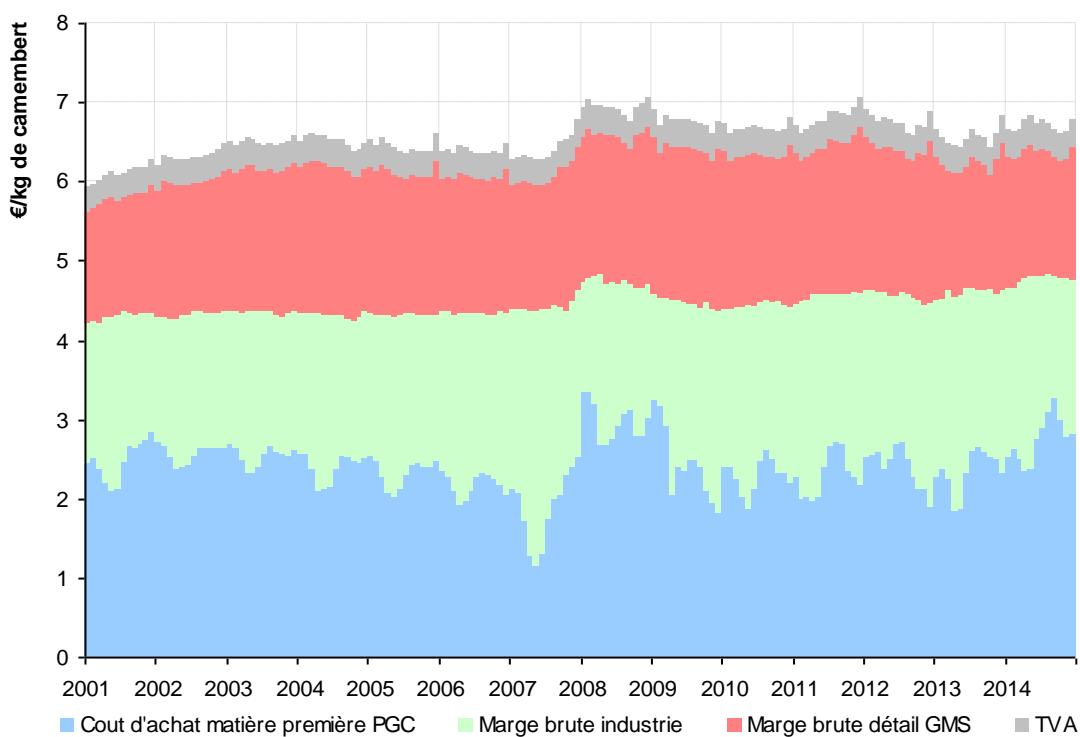
Le camembert représente 8 % des volumes de fromages issus de lait de vache achetés par les ménages français. En 2014, environ 64 % des achats ont concerné des camemberts de marques nationales, 30 % de marques de distributeurs et 6 % des camemberts 1^{er} prix. On suit ici le « *camembert moyen* » toutes gammes confondues, puis en distinguant les segments MN et MDD. La gamme 1^{er} prix ne peut par contre pas être isolée³².

La marge brute de l'industrie sur le camembert est plus conséquente que sur l'emmental. Après avoir été orientée à la hausse depuis 2008, elle enregistre en 2014 un repli de 25 centimes/kg de camembert, faisant ainsi tampon par rapport à la hausse du coût de la matière première (+ 40 centimes). La marge brute de la distribution a continué à se rétracter, mais la baisse a été moins prononcée que celle de 2013 (- 3 centimes). Pour le consommateur, le prix du camembert « *moyen* » s'est établi à 6,70 €/kg, en hausse de 14 centimes par rapport à 2013.

Par catégorie, l'industrie a réduit sa marge brute de 20 centimes à la fois sur le segment des marques nationales et sur le segment des marques de distributeurs. Le maillon de la GMS a en revanche réduit plus fortement sa marge brute sur les camemberts MDD (- 24 centimes) mais a compensé par une légère hausse de 5 centimes sur les camemberts de marques nationales. Ces derniers ont été payés par les consommateurs 20 centimes plus chers qu'en 2013, tandis que les prix au détail des camemberts MDD ont reculé de 2 centimes (alors que le coût d'achat de la matière première est le même).

Graphique 85

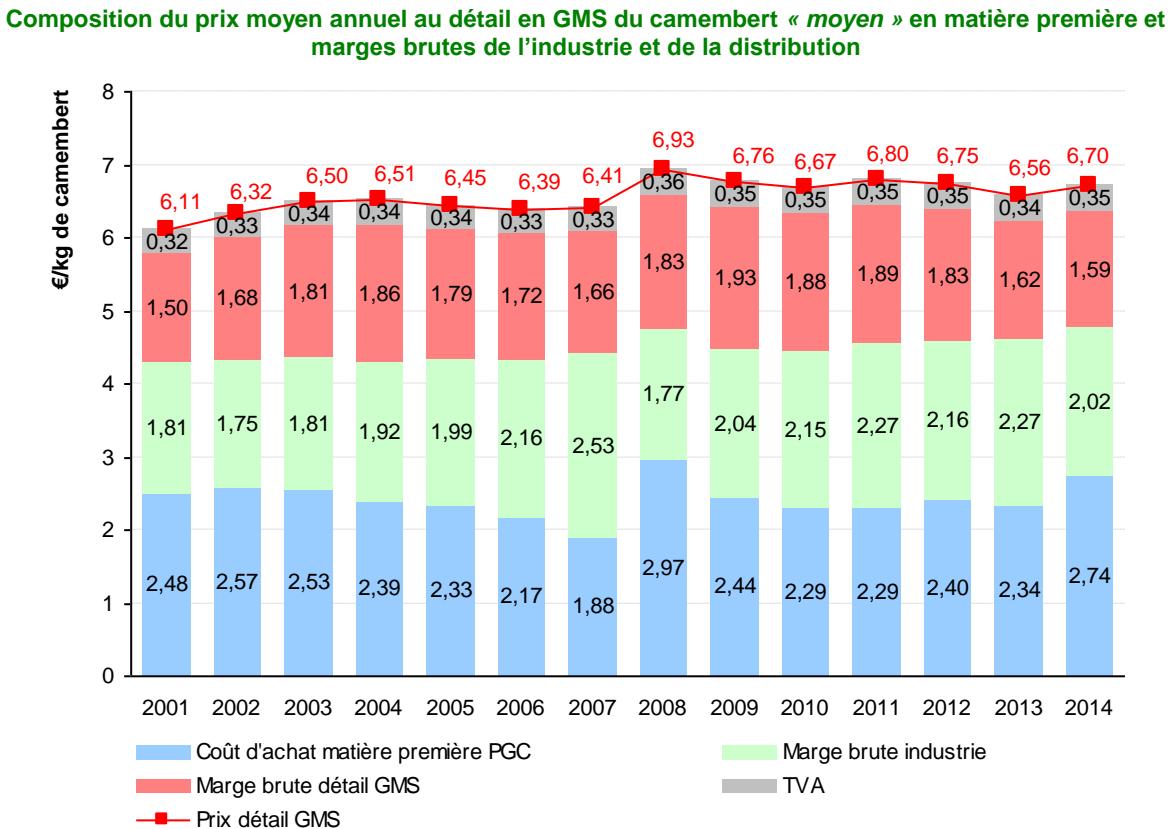
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « *moyen* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

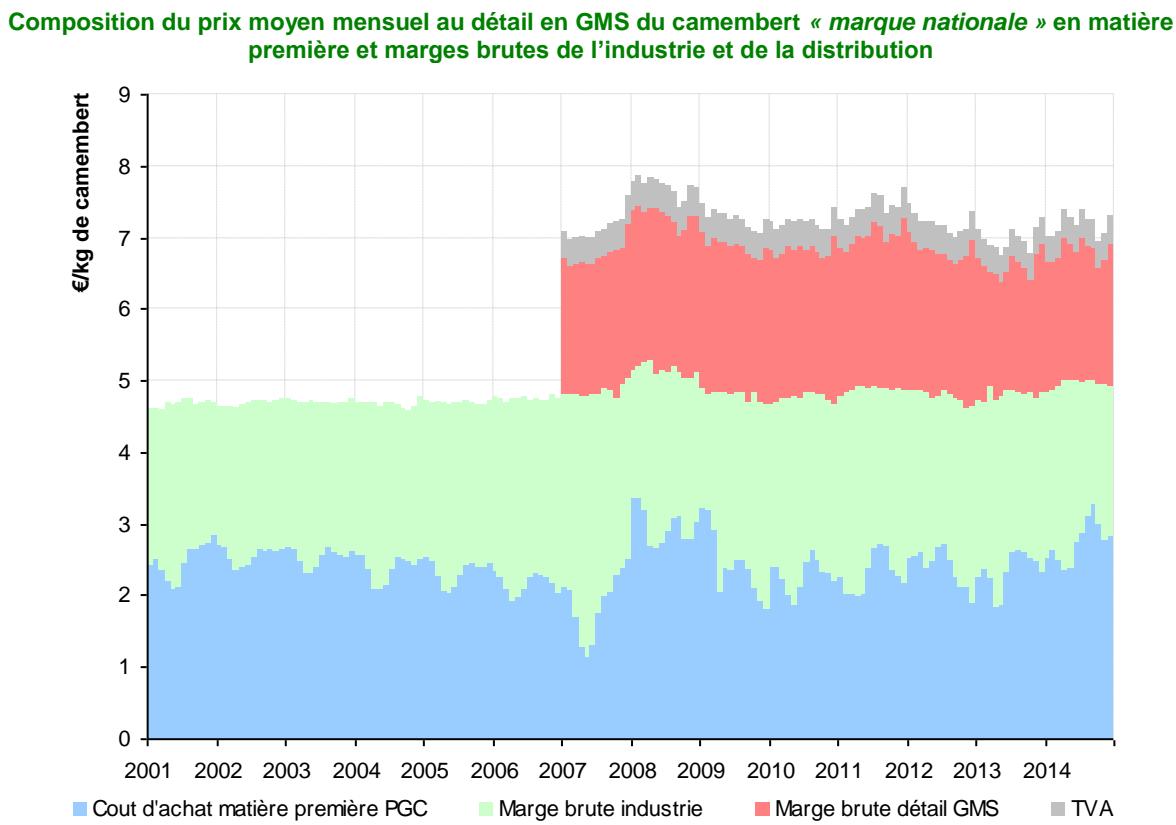
³² Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc un produit « *moyen* » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs, en distinguant ensuite les produits « MN » et les produits « MDD ».

Graphique 86



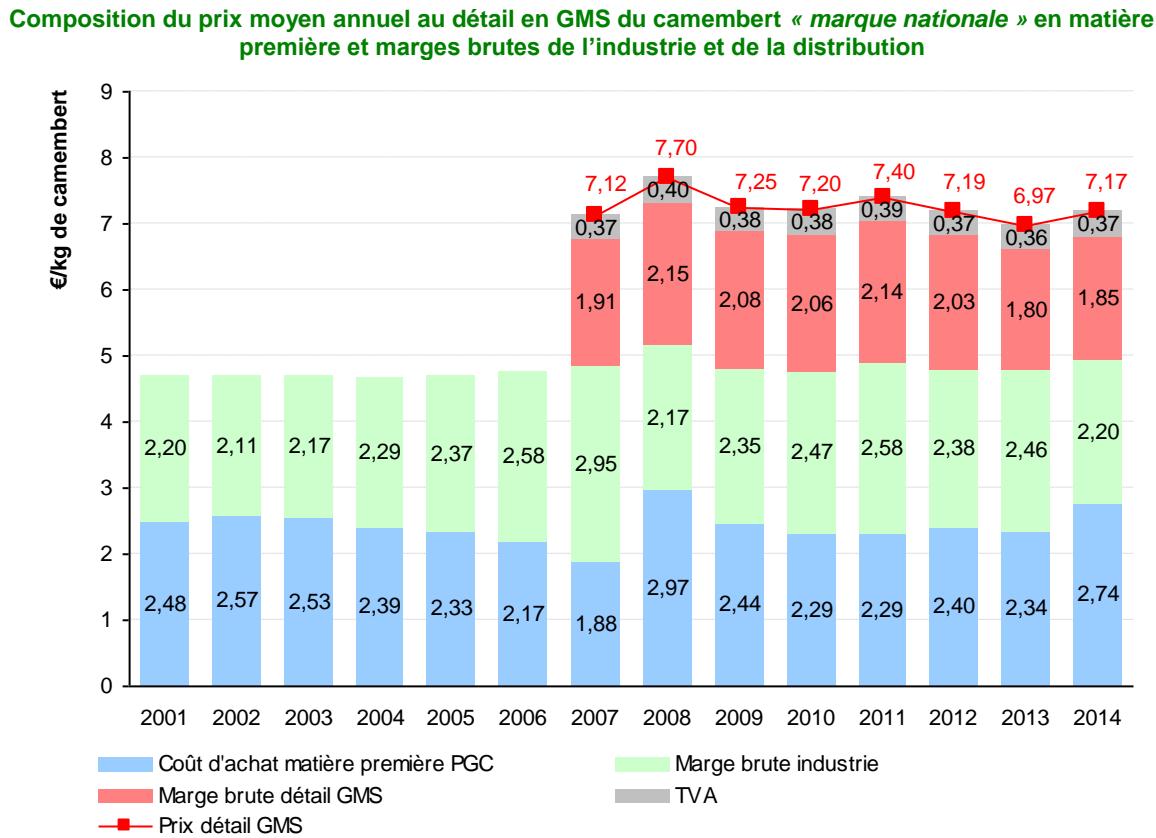
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 87



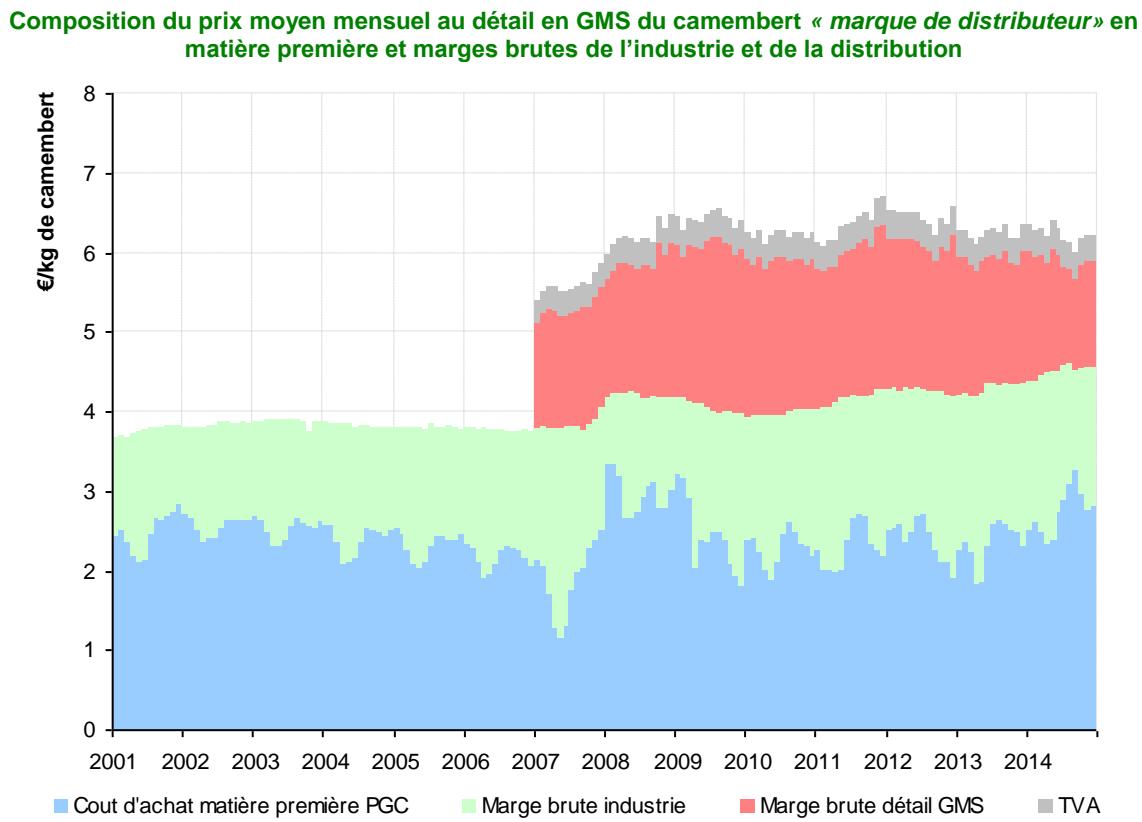
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 88



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

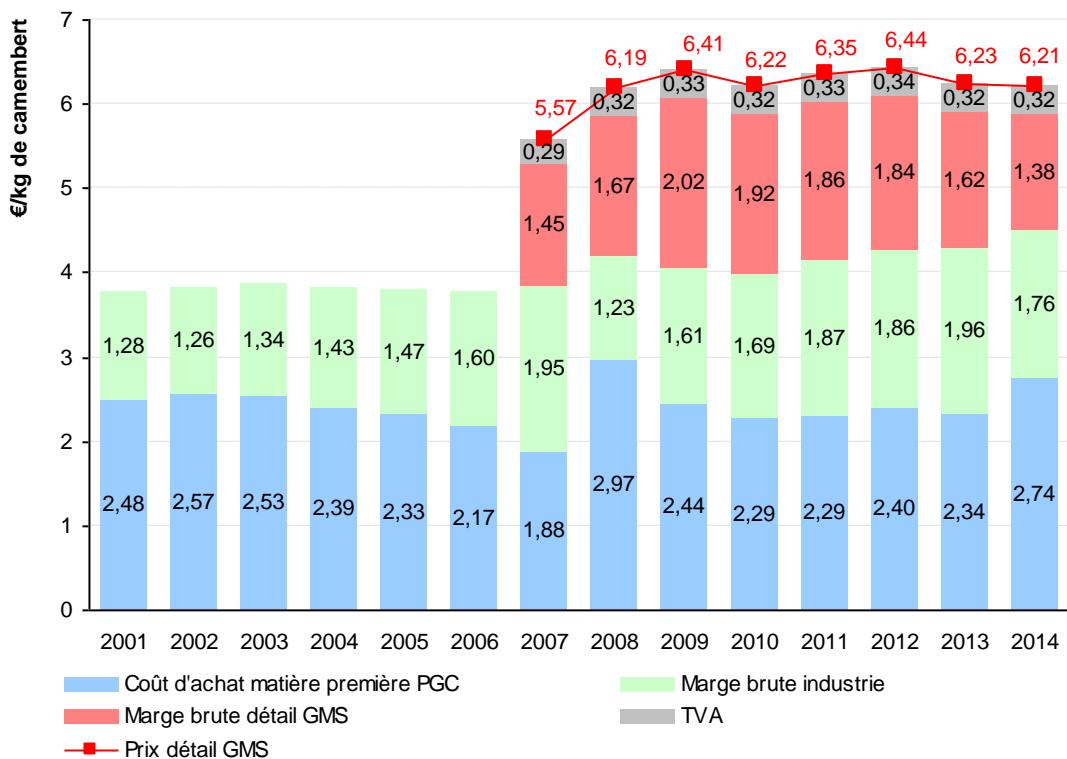
Graphique 89



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 90

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « *marque de distributeur* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.5. Beurre plaquette

Le beurre plaquette est considéré dans notre analyse comme un coproduit d'autres PGC (lait écrémé) et comme un produit de « *deuxième transformation* », le prix de la matière première étant ici le prix du beurre industriel, avant fabrication des plaquettes. L'approvisionnement du transformateur en matière première peut représenter un achat réel de beurre industriel à l'extérieur de l'entreprise (cas des malaxeurs de beurre) ou une cession interne à l'entreprise ou au groupe.

Le marché du beurre reste dominé par les marques nationales (environ 52 % des volumes achetés par les ménages en GMS en 2014), malgré une rapide montée en puissance des MDD (dont les volumes sont passés de 31 % en 2008 à 45 % en 2014).

Outre le « *beurre plaquette moyen* » toutes gammes confondues, le beurre plaquette de marque nationale et le beurre plaquette de marque de distributeur sont distingués dans l'analyse. Le beurre plaquette 1^{er} prix n'est pas suivi séparément³³.

Le prix du beurre vrac en France est corrélé au prix du marché international et connaît depuis 2007 une forte volatilité, après des années de stabilité. Ce brutal changement de contexte économique est notamment lié au démantèlement des mesures d'intervention communautaires, en particulier l'aide à l'incorporation de beurre destiné aux industries agroalimentaires (dit beurre pâtissier-glacier), qui portait à l'époque sur un quart des volumes de beurre fabriqués.

Sur le beurre, et compte tenu des fortes fluctuations du prix du beurre vrac, la marge brute industrielle de l'activité de fabrication et conditionnement des plaquettes de beurre « *moyen* » (toutes gammes

³³ Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc un produit « *moyen* » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs, en distinguant ensuite les produits « MN » et les produits « MDD ». Notons qu'en GMS, le beurre « 1^{er} prix » suivi par le panel Kantar reste un beurre « *classique* » à 82 % de matière grasse. Or, dans le segment des beurres à prix bas, les beurres à 60 % ou à 50 % de matière grasse, vendus sous marques nationales ou de distributeur connaissent une forte progression, aux dépens des beurres « *classiques* » de 1^{er} prix. Ceci peut expliquer la part minoritaire du beurre 1^{er} prix dans le circuit étudié (hyper et supermarchés, hors hard discount – 3 % de part de marché en 2014), ce qui pourrait apparaître paradoxal dans un contexte général de crise économique et de préoccupations sur le pouvoir d'achat.

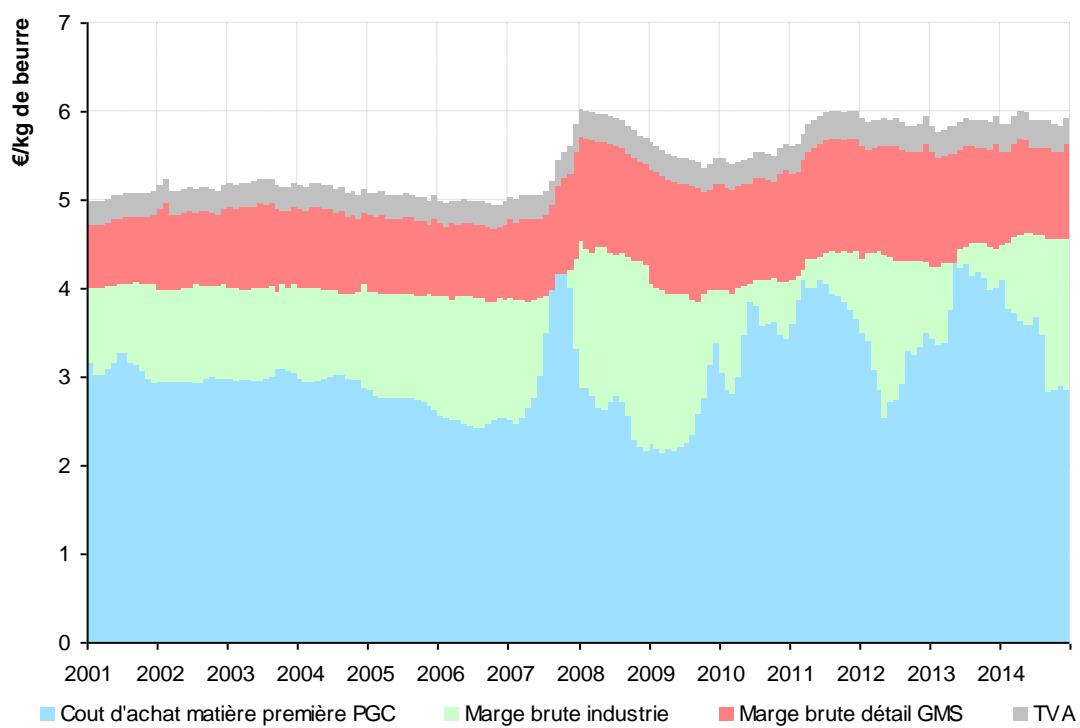
confondues) subit de fortes évolutions. Le prix du produit sortie industrie varie peu, légèrement à la hausse depuis l'année 2009, mais c'est la marge brute industrielle qui se comprime ou se dilate, suivant les périodes. Elle apparaît même parfois négative (Graphique 91). La variation des cours du beurre vrac n'est pas immédiatement répercutée à la distribution ni aux consommateurs mais est différée et amortie, compte tenu de l'existence de contrats de fourniture du beurre à moyen terme.

En 2014, les cours du beurre vrac ont diminué, partant d'un niveau relativement élevé en début d'année. La forte disponibilité en lait et en matière grasse sur le marché mondial, combinée à un ralentissement de la demande sur le second semestre (Asie, Russie à partir du mois d'août), ont provoqué un inversement de la tendance constatée en 2013. Ainsi, le coût de la matière première a reculé de 51 centimes en moyenne sur l'année. Dans le même temps, pour un prix au détail quasiment stable, la marge brute de l'industrie est passée de 47 centimes/kg de beurre en 2013 à 1,16 €/kg en 2014.

Cette situation est moins marquée sur le beurre de marque nationale (Graphique 94) que sur les produits de marque de distributeur (Graphique 96). Sur ces derniers, lors de l'envolée des prix du beurre sur les marchés internationaux (en 2007, en 2013 et dans une moindre mesure en 2010 et 2011), compte tenu des contrats de livraisons entre les industriels et la distribution, l'activité de fabrication et conditionnement de plaquettes de beurre de marques de distributeur a pu se faire, sur certains mois de l'année, à marge brute momentanément négative, les hausses de prix ayant été différées et amorties dans le temps de façon encore plus nette que sur les marques nationales.

Graphique 91

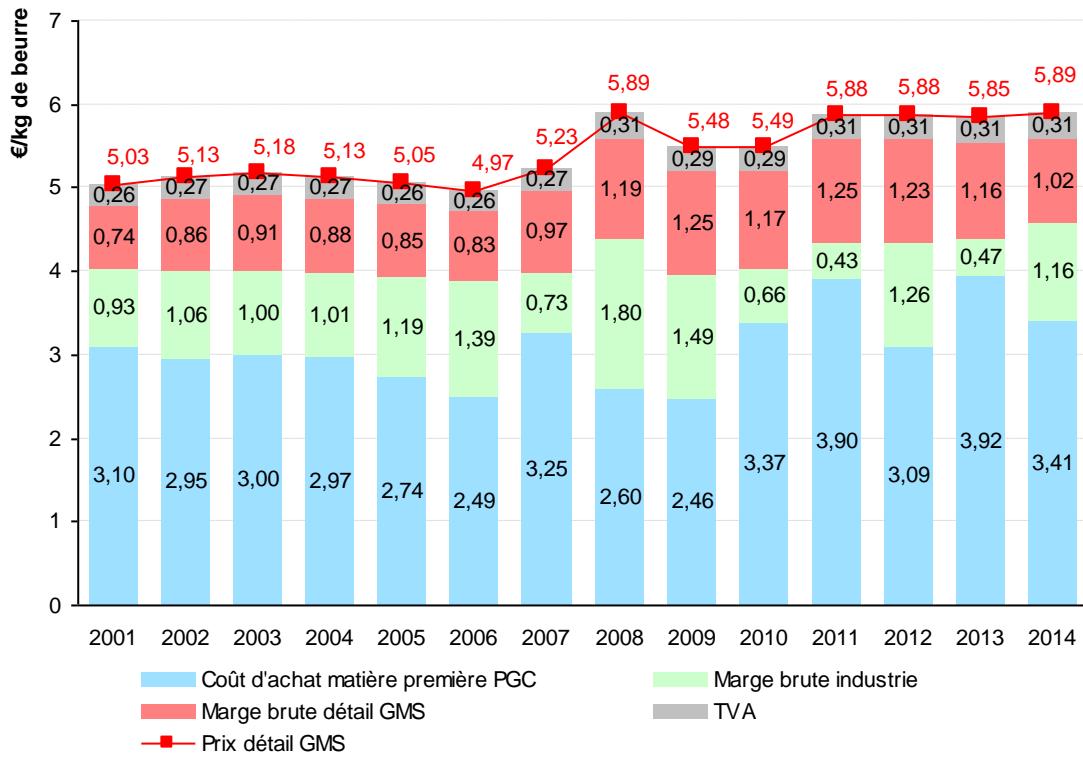
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 92

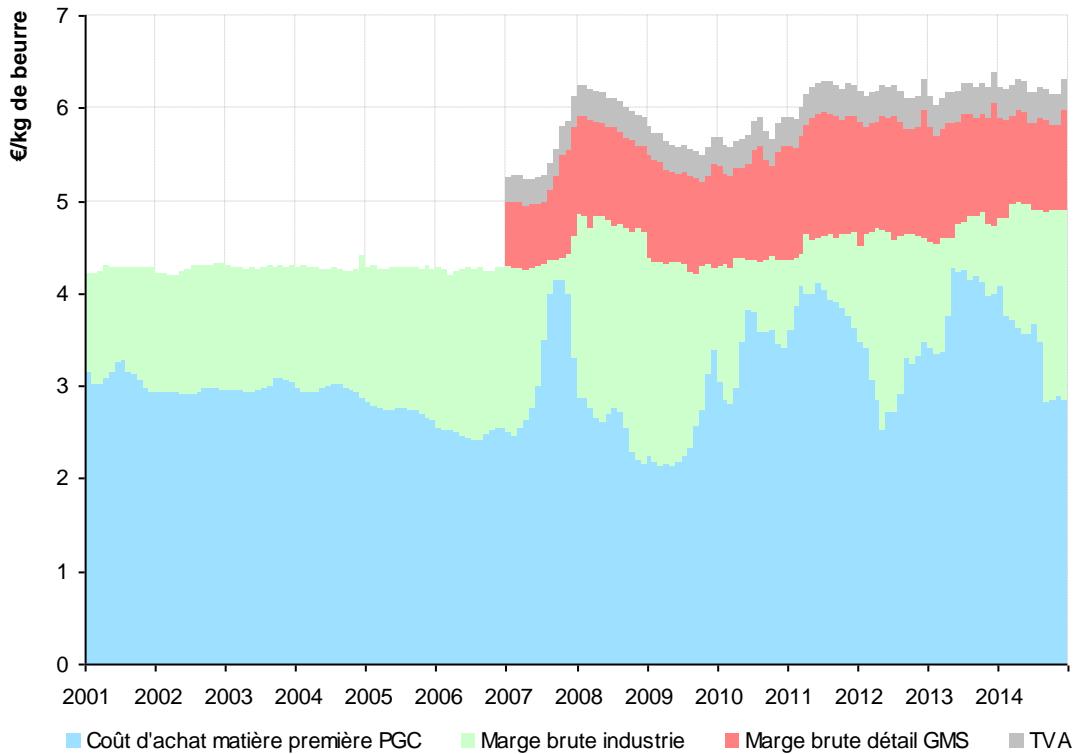
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 93

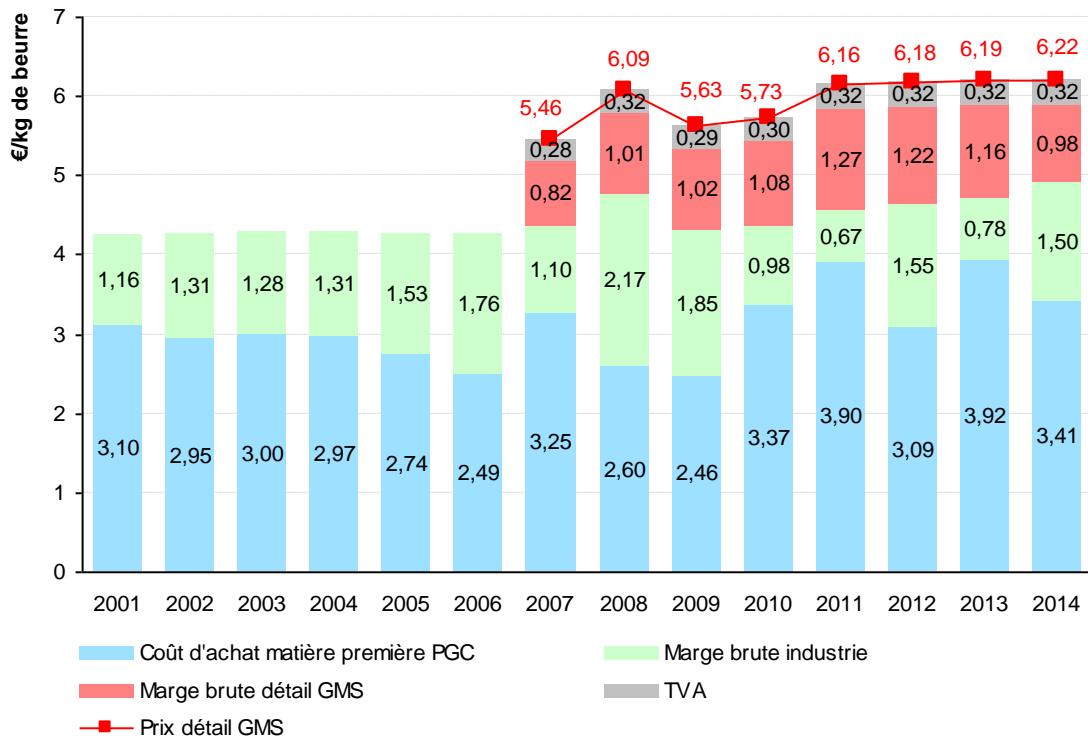
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 94

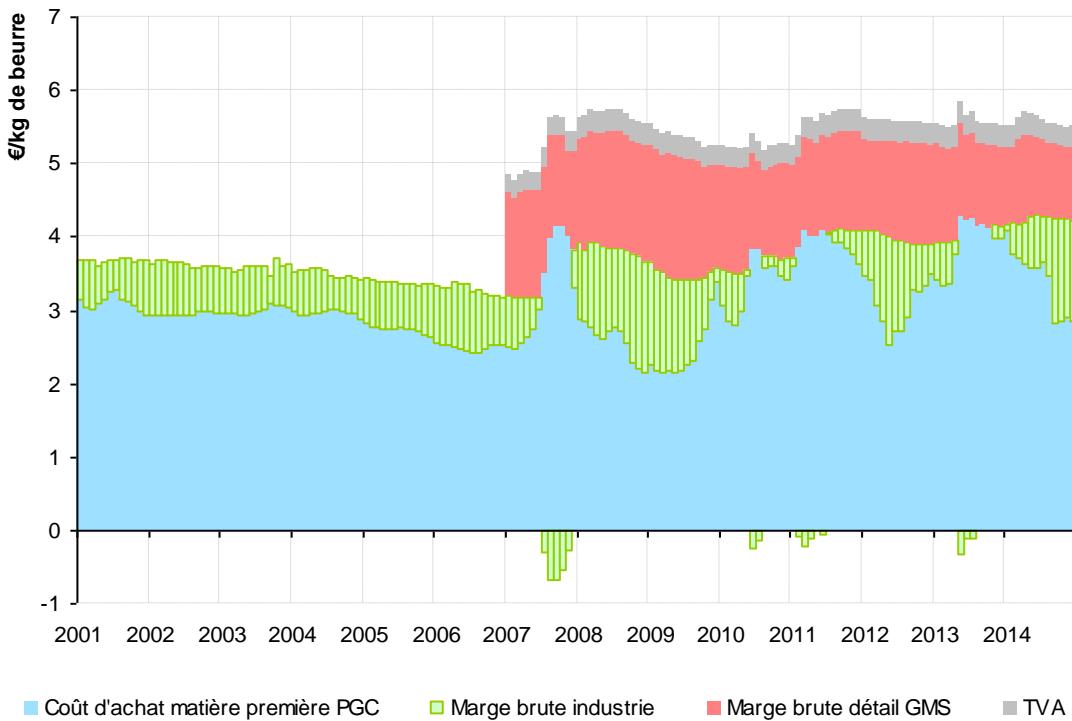
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « *marque nationale* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 95

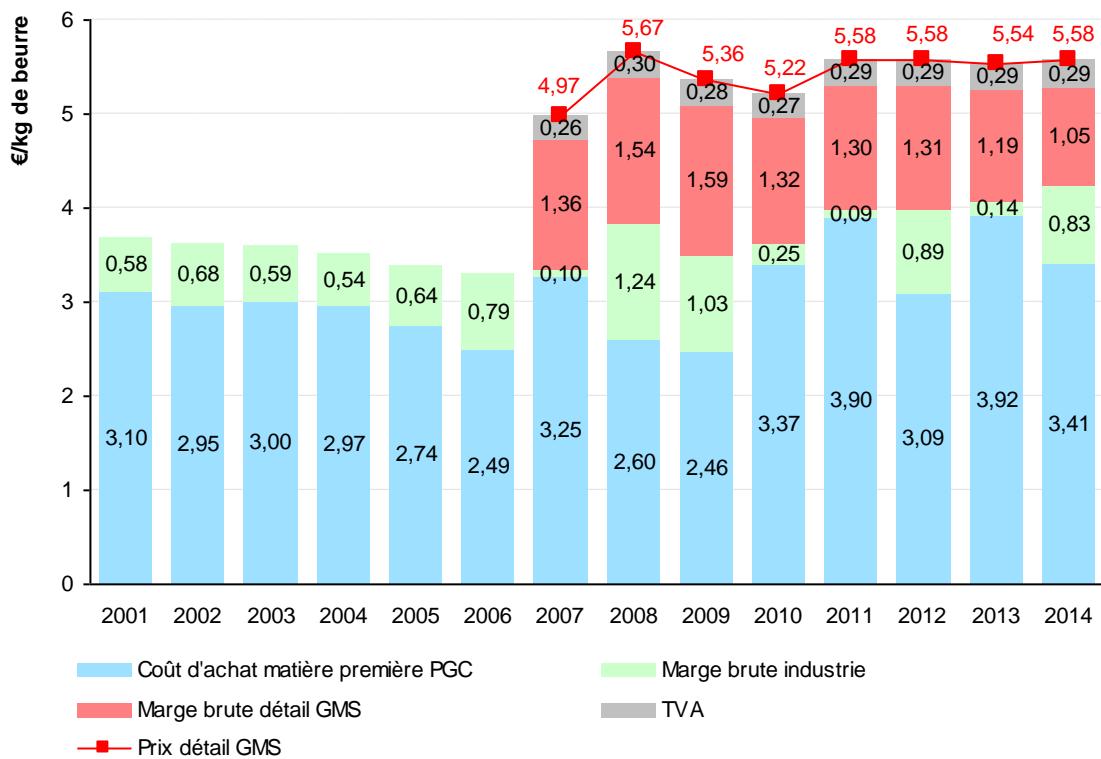
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « *marque de distributeur* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 96

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaque « *marque de distributeur* » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE

On compare les prix observés à différents stades dans la filière (prix à la production agricole, prix industriel et prix au détail en GMS) avec des prix simulés, toutes choses égales par ailleurs, tels que, par rapport à une période de référence :

- le prix du lait simulé à la production agricole assure une marge sur consommations intermédiaires égale à la valeur observée en période de référence (année 2005), majorée par l'indice général des prix à la consommation (*IPC*) pris comme indicateur d'évolution des autres charges à couvrir ;
- le prix du PGC simulé à la sortie de l'industrie assure une marge brute sur achats de lait égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'indice général des prix à la consommation ;
- le prix du PGC simulé au détail en GMS assure une marge brute (commerciale) en GMS égale à la valeur observée en période de référence majorée par l'indice général des prix à la consommation.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant le niveau des marges que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'IPAMPA lait de vache, pour le prix moyen mensuel des consommations intermédiaires en élevage (source : Institut de l'élevage) ;
- l'indice mensuel des prix à la consommation (*IPC*) pour intégrer l'inflation³⁴ ;

Les coefficients techniques rapportant les coûts au produit sont issus du RICA (pour le stade de la production agricole) et du modèle « *observatoire* » de calcul du coût de la matière première du lait UHT dans l'industrie (intégrant la valorisation des coproduits et la gestion des excédents).

Pour un stade donné, le prix simulé à une date P_{St} donnée est donc égal à la marge brute de référence MB_R plus le coût en consommations intermédiaires (ou en matière première) à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R évolue au cours du temps, elle est la différence entre le prix du produit en période de référence, P_0 , moins le coût en consommations intermédiaires (ou en matière première) à cette même période C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution générale des prix (*IPC*) entre la période de référence et la date considérée (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût en consommations intermédiaires (ou en matière première) à chaque période est considéré comme n'évoluant que sous l'effet de l'évolution des prix de la matière première (ou des consommations intermédiaires, s'agissant de l'élevage). Il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de cette matière première (ou consommations intermédiaires, en élevage) entre la période de référence et la date en cours (rapport $IPMP_t$ sur $IPMP_0$ des indices de prix de la matière première (ou consommations intermédiaires) pour le stade considéré) :

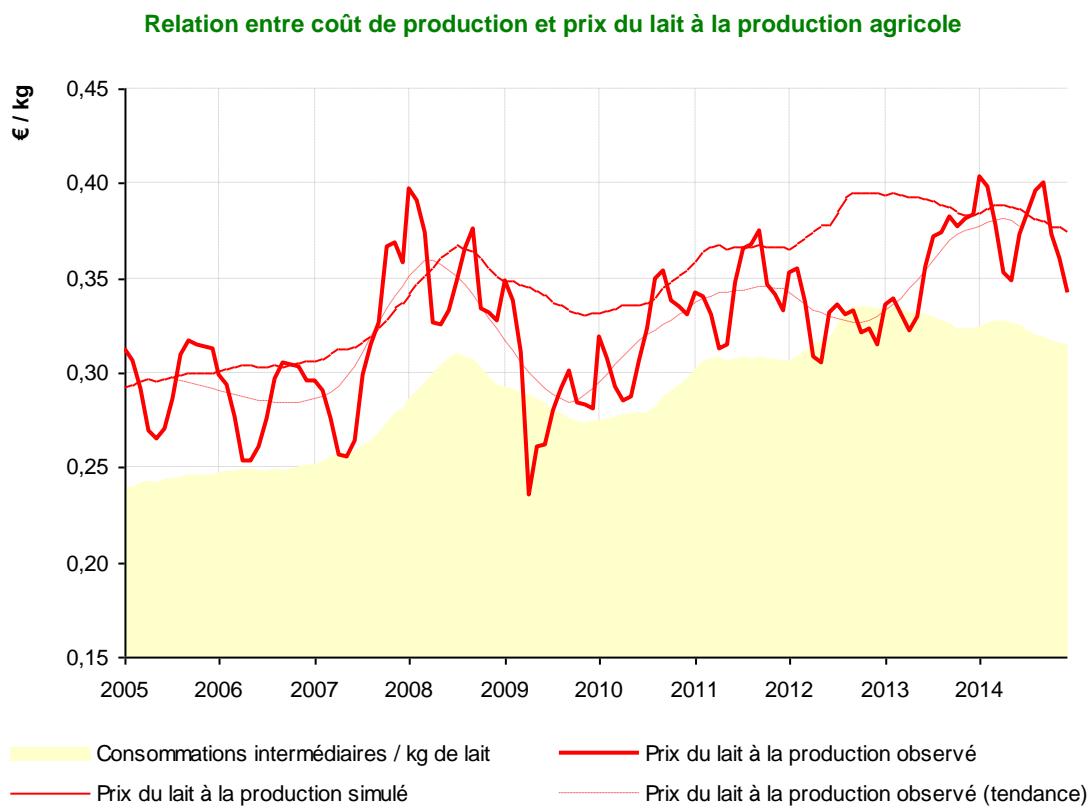
$$C_t = C_0 \frac{IPMP_t}{IPMP_0}$$

d'où le prix simulé :

$$P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{IPMP_t}{IPMP_0} - \frac{PIB_t}{PIB_0} \right)$$

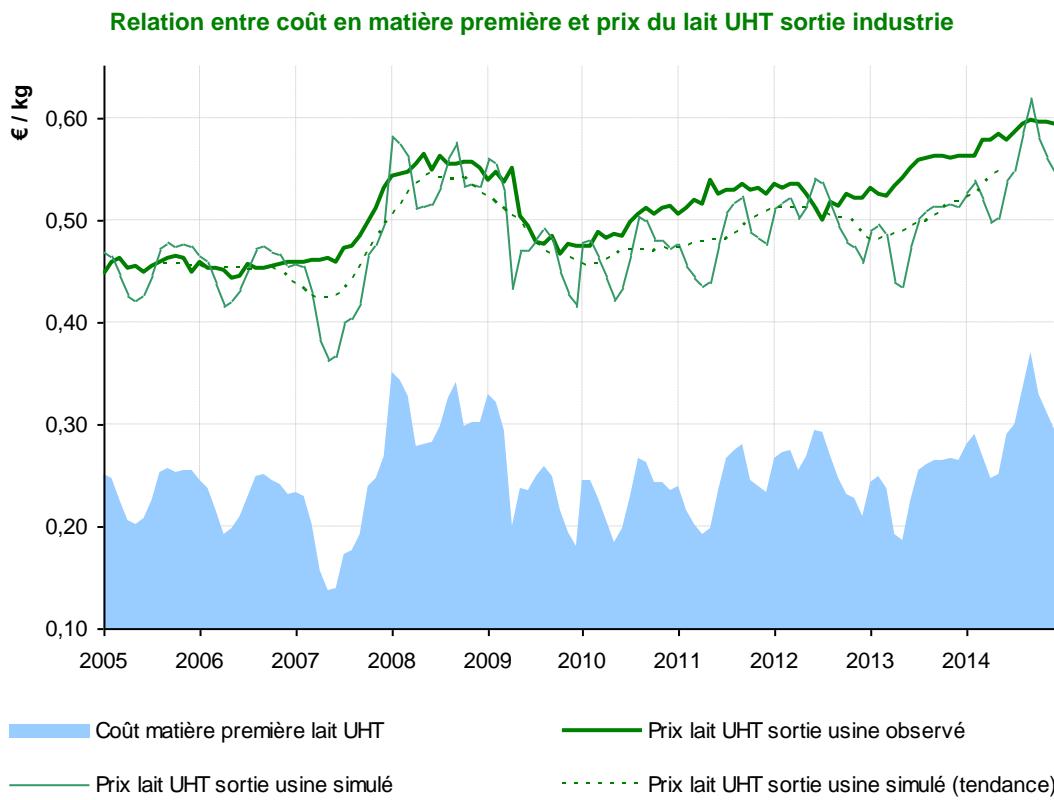
³⁴ L'IPC pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles ; cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

Graphique 97



Sources : INSEE, Institut de l'élevage, FranceAgriMer. Calculs OFPM

Graphique 98

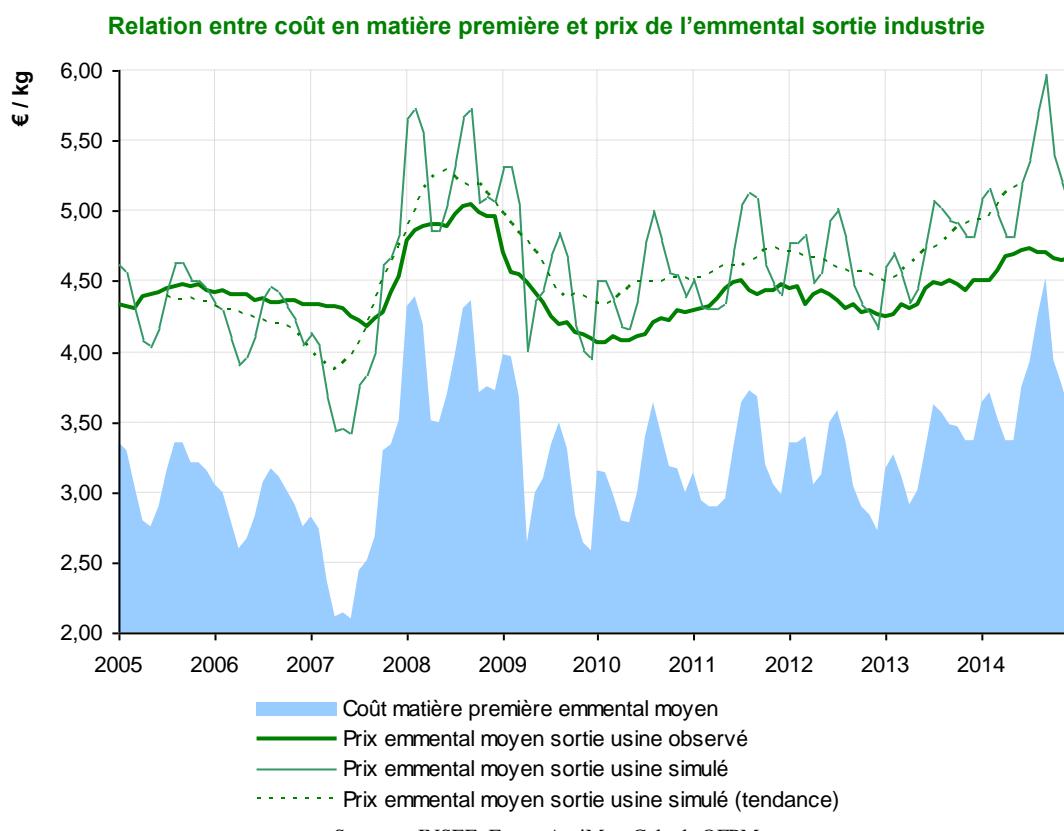


Sources : INSEE, FranceAgriMer. Calculs OFPM

Le Graphique 97 illustre la déconnexion du prix du lait à la production avec les coûts de production, particulièrement depuis 2009. A noter que la simulation est faite sur le prix du lait, et non sur la recette unitaire laitière au litre (telle que considérée plus haut, dans l'étude des coûts de production du lait, partie 4), laquelle intégrerait alors les subventions (dont l'aide laitière), ce qui atténuerait la déconnexion. La tendance d'évolution (moyenne mobile centrée sur le milieu d'année) du prix réel du lait est présentée afin de comparer le prix simulé avec un prix réel désaisonnalisé : la situation s'améliore fin 2013.

Le Graphique 98 indique que les évolutions du prix de production du lait UHT dans l'industrie ne sont pas déconnectées de celles du coût d'achat de la matière première (lait nécessaire, plus gestion des excédents et résultat sur coproduits) et des autres charges dont l'évolution est ici simulée sur la base de l'IPC, ce qui sous-estime peut-être les évolutions réelles des charges dans l'industrie. Le prix observé amortit les variations du coût de la matière première dont il suit les évolutions avec un décalage dans le temps tout en se situant au-dessus du prix simulé. Dans le cas de l'emmental (Graphique 99), le prix observé sortie usine est souvent inférieur au prix simulé, ceci illustrant les compensations de marges qui s'opèrent entre PGC dans l'industrie.

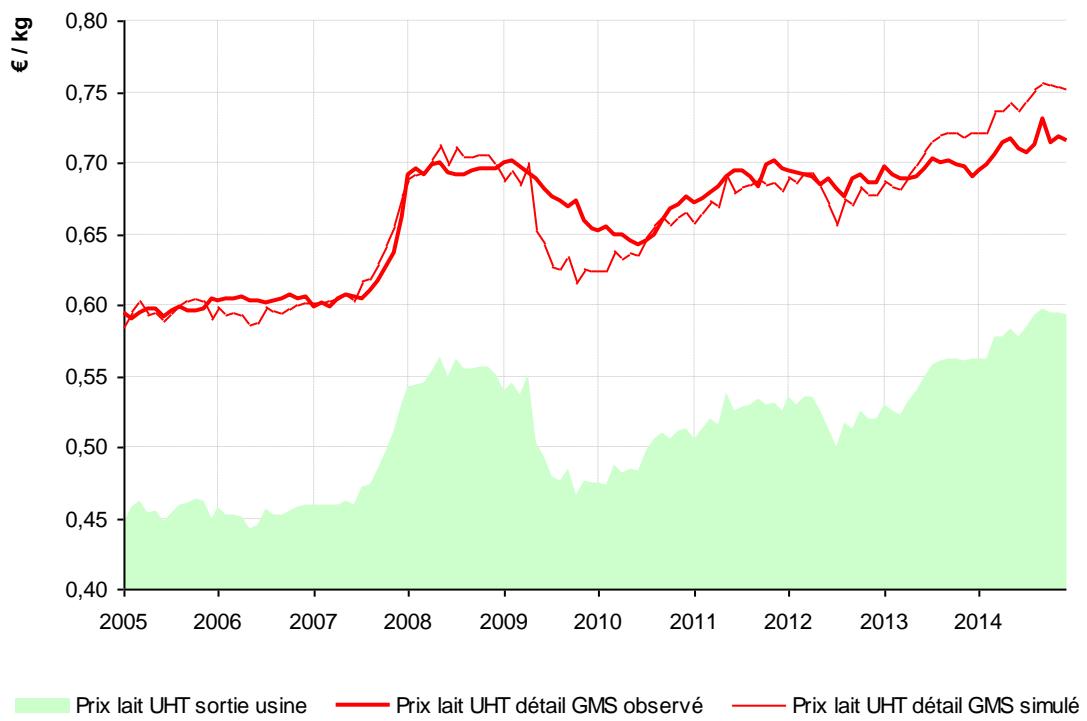
Graphique 99



Au détail (Graphique 100 et Graphique 101), les prix observés du lait UHT et de l'emmental évoluent sensiblement comme leurs prix simulés (marge de la GMS maintenue inflation comprise). Sur 2011-2012, le prix observé est très proche du prix simulé s'agissant du lait UHT, tandis qu'il est sensiblement supérieur dans le cas de l'emmental : situations *grossso-modo* symétriques de celles décrites plus haut pour les prix sortie industrie. En 2013, on observe un « *décrochage* » du prix observé du lait UHT au détail par rapport au prix simulé, « *décrochage* » qui intervient plus tard pour l'emmental.

Graphique 100

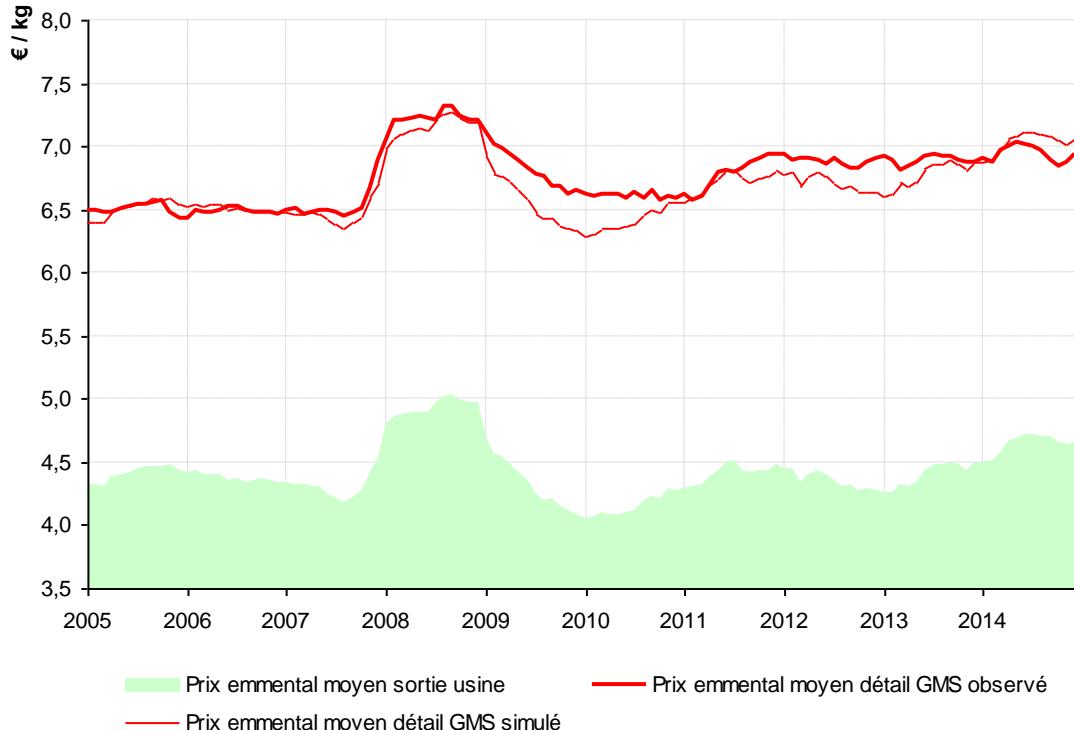
Relation entre prix du lait UHT sortie industrie et au détail en GMS



Sources : INSEE, FranceAgriMer, Kantar Worldpanel. Calculs OFPM

Graphique 101

Relation entre prix de l'emmental sortie industrie et au détail en GMS



Sources : INSEE, FranceAgriMer, Kantar Worldpanel. Calculs OFPM

5. COMpte DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE VACHE EN ÉLEVAGE

5.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées bovin laitier

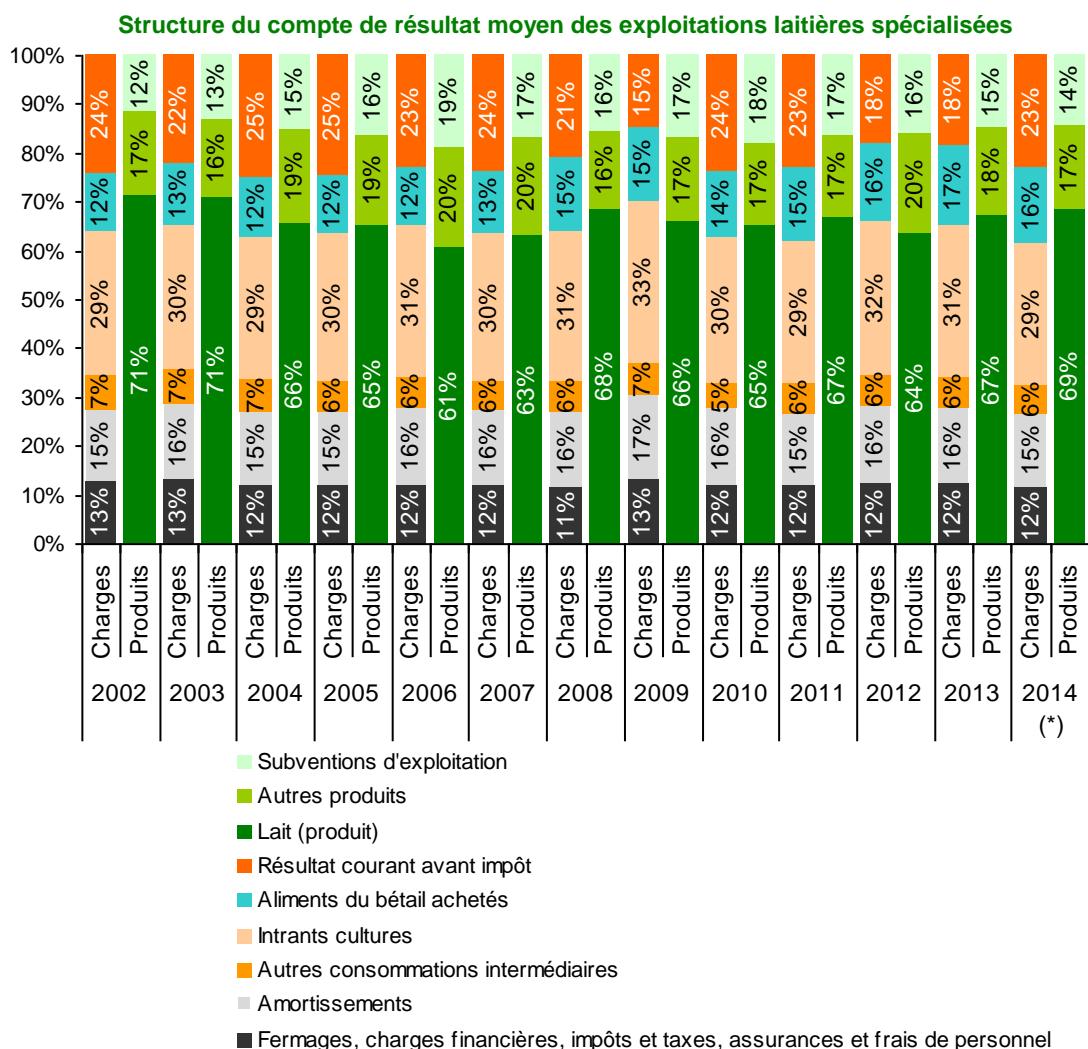
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache, issu du RICA, est constitué de 397 à 493 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 19 435 à 26 522 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de vache constitue plus de 76 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 15 % à 24 %.

Les résultats 2014 sont estimés. Les évolutions du prix du lait (IPPAP lait de vache) et des consommations intermédiaires (IPAMPA lait de vache, IDELE) en 2014 sont appliquées à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

Ainsi, en 2014, la hausse de 7 % du prix du lait et une stagnation des charges permettent une hausse du résultat courant avant impôt de près de 30%, passant de 21 700 € par travailleur familial en 2013 à 28 300 € en 2014.

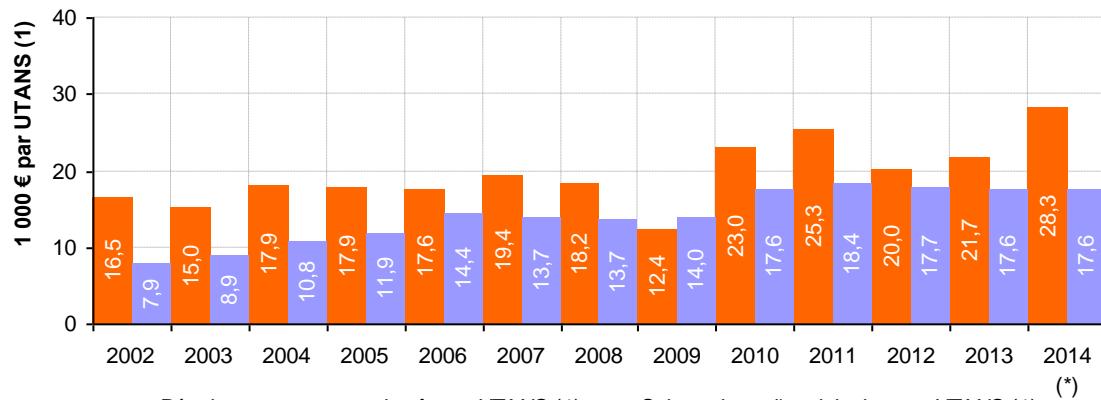
Graphique 102



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

Graphique 103

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations laitières spécialisées



(*) estimation, (1) unité de travail annuel non salarié

Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

5.2. Coût de production du lait de vache en élevage dans les systèmes de production laitière

Cette estimation de coûts de production exprimés en euros pour 1 000 litres de lait est réalisée par l'Institut de l'élevage, à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys – Réseaux par les Chambres d'Agriculture et organismes impliqués dans la filière, dans trois systèmes d'exploitation :

- « **Bovins lait spécialisé de plaine** » : les 64 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique bovins lait (OTEX 41) et sont situées en zone de plaine. Seules les exploitations conventionnelles (non certifiées en agriculture biologique) et n'ayant ni atelier viande, ni production hors-sol sont retenues.
- « **Lait et culture de vente** » : les 27 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique agriculture-élevage (OTEX 81), sans viande bovine.
- « **Lait de montagne** » : les 20 exploitations de cet échantillon relèvent de l'OTEX 41 et sont situées en zone de montagne (hors Est). Les exploitations laitières de montagne de l'Est (Franche-Comté et Savoie) ont des valorisations du lait très différentes entre elles et différentes de celles du Massif central (plus faible valorisation). C'est pourquoi elles n'ont pas été retenues dans l'échantillon.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Elevage. Elles sont choisies pour présenter des structures de production anticipant celles d'une projection à 5 ans de l'évolution des exploitations de leur zone. Ces exploitations sont situées dans le quartile supérieur en termes de résultats économiques.

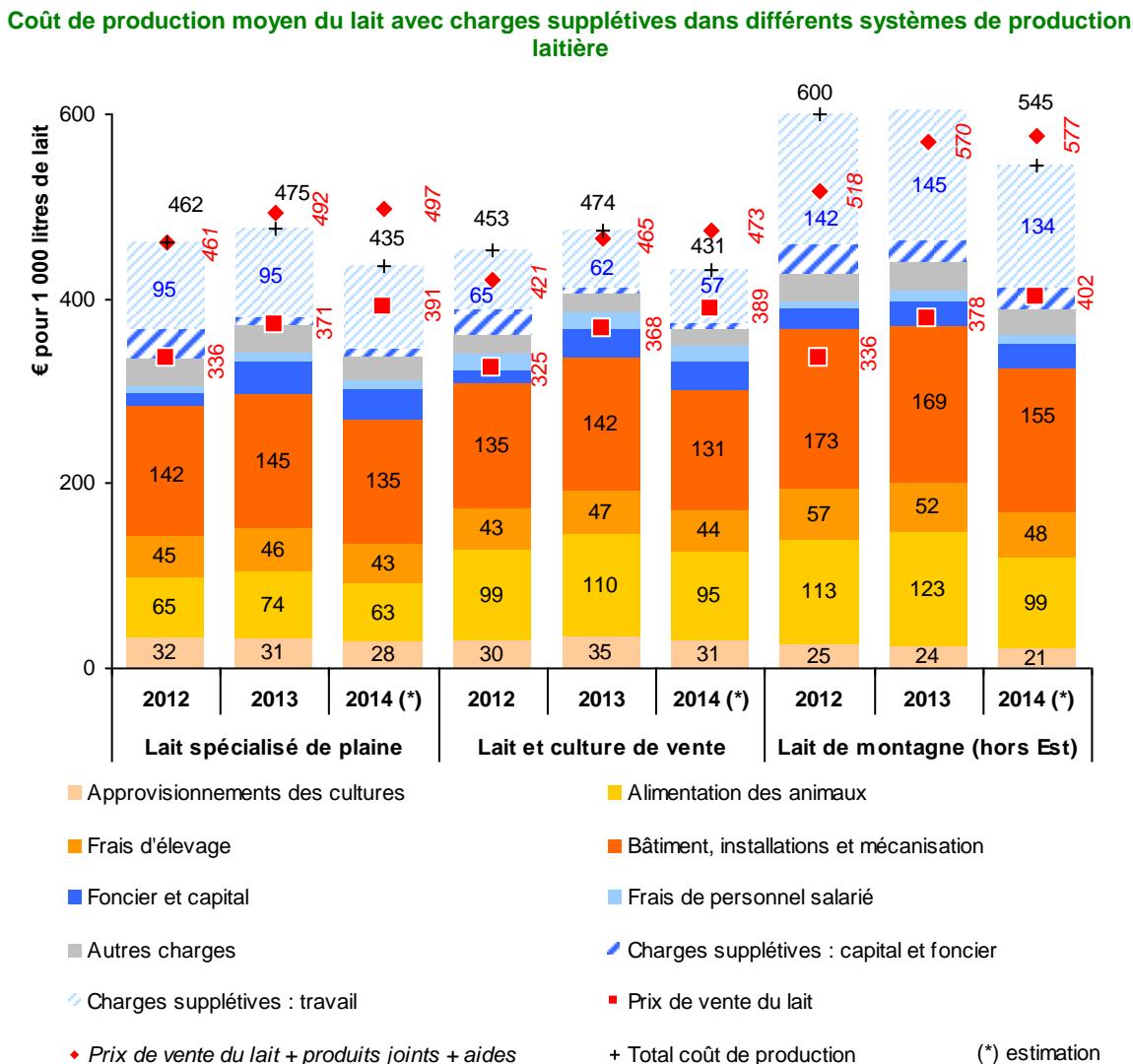
Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération simulée :

- pour le travail familial, à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au taux de fermage moyen.

Le coût des aliments pour bovins issus des cultures céréalières de l'exploitation est calculé au coût réel (de même pour les fourrages) et non au prix de marché des céréales vendues.

En 2012, les produits (lait, veaux, aides) ne permettent pas la couverture de l'ensemble des charges, quel que soit le système. En 2013, seul le système « *Lait spécialisé de plaine* » le permet. En 2014, les produits dépassent les charges de 63 euros par 1000 litres en « *Lait spécialisé de plaine* », de 42 euros en « *Lait et culture de vente* » et de 32 euros en « *Lait de montagne (hors Est)* ».

Graphique 104



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Elevage

5.3. Coût de production moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le Graphique 105.

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : veaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

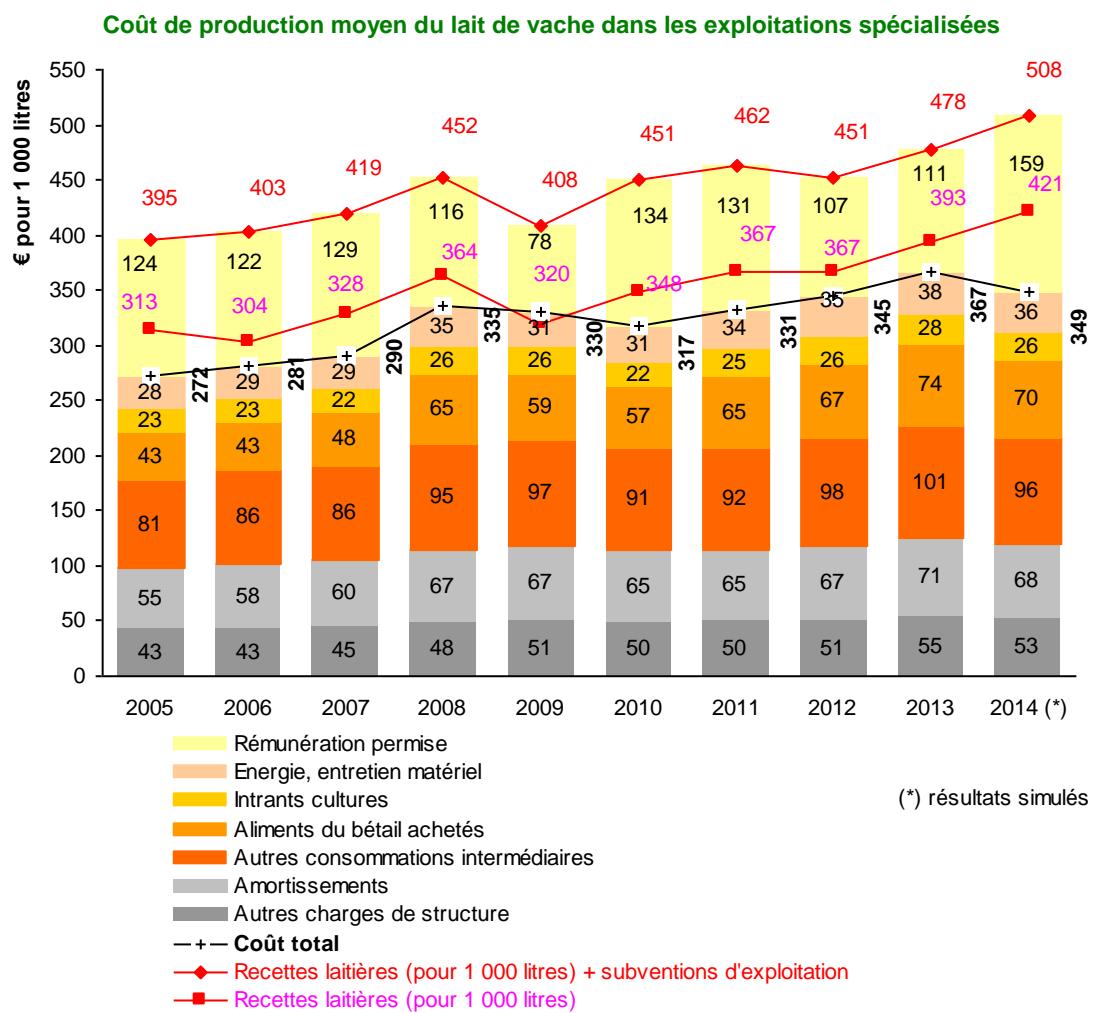
Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

Contrairement à l'approche précédente, le coût de production, ici, (349 € pour 1 000 litres en 2014) n'intègre pas de calcul de la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (430 € à 545 € selon le système pour 1 000 litres en 2014), qui s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée.

En moyenne, la situation des exploitations s'améliore après 2009 (2012 excepté). La progression du coût de production en 2013 s'est accompagné d'un relèvement du prix du lait, lequel s'est poursuivi en 2014, alors que les coûts diminuaient suite, notamment, à la baisse des prix de l'alimentation animale.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres produits que le lait, dont les ventes d'animaux) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 105



6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

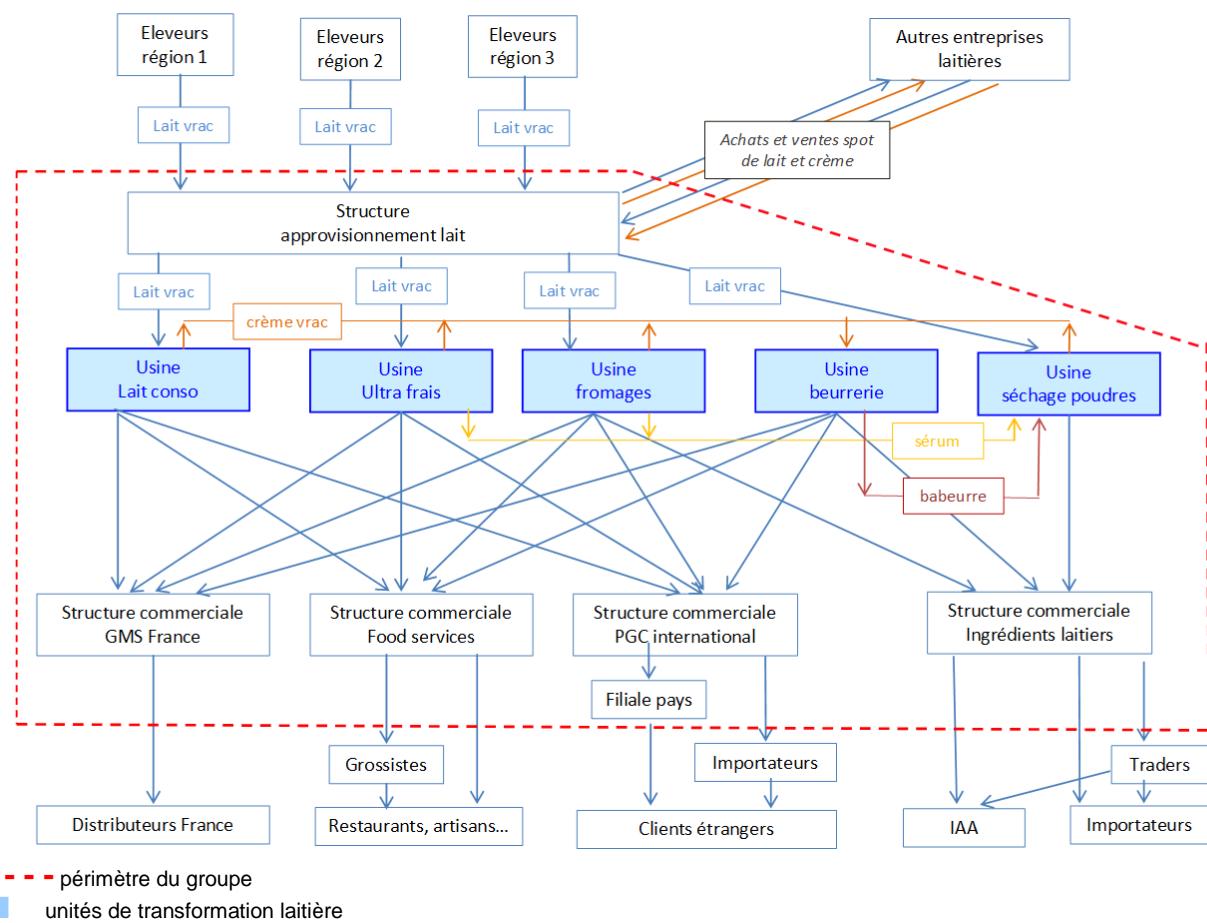
Depuis 2013, l'observatoire a confié au Service de la statistique et de la prospective (SSP) la réalisation d'une étude visant à connaître la **structure moyenne des charges dans les entreprises de transformation laitière**, en fonction **d'une typologie des entreprises fondée sur leur structure de fabrication laitière en PGC**, plus détaillée que celle des résultats publiés par l'INSEE (secteur transformation laitière considéré globalement) et le SSP (3 secteurs : dominante lait liquide et produits frais, dominante fromages, dominante beurre). Chaque type d'entreprises retenu a été scindé en **deux sous-types** en fonction de **l'appartenance ou de la non-appartenance** des entreprises **à un groupe d'entreprises**, ceci dans l'attente de disposer des premiers résultats du « *profilage* » appliqué aux groupes du secteur laitier. On se référera à l'édition 2013 du rapport pour une présentation de l'objectif de cette approche et de la méthode utilisée.

6.1. Groupes, entreprises et établissements dans le secteur laitier

Le Schéma 14 représente de manière simplifiée les flux de matières premières laitières, de coproduits des fabrications et des produits finis à l'intérieur d'un groupe laitier type et vis-à-vis de l'extérieur de ce groupe.

Schéma 14

Schéma-type des flux de matières dans un groupe laitier



Source : ATLA, pour OFPM

Le résultat comptable d'une usine dépend des prix de cession interne des matières premières laitières, des prix de cession internes des produits finis et des prix de cession interne des coproduits (crème, sérum, babeurre) entre usines.

Ces prix de cession internes dépendent des conventions comptables définies dans le groupe et des règles comptables générales lorsque les unités industrielles sont des entreprises au sens d'unités légales.

Bien qu'en règle générale, les prix de cessions internes sont définis en référence aux **prix de marché** du produit (s'ils existent) ou en référence à ses **coûts de production**, l'information sur les coûts de fabrication d'un type de produit laitier donnée par les résultats comptables des entreprises de transformation spécialisées dans ce type de produit laitier est dépendante des systèmes de prix internes appliqués par ces entreprises.

Les comptes ci-après sont des comptes d'entreprises au sens d'unités légales. Elles peuvent comprendre plusieurs établissements, appartenir à un groupe ou non. Classées dans le secteur industriel, ces unités ont par définition pour activité principale la transformation industrielle, mais les flux entrants (charges, matière première) et sortant (produits transformés) peuvent provenir de, respectivement aller vers, d'autres entreprises du groupe (structures d'approvisionnement ; structures commerciales) et constituer ainsi des cessions internes, et non des opérations marchandes.

6.2. Comptes de résultat moyen des types d'entreprises de transformation laitière

Les types d'entreprises retenus ici sont ceux dont la production dominante correspond aux PGC dont les prix au détail en GMS ont été analysés dans la partie 3, chaque type est défini par la production dominante suivante :

- Lait et crème de lait, non-concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
- Fromages (à l'exclusion des fromages fondus et frais), râpés, en poudre, à pâtes persillées ;
- Yaourts, lait caillé, crème caillée, et autres produits fermentés ;
- Beurres, autres matières grasses du lait, pâtes à tartiner à base de produits laitiers.

La règle du secret statistique ne permet pas de présenter les comptes des entreprises « *Lait et crème de lait...* » et « *Beurres...* » n'appartenant pas à des groupes.

Outre les comptes par type, on présente le compte de résultat moyen de l'ensemble constitué des entreprises spécialisées dans les types de produits dont les prix au détail en GMS ont été analysés dans la partie 3.

Les résultats des années antérieures, fondés sur certains résultats encore provisoires d'ESANE, sont légèrement modifiés cette année.

L'intitulé de certains agrégats comptables représentés dans les graphiques ci-après (Graphique 106 à Graphique 112) est abrégé dans la légende de ces graphiques :

- Résultat courant : résultat courant avant impôt
- Impôts et taxes : impôts et taxes et versements assimilés
- Frais de personnel : salaires et cotisations sociales patronales
- Amortissement, frais financiers : dotations aux amortissements et aux provisions, frais financiers, autres charges courantes.

Les types d'entreprises suivants, dont les productions ne correspondent pas aux PGC précités, ne sont pas analysés dans le présent rapport (leurs comptes de 2009 à 2011 ont été présentés dans le rapport 2013) :

- Fromages frais (de lactosérum inclus) non fermentés et caillebotte ;
- Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre ;
- Laits concentrés non sucrés et autres laits concentrés ;
- Babeurre dont en poudre, caséines, lactose, lactosérum, autres composants naturels du lait ;
- Glaces de consommation ;
- Lait et crème de lait, en poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides.

Le compte moyen des entreprises principalement orientées vers la fabrication de PGC (laits liquides et produits frais, fromages, beurre) est présenté sur le Graphique 106.

Les charges en matières premières (auxquelles sont rattachés les achats de marchandises et certains autres approvisionnements) représentent entre les deux tiers et les trois quarts de la valeur du produit total dans tous les types d'entreprises, à l'exception de celles du type « *Fabrication de yaourts* » appartenant à des groupes.

Dans ce type d'entreprise « *Fabrication de yaourts – appartenant à un groupe* », le rapport matières premières sur produit se situe entre 50% et 55% (Graphique 110), contribuant à un taux de valeur ajoutée plus élevé que dans les autres orientations de fabrications, et le résultat courant rapporté au produit présente les valeurs moyennes annuelles les plus élevées (à l'exception du « *Beurre – appartenant à un groupe* », mais en 2010 uniquement)

A noter que les entreprises productrices de yaourts mais ne relevant pas d'un groupe (Graphique 111) présentent une structure de compte très différente des précédentes, dont des taux de résultat courant nettement plus faibles. Il s'agit d'un petit nombre d'entreprises, de taille plus modeste que les précédentes dans lesquelles se trouvaient les producteurs des grandes marques nationales.

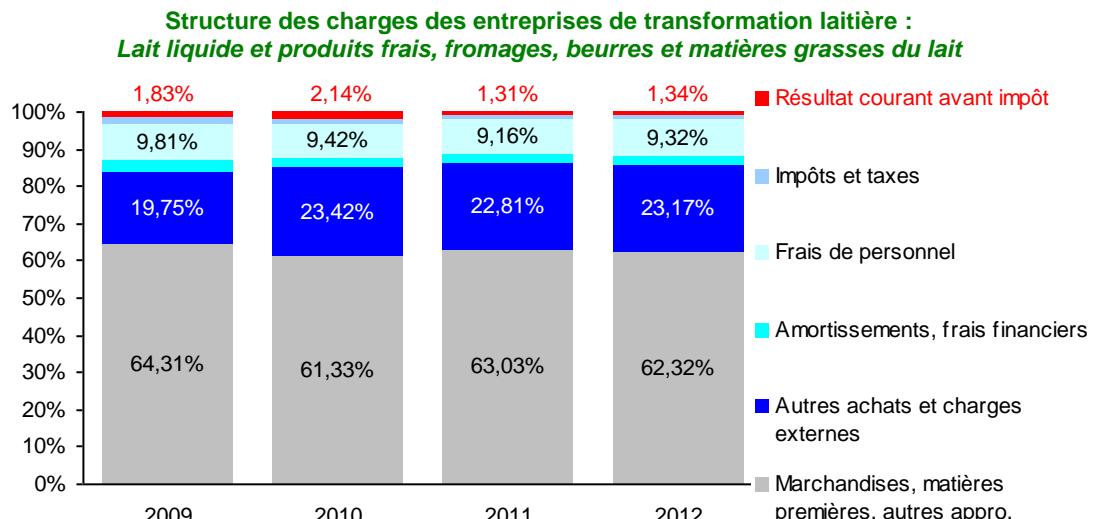
L'ensemble des entreprises orientées dans la production de fromages (hors fondus et hors frais), a pu être également subdivisé en fonction de l'appartenance ou non à un groupe : la catégorie hors groupe (Graphique 109) se caractérise par des taux de résultat courant plus élevés : il s'agit d'entreprises plus petites, dont bon nombre de fabricants situés en zones de production de fromages d'appellation d'origine protégée bien valorisés.

Le poids des frais de personnel apparaît un peu plus important dans la catégorie hors groupe et, en corollaire, celui de la matière première est un peu plus faible : au total, ceci se résume par un taux de valeur ajoutée plus élevé.

La fabrication de beurre (Graphique 112), pour laquelle les contraintes de secret statistique ne permettent pas de diffuser les résultats des quelques entreprises hors groupe, est caractérisée par une structure de compte variable d'une année à l'autre essentiellement en fonction du poids, lui-même variable des matières premières. Ainsi, en 2010, le poids de la matière première descend à 74% de la valeur des produits, ce qui permet la formation d'un taux de résultat courant, rapporté au chiffre d'affaires, nettement supérieur à celui des autres années (9,6%). Les matières premières inscrites en charges dans les comptes de ces entreprises incluses dans des groupes et fabriquant du beurre sont principalement des cessions internes de crème et de beurre industriels.

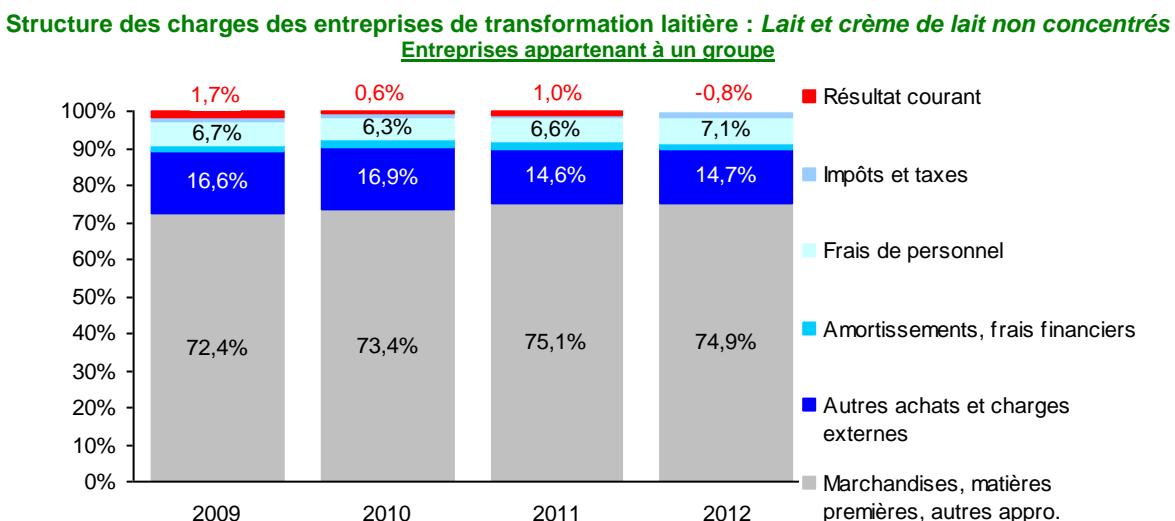
Pour l'ensemble du secteur (Graphique 106), la structure du compte a peu évolué de 2011 à 2012. Le poids du résultat courant, de l'ordre de 1,3% du produit est inférieur aux taux de 2009 et 2010.

Graphique 106



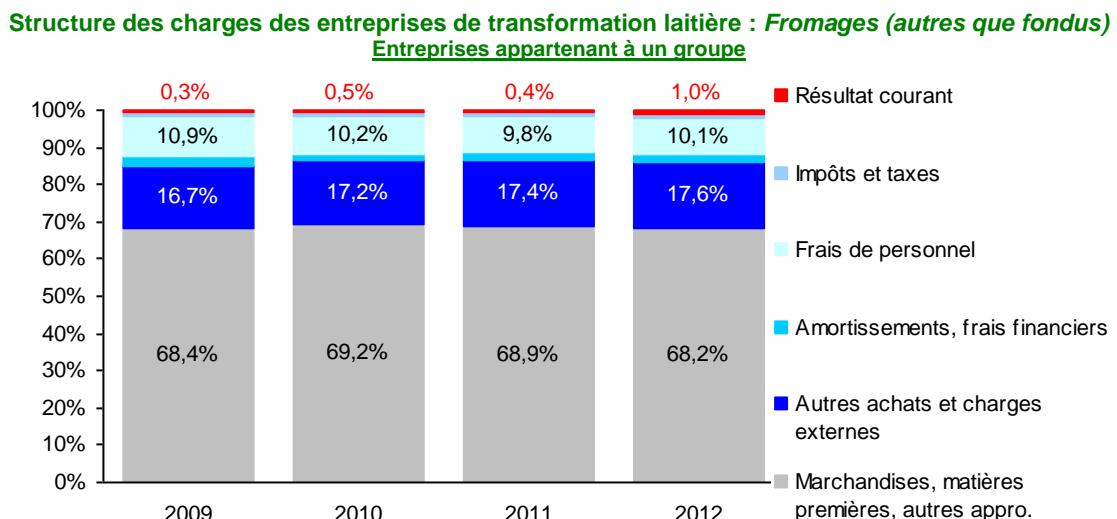
Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

Graphique 107



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

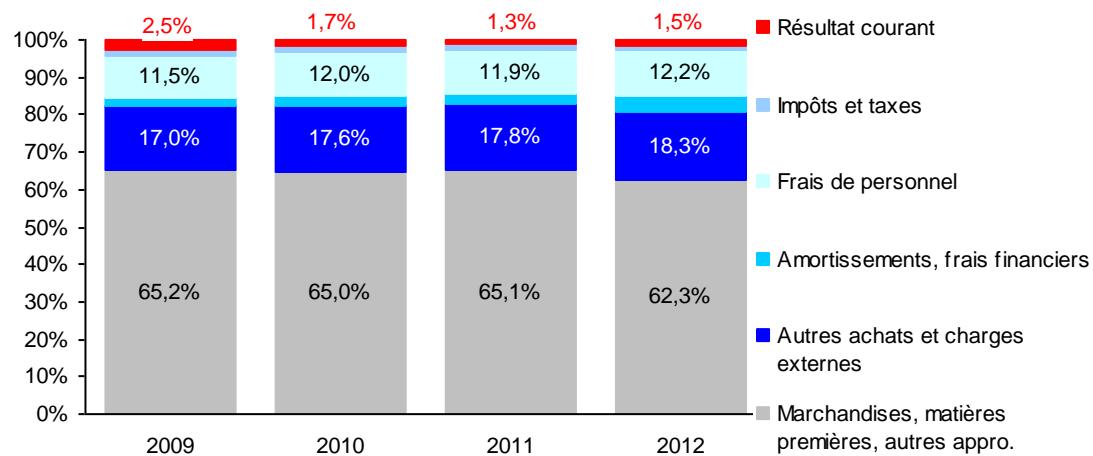
Graphique 108



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

Graphique 109

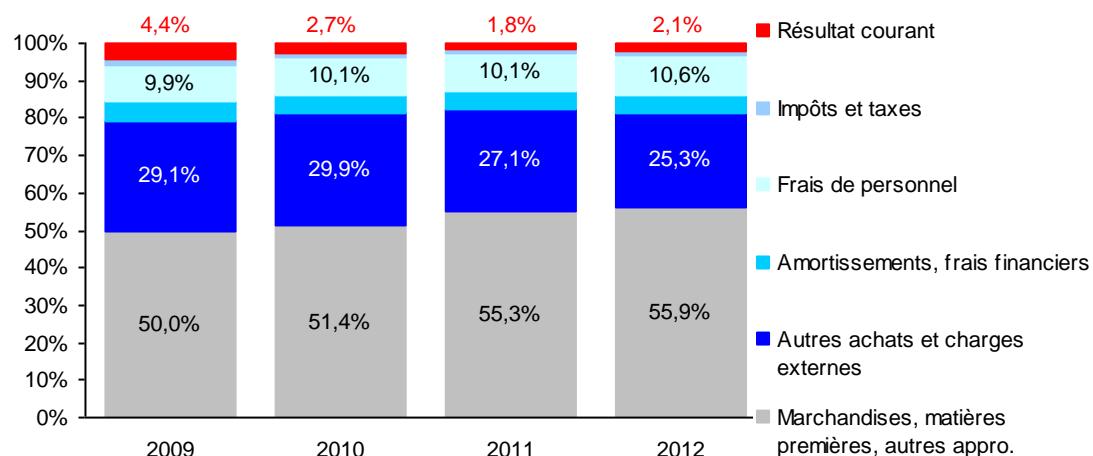
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Fromages (autres que fondus)
Entreprises n'appartenant pas à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

Graphique 110

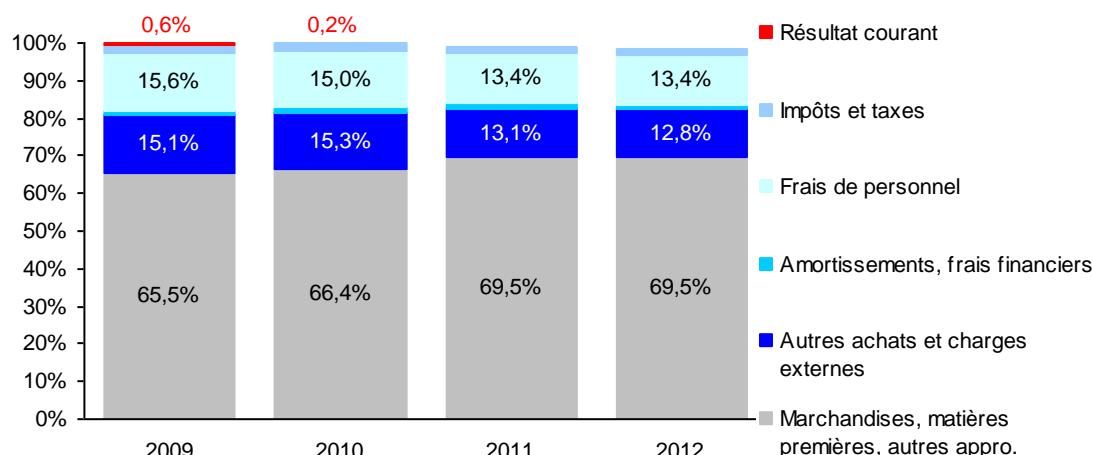
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Yaourts, produits fermentés
Entreprises appartenant à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

Graphique 111

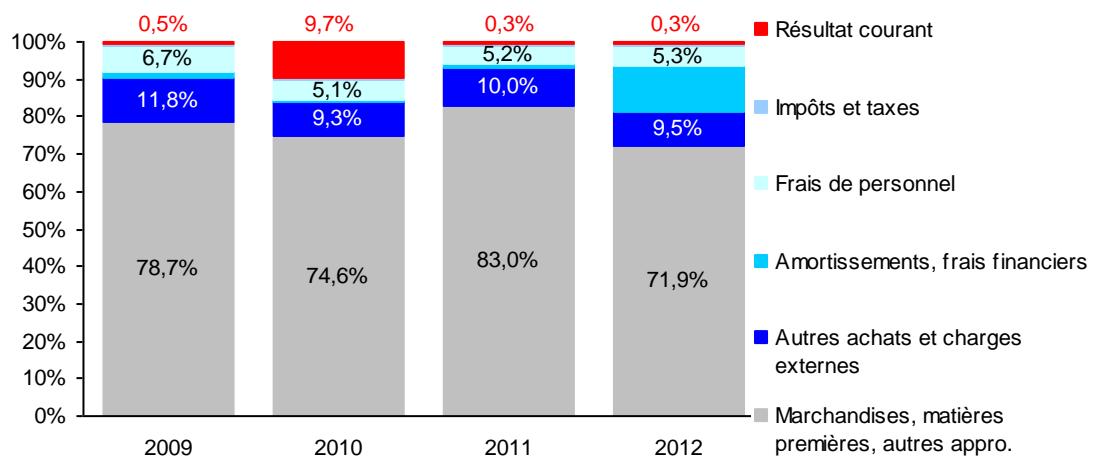
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Yaourts, produits fermentés
Entreprises n'appartenant pas à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

Graphique 112

Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Beurres, autres MG du lait
Entreprises n'appartenant pas à un groupe



Source : SSP, traitement des enquête ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP) pour OFPM

7. COMPTE DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

7.1. Le rayon produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon produits laitiers représente 30% du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 24% de leur marge brute, 14% de leurs frais de personnel dédié et 23 % de la marge nette des rayons à marge nette positive en moyenne (boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie-viennoiserie exclues), ce situant pour ce dernier critère en 2^{ème} position après le rayon charcuterie.

7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon produits laitiers

Tableau 20

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers

| | | <i>Produits laitiers</i> |
|--|-------------|---|
| | | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 75,4 | |
| Marge brute | 24,6 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 4,3 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 20,3 | |
| Autres charges | 18,1 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | 2,3 | |
| Impôt sur les sociétés | 0,8 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | 1,4 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 2,3 € (*) de la marge nette moyenne de 1,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Les frais de personnel dédié au rayon sont peu importants par rapport aux frais de personnel moyen des rayons étudiés (11,1 €), ils représentent 4 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Les frais de personnel sont liés au réassortiment, à la vente assistée à la coupe ou à la préparation d'UVCM dans certains points de vente (fromages coupés et préemballés), avec toutefois une certaine dispersion selon les enseignes traduisant la présence ou non de rayons à la coupe et la préparation d'UVCM.

La marge « semi-nette » est de 20 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. Les autres charges réparties s'établissent à près de 18 € (juste en dessous de celles de la moyenne des rayons : 20€). La marge nette du rayon est de 1,4 € pour 100 € de ventes. Bien qu'en baisse par rapport à 2012, elle reste au 3^{ème} rang des rayons étudiés (derrière les rayons charcuterie et volailles). Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts entre les 7 enseignes interrogées : de 1 à 6 environ en se basant sur l'écart moyen.

7.3. Détail des charges du rayon produits laitiers

Tableau 21

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitier**

| | | Produits laitiers |
|--|--|-------------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 4,3 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,1 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,5 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,5 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,4 |
| | Sous-total : charges directes du rayon | 5,8 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 1,9 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,5 |
| | Frais financiers | 0,6 |
| | Autres charges communes réparties | 8,6 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | 0,8 |
| Sous-total : charges communes réparties | | 17,4 |
| Total des charges imputées au rayon | | 23,2 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 5,8 € de charges directes dont 4,3 € de frais de personnel dédié auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 17,4 €.

Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes réparties dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau. Soit au total un peu plus de 23 € pour 100 € de chiffre d'affaires, après affectation de l'IS.

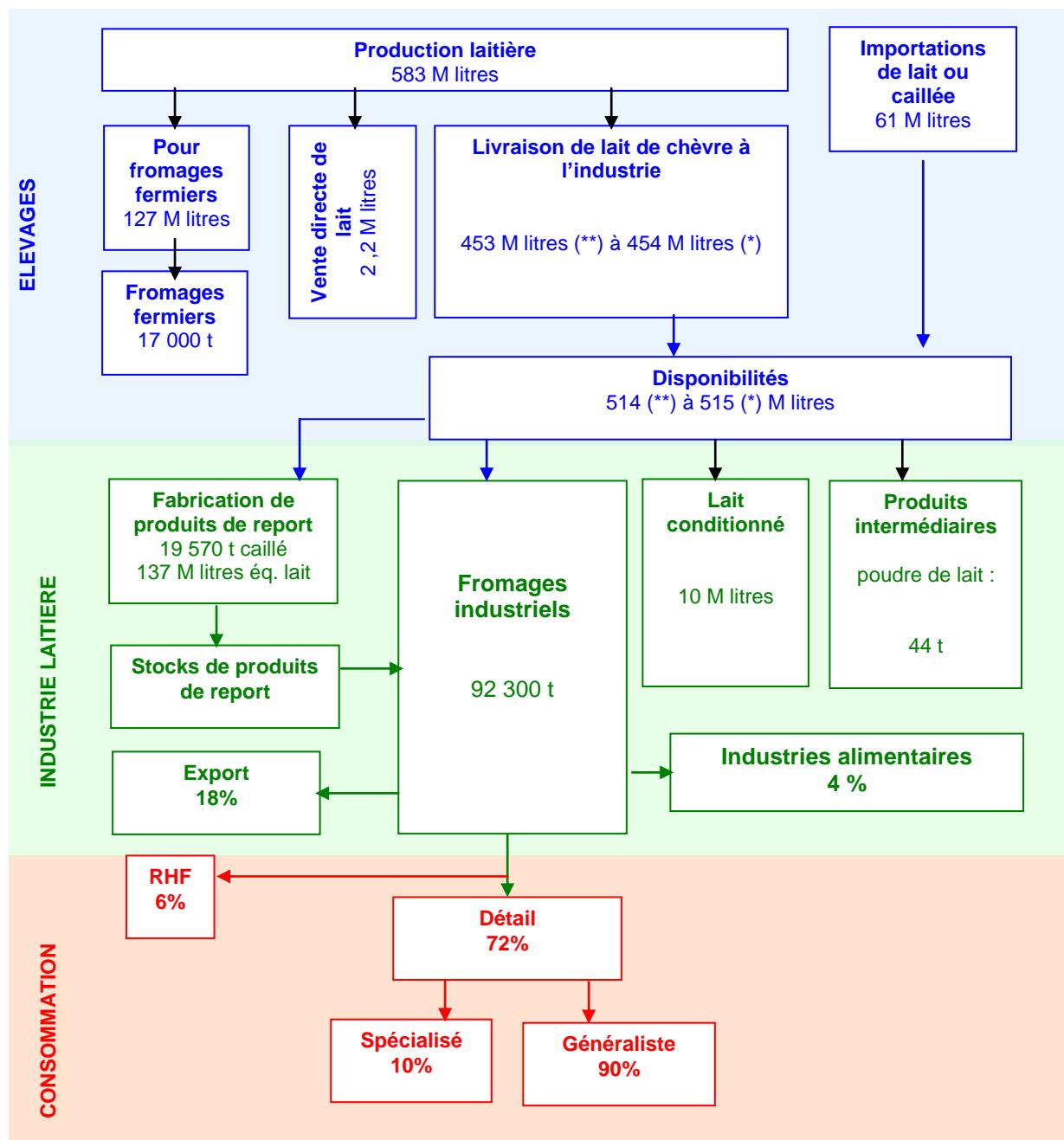
Section 6 – Produits laitiers de lait de chèvre

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE LAITIÈRE CAPRINE

1.1. Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière caprine

Schéma 15

Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière caprine en 2013



Sources : ANICAP, FranceAgriMer, SSP. (*) source SSP ; (**) : source Enquête laitière mensuelle

1.2. Production et commercialisation

Remarque importante : au moment de la rédaction de ce rapport, les données 2014 de volume de collecte, de fabrication et d'importations n'étaient pas disponibles.

La France est le premier producteur de lait de chèvre en Europe, représentant 28 % de la production européenne en 2013, devant l'Espagne, la Grèce et les Pays-Bas. Environ 80 % du lait de chèvre produit en France est collecté, soit 453 millions de litres en 2013. La production de lait de chèvre est concentrée dans les régions Poitou-Charentes et Pays de la Loire (71 % de la collecte nationale).

En 2013, 92 300 tonnes de fromages industriels au lait de chèvre ont été fabriquées. Les bûchettes représentent 47 % des fabrications. La région Poitou-Charentes fabrique les trois-quarts des fromages industriels français.

Par ailleurs, l'Institut de l'élevage estime à 17 000 tonnes les fabrications fermières.

En 2013, la production française de fromage de lait de chèvre est utilisée pour l'exportation à hauteur de 18 % ; les fromages les plus exportés sont les fromages frais (34% des volumes), les bûchettes affinées (30 %) et les bûches d'un kilogramme (25 %). L'Union européenne est la destination de 87 % des volumes exportés, tandis que 5% le sont aux États-Unis.

L'utilisation en France se répartit entre consommations intermédiaires de l'industrie, pour 4% de la production (fromage à pizza, par exemple) et consommation finale (hors produits transformés précités) pour 78 % de la production.

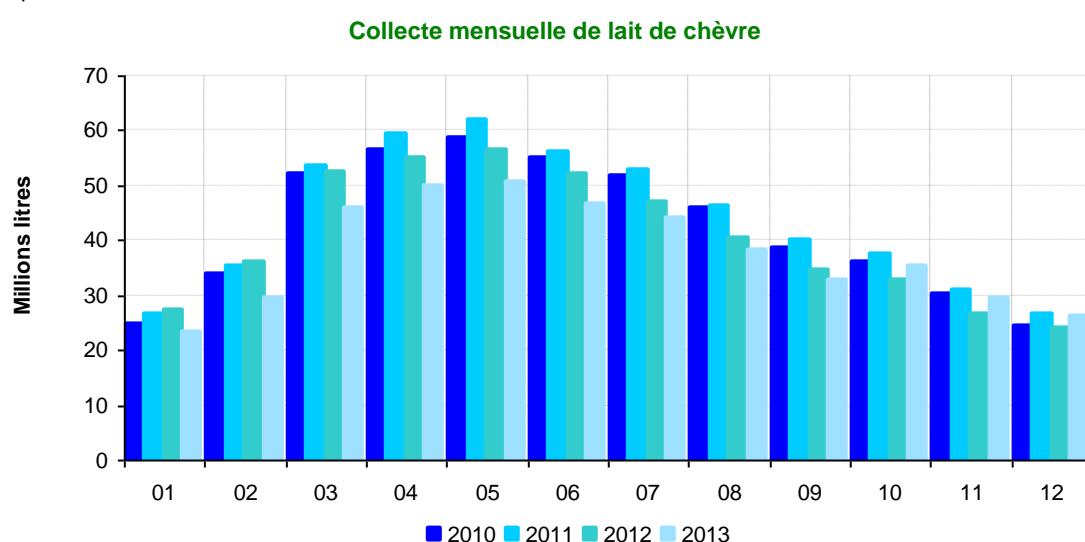
La consommation finale de fromages (hors produits transformés) se répartit entre la restauration hors foyer (6 % de la production) et les achats au détail (72 % de la production), lesquels se font en 90 % en magasins non spécialisés (GMS, essentiellement).

Selon Kantar Worldpanel, 43 % des achats des fromages de chèvres est effectué dans les hypermarchés, 23 % dans les supermarchés et 15 % en hard-discount. Les autres circuits de commercialisation (marchés, fromagers détaillants...) représentent 11 % des volumes des achats soit une part importante au regard des autres fromages. Les bûchettes affinées représentent 51 % des volumes achetés.

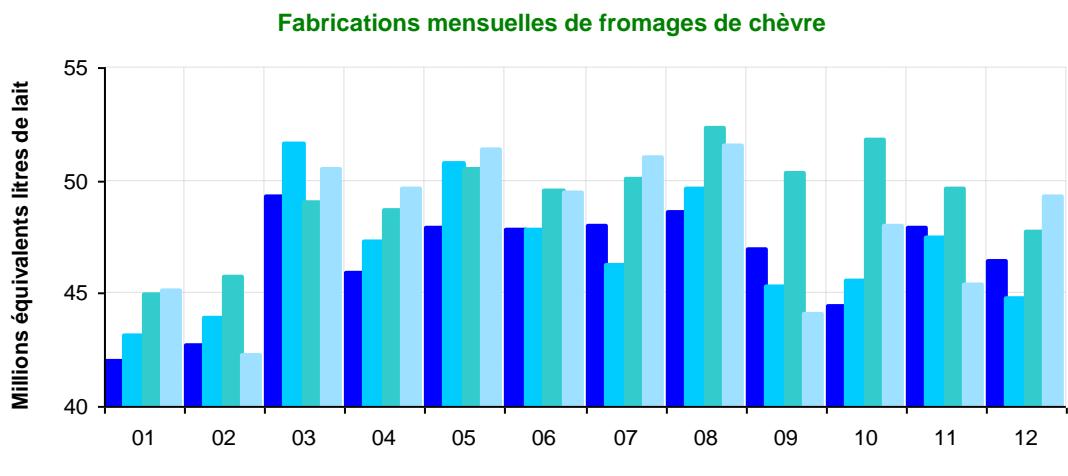
La production laitière des chèvres étant saisonnière alors que les fabrications industrielles de fromages sont plus régulières, une partie de la collecte est transformée en produits intermédiaires stockables (caillé congelé), produits de report pouvant être utilisés pour la fabrication des fromages lors des périodes de creux de collecte (Graphique 113).

Par ailleurs, chaque année, sont importés d'Espagne et des Pays-Bas des produits intermédiaires de la transformation du lait de chèvre (caillé, lait concentré et lait en vrac) pour compléter les besoins des industriels pour la fabrication des fromages (Graphique 116). En 2013, 61 millions de litres ont été importés.

Graphique 113

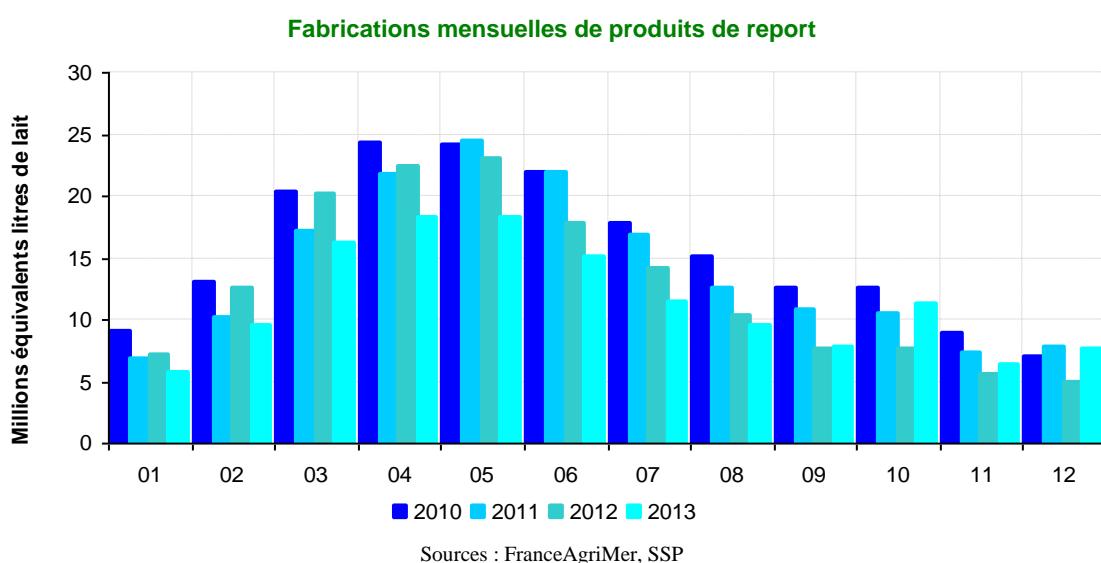


Graphique 114



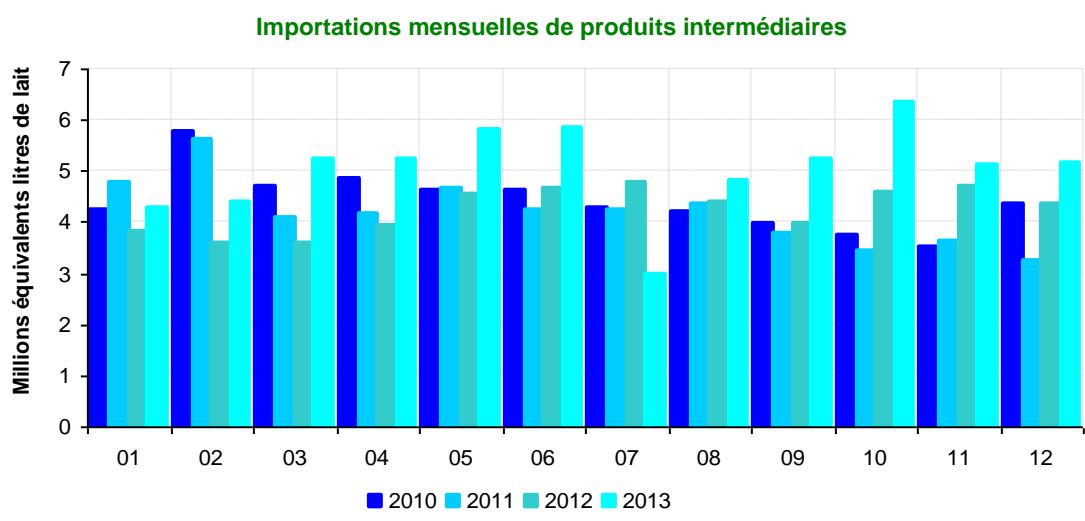
Sources : FranceAgriMer, SSP

Graphique 115



Sources : FranceAgriMer, SSP

Graphique 116



Sources : FranceAgriMer, SSP

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE CAPRINE

Les difficultés de déploiement de la nouvelle enquête mensuelle laitière en 2014 qui ont affecté la disponibilité de certaines données, ne permettent pas de mettre à jour au-delà de 2013 le modèle de décomposition du prix au détail. Une analyse de l'évolution des prix en 2014 est cependant réalisée.

2.1. Données de prix

La référence retenue comme prix moyen mensuel du lait de chèvre à la production agricole est issue de l'enquête réalisée par l'Institut de l'élevage tous les 3 mois, par sondage auprès d'un échantillon de 35 entreprises représentant environ 80% de la collecte nationale. Sont disponibles le prix de base du lait de chèvre (prix pour un lait de composition standard) et le prix moyen payé au producteur (prix moyen pondéré par les volumes collectés), aussi bien au niveau national que par grandes régions françaises (Centre-ouest, Centre, Sud-ouest, Sud-est). Les taux butyreux (teneur en matière grasse) et protéique, éléments pris en compte pour la fixation du prix du lait aux producteurs, sont également relevés par cette enquête.

L'observatoire dispose désormais, depuis décembre 2013, des prix de la bûchette sortie usine (source : INSEE).

L'observatoire, en liaison avec l'interprofession du secteur (ANICAP) a retenu, comme produit à suivre, la bûchette affinée au lait de chèvre, de marque nationale et de marque de distributeurs, destinée aux GMS, compte-tenu de son poids dans la consommation.

Au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer dispose des données mensuelles du panel de consommateurs Kantar Worldpanel pour établir des prix moyens de bûches ou bûchettes de chèvre (les deux formats ne sont pas distingués dans le panel).

Dans cette approche, marques nationales et de marques de distributeurs ne sont pas distinguées ; les prix retenus sont des moyennes pondérées de ces deux catégories.

Parmi les types de bûches ou bûchettes distinguées par ce panel, on a retenu le type « *affiné* » (l'autre type étant la bûche ou bûchette en fromage frais). Dans les GMS, ce fromage est principalement commercialisé en libre service, secondairement en vente assistée à la coupe ; le produit retenu agrège les deux modalités.

2.2. Bases de calcul du coût en matière première lait de chèvre pour un kg de bûche

Le coût en matière première pour un kg de fromage ne se limite pas à la valeur du lait nécessaire à la fabrication. En effet, la laiterie devant acheter tout le lait de ses livreurs et la production étant saisonnée, la ressource peut être excédentaire ou déficitaire par rapport au besoin de fabrication.

Dans l'industrie de transformation du lait de chèvre en fromages, l'ajustement est réalisé, en période excédentaire, par le caillage, la congélation et le stockage du lait en excédent (stocks de report) et, en période déficitaire, par la mobilisation du stock de report. Tout au long de l'année interviennent également des importations de lait ou produits intermédiaires pour la fabrication de fromages (caillés congelés).

Ainsi, on a considéré que le coût d'achat de la matière première, sur un mois était composé de :

- l'achat du lait collecté dans ce mois, en quantité excédentaire ou déficitaire par rapport au seul besoin de fabrication de fromages du mois ;
- l'achat net (hors revente) de lait et produits intermédiaires importés du mois ;
- le coût mensuel de stockage : affectation au stock présent dans le mois des frais de congélation, de stockage (dont assurance) et de décongélation du caillé (ou autres produits intermédiaires) de report.

On ne dispose pas de données précises sur l'origine des produits intermédiaires importés. Donc, dans ce qui suit, les volumes importés ont été valorisés au prix moyen mensuel non pondéré des importations espagnoles et néerlandaises.

S'agissant des coûts de congélation, de stockage et de décongélation, on ne dispose également que d'une évaluation approximative à dire d'expert pour l'année 2013, appliquée à toutes les années suivies : 135 € par an pour 1 000 litres de lait stocké, soit 11,25 € par mois. On a affecté ce coût unitaire approximatif au volume des stocks en fin de chaque période du suivi des prix (mois, année).

Les bilans disponibles distinguent les différentes fabrications. Les parts de la collecte, des importations de produits intermédiaires et du stock des produits de report, afférentes à la fabrication des fromages de type bûches et bûchettes, ont été estimées au prorata des fabrications périodiques de ces produits dans l'ensemble des fabrications finales.

Dans l'approche retenue, on notera que l'assiette du coût en matière première sur un mois donné n'est pas la quantité de lait effectivement incorporée dans les fabrications de ce même mois, mais la quantité de matière première achetée pendant ce mois, qu'elle soit supérieure ou non au besoin pour les fabrications du mois. Dans cette approche, la valeur déstockée pour les fabrications d'un mois donné déficitaire n'intervient pas dans le coût en matière première de ce mois car le produit déstocké provient d'achats antérieurs qui ont donc été déjà comptabilisés dans le coût en matière première des mois précédents. Il en résulte que le coût en matière première ainsi calculé est toutes choses égales par ailleurs plus élevé en période excédentaire qu'en période déficitaire.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DU FROMAGE DE CHÈVRE DE TYPE BÛCHE JUSQU'EN 2013. EVOLUTIONS EN 2014

Du fait des contraintes de disponibilités de données de volume évoquées plus haut, la décomposition du prix au détail ne peut aller au-delà de décembre 2013 (paragraphe 3.1.) ; l'approche est complétée par une description de l'évolution des prix jusqu'en 2014 (paragraphe 3.2.).

Par ailleurs, les prix au détail pris en compte dans cette édition du rapport sont des moyennes en supermarchés et hypermarchés, hors maxidiscompteurs, tandis que ce dernier circuit n'avait pas pu être exclu dans l'édition précédente.

3.1. Décomposition des prix au détail

Sur le Graphique 117 en données mensuelles, le décalage entre la valeur en lait incorporé et le coût calculé en matière première est essentiellement dû au mode de calcul du coût, affectant à un mois donné la totalité des achats de matière première, que les volumes afférents soient entièrement utilisés dans le mois ou stockés puis mobilisés ultérieurement. En moyenne annuelle (Graphique 118), ce type de décalage – temporel - disparaît pratiquement, l'écart qui subsiste entre valeur du lait incorporé et coût en matière première, notamment en 2012 et en 2013 étant dû à la diminution des stocks de produits de report.

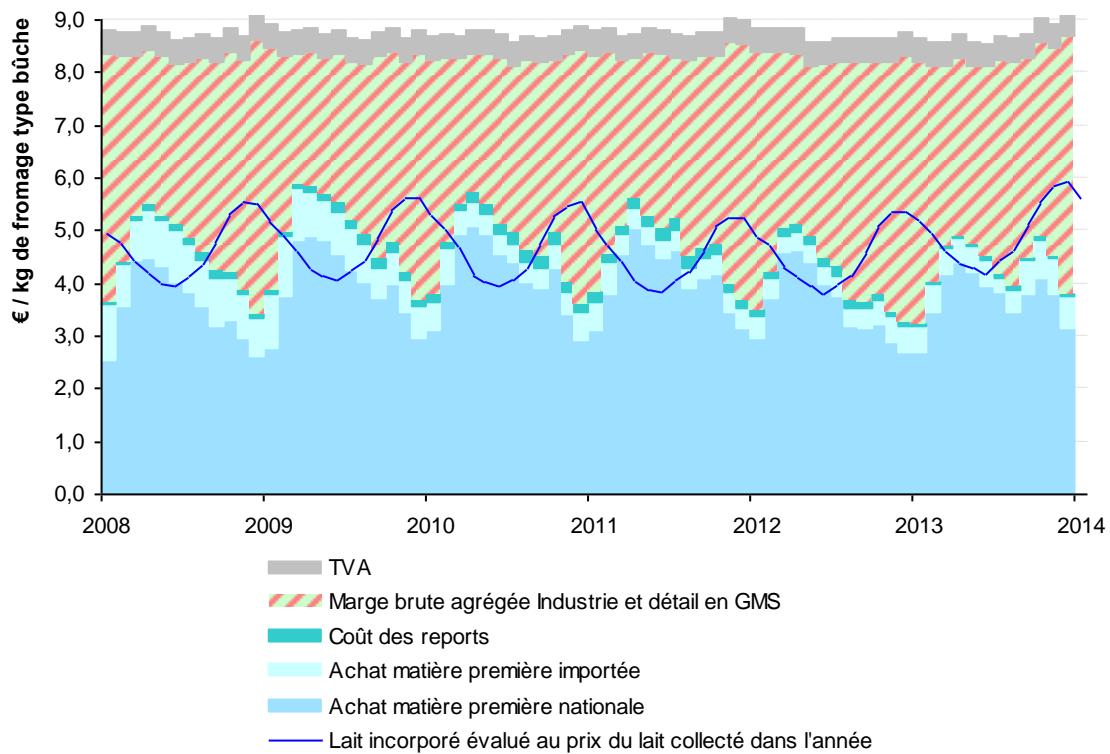
De 2008 jusqu'à mi-2013, le prix moyen au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche est assez stable ; la marge brute agrégée en aval (industrie, distribution) amortissant les variations du coût en matière première, particulièrement ses variations saisonnières (Graphique 117), mais aussi ses évolutions interannuelles (Graphique 118). À partir de mi-2013, le prix en GMS a commencé à augmenter, le prix du lait incorporé augmentant en 2013 du fait de la hausse du prix de base du lait de chèvre.

3.2. Évolutions des prix jusqu'en 2014

La filière Lait de chèvre sort de plusieurs années de difficultés économiques. La constitution de surstocks importants de produits de report à partir de 2009, résultant d'un déséquilibre offre-demande, a incité en 2012 les entreprises à réduire fortement les disponibilités à travers une maîtrise de la collecte et des importations. Malgré le retour à l'équilibre physique dès août 2012, la collecte a continué son recul en 2013, entraînant une augmentation des importations et des niveaux très bas de stocks de produits de report. La baisse des prix résultant de la surproduction de lait ainsi que des coûts élevés de production persistants ont fragilisé les exploitations, entraînant l'arrêt de nombreux ateliers. En conséquence de cette pénurie de lait, les fabrications de lait de chèvre ont diminué en 2013 pour la première fois depuis plus de 10 ans.

Graphique 117

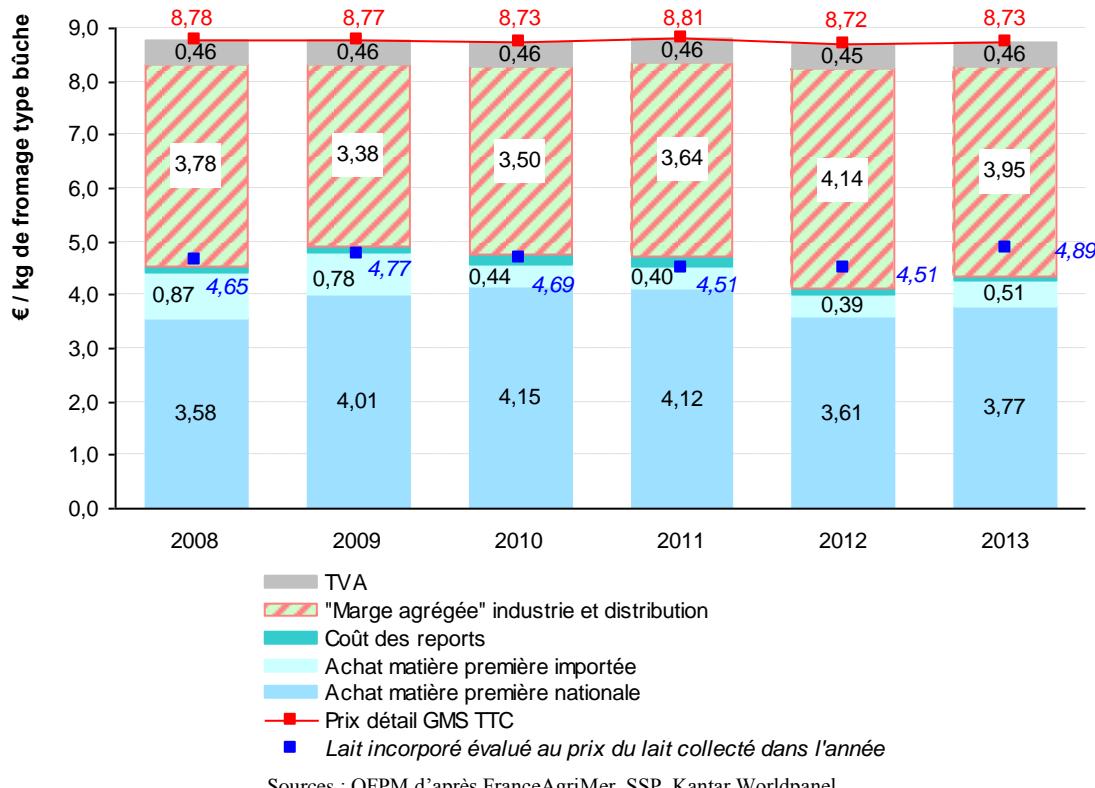
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

Graphique 118

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

En 2014, la filière lait de chèvre s'est stabilisée : la collecte a augmenté de 0,6 %, les fabrications de bûchettes de chèvre de 0,2 %. En l'absence d'informations sur le volume des importations et des fabrications totales, il est difficile d'appréhender le niveau de disponibilités en lait de chèvre ainsi que celui des stocks industriels pour 2014. Il est cependant certain que les stocks n'ont pas dû encore retrouver leur niveau optimal malgré des importations en hausse.

La consommation, sous l'effet des baisses des disponibilités en fromage, a connu un repli dès fin 2013. En 2014, selon Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre par les ménages ont diminué de 2,5 % pour un prix moyen en hausse de 6,5 %.

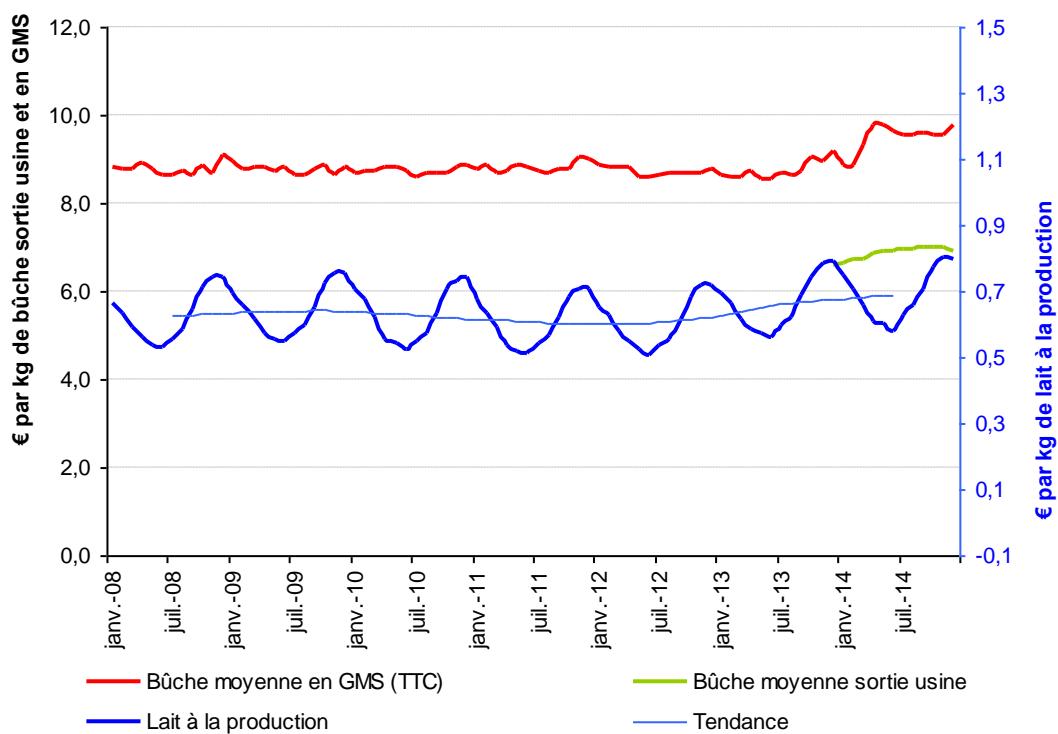
La surproduction de lait de chèvre a entraîné un décrochage des prix en 2011. Le retour à l'équilibre puis le manque de lait dès 2012 et les recommandations du Médiateur en 2013 ont permis aux différents prix de la filière lait de chèvre de renouer avec la hausse dès 2013.

Ainsi, le prix moyen lait de chèvre payé au producteur a augmenté de 84 € pour 1 000 litres en 2 ans (+ 54 € pour 1 000 litres en 2013, + 30 € pour 1 000 litres en 2014) pour atteindre 672 € pour 1 000 litres en 2014, selon l'Institut de l'élevage. Selon l'indice des prix de vente industriels du fromage de chèvre, calculé par l'INSEE, le prix sortie usine a augmenté de 12 % de décembre 2012 à décembre 2014. Enfin, le prix de la bûchette de chèvre en magasins a crû de 1 % en 2013, et de 9 % en 2014, selon Kantar Worldpanel.

L'observation des évolutions de prix, souligne l'importante augmentation des prix en 2014 dans la grande distribution, au niveau industrie et également, dans une moindre mesure, au niveau producteur. Il faut noter que l'augmentation des prix à la production a débuté dès 2013, la répercussion dans la grande distribution ne s'est fait ressentir qu'en 2014.

Graphique 119

Prix moyen au détail en GMS et sortie industrie des fromages de chèvre de type bûche et prix du lait de chèvre à la production



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE CAPRIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE CHÈVRE EN ÉLEVAGE

4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées caprin laitier

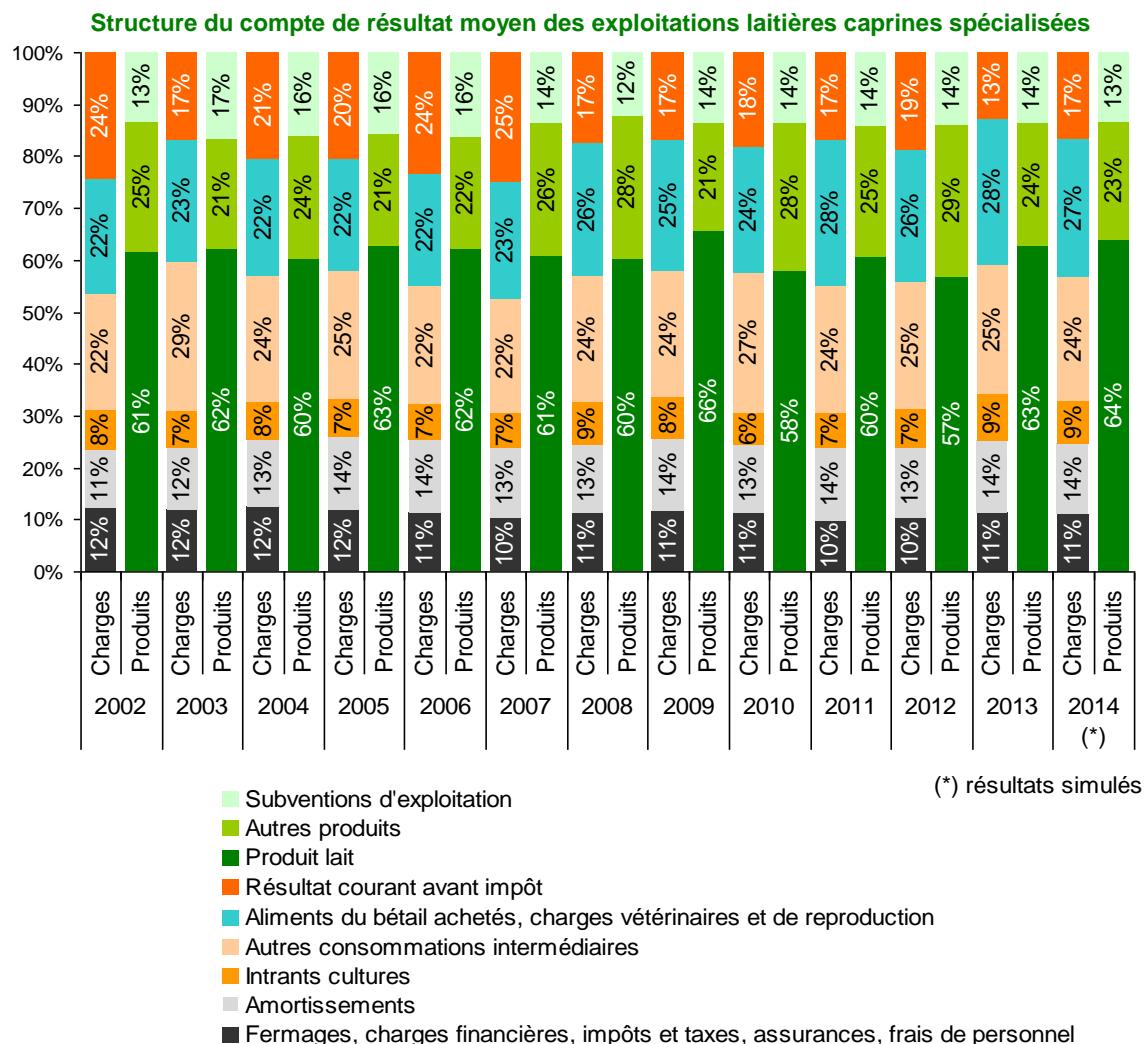
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de chèvre pour la vente en laiterie (donc, hors éleveurs producteurs de fromages fermiers), issu du RICA, est constitué de 42 à 60 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 1 302 à 1 868 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de chèvre constitue plus de 67 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 13 % à 25 %. Les résultats 2014 sont simulés. Les évolutions du prix du lait (IPPAP lait de chèvre) et des consommations intermédiaires (IPAMPA lait de chèvre, IDELE) en 2014 sont appliquées à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

Ainsi, en 2014, la hausse de 5 % du prix du lait et une légère diminution des charges (-2 %) permet une hausse du résultat courant avant impôt de près de 34% en valeur (Graphique 120), et de 16 400 € par travailleur familial en 2013 à 22 000 € en 2014 (Graphique 121).

En 2012, un renouvellement de l'échantillon et la conjoncture favorable aux productions végétales (grandes cultures en particulier) ont pu influencer le résultat des exploitations étudiées, paraissant meilleur que le résultat de l'ensemble du secteur.

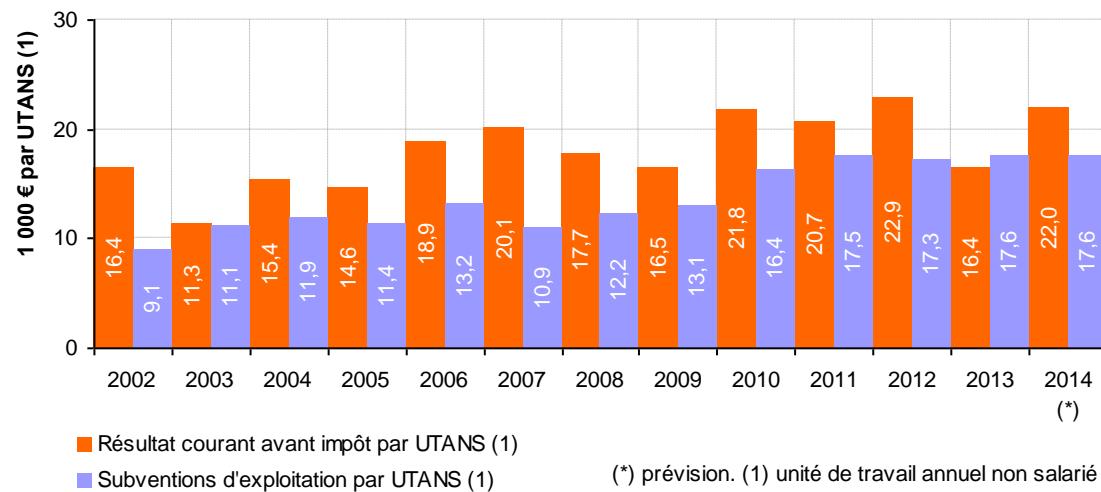
Graphique 120



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

Graphique 121

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations laitières caprines spécialisées



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

4.2. Coût de production du lait de chèvre en élevage dans les systèmes de production laitière caprine

Cette estimation pour la campagne 2014 du coût de production exprimé en euros pour 1 000 litres de lait est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys – Réseaux par les Chambres d'Agriculture et organismes impliqués dans la filière. Les exploitations retenues ressortissent de cinq systèmes de production :

- « **Laitiers spécialisés, grands troupeaux** » : l'échantillon est composé de 14 exploitations de 300 à 550 chèvres, essentiellement localisées en Poitou-Charentes et Pays-de-la-Loire. La production moyenne est de 890 à 910 litres par chèvre. Ces systèmes sont plus ou moins autonomes concernant l'alimentation. Des troupeaux récemment agrandis sont inclus dans ce groupe.
- « **Laitiers spécialisés, troupeaux moyens** » : l'échantillon est composé de 17 exploitations comprenant de 120 à 280 chèvres. Les élevages sont situés dans les régions Centre, Poitou-Charentes et Sud-Ouest. La production moyenne est de 840 à 860 litres par chèvre en moyenne.
- « **Laitiers Sud-est** » : l'échantillon est composé de 12 à 14 exploitations (selon les années) situées en Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon. La production moyenne est de 700 litres par chèvre. Les troupeaux sont petits à moyens. Ces élevages pâturent et sont moins utilisateurs de concentrés que les deux groupes précédents ; en revanche, tout ou partie du foin est acheté.
- « **Laitiers et bovins viande** » : l'échantillon est composé de 9 à 10 exploitations (selon les années) d'orientation mixte : 250 chèvres et 50 vaches allaitantes en moyenne. La production moyenne est de 800 à 850 litres par chèvre. L'atelier caprin est peu autonome dans ces structures.
- « **Laitiers et cultures de vente** » : l'échantillon est composé de 21 exploitations d'orientation mixte : 290 chèvres et 110 hectares de cultures de vente en moyenne. La production moyenne est de 790 à 840 litres par chèvre. Ces élevages sont plutôt autonomes, ils valorisent les céréales de l'exploitation.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Elevage. Les exploitations de l'échantillon sont globalement plus intensives que la moyenne des exploitations mais leurs résultats économiques présentent une forte hétérogénéité.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération simulée :

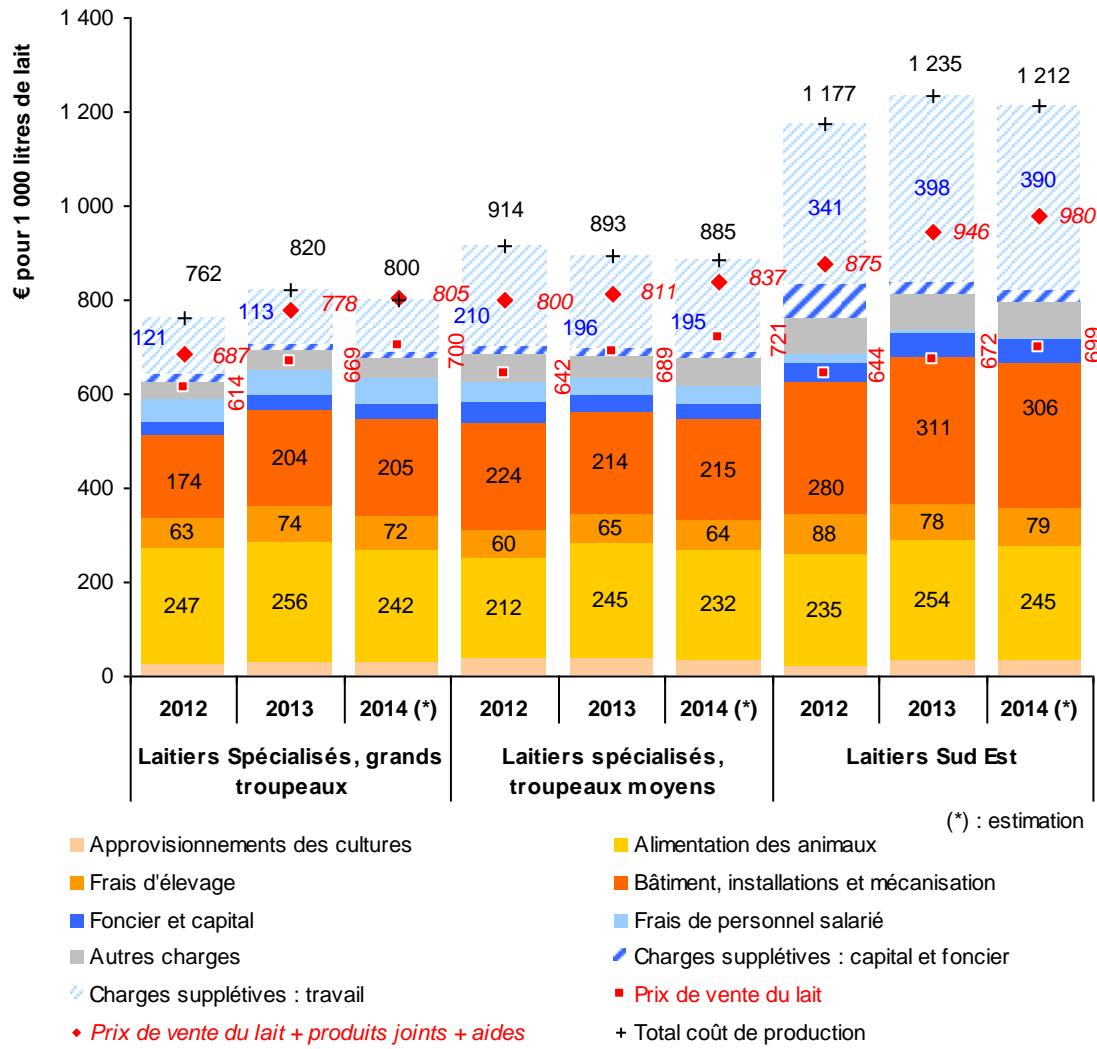
- pour le travail de l'exploitant à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au coût du fermage moyen de l'exploitation ou de sa petite région.

Les céréales produites sur l'exploitation et intraconsommées sont comptabilisées à leur coût de production et non au prix du marché. Les aides sur ces céréales sont intégrées dans les aides affectées à l'atelier caprin.

En 2012 et 2013, dans l'ensemble des systèmes observés, le produit total de l'atelier laitier incluant les ventes de lait, les produits joints (chevreaux) et les subventions d'exploitation, est inférieur au coût de production de l'atelier incluant la rémunération simulée du travail de l'exploitant à 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre. En 2014, le produit total couvre l'ensemble des charges dans les systèmes « *Laitiers spécialisés, grands troupeaux* », « *Laitiers et bovins viande* » et « *Laitiers et cultures de vente* ». Il le dépasse de 35 centimes à 20 euros par 1 000 litres, selon les systèmes.

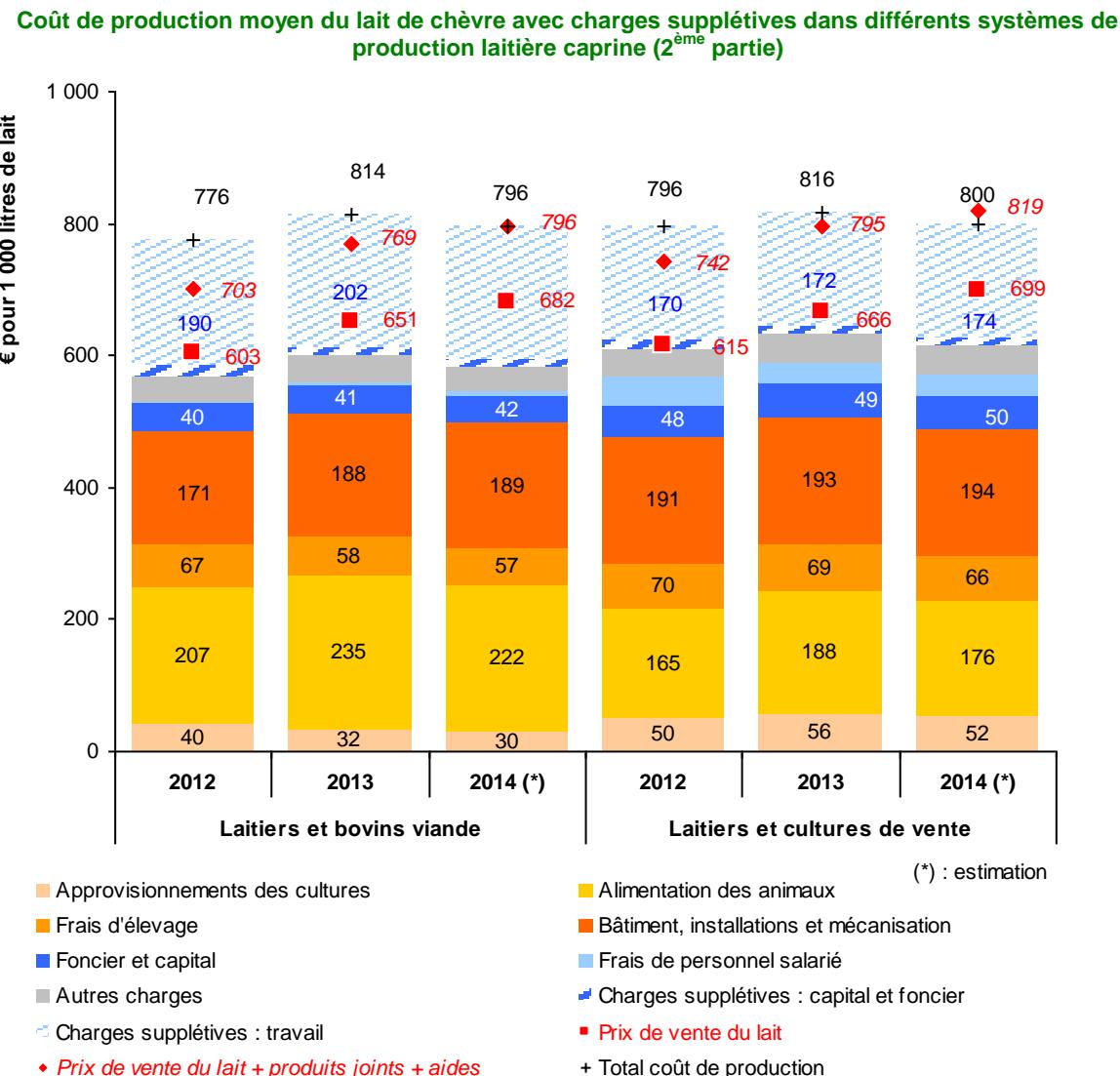
Graphique 122

Coût de production moyen du lait de chèvre avec charges supplétives dans différents systèmes de production laitière caprine (1^{ère} partie)



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Elevage

Graphique 123



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Elevage

4.3. Coût de production moyen du lait de chèvre dans les exploitations spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : chevreaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

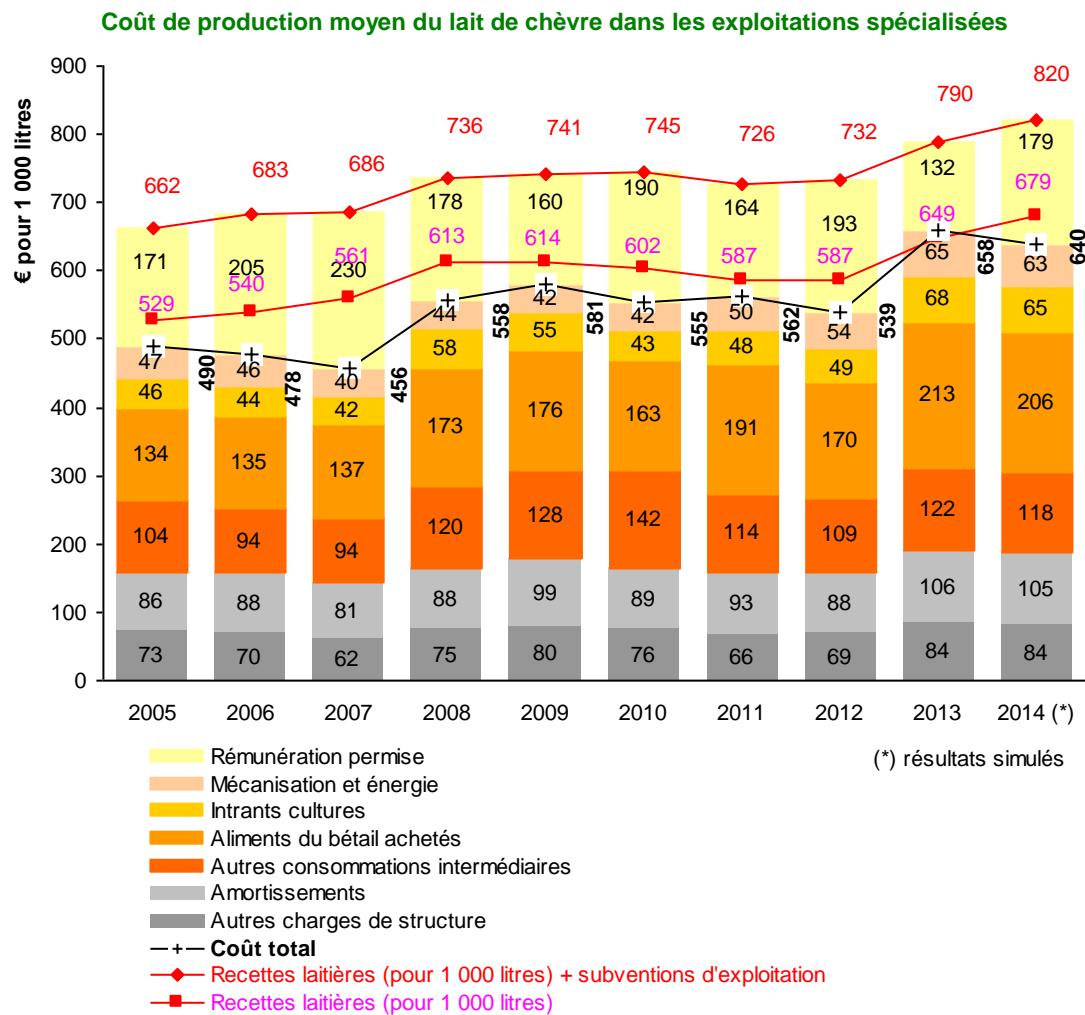
Les résultats 2014 sont issus de simulations réalisées en appliquant toutes choses égales par ailleurs les évolutions des prix du lait (IPPAP, source INSEE) et des consommations intermédiaires (IPAMPA, source IDELE d'après INSEE) ainsi que l'évolution des volumes de collecte (enquête mensuelle laitière FAM – SSP).

Contrairement à l'approche précédente, le coût de production, ici, (640 € pour 1 000 litres en 2014) n'intègre pas de calcul de la rémunération simulée des facteurs autofournis par l'exploitant. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (800 € pour 1 000 litre en 2014), il s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée.

En moyenne, la situation des exploitations se dégrade de 2012 à 2013 : les charges augmentent de façon plus importante que le prix du lait. En 2014, les charges baissent à nouveau légèrement alors que le prix du lait augmente encore. Ce qui permet une amélioration de la rémunération des exploitations, qui retrouve son niveau moyen de la période 2002 – 2013.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autre produits que le lait, dont les ventes d'animaux) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 124



Source : OFPM d'après RICA (SSP)

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE LAITIÈRE CAPRINE

On ne dispose pas, à ce stade, de comptes d'entreprises ou d'établissements spécialisés dans la transformation du lait de chèvre. Dans la base de données sur les entreprises ESANE, les unités considérées (entreprises, au sens d'unités légales) fortement spécialisées dans la transformation du lait de chèvre sont trop peu nombreuses pour autoriser l'utilisation de ces résultats.

Il pourrait être envisagé le recueil de données issues de comptes d'établissements (usines) de production de fromages de chèvre.

6. COMPTE DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

Traité en détail en Section 5. Produits laitiers de vache. Paragraphe 6. Compte du rayon produits laitiers des GMS.

Tableau 22

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers**

| | | <i>Produits laitiers</i> | |
|--|--|--|---|
| | | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
| Chiffre d'affaires du rayon | | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | | 75,4 | |
| Marge brute | | 24,6 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | | 4,3 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | | 20,3 | |
| Autres charges | | 18,1 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | | 2,3 | |
| Impôt sur les sociétés | | 0,8 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | | 1,4 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 2,3 € (*) de la marge nette moyenne de 1,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

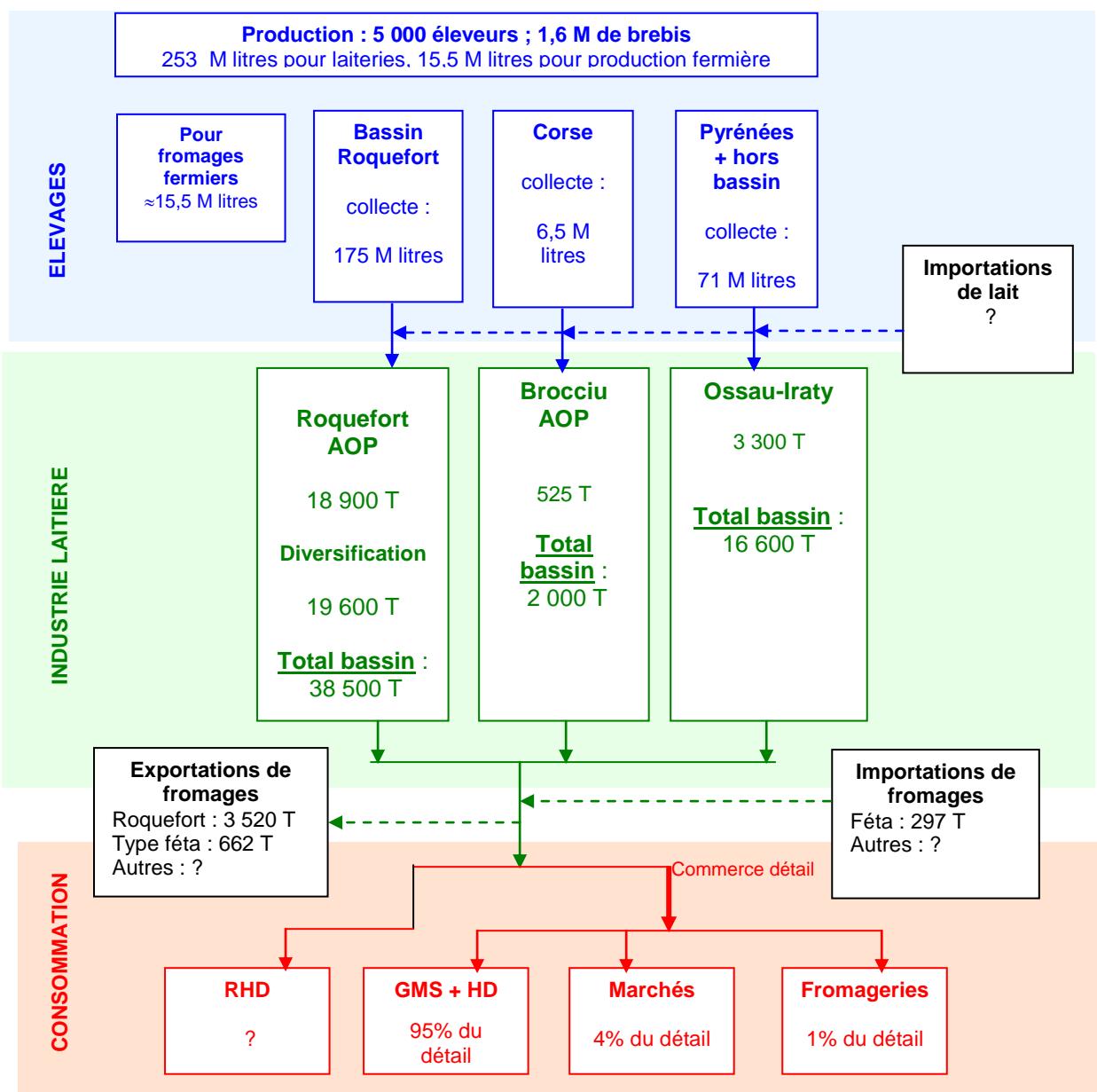
Section 7 – Produits laitiers de lait de brebis

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE LAITIÈRE OVINE

1.1. Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière ovine

Schéma 16

Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière ovine – campagne 2011-2012

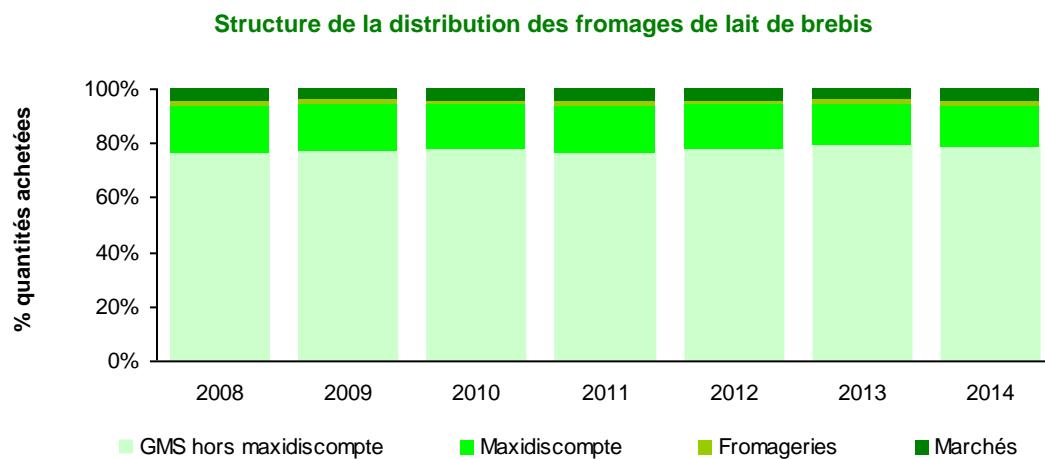


Sources : SSP, Eurostat, FranceAgriMer, ODG, INAO-CNAOL, ILOCC

1.2. Production et commercialisation

La collecte de lait de brebis s'est élevée en France à 259 millions de litres [AGRESTE, 2012], en 4^{ème} position en Europe après la Grèce, l'Italie et l'Espagne. Les trois quarts des 5 400 producteurs livrent à l'industrie laitière (les autres transformant à la ferme). La production est concentrée dans trois régions de montagne : le sud du Massif Central avec le Rayon de Roquefort (70 % de la production nationale), le sud du département des Pyrénées-Atlantiques (20 %) et la Corse (5 % de la production). La distribution au détail des fromages de brebis est dominée en 2014 par les hyper et supermarchés avec 79 % des quantités achetées, hors maxidiscompte dans lequel se réalise 14 % des achats ; les achats sur marchés forains représentent 4 % du total, soit plus que les fromageries spécialisées (2 %).

Graphique 125

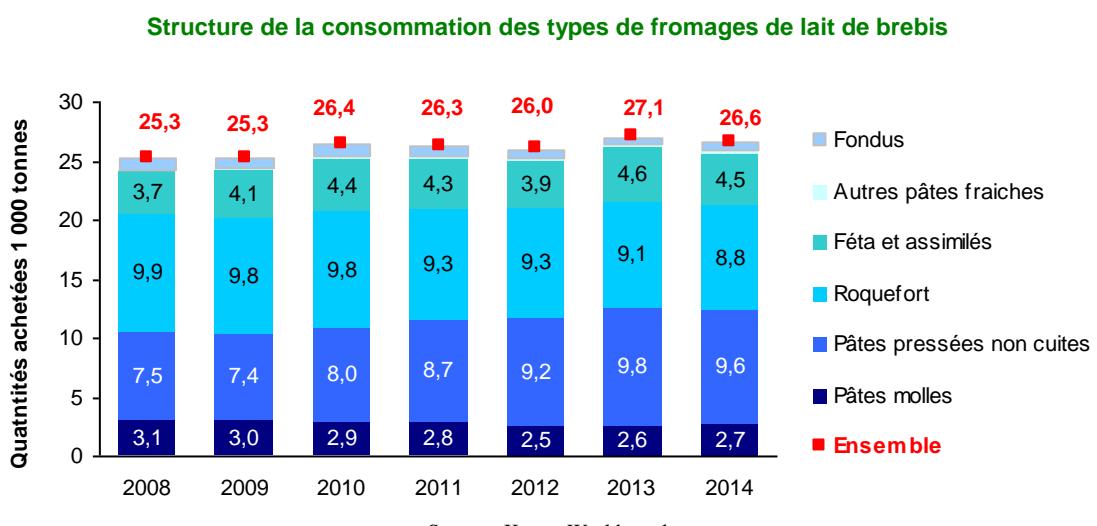


Source : Kantar Worldpanel

La consommation de fromage de brebis est en hausse (25,3 milliers de tonnes en 2008, 26,7 milliers de tonnes en 2014) même si on observe un léger recul entre 2011 et 2012. L'offre est aujourd'hui assez diversifiée : depuis 2013, selon le panel Kantar, le roquefort ne domine plus les achats (33 % des quantités achetées en 2014), les pâtes pressées non cuites ont pris la première place (36 % des quantités achetées), puis viennent les fromages de type féta et assimilés (15 %), les pâtes molles (10 %), les fromages fondus (2 %) et les autres fromages frais (1 %).

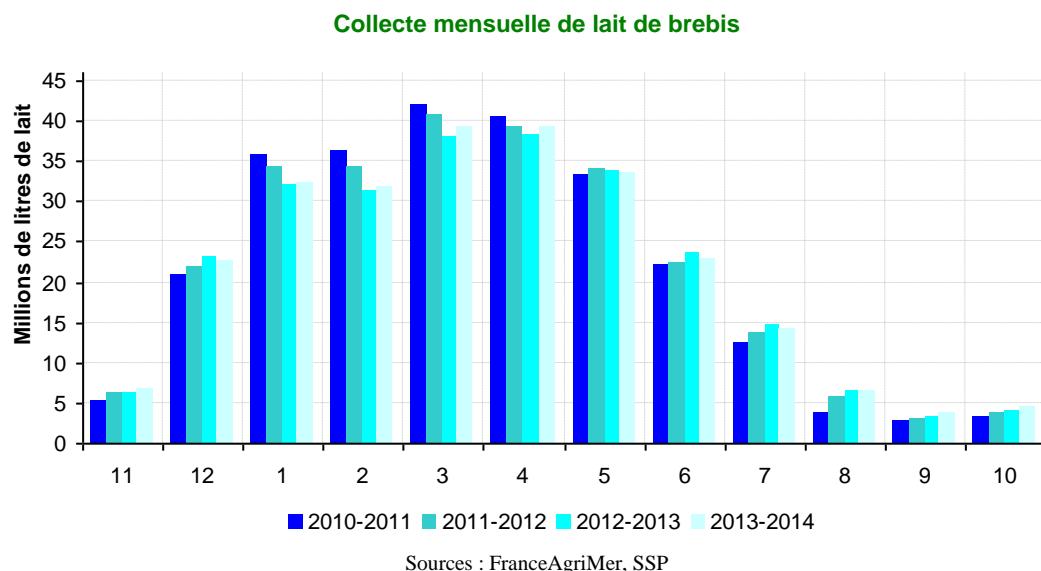
A cette diversité de produit correspond un net écart de prix au détail : tous circuits confondus, entre environ 9 €/kg pour les fromages de type féta et 15 €/kg pour le Roquefort.

Graphique 126

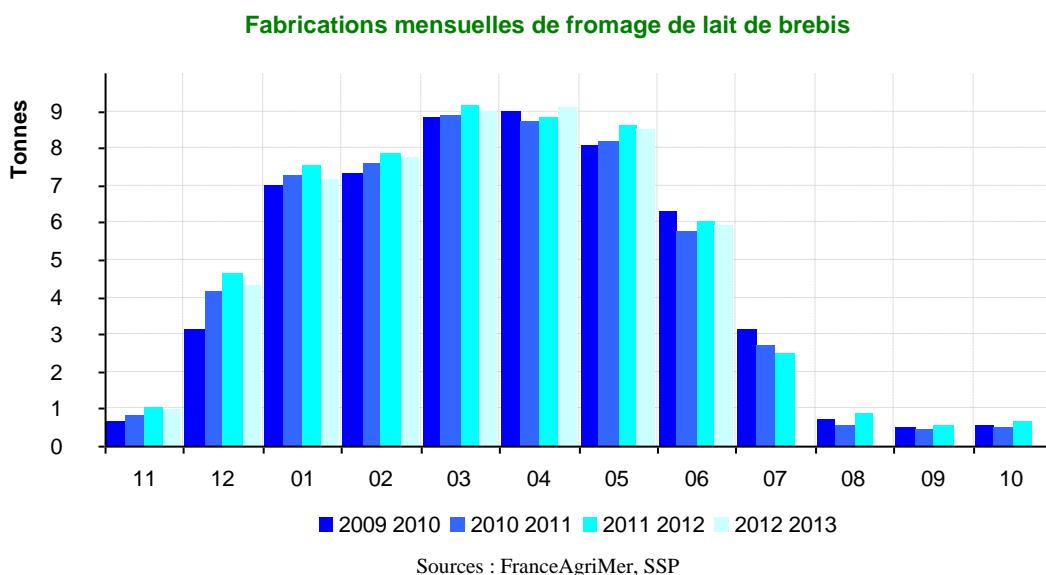


Source : Kantar Worldpanel

Graphique 127



Graphique 128



2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE OVINE

2.1. Données de prix

2.1.1. Prix du lait de brebis à la production

On ne dispose pas de statistiques mensuelles précises sur le niveau du prix de lait de brebis à la production. L'INSEE diffuse cependant un indice mensuel (IPPAP lait de brebis) fondé sur le recueil de prix pratiqué dans le rayon de Roquefort. Le prix utilisé comme référence est le **prix moyen de la campagne 2011 dans le rayon de Roquefort, soit 885,69 € pour 1 000 litres**. Le prix moyen des autres périodes en est déduit via l'indice IPPAP lait de brebis.

Sur ces bases, il est possible de reconstituer un prix mensuel : il apparaît que celui-ci a très peu varié ces dernières années, notamment depuis 2008, année de départ du suivi par l'observatoire, sous contrainte des données de prix au détail, non disponibles pour les années antérieures.

En conséquence, on se limite ici à un suivi annuel.

2.1.2. Prix des fromages de brebis sortie usine

Aucune donnée publique n'est disponible. Le caractère très organisée et concentrée de la filière roquefort assure l'information des producteurs et des industriels sur la situation du marché, sans intervention d'un tiers. En outre, du fait de la concentration de l'industrie de Roquefort, la diffusion de données sur ces entreprises est contrainte par les règles du secret statistique.

Il existe un indice de prix mensuel sortie usine des « *fromages de brebis et de chèvre* » (INSEE), agrégeant les deux origines du lait, donc peu utilisable pour l'observatoire.

En conséquence, on ne peut analyser les prix au détail qu'en termes de matière première et « *marge brute agrégée* » (somme des marges brutes dans l'industrie de transformation et dans la distribution, non différencier).

2.1.3. Prix des fromages de brebis au détail

Comme pour la plupart des autres produits suivis par l'observatoire, la source quasi-unique est le panel de consommateurs Kantar Worldpanel. A noter qu'à l'exception du roquefort, fromage français d'appellation d'origine contrôlée, les autres regroupements d'articles suivis par le panel sont susceptibles de contenir des fromages importés.

2.2. Indicateurs et références

Du fait des carences dans l'information sur les prix industriels et de la fragilité des données de prix à la production, on présente dans ce rapport une décomposition très simplifiée et approximative du prix moyen annuel au détail en GMS de deux types de fromages : roquefort et « *type féta* ».

Cette décomposition évalue la valeur de la matière première lait de brebis incorporée en divisant le prix moyen annuel à la production par le rendement moyen du lait en fromage.

Les rendements du lait en fromage sont de 25% en roquefort et 27,5% en fromage de type féta [source : FAO, <http://www.fao.org/docrep/004/x6551f/X6551F08.htm>].

On fait abstraction, faute de données, des coûts de gestion d'éventuels produits industriels de dégagement.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DU FROMAGE DE BREBIS

3.1. Roquefort

Le produit suivi au détail ci-dessus est un roquefort « *moyen* », c'est à dire dont le prix est la moyenne pondérée des marques nationales et des marques de distributeurs « *classiques* » et « *économiques* » distinguées par le panel Kantar.

On constate une grande stabilité des prix et de l'indicateur de marge agrégée pour ce produit. Toutefois on constate que la marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution a plutôt tendance à diminuer, elle a perdu 0,45 € / kg de roquefort de 2011 à 2014 alors que dans le même temps le coût de la matière première a progressé de 0,15 € / kg de roquefort.

3.2. Fromages de type féta

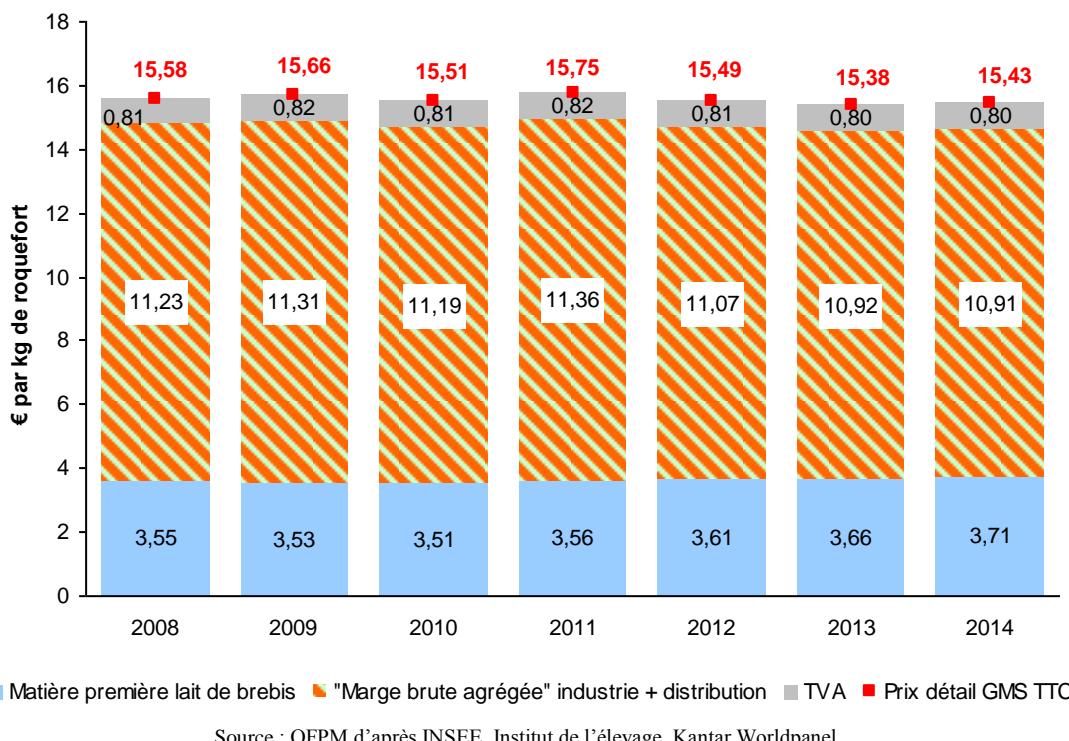
L'analyse du prix au détail est ici approximative car le prix moyen disponible au détail est celui d'un ensemble de fromages de type féta dont une partie non négligeable est importée (problème qui ne se posait pas avec le roquefort, fromage d'AOP français). Or, on utilise ce prix, faute d'autre donnée, comme indicateur du prix d'un produit fini fabriqué avec du lait de brebis domestique.

On remarque une baisse du prix moyen au détail, probablement due, en partie du moins, à un développement des gammes de produits meilleur marché.

En 2014, le prix moyen au détail continue de régresser du fait d'une baisse de la marge agrégée de 0,12 € / kg de féta tandis que le coût de la matière première lait de brebis progresse de 0,07 € / kg. Cette hausse du coût en lait n'est pas répercutée aux consommateurs dans un contexte de demande en baisse et de concurrence forte.

Graphique 129

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du roquefort « moyen » en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution

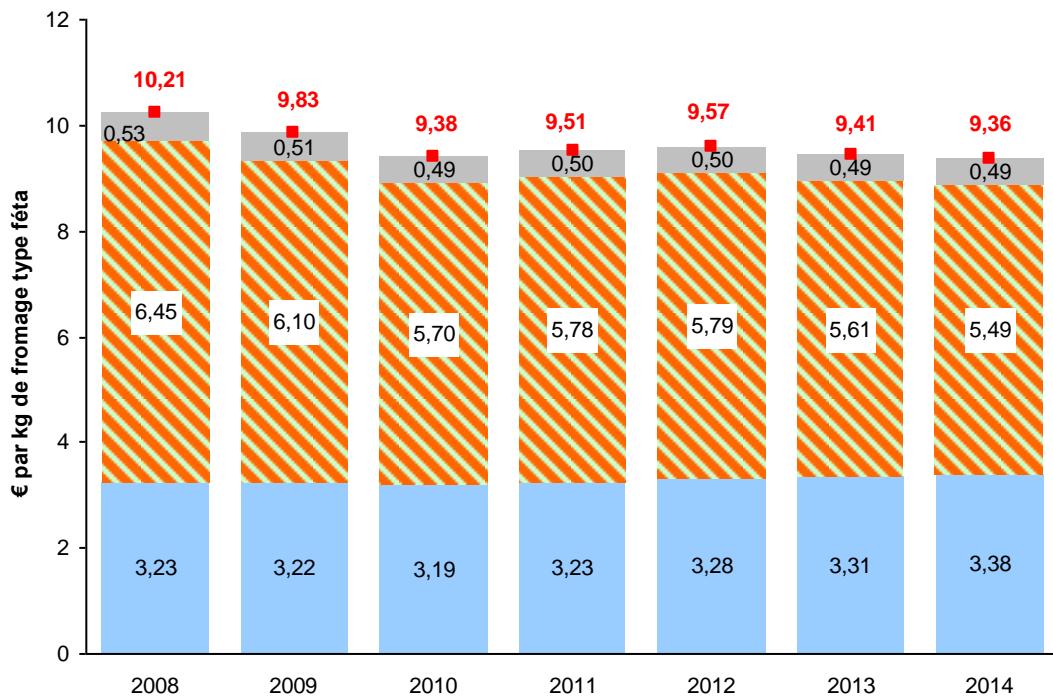


■ Matière première lait de brebis ■ "Marge brute agrégée" industrie + distribution ■ TVA ■ Prix détail GMS TTC

Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

Graphique 130

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de type féta en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution



■ Matière première lait de brebis ■ "Marge brute agrégée" industrie + distribution ■ TVA ■ Prix détail GMS TTC

Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE OVIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE BREBIS EN ÉLEVAGE

4.1. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin laitier

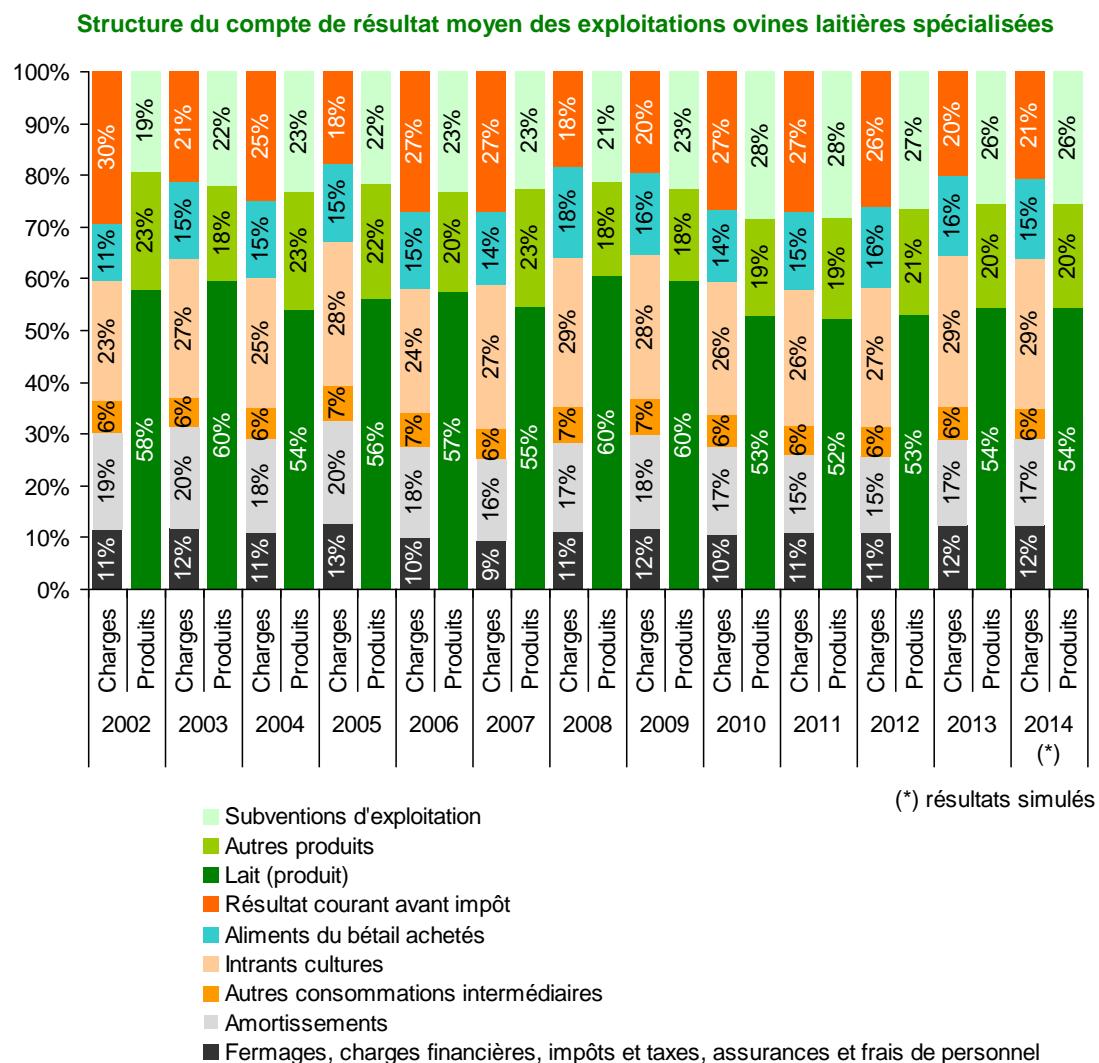
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de brebis, issu du RICA, est constitué de 52 à 77 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 2 361 à 3 152 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de brebis constitue plus de 71 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 18 % à 30 %.

Les résultats 2014 sont simulés. Les évolutions du prix du lait (IPPA lait de brebis) et des consommations intermédiaires (IPAMPA lait de brebis, IDELE) en 2014 sont appliquées à la structure des comptes 2013 (sans prise en compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations). Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2013.

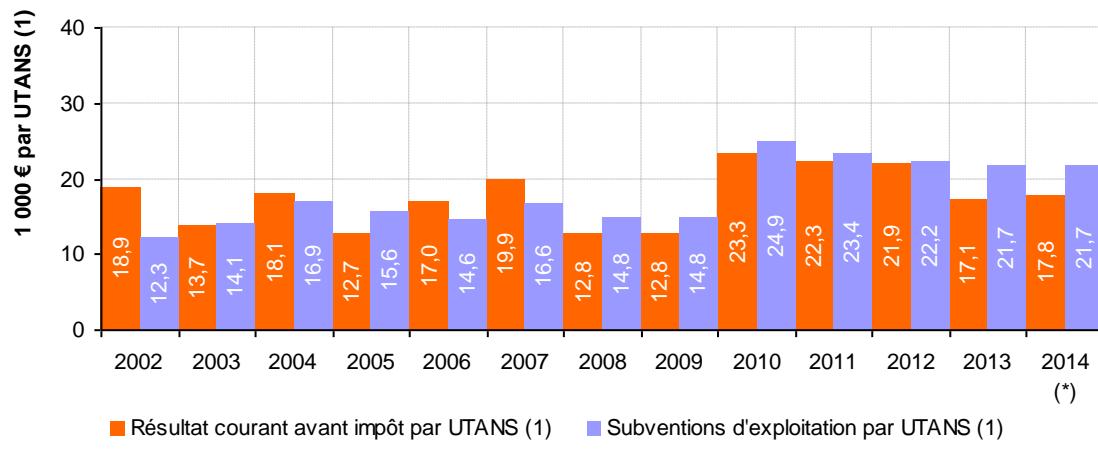
Ainsi, en 2014, le prix du lait stagne et les charges sont légèrement à la baisse (-2 %). Ce qui permet une très légère hausse du résultat courant avant impôt de 4 %, soit 1 point en pourcentage du produit (Graphique 131), et de 17 100 € par travailleur familial en 2013 à 17 800 € en 2014 (Graphique 132).

Graphique 131



Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

Résultat courant et subventions d'exploitation des exploitations spécialisées d'élevage ovin laitier



(*) : simulation. (1) : unité de travail annuel non salarié

Source : OFPM, d'après RICA (SSP) et indices INSEE-IDELE pour simulation 2014

4.2. Coût de production du lait de brebis en élevage dans les systèmes de production laitière ovine

Cette estimation pour la campagne 2014 du coût de production, exprimé en euros pour 1 000 litres de lait, est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys - Réseaux d'élevage par les Chambres d'agriculture et les organismes techniques impliqués dans la filière.

Les 41 exploitations ovines laitières étudiées illustrent la diversité des systèmes présents dans leur bassin.

La plupart d'entre elles sont engagées dans les filières régionales avec signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO). Les types exploitations répondent aux caractéristiques suivantes :

- « **Livreurs³⁵, Pyrénées-Atlantiques** » : exploitations situées en zone de coteaux et de montagne du Pays Basque et du Béarn. Elevages de brebis de race locale (Manech Tête Noire, Manech Tête Rousse et Basco-béarnaise) produisant du lait destiné à la fabrication de fromages AOP Ossau-Iraty et des agneaux IGP agneaux de lait des Pyrénées.
- « **Livreurs, bassin de Roquefort** » : exploitations situées dans la zone sud du Massif Central regroupant des zones herbagères d'altitude et des zones de Causse. Elevages de brebis de race Lacaune produisant du lait destiné à la fabrication de fromages AOP roquefort.

Il est important de signaler que ces élevages présentent généralement une efficience (technique et économique) supérieure à la moyenne.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte une rémunération simulée des facteurs de production autofournis par l'exploitant :

- pour le travail de l'exploitant, à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au coût du fermage moyen de l'exploitation ou de la région.

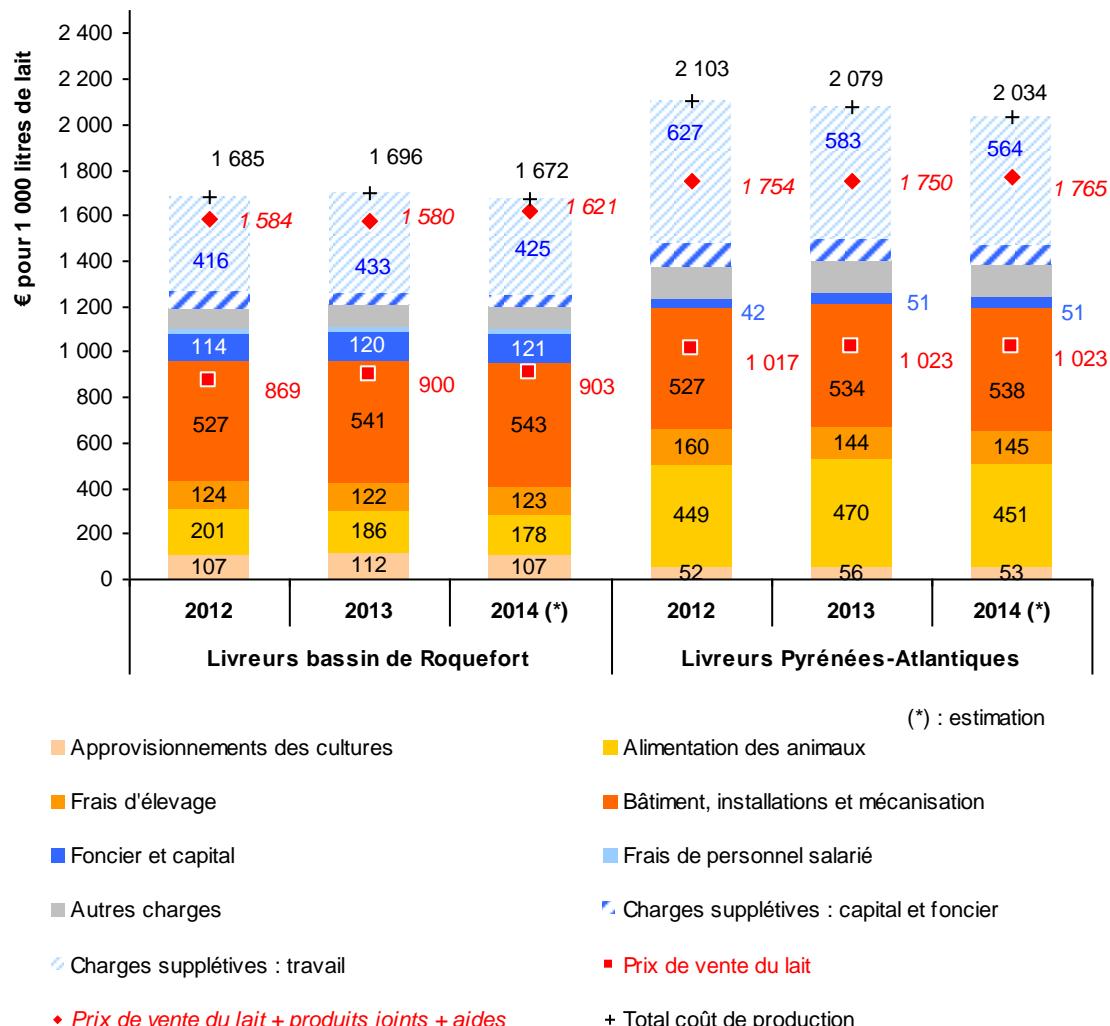
Les céréales produites sur l'exploitation et intraconsommées sont comptabilisées à leur coût de production et non au prix de marché.

Lors des trois années étudiées, dans les deux bassins de production, le coût de production dépasse le revenu tiré de la vente de lait de brebis. Les produits joints et les aides permettent ensuite de couvrir les charges comptables, mais seulement une partie des charges « supplétives » (travail familial, capital et terres en propriété). Ainsi, pour la plupart des élevages, la rémunération du travail familial permis par la production est inférieure à l'objectif de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre exploitant ; elle se situe en 2014 autour de 1,3 SMIC dans le bassin de Roquefort et 0,8 SMIC dans les Pyrénées-Atlantiques.

³⁵ Livreurs de lait, soit non vendeurs directs de fromages fermiers : ce circuit fermier n'est pas appréhendé par l'observatoire, qui suit les circuits de vente aux consommateurs par le commerce de détail, dont principalement GMS.

Graphique 132

Coût de production moyen du lait de brebis avec charges supplétives dans différents systèmes de production laitière ovine



Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Elevage

4.3. Coût de production moyen du lait de brebis dans les exploitations spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le Graphique 133.

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : agneaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

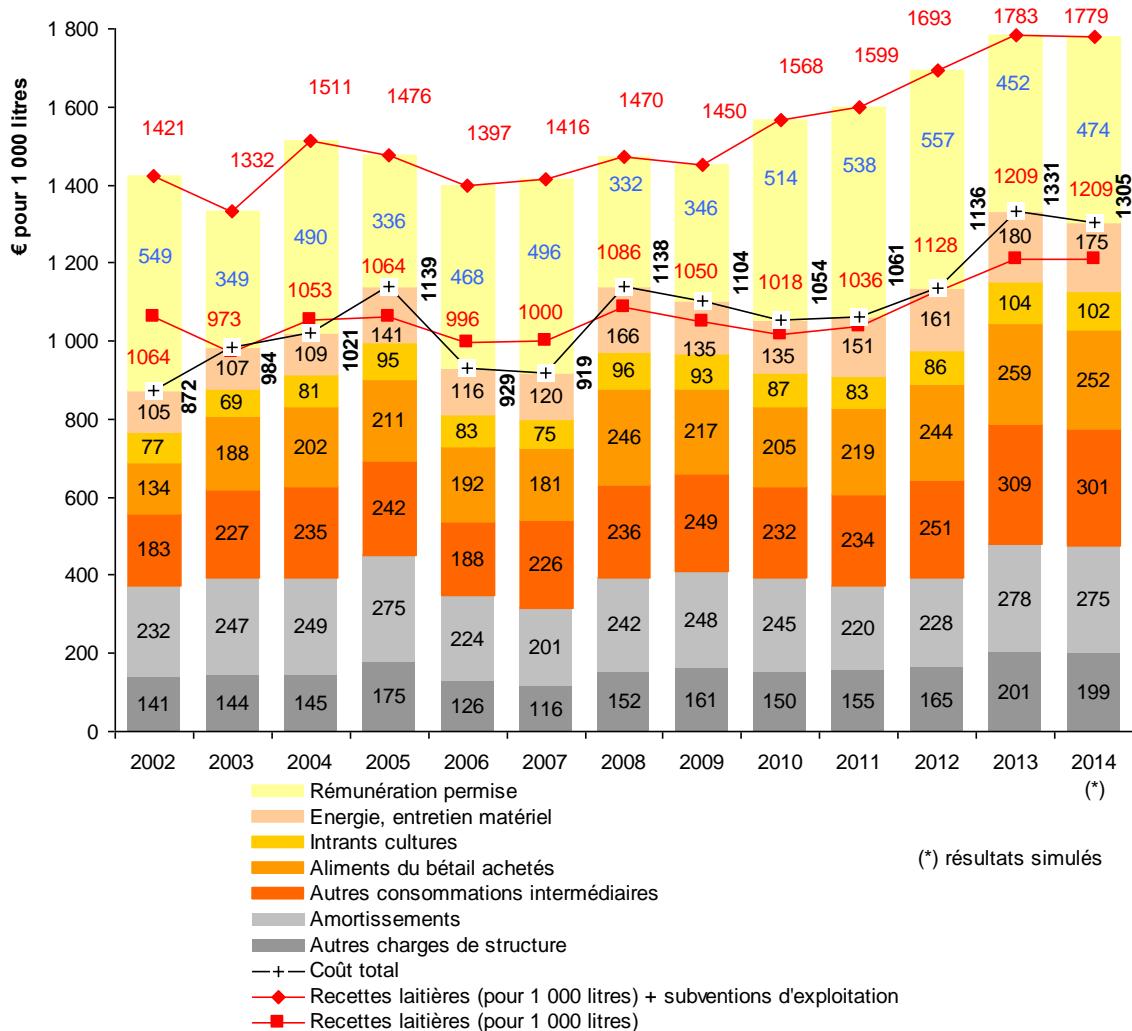
Contrairement à l'approche précédente, le coût de production, ici, (1 305 € pour 1 000 litres en 2014) n'intègre pas de calcul de la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (1 672 € à 2 034 € selon le système pour 1 000 litres en 2014), qui s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée.

En moyenne, la situation des exploitations s'améliore de 2010 à 2012 puis à tendance à se dégrader à nouveau. En 2013, les exploitations font face à une hausse du coût de production et l'augmentation du prix du lait ne permet pas de couvrir cette hausse de charges. La situation est la même en 2014.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autre produits que le lait, dont les ventes d'animaux) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 133

Coût de production moyen du lait de brebis dans les exploitations spécialisées



5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DU LAIT DE BREBIS

On ne dispose pas, à ce stade, de comptes d'entreprises ou d'établissements spécialisés dans la transformation du lait de chèvre. Dans la base de données sur les entreprises ESANE, les unités considérées (entreprises, au sens d'unités légales) fortement spécialisées dans la transformation du lait de brebis sont trop peu nombreuses pour autoriser l'utilisation de ces résultats.

Il pourrait être envisagé le recueil de données issues de comptes d'établissements (usines) de production de fromages de brebis.

6. COMPTE DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

Traité en détail en Section 5. Produits laitiers de vache. Paragraphe 6. Compte du rayon produits laitiers des GMS.

Tableau 23

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers

| | | <i>Produits laitiers</i> |
|--|-------------|---|
| | | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 75,4 | |
| Marge brute | 24,6 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 4,3 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 20,3 | |
| Autres charges | 18,1 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | 2,3 | |
| Impôt sur les sociétés | 0,8 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | 1,4 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 2,3 € (*) de la marge nette moyenne de 1,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

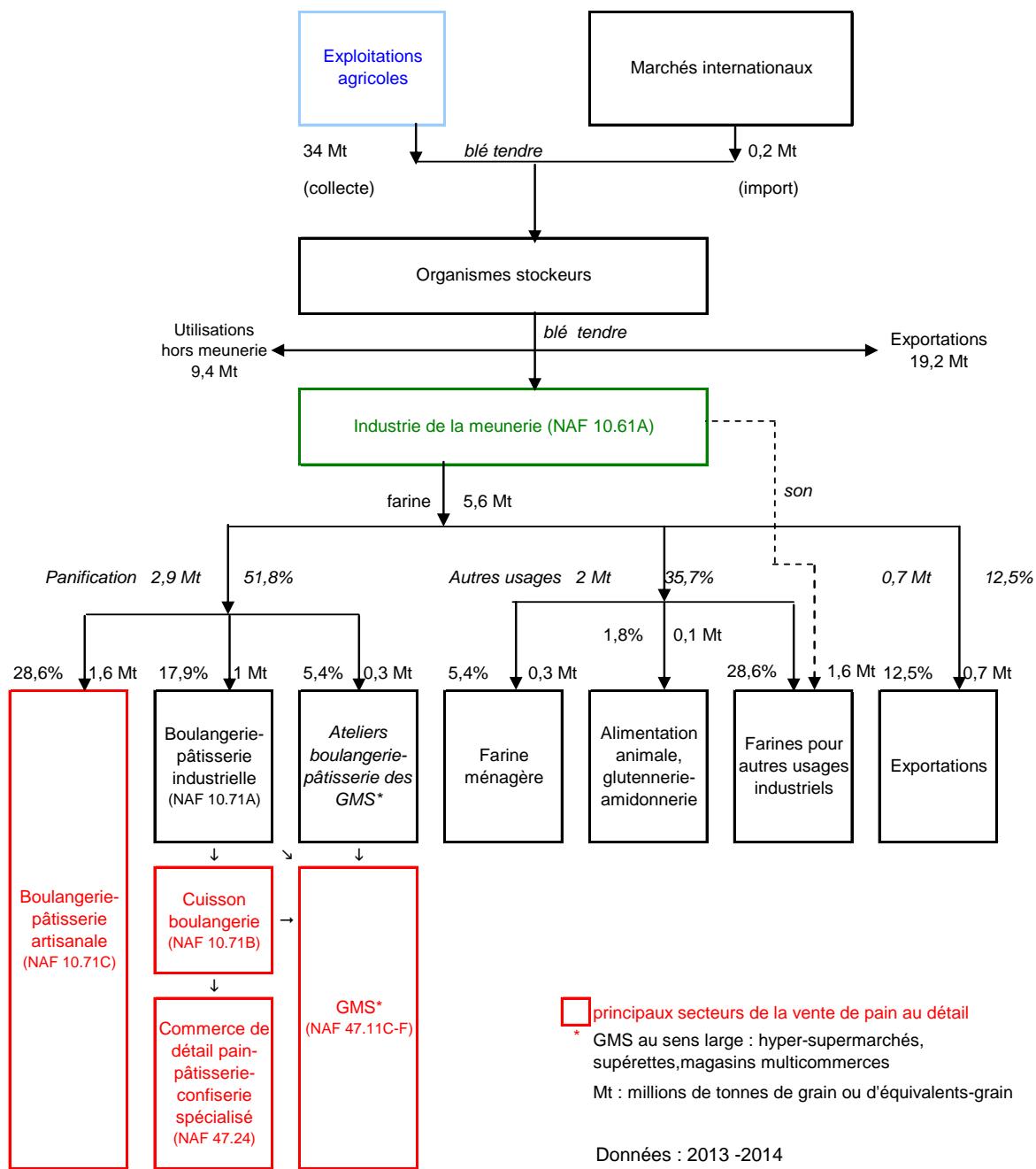
Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Section 8 – Pain

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PAIN

Schéma 17

Cartographie des flux dans la filière pain



Source : FranceAgriMer

Avec des surfaces toujours supérieures à 4,5 Mha depuis 1995 (ce qui garantit une production relativement stable d'environ 35 Mt en moyenne), le **blé tendre** est la principale céréale cultivée en France. En 2013, des superficies proches de 5 Mha ont permis à la récolte de dépasser les 36,8 Mt. En outre, l'importance des précipitations au cours du printemps 2013 a évité aux blés les phénomènes de stress hydrique pendant les mois d'été. Le caractère chaud et ensoleillé de ces derniers a aussi favorisé la fin du cycle de croissance tout en permettant à la moisson de se dérouler dans des conditions climatiques favorables.

Chaque année, environ 50% de la production est disponible pour l'exportation. La campagne 2013-2014 fait encore mieux ; 52% de la récolte de blé tendre a été vendue à destination de l'Union européenne et des pays tiers. Ce pourcentage représente 19,2 Mt c'est-à-dire le deuxième meilleur total enregistré après la campagne 2010-2011. Sur ce volume, 12,2 Mt ont été expédiées vers les pays tiers, en particulier en Afrique du Nord, en Afrique occidentale et en Afrique centrale. La part de la production pour les utilisations sur le marché intérieur français (alimentation animale, amidonnerie, meunerie, etc.) s'élevait quant à elle à 15 Mt environ.

Située au centre de la filière blé tendre, **la meunerie française** assure la transformation initiale de la matière première. Depuis le 23 juin 1961, le décret n° 61-649 oblige les exploitants de moulins, de minoteries ou de dépôts et les négociants en farine à renseigner mensuellement un formulaire relatif aux utilisations de céréales et de farine issues de l'agriculture conventionnelle et biologique. Ces informations, exploitées par FranceAgriMer, sont indispensables pour suivre l'ensemble de l'activité de la meunerie française. Celle-ci regroupait 450 unités de production en 2013. Cette même année, 5,6 Mt de blé tendre, principalement français ont été mis en œuvre pour produire 4,3 Mt de farine dont un peu moins de 0,6 Mt à été exporté. L'essentiel de la farine produite est destiné à l'alimentation humaine, notamment à travers la fabrication de pains.

Consommé par près de 98% des français, **le pain** reste un des piliers de notre modèle alimentaire. Le plus souvent, il est fabriqué à partir d'un mélange de farine de blé, d'eau et de sel. Ce mélange est ensuite fermenté à l'aide de levure de panification ou de levain. Il existe de grandes variétés de pains, parmi eux, la baguette courante est la plus consommée par les français au quotidien.

La **boulangerie artisanale** est le premier débouché de la farine en France, suivie par la boulangerie industrielle, puis par les industries alimentaires de la biscuiterie et de la biscotterie.

En 2013, la boulangerie artisanale, à travers ses 32 000 entreprises de boulangerie-pâtisserie, détenait environ 60 % du marché du pain. La boulangerie industrielle comptait 240 entreprises et représentait 34 % de ce marché, les 6% restant concernent les ateliers de boulangerie en GMS.

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PAIN

La référence retenue comme **prix du blé tendre meunier à la première mise en marché** est, faute de mieux, la cotation « départ Eure-et-Loir » (source : presse spécialisée « *La Dépêche* »). Cette référence présente pour notre objet certains inconvénients :

- il s'agit d'un prix « *local* », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales ;
- le produit coté n'est pas intégralement destiné à la meunerie française ;
- les caractéristiques du produit coté ne sont pas précisément celles du « *BPMF* » (blé pour la meunerie française).

L'encadré ci-après présente les enjeux liés à la disposition d'une meilleure référence de prix des blés pour le marché intérieur. Le sujet a été débattu en 2014 dans les groupes de travail de l'observatoire, dans le cadre de l'action 32 du contrat de filière.

Le circuit représenté commence donc à la sortie des organismes stockeurs et non à la production agricole et le prix du blé intègre ainsi la marge de ces opérateurs.

Depuis décembre 2013, dans le cadre de la convention passée entre l'INSEE et l'observatoire, ce dernier dispose des **prix moyens mensuels des farines boulangères** par destination : boulangerie artisanale, boulangerie industrielle, ateliers de boulangerie des GMS. De plus longues séries d'indices de prix ont permis de rétropoler les séries de prix moyens avant juillet 2009.

Au stade du commerce de détail, c'est le **prix moyen mensuel de la baguette**, tous circuits de vente confondus (source : INSEE) qui a été retenu pour les travaux de l'observatoire. Il n'existe pas de données de panels sur les prix dans la boulangerie artisanale, et le pain en GMS, suivi par ces panels, ne représente qu'une part minime du marché.

Un **prix moyen mensuel sortie meunerie du « panier » de farines panifiables** est calculé en pondérant les prix des différents types de farines boulangères par le poids des différents circuits dans la panification. Ce prix moyen de farine est ainsi homogène avec la « *baguette moyenne tous circuits* » suivie au détail.

Encadré 4

La question des cotations disponibles pour le blé meunier et le blé dur sur le marché intérieur.

Les données de prix céréaliers français disponibles sont mal adaptées à l'objet de l'observatoire car il ne s'agit pas toujours de prix pour le marché intérieur et les cotations, limitées à quelques places, ne constituent pas des prix moyens d'offre nationale pondérés par les volumes des transactions.

Les cotations céréaliers disponibles portent en effet sur les prix suivants :

- **les prix « départ »** : ils représentent les prix du négoce en bassin de production. Ces prix ne comprennent pas le coût de transport de la marchandise vers la zone de consommation. Les prix en culture ou prix payés aux producteurs peuvent se déduire des prix « *départ* » en ôtant la marge des organismes stockeurs (OS), ainsi que les taxes à la charge du producteur,
- **les prix « rendu »** : ces derniers comprennent le transport de la marchandise jusqu'au lieu de destination (assurance du transport incluse) ; la destination peut être un port d'exportation (Rouen, par exemple) ou une zone de consommation. Le prix rendu Rouen est fortement « *directeur* » sur le marché français, en raison de l'importance du débouché « *exportation* » pour les céréales (50% des utilisations), et tout particulièrement du port de Rouen (50% des exportations portuaires).
- **les prix « FOB »** : à l'exportation, les cotations s'expriment souvent « *Free On Board* » (FOB), c'est à dire après chargement des marchandises à bord.

Par ailleurs, les marchés à terme constituent une source d'information sur les prix de la matière première pour les opérateurs des filières des céréales. Pour le blé tendre, la référence est actuellement le contrat Euronext mais le *Chicago Mercantile Exchange* (bourse de Chicago) va lancer un nouveau contrat en blé tendre européen. En revanche, il n'existe pas de marché à terme pour le blé dur.

La meunerie française souhaite la mise en place de cotations officielles intérieures (cotations « *départ* ») dans plusieurs bassins de production. Elles pallieraient certaines limites de la référence Euronext utilisée dans la filière et permettraient de vérifier la convergence des prix entre marché à terme et marché physique, fournissant ainsi une information utile contribuant à la transparence nécessaire pour la régulation des marchés financiers par les pouvoirs publics. Il s'agit notamment de mettre en œuvre les dispositions prévues, pour prévenir les « *abus de marché* », par la récente réglementation européenne (règlement n°596/2014 et directive 2014/57 du 16 avril 2014 sur les abus de marché). Relèvent des « *abus de marché* » sur les marchés financiers diverses pratiques exploitant une asymétrie d'information pour en tirer un bénéfice aux dépens d'autres investisseurs : délit d'initié, propagation de fausses informations, réalisations d'opérations visant à biaiser le mécanisme de fixation des cours...

S'agissant du blé dur, l'industrie de la semoulerie et de la fabrication de pâtes alimentaires souhaite que l'indicateur des évolutions des prix de la matière première à utiliser dans les clauses des contrats de vente de pâtes à la grande distribution combine les deux principales cotations françaises du blé dur FOB ports et une référence de prix canadien (origine importante pour les pâtes alimentaires fabriquées en Italie et qui représentent 50% des pâtes importées en France), le cas échéant corrigé par une référence de coût du fret.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX DE LA BAGUETTE

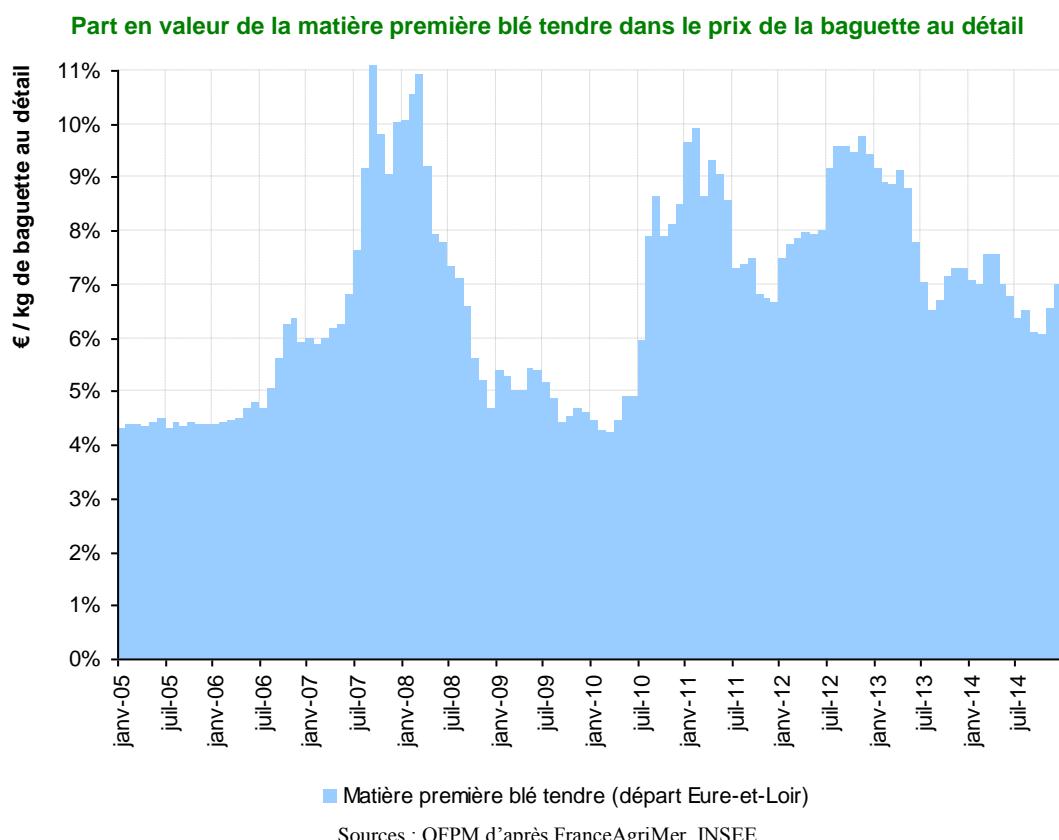
Le calcul de la part de la matière première blé dans la baguette s'appuie sur les coefficients techniques moyens qui ont été détaillés dans l'édition 2013 du rapport de l'observatoire.

De 2005 à fin 2014, le prix moyen de la baguette tous circuits passe de 3 € / kg à près de 3,5 € / kg. La série présente trois points d'accélération de la hausse de prix : en 2007, période de hausse généralisée des matières premières, puis en 2011 et 2013, répercutant de façon très amortie la hausse des prix du blé tendre (Graphique 135 et Graphique 136).

On constate un accroissement sensible de la « *marge agrégée* » de l'aval, de l'ordre d'une vingtaine de centimes sur la période étudiée, cette « *marge agrégée* » recouvre l'ensemble des marges réalisées en aval des collecteurs³⁶ : industrie de la meunerie, boulangerie industrielle et artisanale, autres points de vente de pain. De 2010 à 2014, cette « *marge agrégée* » peut être décomposée en marge brute de la meunerie et en marge brute en aval de cette industrie, cette dernière marge recouvrant, selon le circuit : celles de la boulangerie artisanale, celle des ateliers de boulangerie des GMS, celle de la boulangerie industrielle et des commerces de détail qu'elle approvisionne. On peut ainsi souligner que si la marge de la meunerie évolue peu, la marge brute en aval progresse de 7 centimes. Ces marges brutes recouvrent des charges dont la nature et l'évolution seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de l'étude des comptes des secteurs concernés (meunerie, boulangerie-pâtisserie artisanale, rayon boulangerie-pâtisserie des GMS).

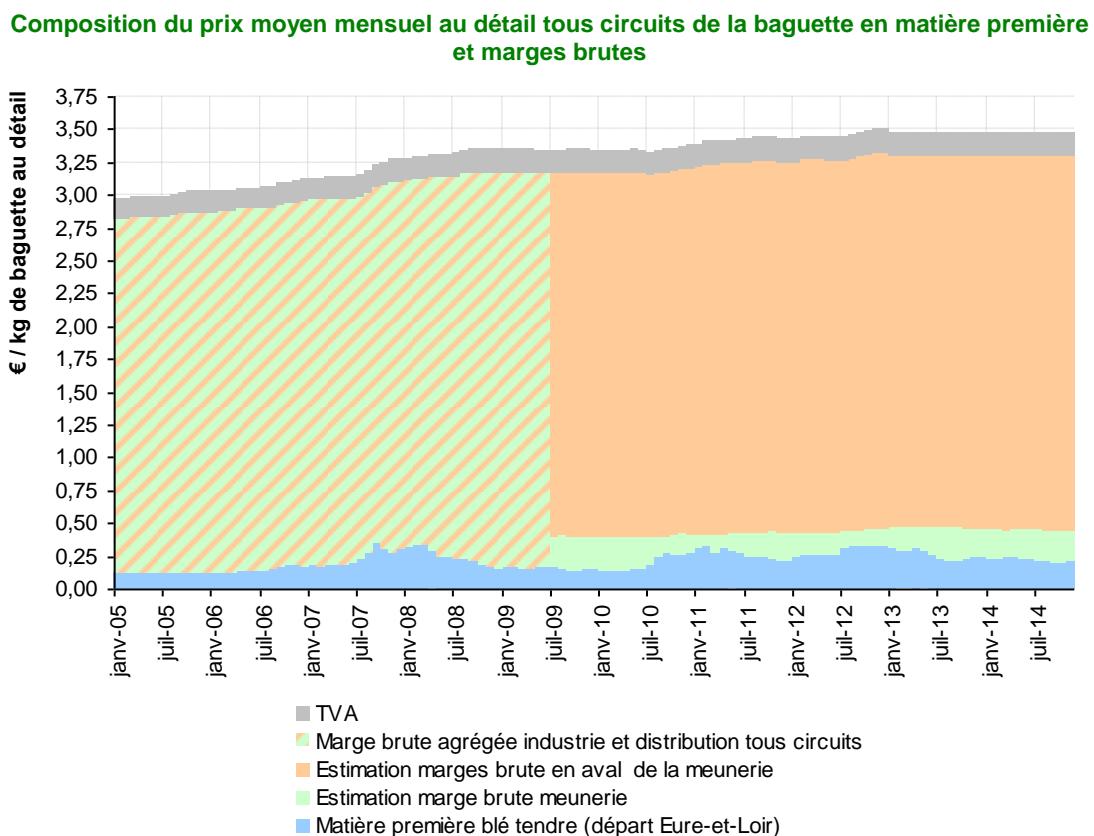
La matière première pèse relativement peu dans la valeur du produit fini (Graphique 134) : sur la période suivie, la valeur du blé incorporé représente entre 4% et jusqu'à un pic de 11% du prix de la baguette. Depuis la nouvelle phase de hausse du prix du blé à partir de l'été 2010, cette proportion se situe entre 5% et 10% (entre 6% et 7% depuis le début 2014).

Graphique 134



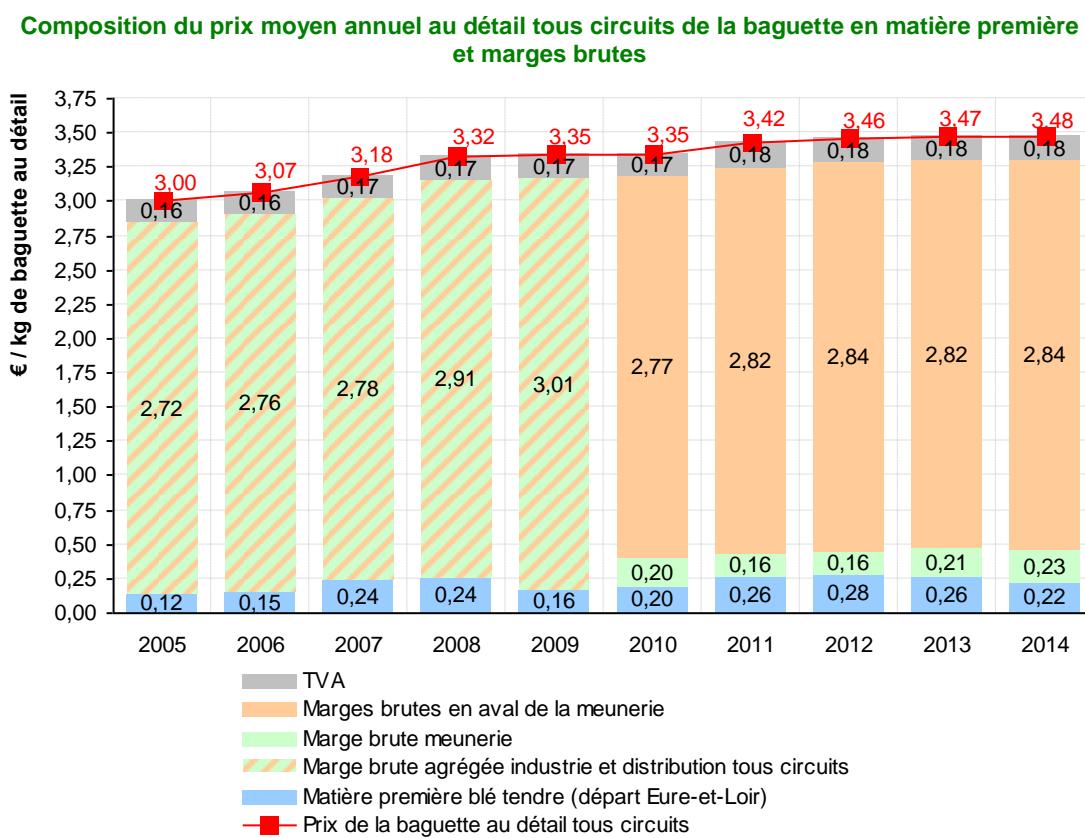
³⁶ En aval des collecteurs (organismes stockeurs, OS) dans la mesure où la référence de prix utilisée au départ du circuit est la cotation « départ Eure-et-Loir », généralement établie sortie OS.

Graphique 135



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », INSEE

Graphique 136



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », INSEE

4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLÉ-PAIN

- a) Le Graphique 137 met en relation le prix du blé tendre (référence départ Eure-et-Loir) et les prix observés et « *simulés* » de la farine boulangère.
- b) Le Graphique 136 met en relation le prix du blé tendre (référence départ Eure-et-Loir) et les prix observés et « *simulés* » de la baguette (référence « *baguette tous circuits* », INSEE).

Ces prix simulés sont ceux celui qui auraient assuré le strict maintien de la marge brute de la meunerie (a) ou de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2005, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation. La période de référence retenue est l'année 2005.

Le prix simulé de la farine (ou de la baguette) à une date donnée P_{St} est égal à la marge brute de la meunerie (ou de l'ensemble de l'aval) de référence MB_R ajoutée au coût en matière première à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R est la différence entre le prix du produit (pain ou farine) en période de référence, P_0 , moins le coût en matière première à cette même période C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'IPC entre la période de référence et la date en cours (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût en matière première C_t évolue et est égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix du blé (rapport p_t sur p_0) :

$$C_t = C_0 \frac{p_t}{p_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

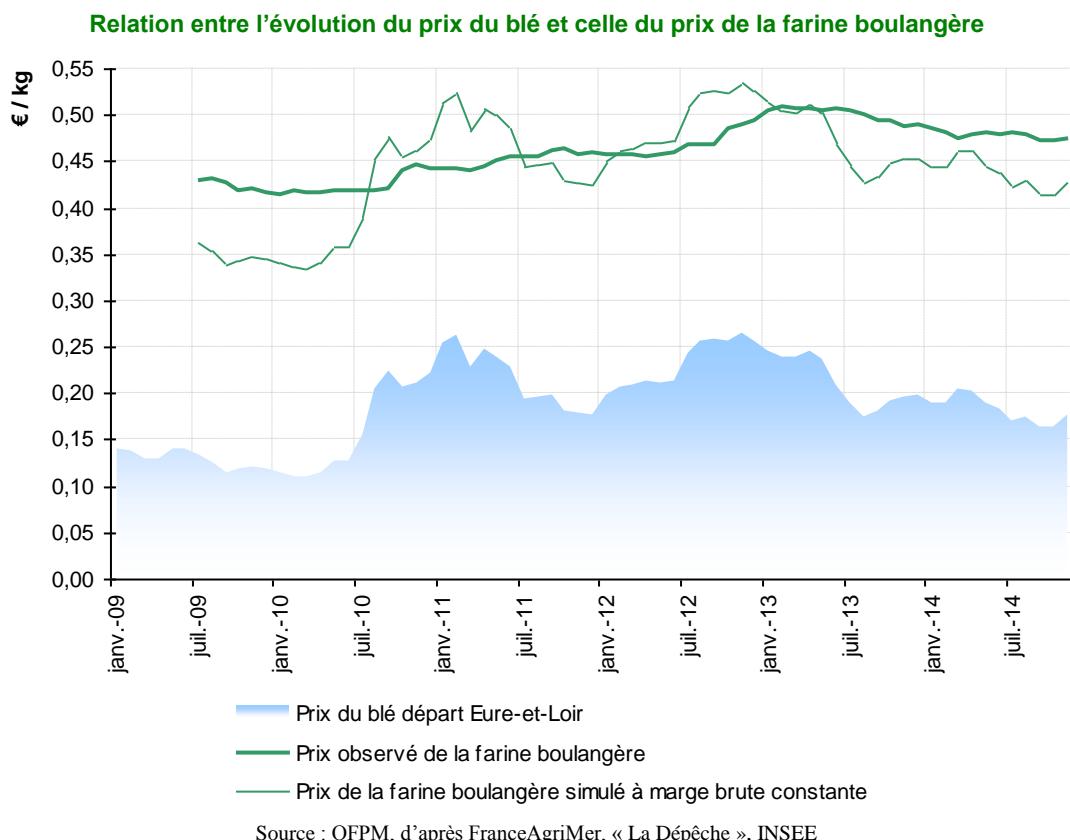
Il est important de souligner que cette approche, comme la précédente, est fondée sur une décomposition du prix du produit à la date t (mois) en marges brutes ajoutées à la valeur de la matière première mesurée par son prix à la même date t . Cette approche « *au coût de remplacement* » ne tient pas compte des durées de stockage des produits ni de la longueur de contrats d'approvisionnement ou encore des outils de couverture du risque-prix utilisés par les opérateurs, qui entraînent des décalages entre les dates de valeur du produit et de sa matière première³⁷.

Le prix de la farine boulangère (moyenne pondérée toutes destinations) reproduit de façon très amortie et avec un décalage (notamment en 2012-2013) les variations du prix du blé. Les séries disponibles des indices de prix des différents types de farine montrent que cet « *amortissement* » est plus fort sur les farines pour boulangeries artisanales.

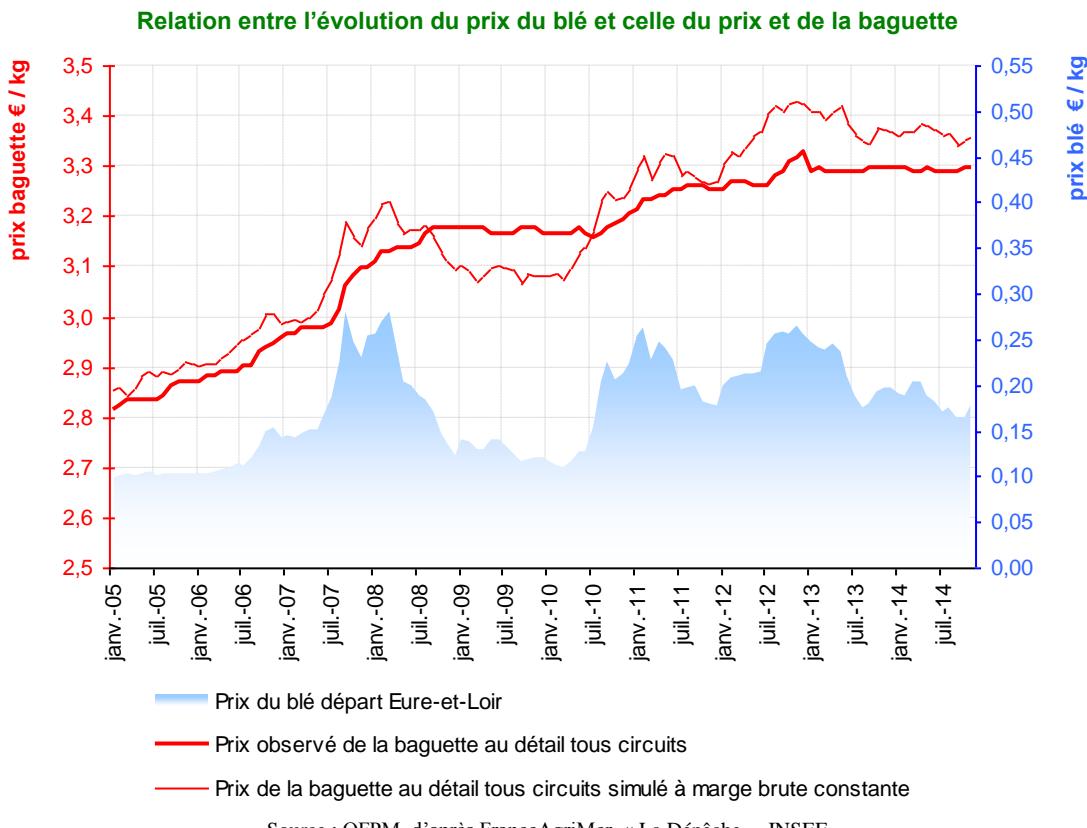
Le prix observé de la baguette suit de près la hausse du prix simulé jusqu'à mi-2008, en lui restant inférieur. En 2009, il se stabilise sans répercuter la baisse du prix du blé. Il accompagne ensuite de façon amortie la hausse du prix du blé en 2011-2012 et reste à peu près stable en 2013-2014

³⁷ Seule une analyse fondée sur des comptabilités détaillées d'entreprises, évidemment trop lourde à réaliser, pourrait prendre exactement en compte ces décalages. A défaut, l'approche précédente pourrait être affinée (mais sans garantie d'un réel gain de précision) par l'introduction de paramètres de retards moyens.

Graphique 137



Graphique 138



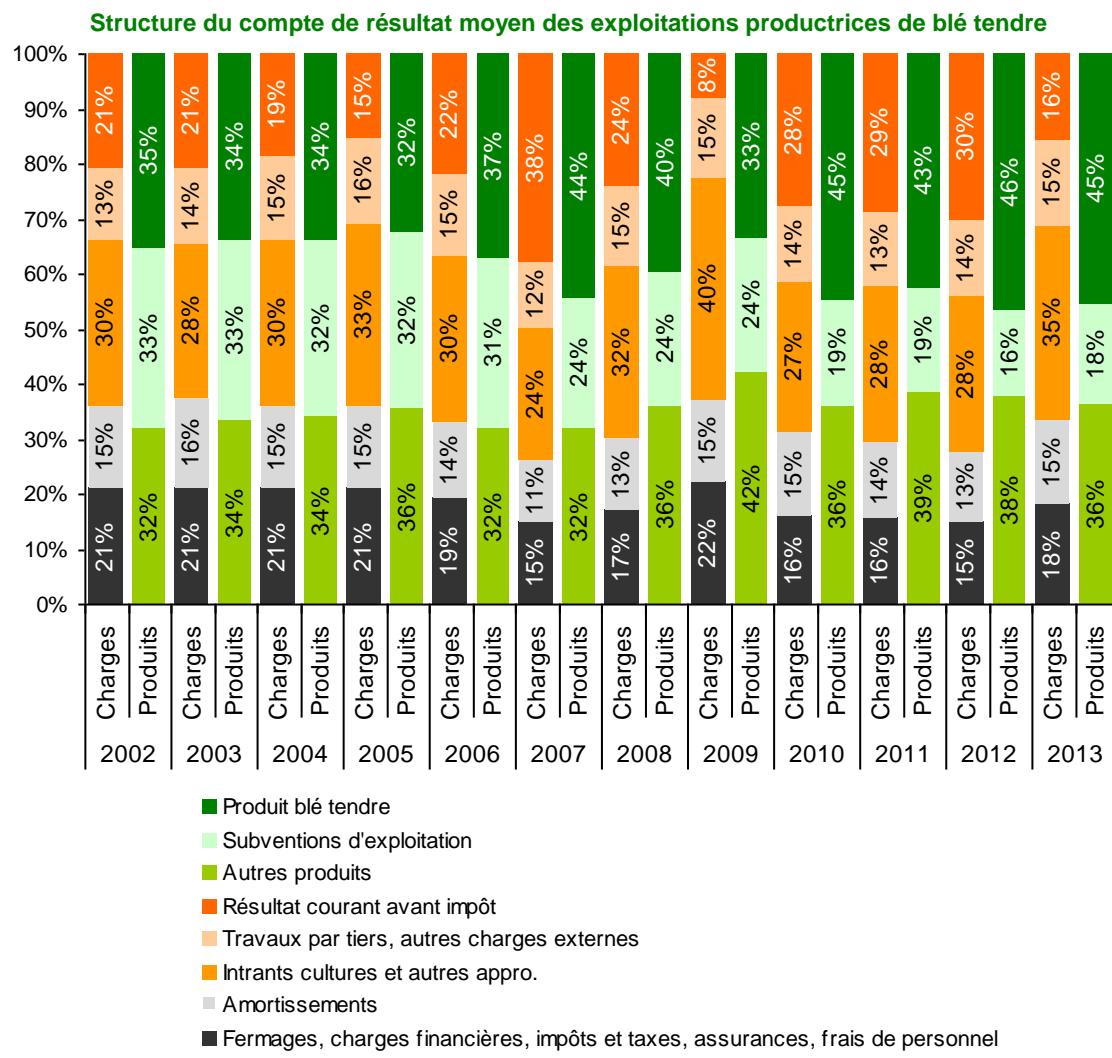
5. COMpte DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ TENDRE ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ TENDRE

5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre

L'échantillon des exploitations productrices de blé tendre, issu du RICA, est constitué de 167 à 275 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 7 757 à 12 275 exploitations, réalisant 14,04 % de la production annuelle de blé tendre (Statistique Agricole Annuelle 2013, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé tendre constitue, selon les années, de 49 % à 60 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 38 % à 8 % ; il passe de 30 % du produit en 2012 à 16 % du produit en 2013 et de 57 800 € par unité de travail annuel non salarié en 2012 à 27 400 € en 2013 (Graphique 139), sous l'effet d'une baisse des produits (hors subvention) et d'une hausse des charges (de 2 % à 16 % selon les postes).

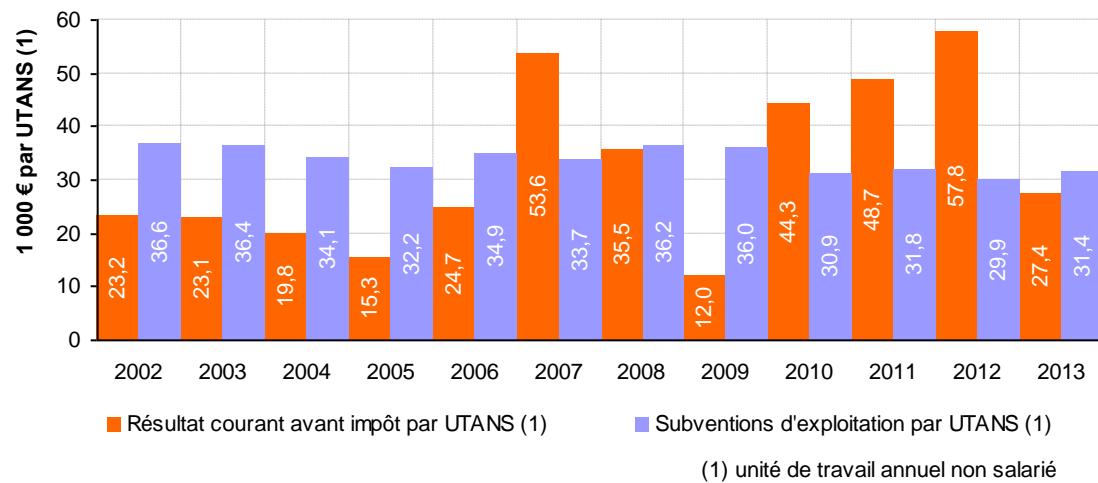
Graphique 139



Source : RICA (SSP)

Graphique 140

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé tendre



Source : RICA (SSP)

5.2. Coût de production du blé tendre

Les données présentées sont issues de l'observatoire Arvalis-Unigrains d'après des données CerFrance. L'échantillon comprend 4 600 exploitations (orientations technico-économiques 15 et 16) réparties sur 16 départements français, représentant eux-mêmes 38% de la production française de blé tendre. Ces départements sont majoritairement situés au nord de la Loire et le rendement moyen de l'échantillon présenté est supérieur de 10% au rendement moyen national blé tendre, observé par le SSP.

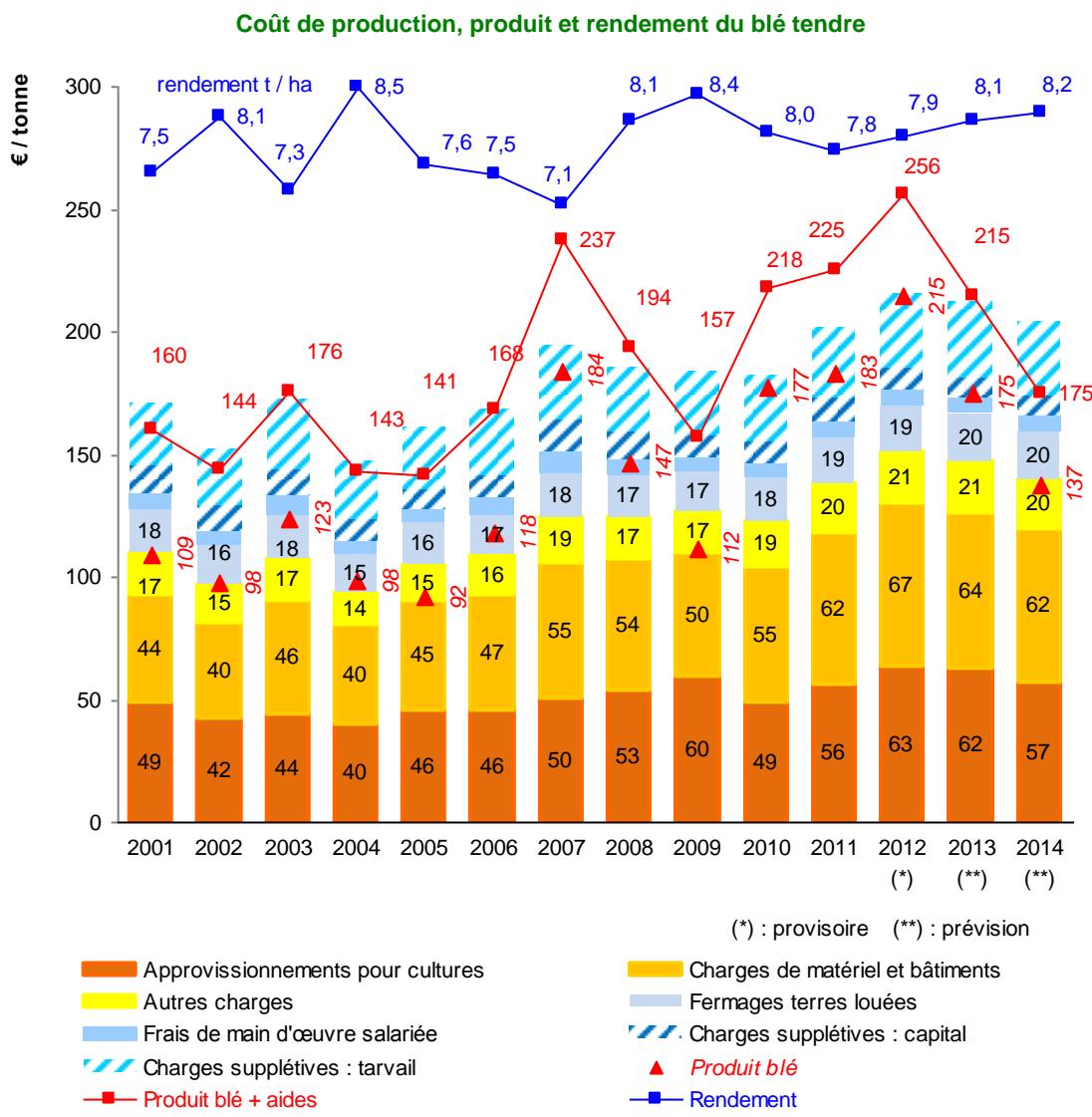
Le coût de production présenté ici intègre :

- une rémunération standard pour le travail des exploitants à hauteur de la rémunération nette d'un chauffeur de tracteur qualifié, échelon 1 soit environ soit environ 1,1 SMIC net (plus cotisations sociales de l'exploitant, incluses dans cette rémunération, alors que ces cotisations ne sont pas retenues comme une charge d'entreprise dans le RICA),
- une rémunération pour les capitaux personnels (taux des OAT à 10 ans) et pour les terres en propriétés (à la valeur des fermages moyens régionaux).

Les données 2013 sont provisoires car calculées à partir d'un nombre d'observations réduites de l'échantillon de base. Les données 2014 sont prévisionnelles car issues d'extrapolations des données des années précédentes et d'observations sur le terrain. Le prix du blé figurant sur le Graphique 141 est calculé à partir des comptes des exploitants.

Depuis 2010, on observe une hausse régulière des coûts de production du blé tendre. Le coût de production 2014 est prévu en baisse (notamment sur les postes fertilisation, amortissements et charges sociales de l'exploitant). Cette baisse des charges, dans un contexte de forte baisse des prix de vente, ne permet pas compenser la baisse des produits, d'où des résultats économiques bas voire très bas en 2014 (inférieurs à ceux de 2009) pour les producteurs français de blé tendre.

Graphique 141



Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

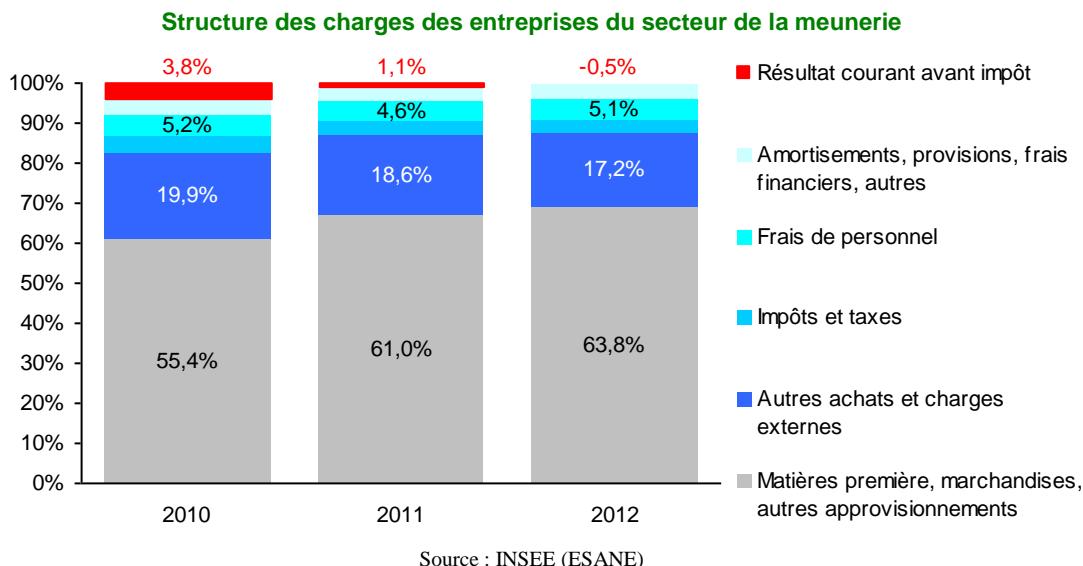
6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE ARTISANAL DE LA FILIÈRE FARINE-PAIN

6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la meunerie

Le résultat courant rapporté à la production est en baisse en 2012 et devient négatif sous l'effet de la hausse du poids du coût en matière première due à l'augmentation du prix du blé.

Pour 2013 et 2014, les comptes ESANE ne sont pas encore disponibles mais le ciseau des prix entre farines et blé tendre paraît favorable à la meunerie (Graphique 137).

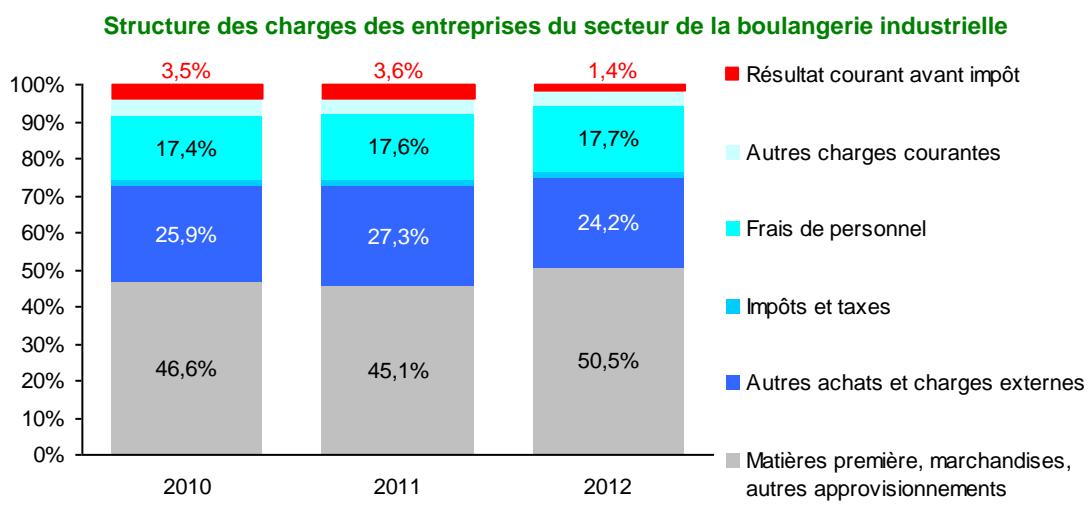
Graphique 142



6.2. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie industrielle

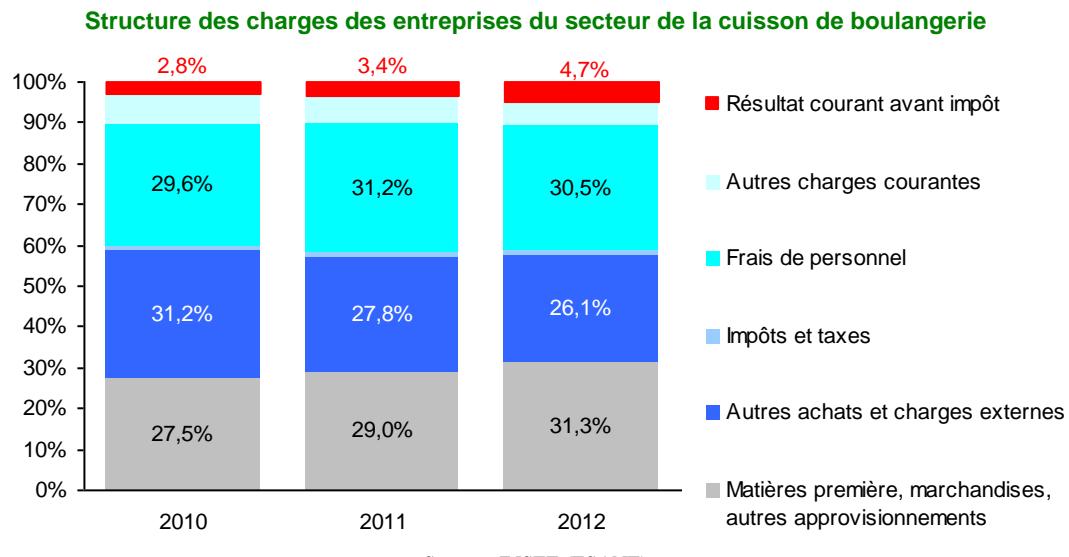
L'impact de la hausse de prix de leur matière première (farine) sur la structure de leurs comptes s'observe également dans les entreprises de boulangerie industrielle, le prix des farines pour boulangerie industrielle répercutant les variations du prix du blé, davantage que le prix des farines pour boulangerie artisanale.

Graphique 143



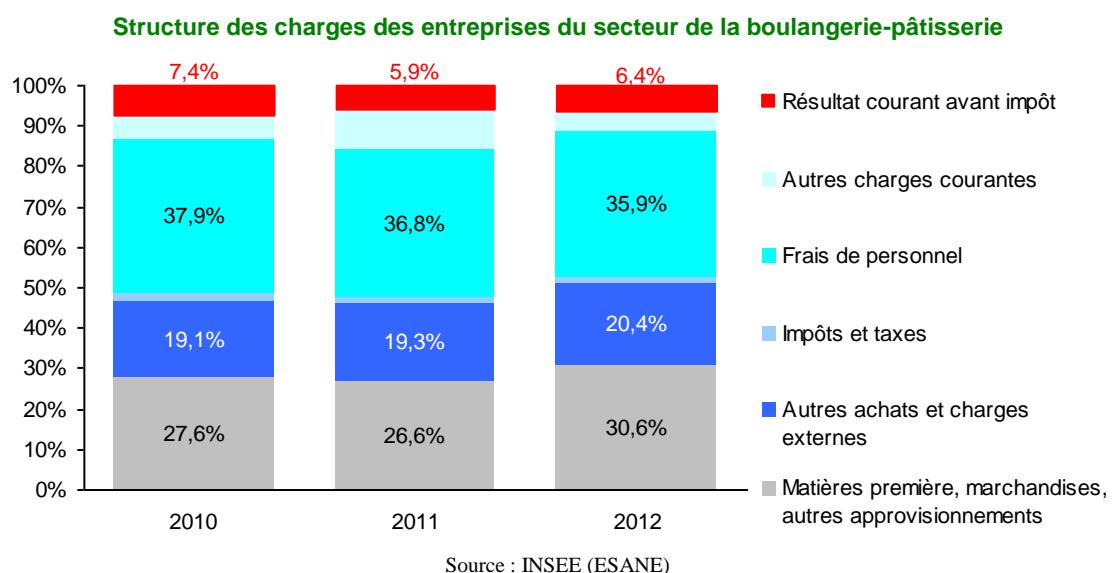
6.3. Structure des charges des entreprises du secteur de la cuison de boulangerie

Graphique 144



6.4. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie

Graphique 145



Malgré la hausse du poids du coût en matières premières (farine), la part du résultat courant progresse en 2012 dans les comptes des secteurs de la cuison de boulangerie et de la boulangerie-pâtisserie (à dominante artisanale³⁸), celle des autres charges diminuant.

³⁸ L'observatoire n'a pas pu disposer pour l'édition de cette année des derniers comptes (2013) des entreprises artisanales à forme individuelle de la boulangerie-pâtisserie. Le secteur ESANE « boulangerie-pâtisserie » comprend ce type d'entreprises mais aussi des entreprises à forme sociétaires, notamment avec plusieurs établissements.

7. COMPTE DES RAYONS BOULANGERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

7.1. Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie des GMS représente 7% du CA de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire. C'est, sur ce critère, l'un des plus petits rayons, mais il contribue pour 14% à la marge brute globale. Les fabrications de produits en magasins et la vente assistée entraînent des frais de personnel important qui s'élèvent à 25% frais de personnel dédié aux rayons en magasins. La marge nette du rayon est négative.

7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Tableau 24

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2012
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
|--|--|--|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 43,8 | |
| Marge brute | 56,2 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 31,4 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 24,8 | |
| Autres charges | 27,0 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | - 2,2 | |
| <i>Impôt sur les sociétés</i> | <i>-0,8</i> | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | -1,4 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 5,4 € (*) de la marge nette moyenne de -1,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer, exercice 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boulangerie-pâtisserie, les enseignes interrogées dégagent en moyenne 56 € de marge brute, les achats de matières premières aux fournisseurs représentant environ 44 €, soit un rapport chiffre d'affaires sur achats supérieur à 100%, le seul observé dans l'ensemble des rayons étudiés.

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires (31,4% du CA) sont les plus importants de l'ensemble des rayons étudiés car ce rayon a une activité de fabrication (véritable

activité de boulangerie-pâtisserie dans nombre d'hypermarchés, cuisson de pain dans d'autres magasins) et présente souvent un point de vente assisté.

Il en résulte une marge « semi-nette » de 24,8 € pour 100 € de chiffre d'affaires, au-dessus de la moyenne des marge « semi-nettes » des rayons étudiés (20,6 €). Les charges affectées à ce rayon, qu'elles soient directement liées à l'activité du rayon ou réparties sont plus importantes que dans les autres rayons. Ceci s'explique par des besoins plus importants en emballages (approvisionnements stockables) ainsi qu'en eau, électricité et gaz et par des investissements en matériel et ainsi des amortissements plus importants. Concernant les charges réparties, les clés utilisées pour les répartitions entraînent une forte attribution de charges à ce rayon, notamment concernant les postes : frais de personnel hors rayon et amortissements. Ainsi, la marge nette apparaît négative : - 2,2 € avant répartition de l'impôt sur les sociétés et à - 1,4 € après. Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts très fort entre les sept enseignes interrogées : de 1 à 12 environ en se basant sur l'écart moyen. Ceci s'explique par des activités très différentes dans le rayon, comme expliqué ci-dessus.

7.3. Détail des charges du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Tableau 25

Détail des charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2012
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

| | <i>Boulangerie Pâtisserie Viennoiserie</i> | |
|--|--|-------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 31,4 |
| | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 1,4 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 1,4 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 1,2 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,3 |
| | Sous-total : charges directes du rayon | 35,6 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 3,5 |
| | Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 8,8 |
| | Frais financiers | 0,6 |
| | Autres charges communes réparties | 9,9 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | <i>-0,8</i> |
| | Sous-total : charges communes réparties | 22,0 |
| Total des charges imputées au rayon | | |
| 57,6 | | |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie supporte directement 35 € de charges directes (dont 31 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes réparties à hauteur de 22 €, dont, principalement des frais de personnel commun à plusieurs rayons (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

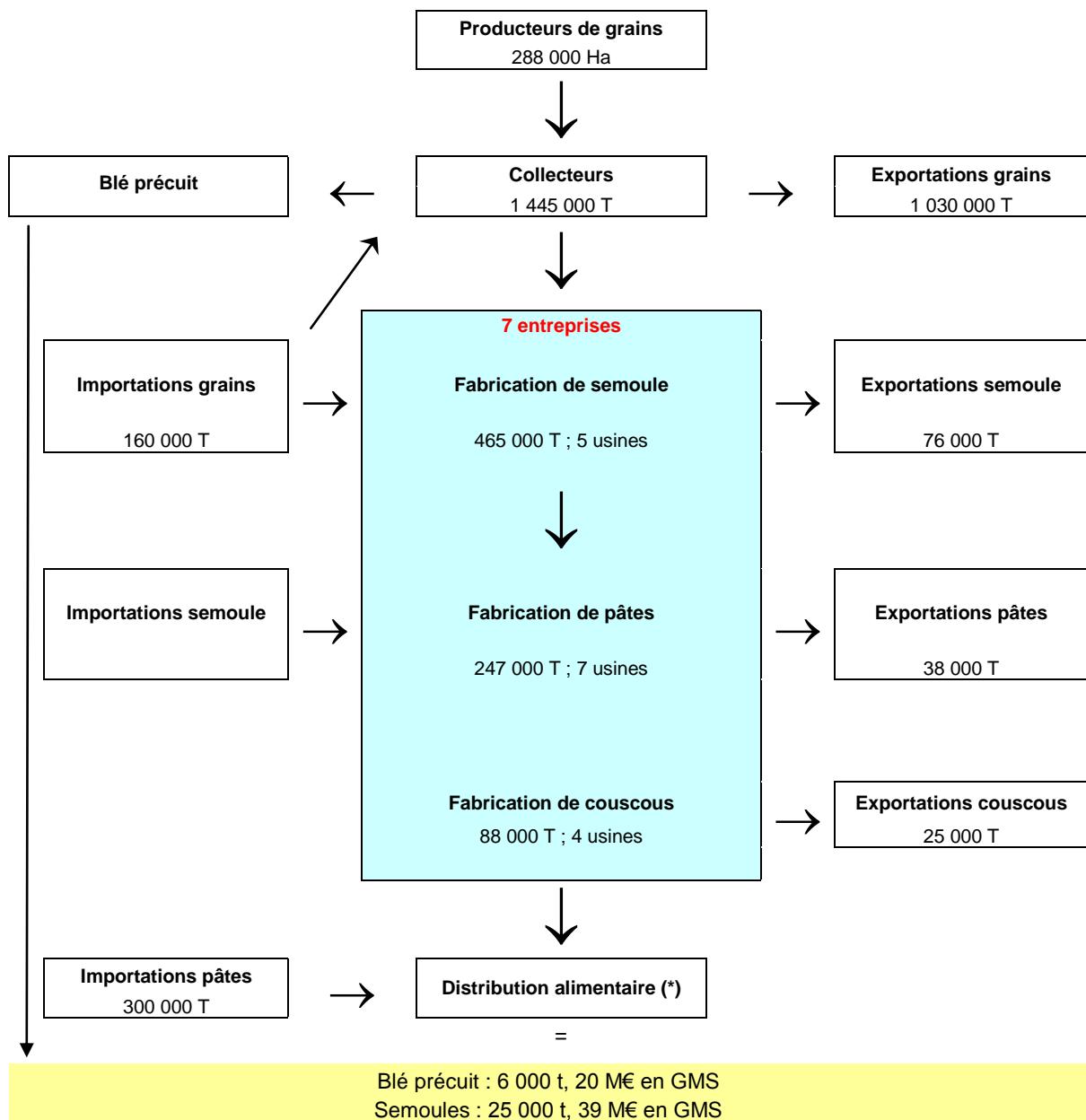
Avec au total 57,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie est celui dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées.

Section 9 – Pâtes alimentaires

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Schéma 18

Cartographie des flux dans la filière des pâtes alimentaires en 2014



M : millions, T : tonnes

(*) données 2001

Sources : FranceAgriMer, SIFPAF

En France, depuis 1934, la législation impose de fabriquer les pâtes alimentaires avec du blé dur. Sa richesse en protéines est en effet propice à la fabrication de pâtes de qualité. Contrairement aux autres céréales, le blé dur est cultivé quasi-exclusivement en vue d'une utilisation humaine.

Jusque dans les années 60, la France métropolitaine importait son blé dur d'Algérie, qui avait alors le statut de département français. Cet aspect historique explique en grande partie la localisation des principales semouleries françaises. Ces dernières sont en effet situées sur les ports de Marseille, de Rouen et de Gennevilliers pour permettre l'importation par voie maritime des grains nécessaires à leur fonctionnement.

Depuis 1962 et la mise en place de la politique agricole commune, les surfaces consacrées au blé dur ont fortement progressé dans l'Hexagone. Cette culture qui se concentrerait principalement sur le pourtour méditerranéen, s'est ensuite étendue aux régions Midi-Pyrénées, Centre, Poitou-Charentes et aux départements maritimes de la Vendée et de la Loire-Atlantique.

La France est ainsi devenue autosuffisante puis excédentaire en blé dur même si depuis 3 ans, la sole a significativement diminué (437 000 ha en 2012 contre 288 000 ha en 2014). Cette évolution s'explique par les déficits qualitatifs successifs des récoltes depuis 2012 mais surtout par l'écart de prix avec le blé tendre, devenu faible. Cela a clairement découragé les agriculteurs à semer du blé dur dans les régions où les deux cultures sont substituables.

La culture du blé dur est en effet plus contraignante : dates de semis plus tardives que celles du blé tendre qui nécessitent de meilleures conditions météorologiques, plus difficiles à réunir, conduite culturelle plus exigeante pour obtenir de bons niveaux de rendement et de qualité, etc. En outre, les rendements sont inférieurs à ceux du blé tendre.

La législation et l'expansion de la culture du blé dur ont favorisé le développement de l'industrie française de la **semoulerie** qui se situe ainsi au deuxième rang de l'Union européenne (derrière l'Italie). Elle se caractérise par :

- une concentration importante : 5 usines de grande taille, localisées à proximité des zones de production du blé dur.
- une forte intégration avec **l'industrie des pâtes alimentaires** qui s'explique par la dépendance à ce débouché et par ses exigences qualitatives tant sur le plan technologique que sanitaire.

Le premier semoulier français est Panzani. Il appartient au groupe agroalimentaire Ebro Foods, leader dans le secteur de la transformation alimentaire en Espagne et deuxième fabricant mondial de pâtes. Panzani dispose de semouleries en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Ile-de-France. Viennent ensuite Pastacorp (propriétaire de la marque de pâtes sèches Lustucru) avec la semoulerie de Normandie puis Alpina Savoie (plus ancien semoulier-pastier français) situé à Chambéry dans les Alpes et qui fait partie de Galapagos, groupe spécialisé dans la biscuiterie et la pâtisserie industrielle.

La production nationale est estimée à 1,7 Mt en 2014. Les besoins de la semoulerie française s'avèrent relativement stables et avoisinent les 0,6 Mt. Ils sont limités à la fabrication de pâtes alimentaires et à quelques autres produits à base de blé dur (couscous, semoule en l'état). L'essentiel de la production de blé dur français est soit expédié vers les autres Etats membres de l'UE (principalement l'Italie), soit vers les pays tiers (Algérie).

La quantité de semoule produite est d'un peu moins de 0,5 Mt dont 78 % destiné à la fabrication de pâtes alimentaires et de couscous.

En 2014, un peu plus de 0,2 Mt de pâtes ont été produites en France. La consommation intérieure est telle que près de 0,3 Mt supplémentaires ont dû être importées (principalement d'Italie).

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

La référence retenue comme **prix du blé dur à la première mise en marché pour l'industrie nationale de la semoulerie** est, faute de mieux, la cotation « *rendu Port-La-Nouvelle* » (source : presse spécialisée « *La Dépêche* »). **Cette référence présente pour notre objet certains inconvénients :**

- il s'agit d'un prix « *local* », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales,
- et le produit coté n'est pas intégralement destiné à la semoulerie française.

Dans le cadre de l'action 32 du contrat de filière, l'observatoire est chargé d'animer la réflexion sur la mise en place d'une référence adaptée au suivi des prix d'approvisionnement des industriels français en blé dur. La fédération industrielle du secteur (SIFPAF-CFSI) a récemment présenté des propositions en la matière : mise en place d'un indice prenant en compte les cotations françaises et canadiennes et l'évolution du coût fret pour la ressource importée. Ces propositions devront être examinées par l'ensemble des maillons de la filière, grande distribution notamment. Un tel indice d'évolution du coût de la matière première pour les industriels pouvant être utilisé dans les dispositions prévues par l'article L441-8 du code de commerce (Encadré 5).

Encadré 5

La clause de renégociation des contrats portant sur la vente de produits alimentaires

Article L441-8. du code de commerce (extraits)

« Les contrats d'une durée d'exécution supérieure à trois mois portant sur la vente des produits figurant sur la liste prévue au deuxième alinéa de l'article L. 442-9, complétée, le cas échéant, par décret, dont les prix de production sont significativement affectés par des fluctuations des prix des matières premières agricoles et alimentaires comportent une clause relative aux modalités de renégociation du prix permettant de prendre en compte ces fluctuations à la hausse comme à la baisse.

Cette clause, définie par les parties, précise les conditions de déclenchement de la renégociation et fait référence à un ou plusieurs indices publics des prix des produits agricoles ou alimentaires. Des accords interprofessionnels ainsi que l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires peuvent proposer, en tant que de besoin et pour les produits qu'ils visent, des indices publics qui peuvent être utilisés par les parties, ainsi que les modalités de leur utilisation permettant de caractériser le déclenchement de la renégociation. »

La très forte concentration des opérateurs conduit à ne pas diffuser d'information trop précise sur les prix moyens sortie usine des différentes catégories de pâtes, en niveau (€). Les acteurs du secteur sont confrontés en outre à une forte concurrence étrangère (italienne) dans l'approvisionnement des GMS. Cependant, l'INSEE relève les éléments nécessaires à l'établissement de l'indice mensuel du prix des pâtes alimentaires sortie usine, indice diffusé sur le site internet de l'institut et utilisé dans certaines analyses de ce rapport.

Au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer ne dispose pas de données mensuelles de panels pour établir des prix moyens de différentes catégories de pâtes. Mais l'INSEE diffuse le **prix moyen mensuel au détail des pâtes alimentaires « supérieures », en paquet de 500 grammes, tous circuits de vente confondu**s. C'est donc cette donnée de prix au détail qui a été retenue pour les travaux de l'observatoire. Bien qu'il s'agisse d'un agrégat assez large, il ne s'agit pas de l'ensemble pondéré toutes catégories de pâtes alimentaires, tel qu'il pourrait être appréhendé à partir de données de panels de distributeurs, par exemple. Un tel ensemble pourrait présenter des prix moyens inférieurs à ceux de la référence retenue.

Faute d'utilisation de données de prix sortie usine en niveau, sur les représentations graphiques suivantes décomposant le prix au détail, on s'en tient à une approche en termes de « *marge brute agrégée industrie-distribution* ». Par ailleurs, cette marge brute agrégée mensuelle est calculée sur la base des prix moyens du blé dur (avec une référence correspondant mal au coût d'achat par l'industrie nationale, comme vu plus haut) et des pâtes au détail observés sur le même mois, sans

prise en compte des décalages découlant du caractère stockable de la matière première, ni des outils de lissage des variations de coût en matière première susceptibles d'être utilisés par les industriels.

Enfin, signalons que le poids des importations de pâtes alimentaires (60% de la consommation) et l'impossibilité, dans les sources utilisées, de différencier les prix au détail par origine, rend l'estimation de cette « *marge agrégée* » sur matière première ationale (blé dur produit en France) assez approximative.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX AU DÉTAIL TOUS CIRCUITS DES PÂTES ALIMENTAIRES

Le calcul de la part de la matière première blé dur dans les pâtes s'appuie sur les coefficients techniques détaillés dans l'édition 2013 du rapport de l'observatoire.

De 2005 à fin 2014, le prix moyen mensuel au détail des pâtes supérieures tous circuits passe de 1,46 € / kg à 1,50 € / kg, via des pics d'environ 1,80 € / kg en 2008. Le prix au détail semble répercuter les phases de hausse importante de la matière première observées lors du deuxième semestre 2007 et lors du premier semestre 2008 puis, à nouveau lors de l'été 2010 et de l'hiver 2011. La forte augmentation du prix du blé dur constatée depuis juillet 2014, consécutive au recul des surfaces, à la baisse des rendements dans les grands pays producteurs (dont Canada) et à un déficit qualitatif de l'offre (due à l'humidité estivale³⁹) ne s'est pas (encore) répercutée au niveau du prix au détail.

Après la flambée du prix du blé dur de 2007-2008, la hausse du prix au détail avait permis d'améliorer la marge agrégée de l'aval en 2008 et de la faire progresser encore en 2009, sous l'effet de l'évolution retardée du prix des pâtes par rapport à celui du blé dur.

Entre 2009 et 2011, la marge agrégée de l'aval tendait à diminuer pour retrouver un niveau proche de 2006, sous l'effet d'une nouvelle progression sensible des prix du blé dur en 2010-2011.

Après deux années de quasi-stabilité, la marge agrégée recule de nouveau en 2014 au point de se rapprocher du niveau de 2007. L'impact de la hausse de la matière première sur le prix au détail paraît ainsi nettement amorti ; elle est également différée.

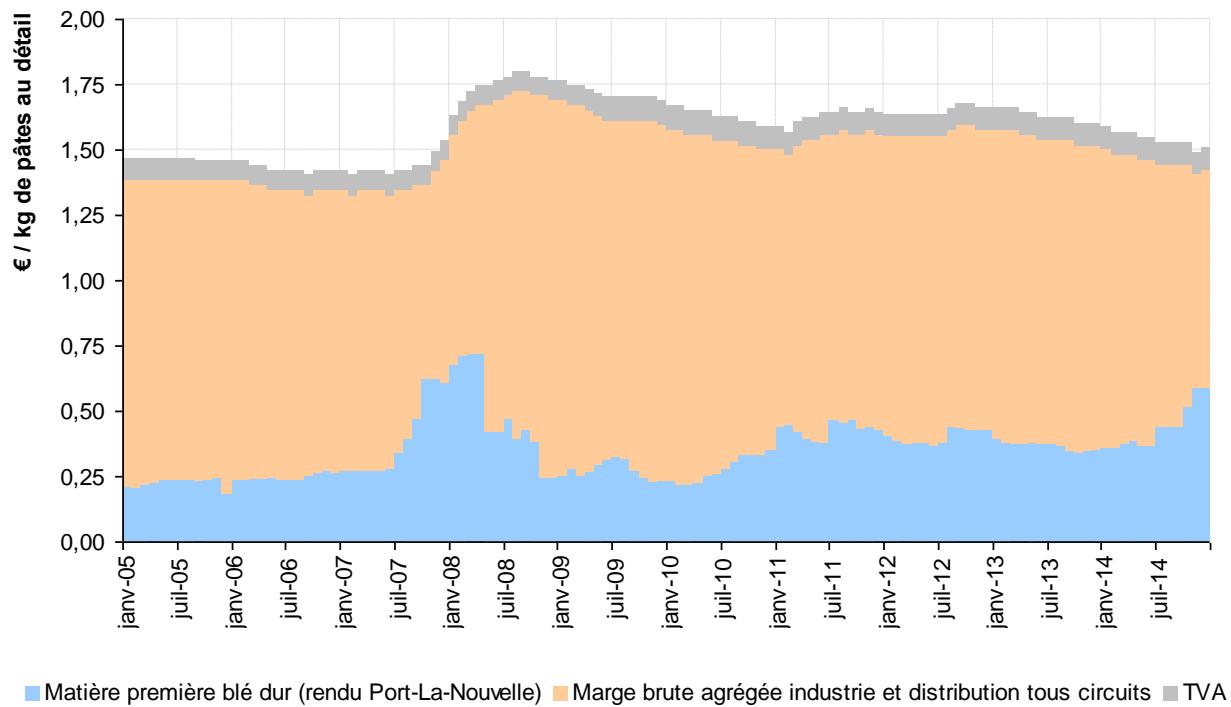
On rappelle que cette « *marge agrégée* » couvre les charges et bénéfices de l'ensemble de l'aval de la filière : industrie de la semoulerie et de la pasterie, commerce inter-entreprise, commerce de détail. La nature et l'évolution de ces charges seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de la présentation des comptes de l'industrie de la semoulerie et des pâtes alimentaires.

Le poids de la matière première dans la valeur du produit fini était, avec un taux proche des 20%, déjà relativement important avant l'irruption de la « *volatilité à la hausse* » des prix du blé dur (Graphique 148). Cette incidence de la matière première dans le prix au détail culmine à plus de 43% à fin 2007 et se situe entre 20% et 30% les années suivantes, jusqu'en août 2014. Depuis, le poids du prix du blé dur dans la valeur des pâtes alimentaires n'a cessé d'augmenter au point de se rapprocher des niveaux de 2007 (41%). Notons que ces taux sont calculés en rapportant les prix du blé dur et des pâtes aux mêmes mois, donc sans tenir compte des effets de lissage qui peuvent résulter du recours, par les industriels, à des instruments de protection contre les variations brusques des cours, ou à la mobilisation de stocks.

³⁹ L'humidité en période de maturation peut provoquer un début de germination de grains sur pied, affectant le rendement en semoule.

Graphique 146

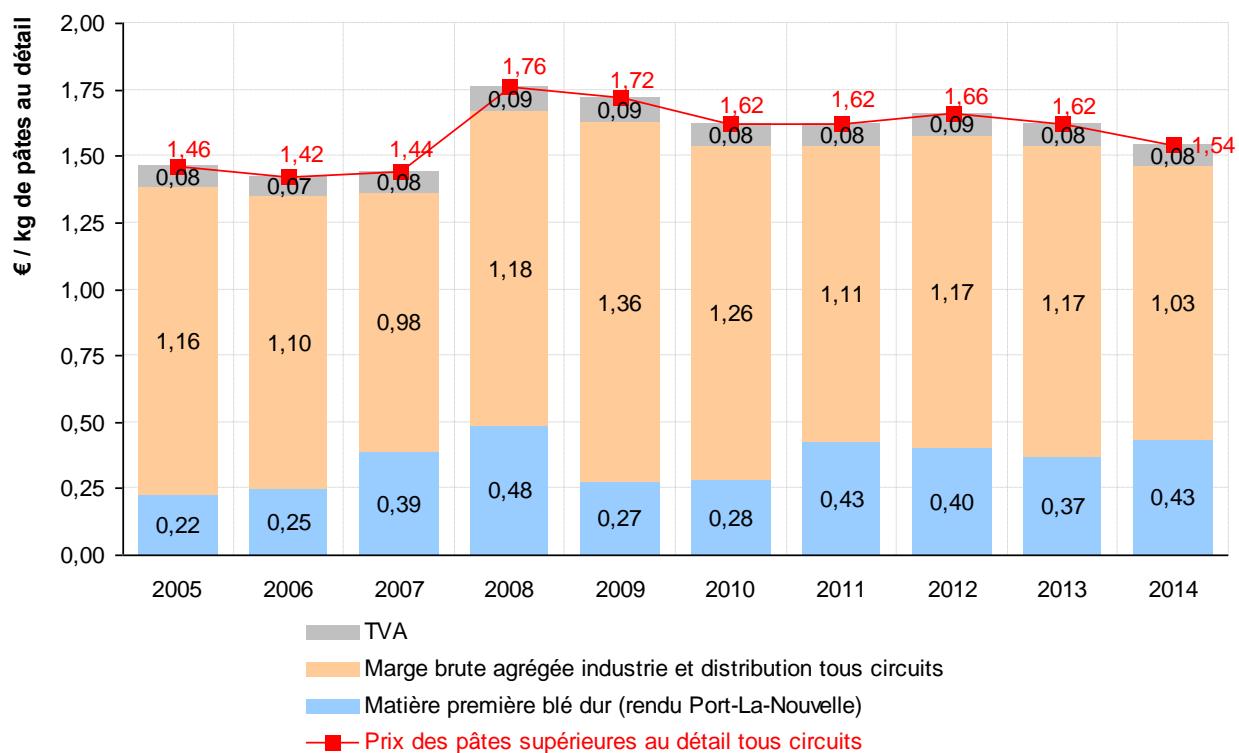
Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée des collecteurs, de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, INSEE

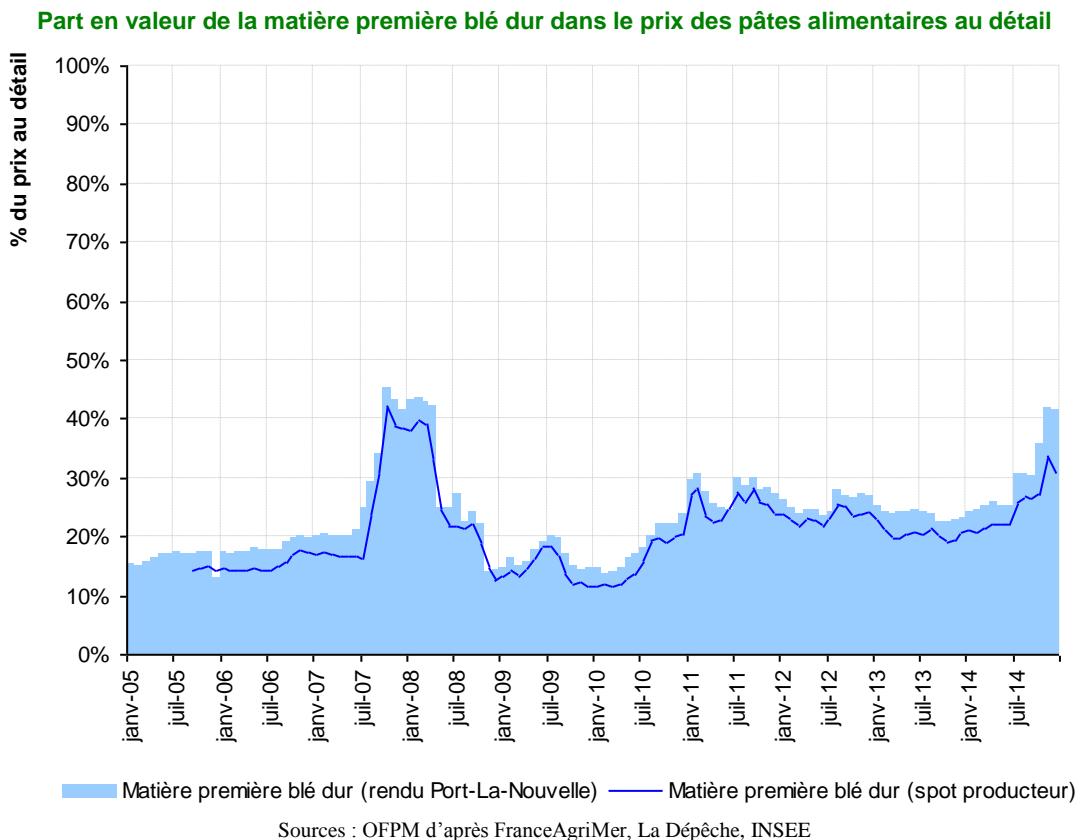
Graphique 147

Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée des collecteurs, de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, INSEE

Graphique 148



4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLÉ DUR – PÂTES ALIMENTAIRES

- a) Le Graphique 149 met en relation l'indice de prix du blé dur et les indices de prix observé et « simulé » des pâtes dans l'industrie (référence : indice de prix de production dans l'industrie des pâtes non préparées) ;
- b) Le Graphique 150 met en relation le prix (en niveau) du blé dur (référence « rendu Port-La Nouvelle ») et les prix (en niveau) observé et « simulé » des pâtes au détail (référence « pâtes supérieures tous circuits en 500 g », INSEE).

Ces prix simulés sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge brute de l'industrie (a) ou de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2005, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation. La période de référence retenue est l'année 2005. Le prix simulé des pâtes sortie usine (a) ou au détail (b) à une date donnée P_{St} est égal à la marge brute de référence de l'industrie (a) ou de l'ensemble de l'aval (b) MB_R ajoutée au coût en matière première à la date t , C_t :

$$P_{St} = MB_R + C_t$$

La marge brute de référence MB_R est la différence entre le prix du produit (pâtes au détail ou pâtes sortie usine) en période de référence, P_0 , moins le coût en matière première à cette même période C_0 , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'IPC entre la période de référence et la date en cours (rapport IPC_t sur IPC_0) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût en matière première C_t est égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix du blé (rapport p_t sur p_0) :

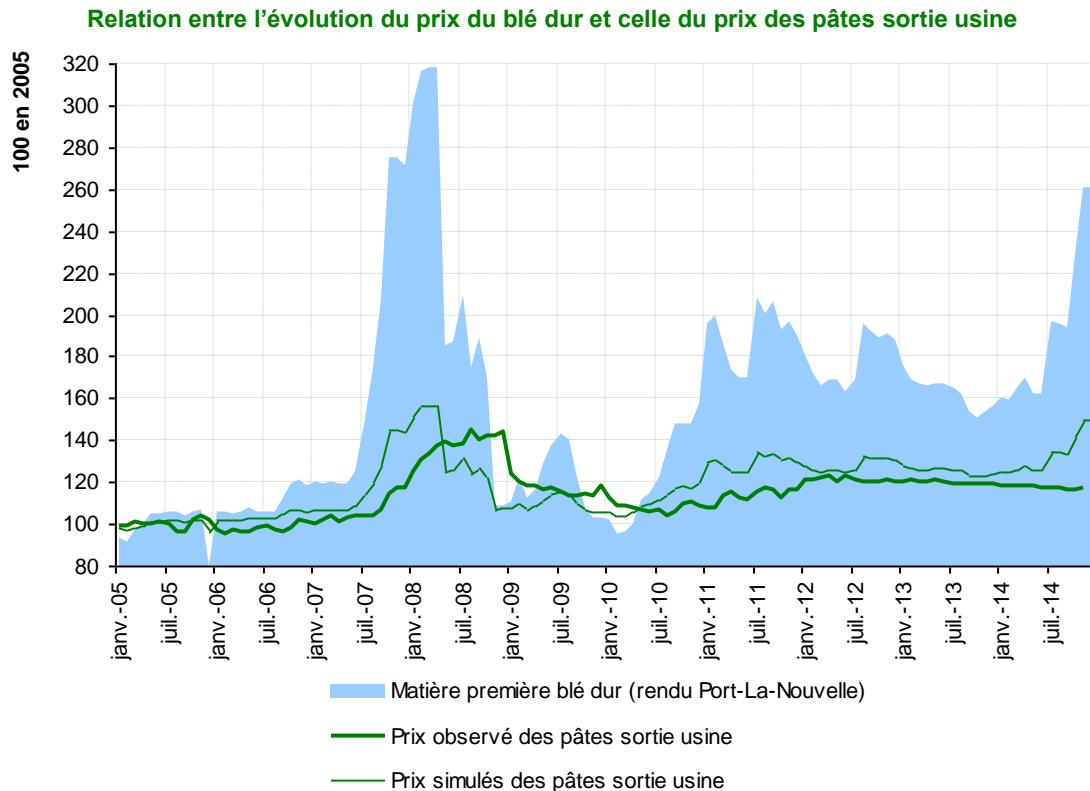
$$C_t = C_0 \frac{p_t}{p_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

$$P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left(\frac{p_t}{p_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

Il est important de souligner que cette approche, comme la précédente (partie 3.), est fondée sur une décomposition du prix du produit à la date t en marges brutes ajoutées à la valeur de la matière première mesurée par son prix à la même date t . Cette approche « *au coût de remplacement* » ne tient pas compte des durées de stockage des produits, de la longueur des contrats d'approvisionnement et des outils de couverture du risque-prix éventuellement utilisés par les opérateurs, qui entraînent des décalages entre les dates de valeur du produit et de sa matière première⁴⁰.

⁴⁰ Seule une analyse fondée sur des comptabilités détaillées d'entreprises, évidemment trop lourde à réaliser, pourrait prendre exactement en compte ces décalages. A défaut, l'approche précédente pourrait être affinée (mais sans garantie d'un réel gain de précision) par l'introduction de paramètres de retards moyens.

Graphique 149



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, INSEE

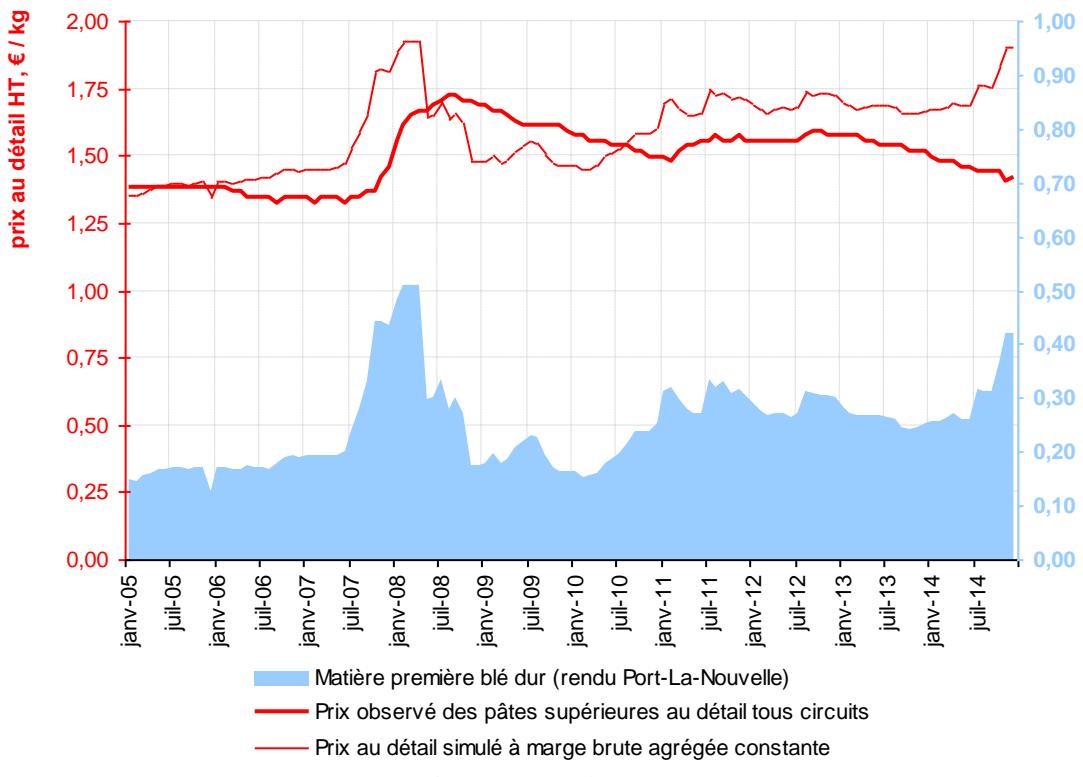
Sur le Graphique 149 ci-dessus, en indices, on constate que le prix des pâtes sortie usine reproduit de façon amortie et avec un décalage les variations de prix du blé dur. Cet « *amortissement* » des fluctuations de prix de la matière première est toutefois moins important que celui observé en filière blé tendre-farine ; la quasi absence de dispositif de couverture du risque-prix pour les industriels de la semoulerie rend les transmissions de prix plus directes.

La hausse du prix du blé dur au deuxième semestre 2014 apparaît ainsi sans influence sur le prix des pâtes sortie usine, en baisse à la même période et inférieur au prix simulé.

Sur le Graphique 150, page suivante, le prix observé des pâtes au détail (du moins de celles de la référence utilisée) paraît se déconnecter nettement, - et à la baisse -, de son évolution simulée, avec des tendances divergentes depuis juillet 2013. Le prix moyen au détail de la référence suivie par l'INSEE est en effet en baisse depuis cette date, alors qu'il devrait augmenter s'il devait assurer à la filière une marge globale maintenue, inflation comprise, au niveau observé en 2005. Les délais de transmission des variations des prix du blé dur, la concurrence entre enseignes sur les prix au détail et, à plus long terme, d'éventuels gains de productivité, peuvent expliquer cette situation.

Graphique 150

Relation entre l'évolution du prix du blé dur et celle du prix des pâtes au détail



5. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ DUR ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ DUR

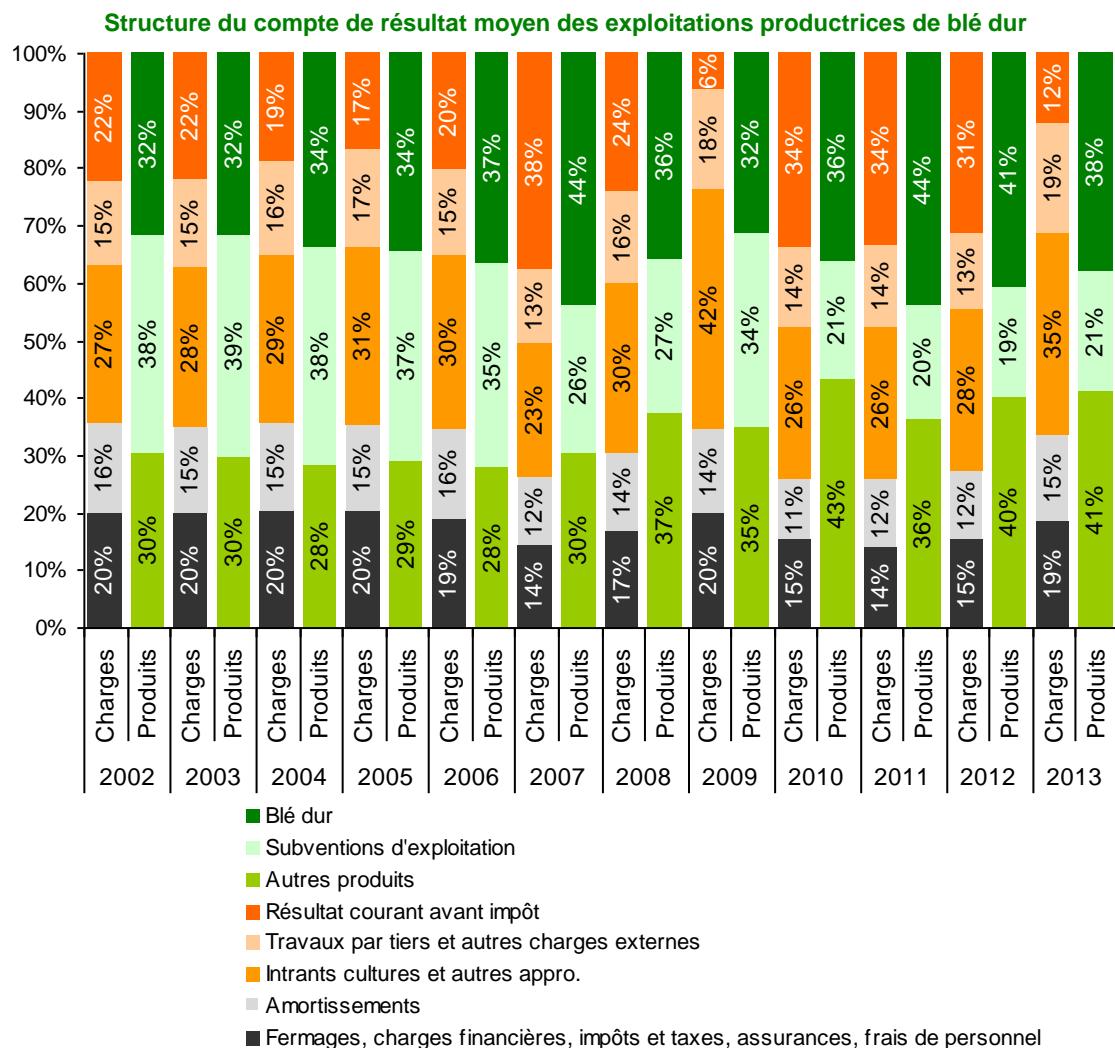
5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur

L'échantillon des exploitations productrices de blé dur, issu du RICA, est constitué de 26 à 50 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 1 339 à 2 190 exploitations, réalisant 19,86 % de la production annuelle de blé dur (Statistique Agricole Annuelle 2013, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé dur constitue, selon les années, de 47 % à 60 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 6 % à 38 % (Graphique 151). Il passe de 31 % des produits en 2012 à 12 % en 2013. L'ensemble des charges se contractent (en valeur), sauf les travaux par tiers et autres charges externes, mais cette diminution ne suffit pas à compenser des produits en très forte baisse (en valeur), qu'il s'agisse du blé dur (- 33 %), des autres produits (- 27 %) ou des subventions d'exploitation (- 23 %).

Le résultat courant avant impôt (en valeur) par unité de travail annuel non salarié passe de 45 800 € en 2012 à 13 400 € en 2013 (Graphique 152).

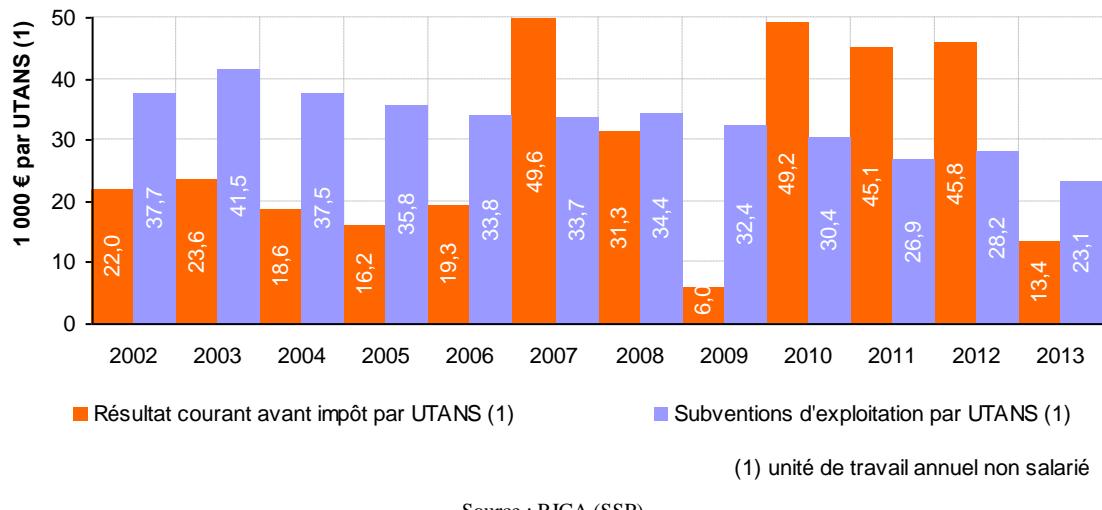
Graphique 151



Source : RICA (SSP)

Graphique 152

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé dur



Source : RICA (SSP)

Les résultats précédents doivent être considérés avec prudence, compte tenu des conditions de constitution de l'échantillon :

- l'effectif des exploitations retenues pour définir la sous-population d'étude est réduit,
- le degré de spécialisation est inférieur à 60 %, quelque soit l'année considérée,

Il est à noter également que les rendements à l'hectare de l'échantillon (de 46,3 q/ha à 63,6 q/ha selon les années) sont significativement supérieurs à ceux relevés par la Statistique Agricole Annuelle ; certains polyculteurs, notamment en région Sud-Est, sont écartés de la sous-population car trop peu spécialisés dans la production de blé dur.

5.2. Coût de production du blé dur

L'observatoire de la formation des prix et des marges ne dispose pas de données relatives au coût de production du blé dur.

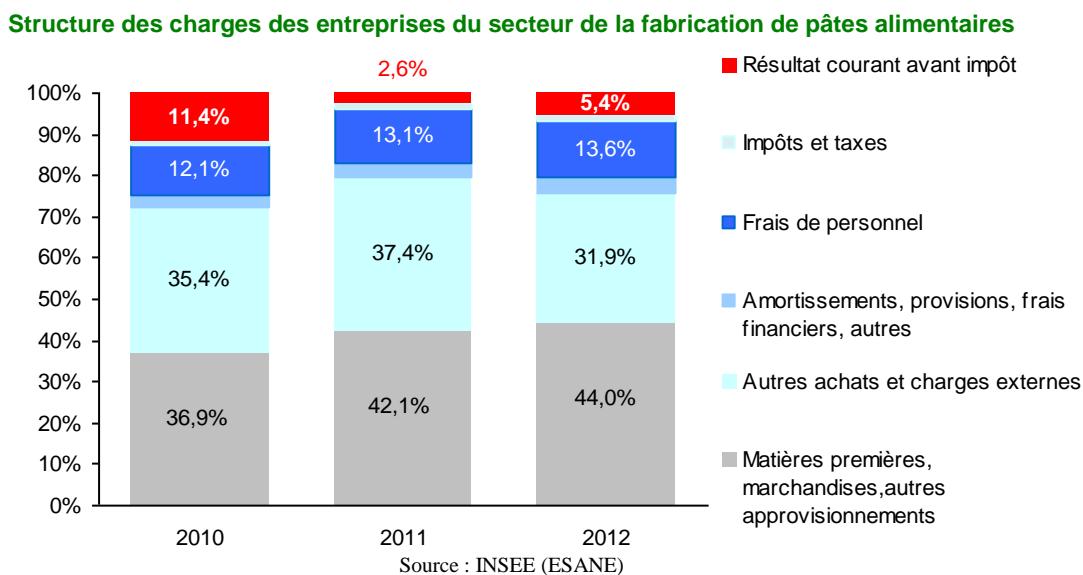
6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires

Les comptes des entreprises qui fabriquent des pâtes alimentaires sont caractérisés par le poids relativement important des charges en matières premières, augmentant tout au long de la période étudiée.

Les comptes de source ESANE au-delà de 2012 ne sont pas encore disponibles. Les évolutions comparées des indices de prix du blé dur et des pâtes sortie usine en 2013 permettent de supposer que la marge brute moyenne (sinon le résultat courant) du secteur s'est améliorée cette année-là. En 2014, la forte hausse du blé dur au deuxième semestre n'a pas encore été transmise dans les prix des pâtes sortie usine, avec des conséquences probablement négatives sur la marge et le résultat courant.

Graphique 153



7. COMPTE DES RAYONS ÉPICERIE SALÉE DES GMS

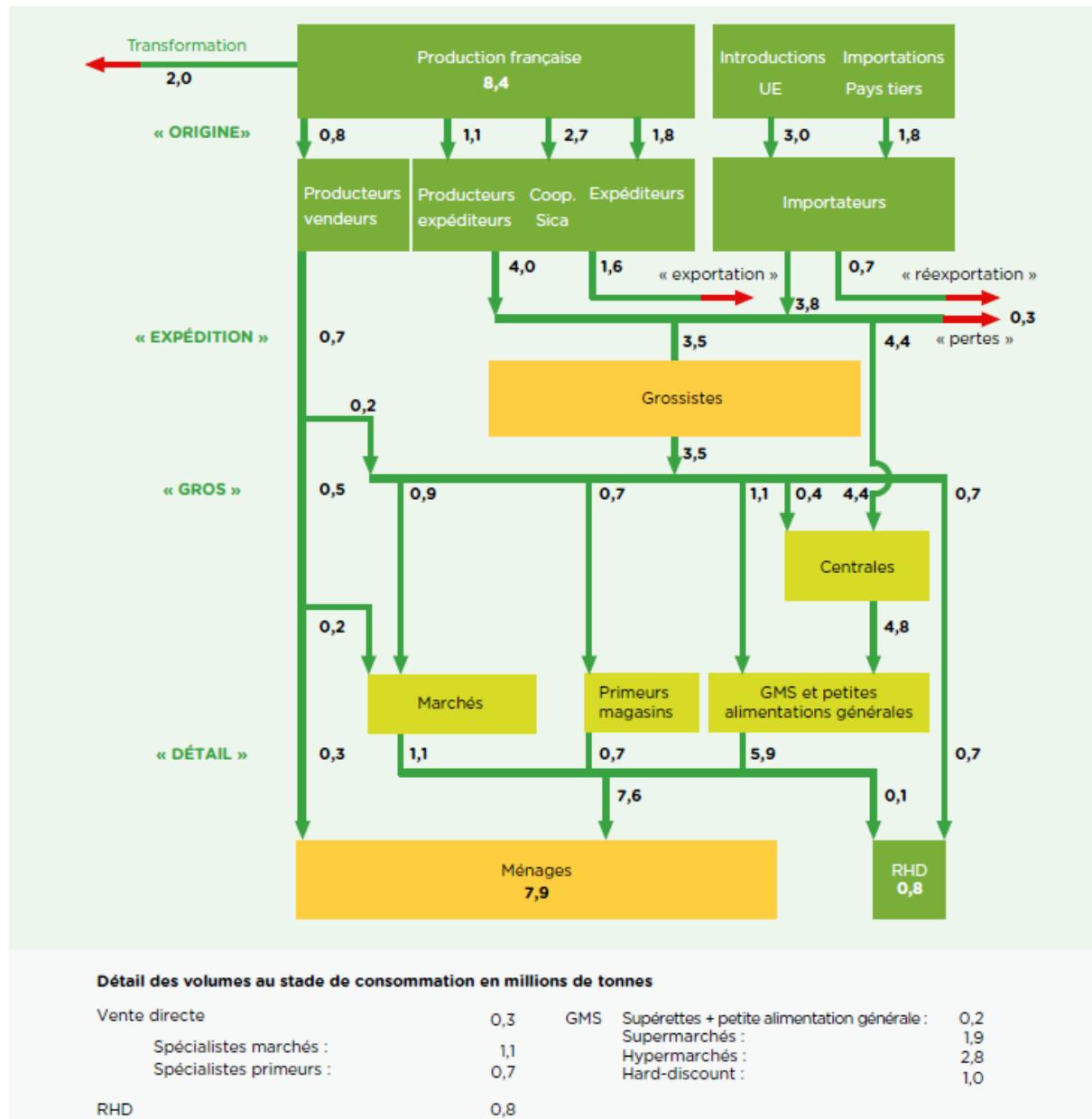
Les pâtes alimentaires sont vendues dans le rayon épicerie salée des GMS. Compte tenu de la grande diversité des articles de ce rayon (conserves, riz, soupes, condiments et sauces...), il n'a pas été jugé opportun d'en présenter les comptes dès lors que le seul produit suivi par l'observatoire dans ce rayon ne représente qu'environ 10% de son chiffre d'affaires d'après Kantar Worldpanel.

Section 10 – Fruits et légumes

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES FRUITS ET LÉGUMES

Schéma 19

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France
en millions de tonnes - Année 2012



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).
CTIFL-Infos, janvier 2014. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (CTIFL) élabore un « *diagramme de la distribution des fruits et des légumes* » reproduit ci-dessus (en tonnages) et en page suivante (en valeur), détaillé dans : http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/doc_filiere/DiagrammeDistribution2012.pdf, [HUTIN, 2014].

Ce diagramme identifie les grandes fonctions intervenant dans l'approvisionnement du consommateur, depuis la production agricole jusqu'aux deux grands modes de consommation : dans les foyers (« *ménage* », sur les schémas) et hors domicile (RHD). Les achats par les ménages représentent encore plus de 90 % de la consommation totale, tant en volume qu'en valeur.

Au niveau du commerce de détail, trois types de points de vente distribuent les fruits et les légumes frais : les marchés (couverts, « *de plein vent* »...), les détaillants spécialisés en fruits et légumes et les magasins d'alimentation générale, de type GMS et supérettes, où se réalise environ 75 % des achats de fruits et de légumes des ménages, tant en volume qu'en valeur.

L'observatoire de la formation des prix et des marges a choisi de suivre le circuit aboutissant en GMS (hypermarchés, supermarchés, hors maxidiscompteurs et supérettes), lesquelles distribuent environ 60 % des fruits et des légumes achetés par les ménages. Les prix de détail observés sont les prix pratiqués dans ces GMS.

Les points de vente au détail sont principalement approvisionnés, selon leur nature, par des grossistes ou par les centrales d'achats de la grande distribution.

En amont des grossistes et des centrales se situent les opérateurs de la 1^{ère} mise en marché des fruits et des légumes. Cette fonction n'est que partiellement assurée par des producteurs agricoles eux-mêmes (producteurs vendeurs directs, producteurs-expéditeurs) : pour 70 % de la production nationale (en volume) non destinée à la transformation, la 1^{ère} mise en marché est réalisée par des entreprises « *d'expédition* », privées ou de type coopérative agricole.

Ces expéditeurs relèvent du secteur du commerce de gros mais assurent ici les fonctions de regroupement de l'offre agricole, de tri, calibrage et conditionnement ; ils réalisent la négociation avec les grossistes ou les centrales d'achats et rémunèrent les producteurs agricoles sur la base du prix ainsi obtenu, déduction faite des coûts afférents aux fonctions précitées (à couvrir par la marge brute de l'expéditeur).

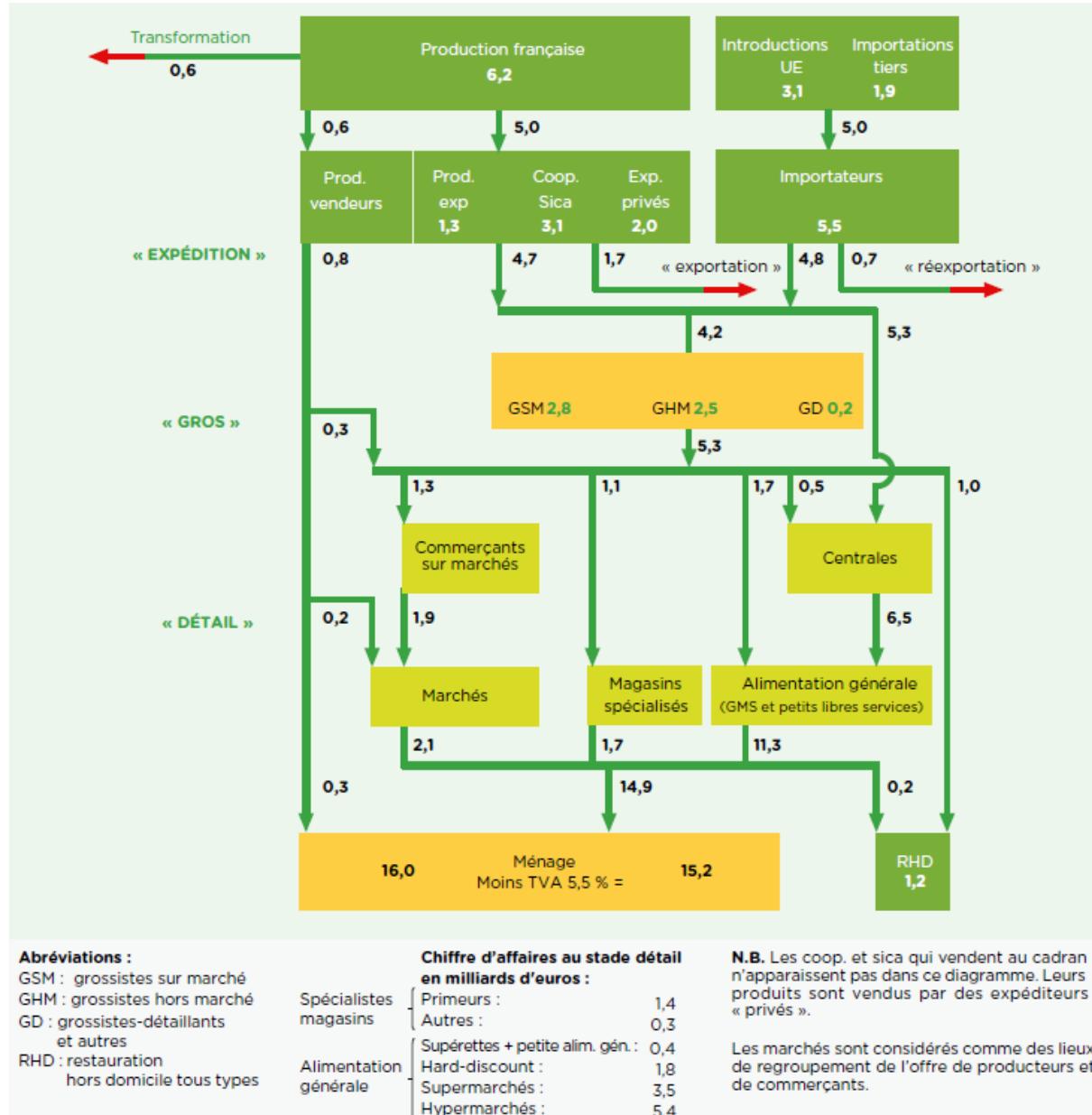
L'observatoire de la formation des prix et des marges a retenu le stade « *expédition* » comme point d'observation des prix à la première mise en marché : les prix suivis, connus par les cotations à l'expédition, ne sont donc pas des prix à la production agricole car ils intègrent la marge brute de l'expéditeur.

Ainsi, le circuit des fruits et des légumes frais pris en compte par l'observatoire est celui qui part des expéditeurs pour aboutir, directement ou via les centrales d'achats ou parfois les grossistes, en GMS.

On note que les importations fournissent 40 % de la ressource en tonnage et 45 % en valeur. Le Réseau des nouvelles des marchés suit les prix à la première mise en marché de plusieurs fruits et légumes importés (prix de vente des importateurs aux grossistes et centrales) et leurs prix en GMS : ces informations peuvent être mobilisés en tant que de besoin par l'observatoire.

Schéma 20

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France
en milliards d'€ hors TVA - Année 2012



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).
CTIFL-Infos, janvier 2014. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 1 du rapport 2012. On présente cependant de façon plus détaillée (paragraphe 2.3.) une nouvelle approche synthétique des prix et des marges en fruits et en légumes, fondée sur le suivi d'un panier saisonnier de produits (panier fruits, panier légumes).

2.1. Données de prix

En filière fruits et légumes, la **première mise en marché** est aujourd'hui rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes, mais plutôt d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet des « *cotations à l'expédition* » du Réseau des nouvelles des marchés (FranceAgriMer, DRAAF), enquêtes sur les prix des marchandises dites « *logées départ* », triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite. Pour chaque fruit ou légume étudié, les données de base sont les cotations à l'expédition des différents articles ou libellés (variété, calibre, origine, conditionnement...) correspondant au produit.

La source des **prix au détail** utilisée par l'observatoire est constituée par les relevés hebdomadaires de prix réalisés par le Réseau des nouvelles des marchés dans les rayons fruits et légumes d'un panel de 150 GMS représentatif, au niveau national, des enseignes, des types de magasins (hypermarchés, supermarchés) et des grandes classes de surface de vente ; les magasins sélectionnés sont en outre répartis sur le territoire entre grandes régions, en fonction de la population.

2.2. L'indicateur de marge brute de la grande distribution en fruits et légumes

L'indicateur hebdomadaire de marge brute d'un fruit ou d'un légume suivi par l'observatoire est la différence entre le prix moyen hors TVA du produit, issu des relevés en GMS effectués dans la semaine considérée, et la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine, pour un produit ou un panier de produits homogènes à l'expédition et au détail.

Il s'agit donc d'un solde devant couvrir des coûts de distribution depuis l'expédition jusqu'à la mise à disposition de l'acheteur final en GMS et contribuer au résultat net de l'enseigne (et des grossistes éventuels).

Cette marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près⁴¹, à la marge commerciale unitaire de la grande distribution considérée dans son ensemble (centrales d'achat, plates-formes logistiques des enseignes et magasins), dans le cas d'un circuit court entre expéditeur et GMS.

Elle peut également intégrer la marge commerciale des grossistes, dans le cas où le circuit d'approvisionnement des GMS emprunte cette voie, soit, d'après les données des schémas précédents, environ 25 % des tonnages des fruits et légumes commercialisés en « *GMS et supérettes* ».

2.3. Le panier Fruits et le panier Légumes de l'observatoire

Ces deux paniers sont composés de produits français (fruits métropolitains et banane antillaise, légumes frais hors pomme de terre - qui n'est pas considéré comme un légume frais - et hors importations) dans des proportions correspondant à la structure moyenne de consommation saisonnière de ces produits.

Ces proportions varient donc au cours de l'année, de semaine en semaine, mais elles ont été fixées pour une même semaine calendaire : par exemple, le poids d'un produit donné dans le panier en

⁴¹ Voir chapitre 2. D'après les enquêtes réalisées par l'OFPM auprès des enseignes de GMS en 2011, les pertes en rayon Fruits et Légumes (casse, démarque inconnue) seraient de l'ordre de 5 % des quantités achetées. Cette estimation devant être affinée, elle n'a pas été utilisée dans les calculs présentés dans cette partie.

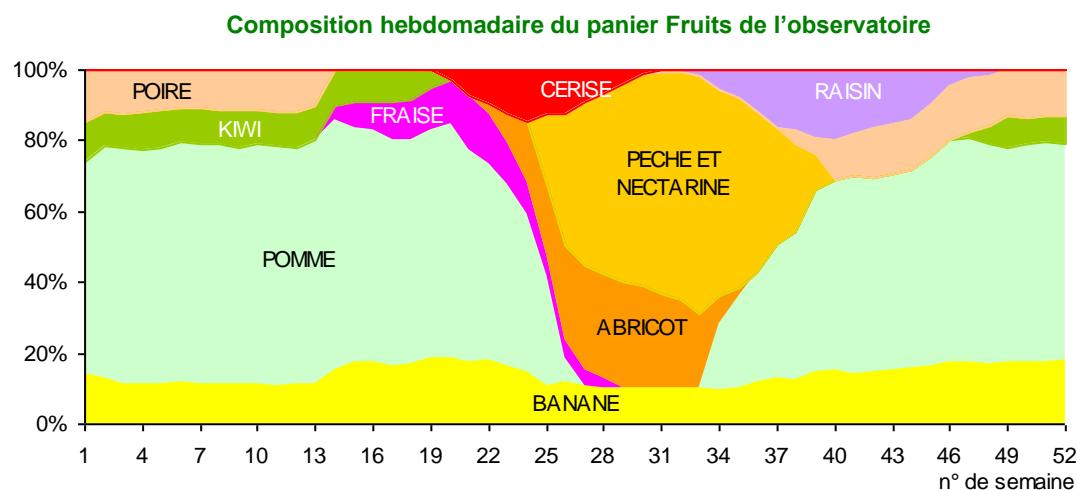
semaine n°4 est la même quelle que soit l'année et est égal à la moyenne des poids observés pour ce produit dans les semaines n° 4 de 2008 à 2012.

Les proportions ont été calculées sur la base des quantités achetées chaque semaine en fruits et en légumes par les ménages du panel consommateur Kantar Worldpanel, corrigées pour ne tenir compte que des achats de produits français. Elles dépendent également des périodes de cotation (pleine campagne pour les produits peu ou pas présents à certaines périodes de l'année).

Les données du panel ne distinguant pas les produits selon leur origine, cette correction a été réalisée en considérant les dates de début et de fin de campagne habituelles de chaque produit français, et en excluant (ou en minorant) les volumes achetés en dehors de cette période, censés être pour l'essentiel des volumes importés. Les fruits ou les légumes très faiblement consommés sont en outre exclus des paniers.

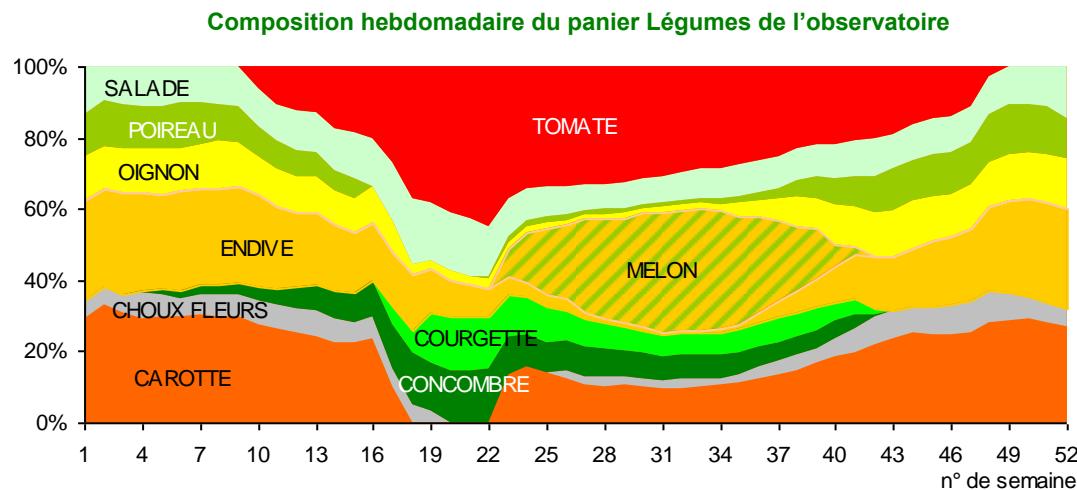
Cette approche en termes de panier saisonnier constant permet, pour une même saison, de suivre l'évolution du prix du panier résultant des seules variations de prix des produits qui le constituent.

Graphique 154



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 155



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

3. DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES FRUITS ET LÉGUMES

3.1. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Fruits

La [Lettre de l'Observatoire de la formation des prix et des marges, numéro 6-1 \(février 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de fruits défini par l'observatoire.

La relation de longue période entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 156) a tendance à être fortement linéaire sur la période étudiée (2008-2014), elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 1,5 \text{ prix expédition} + 0,5, \text{ avec } R^2 = 0,9.$$

Le paramètre 1,5 de cette relation linéaire s'avère significativement supérieur à 1 à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,5 + 0,5 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre positif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à augmenter, et inversement, ce qui **amplifie l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est important, représentant en moyenne 51% du montant de celle-ci.

Les prix à l'expédition et au détail, ainsi que la marge brute, présentent une forte saisonnalité (Graphique 157 et Graphique 158) avec un pic en semaines 26 (fin juin) pour les prix et 24 pour la marge. Ces pics correspondent à une période de prédominance dans le panier de produits (abricot, cerise, fraise) en moyenne plus chers que d'autres fruits (pomme) plus présents aux autres périodes, ou commercialisés en début de campagne avec une offre encore limitée et des prix élevés.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 159), le prix au détail suit de près les variations du prix à l'expédition ; leurs évolutions sont en phase mais en 2012-2013, le prix au détail progresse plus vite que le prix à l'expédition et la marge brute augmente.

3.2. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Légumes

La [Lettre de l'Observatoire de la formation des prix et des marges, numéro 6-2 \(février 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de légumes défini par l'observatoire.

La relation entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 160) a tendance à être linéaire sur la période étudiée, elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 0,91 \text{ prix expédition} + 0,93 \text{ avec } R^2 = 0,8.$$

Le paramètre 0,91 de cette relation linéaire s'avère significativement inférieur à un à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

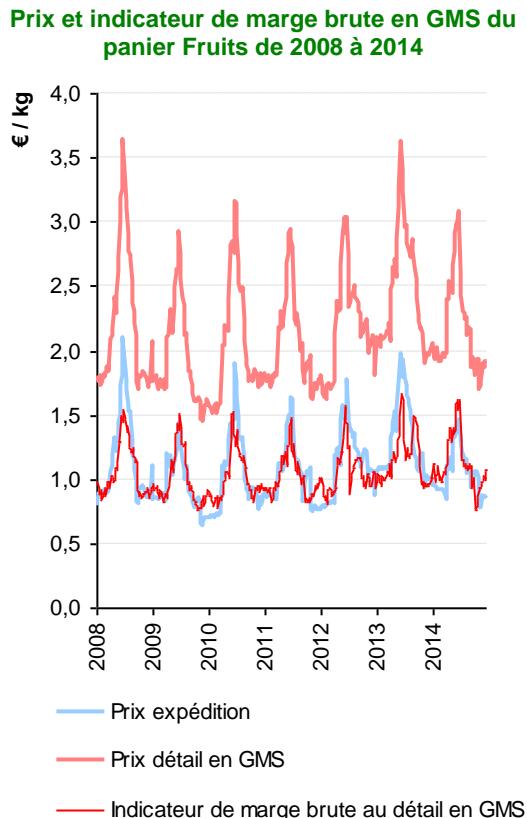
$$\text{marge brute} = 0,93 - 0,09 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre négatif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à diminuer, et inversement, ce qui **atténue l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est toutefois assez faible, représentant en moyenne 7% du montant de celle-ci.

Le prix à l'expédition et au détail présentent une saisonnalité avec deux pics inégaux en semaine 19 et 27, décalés selon les campagnes (Graphique 162), l'indicateur de marge brute présente un profil saisonnier différent (Graphique 161), avec un minimum en semaines 25 à 35, alors que les prix sont plutôt élevés : le prix au détail amortit la hausse du prix à l'expédition.

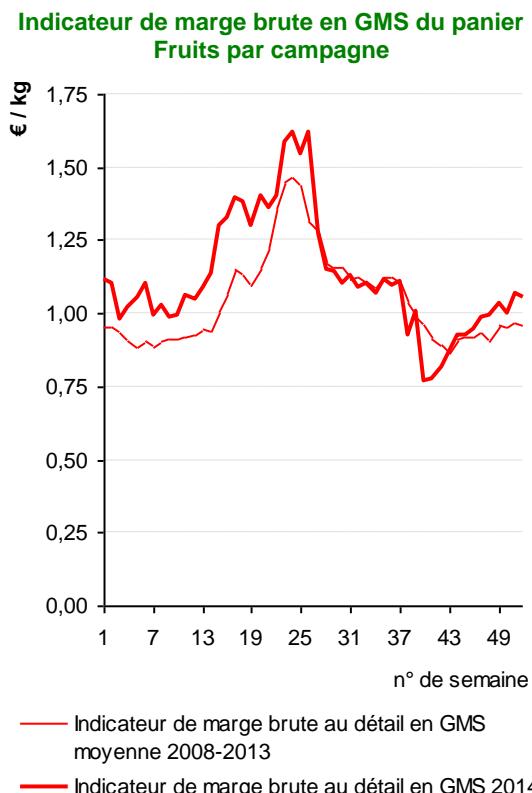
En tendance hors variations saisonnières (Graphique 163), le prix au détail suit d'assez près les variations du prix à l'expédition. Leurs évolutions sont en phase, du moins jusqu'en 2013, où le prix au détail progresse alors que le prix à l'expédition diminue, ce qui entraîne la hausse de la marge brute.

Graphique 156



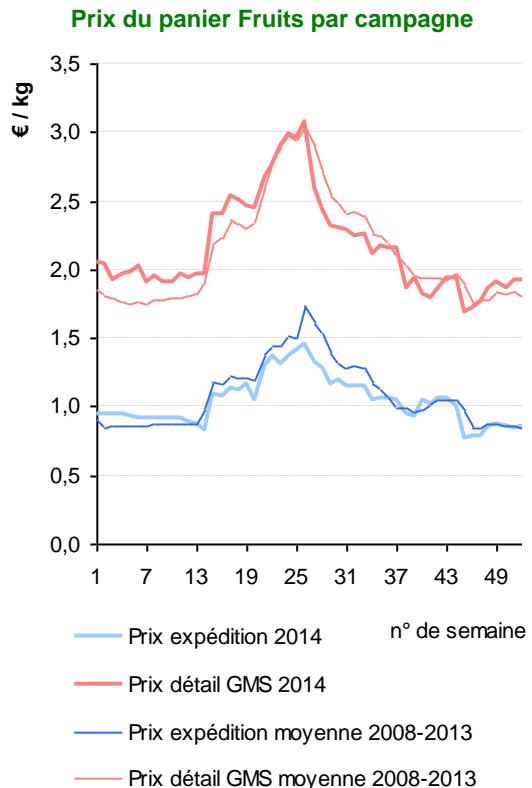
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 157



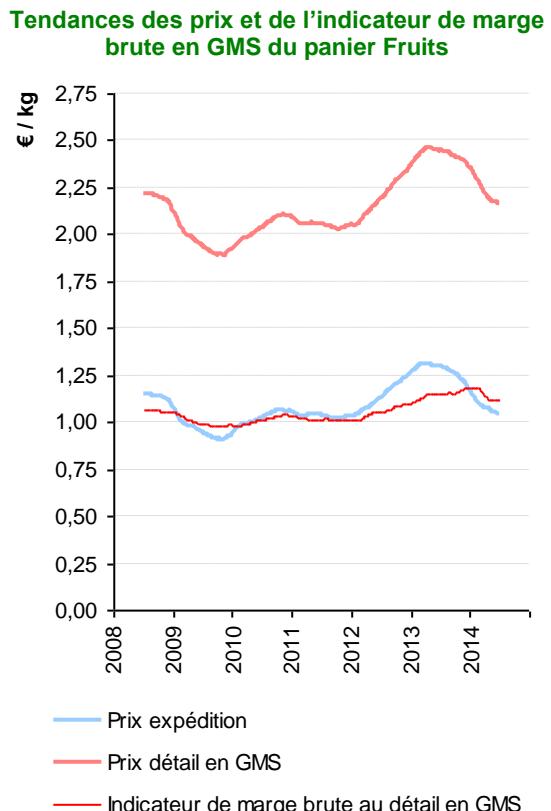
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 158



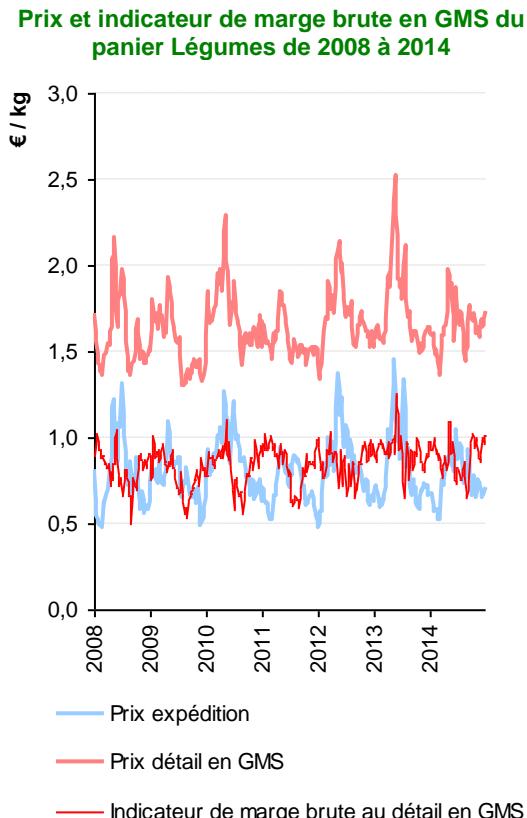
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 159



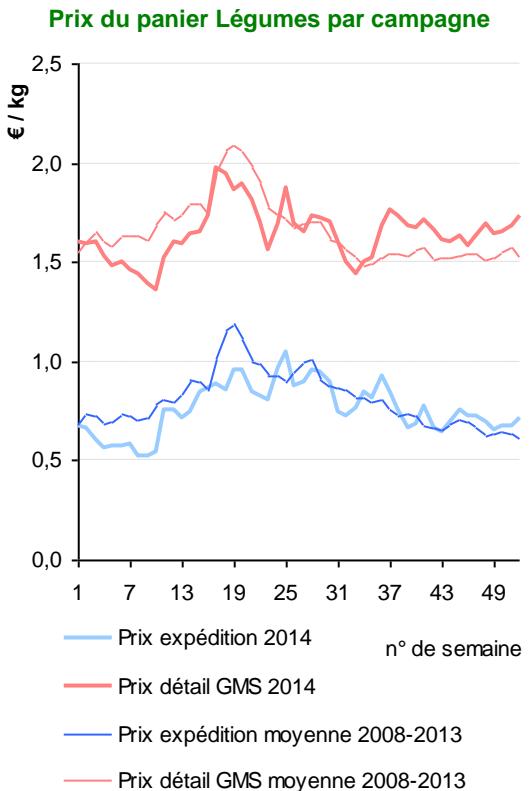
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 160



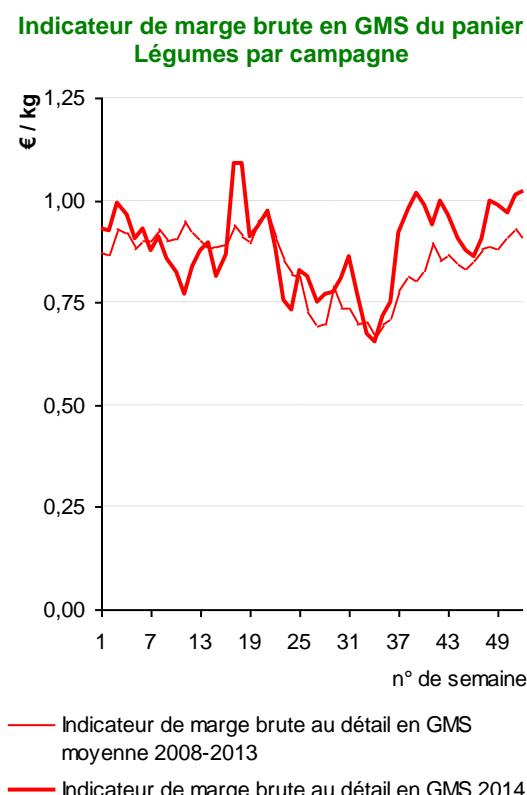
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 162



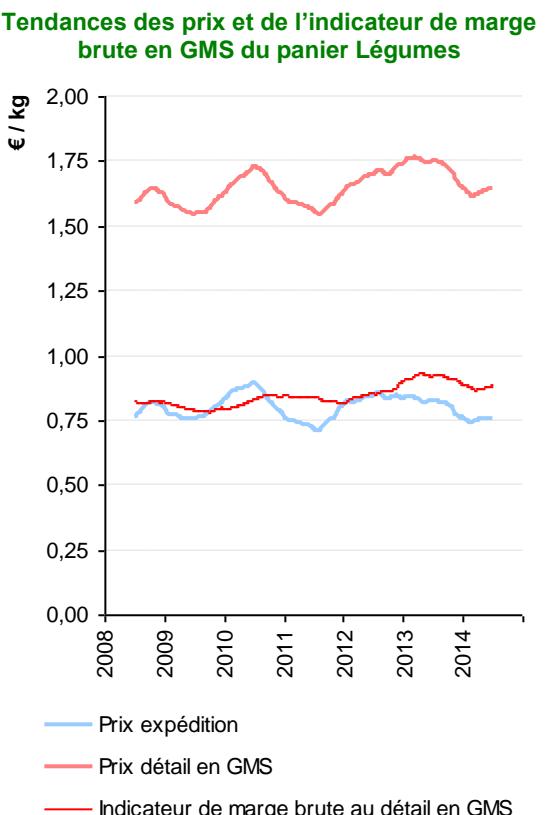
Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 161



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 163



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

3.3. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS de quelques fruits et légumes

On détaille ici le suivi de quatre produits seulement parmi tous ceux suivis par l'observatoire (Cf. site internet www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr) :

- pêche et nectarine (panier des principales variétés) ;
- pomme (panier des principales variétés) ;
- tomate ronde en grappe ;
- carotte.

Pour chaque produit, 5 graphiques sont présentés :

- prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS, indicateur moyen hebdomadaire de marge brute au détail en GMS de la campagne 2000⁴² à la dernière campagne ;
- la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail ;
- prix et indicateur de marge brute en moyenne mobile centrée sur le milieu des campagnes, pour les mêmes périodes que ci-dessus ;
- prix à l'expédition et prix au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne ; campagne précédente, moyenne des 5 campagnes antérieures ;
- indicateur de marge brute au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne, campagne précédente, moyenne des cinq campagnes antérieures.

Tableau 26

Les campagnes de fruits et légumes décrites dans le rapport

| Produit | Dates standard extrêmes de début de campagne et de fin de campagne | Campagnes décrites dans les graphiques |
|------------------------|--|--|
| Pêches et nectarines | de la semaine 22 à la semaine 40 (même année civile) | 2000 à 2014 |
| Pomme | de la semaine 33 à la semaine 32 de l'année civile suivante | 2001-2002 à 2014-2015 |
| Tomate ronde en grappe | de la semaine 10 à la semaine 45 (même année civile) | 2001 à 2014 |
| Carotte | de la semaine 1 à la semaine 52 (même année civile) | 2000 à 2014 |

⁴² Selon les produits, la campagne de production-commercialisation se déroule dans l'année civile ou est à cheval sur deux années civiles, dans ce cas, « campagne 2002 » désigne ici la période 2002-2003. Voir également tableau ci-après.

3.3.1. Pêches et nectarines

Les prix et la marge brute en longue période

Le produit suivi est un panier de pêches et nectarines blanches et jaunes.

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat).

Les variations des prix au détail reproduisent globalement ceux des cours à l'expédition (Graphique 164), de façon toutefois plus lâche que dans le cas d'autres produits (tomate, par exemple).

Une relation linéaire de la forme

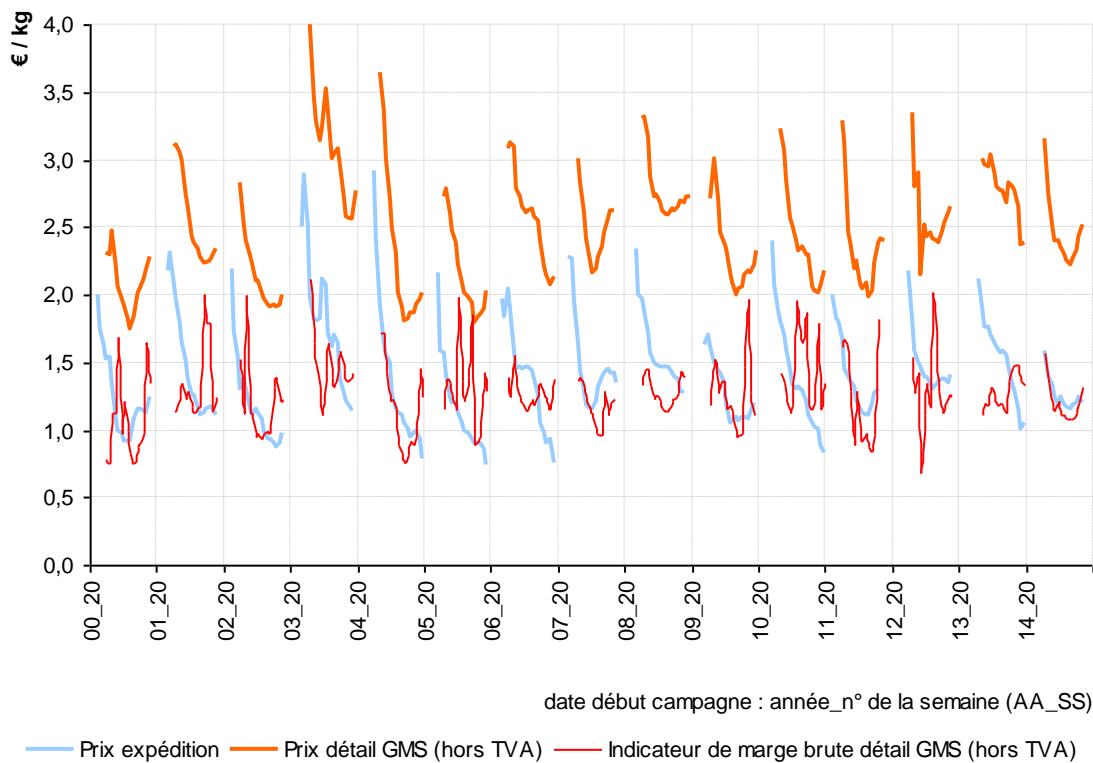
$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m,$$

lie ces deux prix. La valeur du coefficient de détermination (R^2), proche de 1, indique que la liaison linéaire entre les deux prix est forte.

Néanmoins, avec un coefficient b significativement supérieur à 1, la marge brute ne tend pas à être pas constante mais plutôt en partie proportionnelle au prix d'expédition⁴³ : plus le prix expédition est élevé (ou faible) et plus la marge brute tend à augmenter (ou baisser), le prix au détail amplifie ainsi les variations du prix à l'expédition.

Graphique 164

Prix et indicateur de marge brute en GMS des pêches et nectarines de 2008 à 2014



Sources : FranceAgriMer-RNM

⁴³ Cf. éditions précédentes du rapport et les n° 6-1 et 6-2 de la Lettre de l'Observatoire pour plus de détail sur l'approche de la corrélation entre prix au détail et prix à l'expédition. Pour une analyse statistique plus rigoureuse et formalisée, voir en bibliographie Hassan S, Simioni M. (2004).

La dernière campagne

La campagne 2014 est un retour à la « normale » en termes de calendrier. Les disponibilités européennes (et surtout espagnoles) sont importantes. Le mois de juillet est plus froid que la normale et la consommation est en retrait durant les deux mois estivaux. Les prix à l'expédition sont différents en fonction des circuits de commercialisation avec des pressions importantes dans le circuit grossiste du fait d'une abondance de l'offre de pêches-nectarines espagnoles. De plus, la déclaration par la Russie, début août, d'un embargo sur les fruits et légumes européens a un peu plus fragilisé les prix sur la fin de la campagne.

Les cours à l'expédition se sont ainsi situés tout au long de la campagne en dessous de ceux de la campagne 2013 et en dessous de la moyenne 2009-2013. Du fait de son caractère tendanciellement proportionnel au prix à l'expédition, la marge brute en 2014 a été inférieure à la marge brute de la campagne 2013 et de la moyenne quinquennale. Les prix au stade détail se sont situés en dessous de ceux de 2013.

3.3.2. Pommes

Les prix et la marge brute en longue période

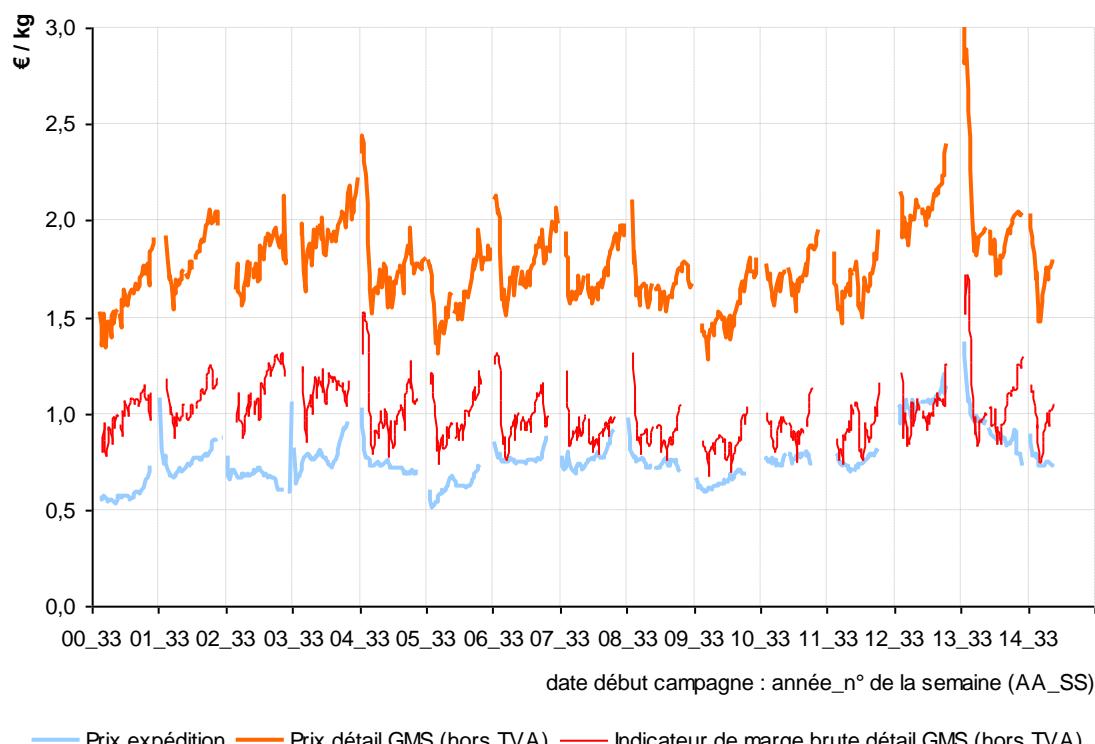
Le produit suivi est un panier de variétés courantes de pommes.

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat).

On retrouve au détail la reproduction des grandes variations des cours à l'expédition, mais, sur l'ensemble de la période, la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail est faible ($R^2 = 0,57$), ce qui ne permet pas de caractériser nettement la tendance constante ou proportionnelle de la marge brute. Les graphiques retracent l'évolution de la marge brute en données hebdomadaires ou, surtout, en données lissées (moyennes mobiles), montrent plusieurs phases de hausse et de baisse sur la période 2000-2014.

Graphique 165

Prix et indicateur de marge brute en GMS des pommes de 2008 à 2014



Sources : FranceAgriMer-RNM

La campagne 2013-2014

Après une récolte déficitaire en 2012, la production de 2013 revient à la normale. Cependant, le calendrier de campagne est perturbé et la récolte accuse un retard de deux à trois semaines selon les régions. Les prix à l'expédition débutent sur des niveaux très hauts du fait des effets conjugués de l'absence de stocks de la récolte 2012, d'apports limités de l'hémisphère sud et du retard de la récolte 2013. Après cette période où le produit « *manquait* », les cours baissent rapidement à mesure que les disponibilités augmentent avec l'arrivée en production des régions du Sud-Ouest et du Val de Loire. Dès la fin septembre, les cours à l'expédition sont inférieurs à ceux de la campagne 2012-2013 et ils baissent tout au long de la campagne, plus rapidement que d'habitude. La dernière partie de la campagne, à partir d'avril, se complique, avec une demande atone et des stocks plus importants que prévus.

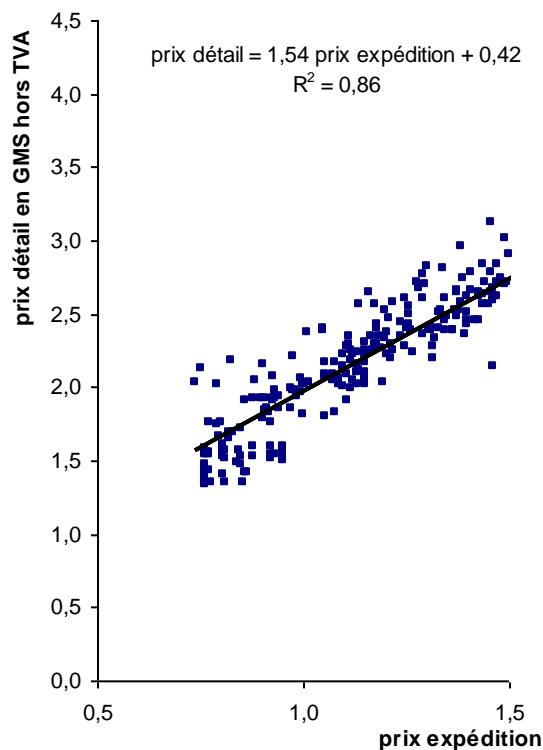
Lors de la campagne 2013-2014, la consommation est en recul de près de 14% par rapport à la moyenne des 5 dernières années, variation importante pour un produit comme la pomme, normalement consommé de façon régulière. Les cours hebdomadaires passent ainsi sous ceux de leurs moyennes quinquennales. La campagne se prolonge et il subsiste des stocks en fin de saison. Malgré la baisse des cours à l'expédition, les prix au stade détail remontent à partir de mars, provoquant une hausse de la marge brute.

La campagne 2014-2015

Dès le début de la récolte 2014, les prix à l'expédition sont déprimés du fait de l'importance des stocks de la récolte 2013. De plus, les prévisions de récolte à l'échelle européenne font état d'un million de tonnes de plus qu'en 2013 (qui était une année « *normale* »). Le troisième élément à prendre en compte est la déclaration par la Russie d'un embargo sur les produits alimentaires européens qui provoque une certaine fébrilité dans les ventes en début de campagne et fait baisser le niveau de prix. A partir de mi-octobre, les prix au détail remontent au niveau de leurs moyennes quinquennales alors que les prix à l'expédition restent en dessous. D'où une remontée de la marge brute qui passe au-dessus de ses niveaux hebdomadaires de la campagne précédente (2013-2014) et de ses moyennes quinquennales.

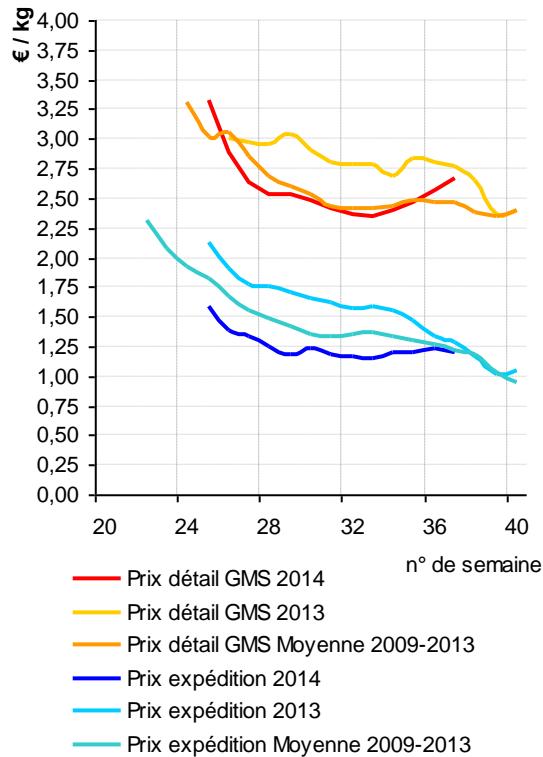
Graphique 166

Corrélation prix détail et expédition des pêches et nectarines de 2000 à 2014



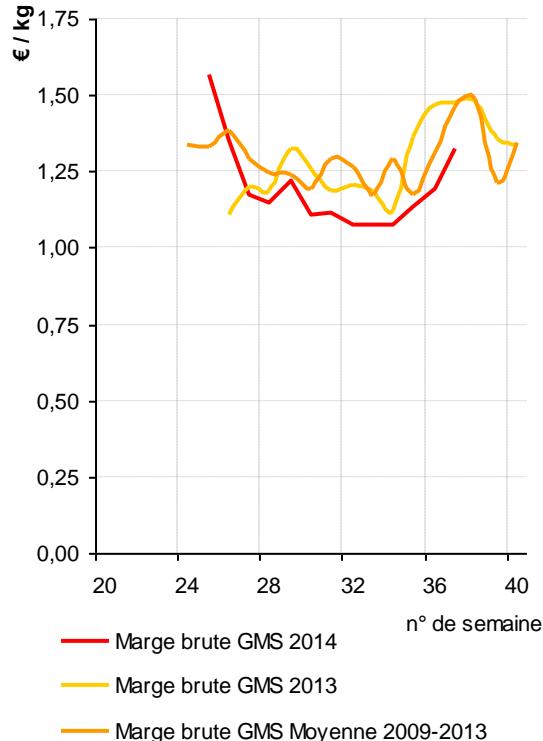
Graphique 168

Prix des pêches et nectarines par campagne



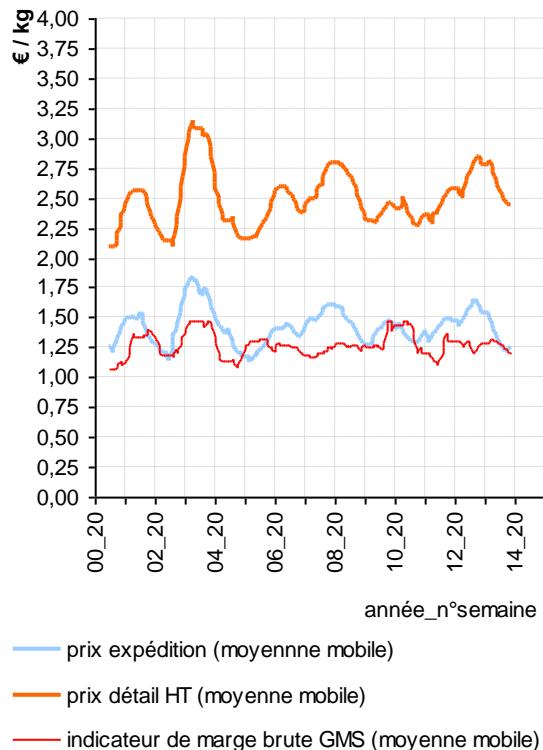
Graphique 167

Indicateur de marge brute en GMS des pêches et nectarines par campagne



Graphique 169

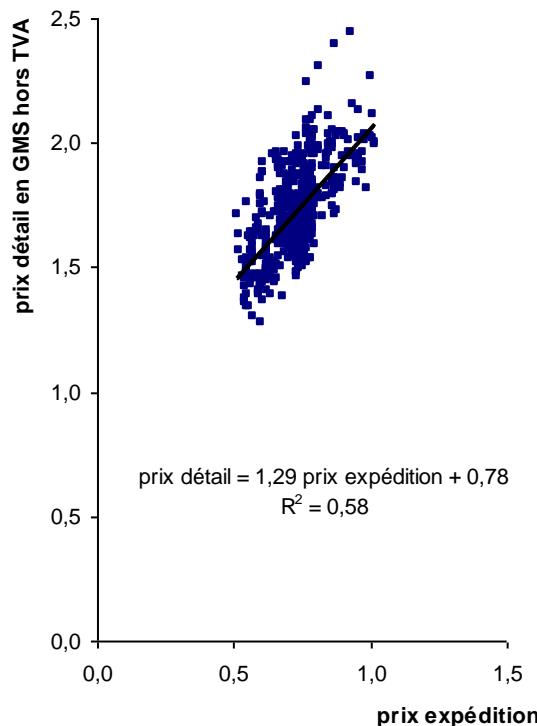
Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS des pêches et nectarines



Sources : FranceAgriMer-RNM

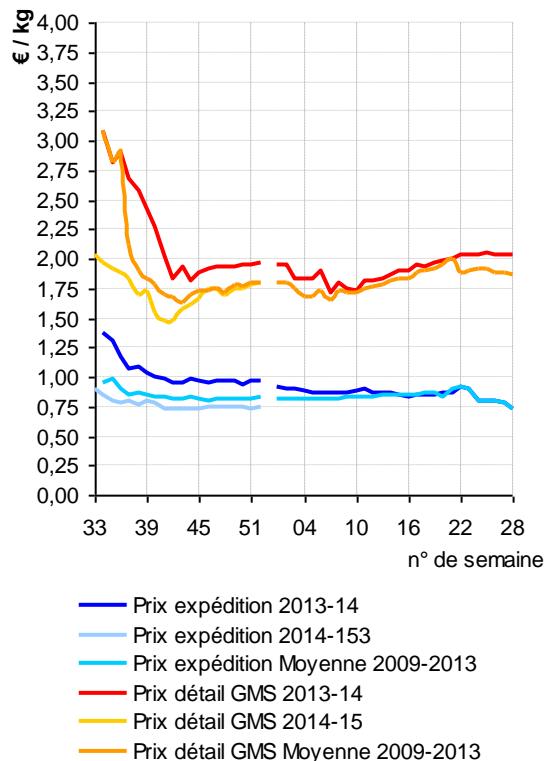
Graphique 170

Corrélation prix détail et expédition des pommes de 2000 à 2014



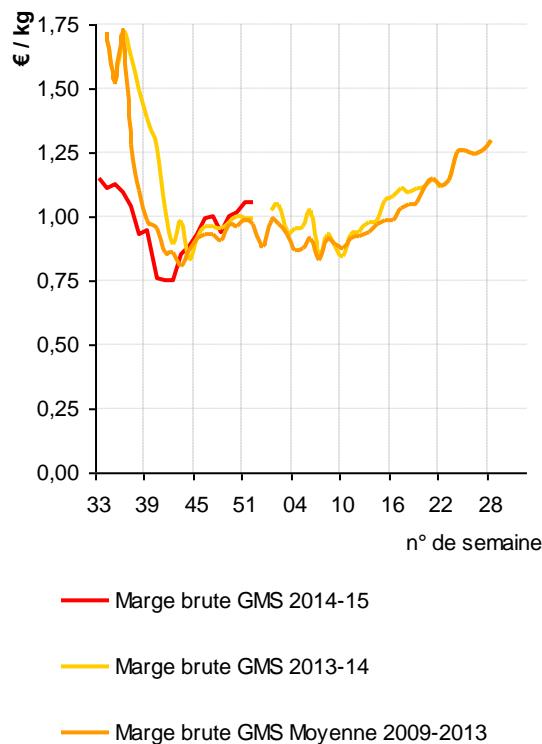
Graphique 172

Prix des pommes par campagne



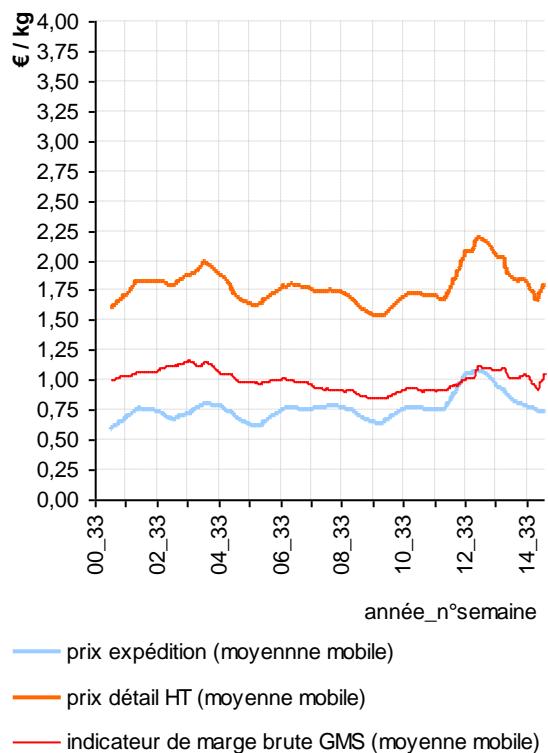
Graphique 171

Indicateur de marge brute en GMS des pommes par campagne



Graphique 173

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS des pommes



3.3.3. Tomates rondes en grappe

Les prix et la marge brute en longue période

Chaque campagne de commercialisation de la tomate grappe d'origine France, prise ici comme article de référence, se déroule approximativement de février (début du calendrier de production dans le Sud-Est) à début novembre (fin du calendrier de production dans l'Ouest).

A l'expédition comme au détail, abstraction faite des variations hebdomadaires, la courbe des prix au cours d'une campagne présente la forme caractéristique d'un U dissymétrique, avec des prix élevés en début de saison, qui chutent rapidement puis tendent à se stabiliser au cœur de la campagne, pour remonter en fin de saison. Cette courbe de prix est grossièrement inverse de celle de l'offre.

Au cours d'une même campagne, prix à l'expédition et prix au détail tendent à varier dans le même sens, les prix au détail reproduisant les variations des prix à l'expédition, parfois avec un décalage dans le temps et avec un écart (indicateur de marge brute) variable.

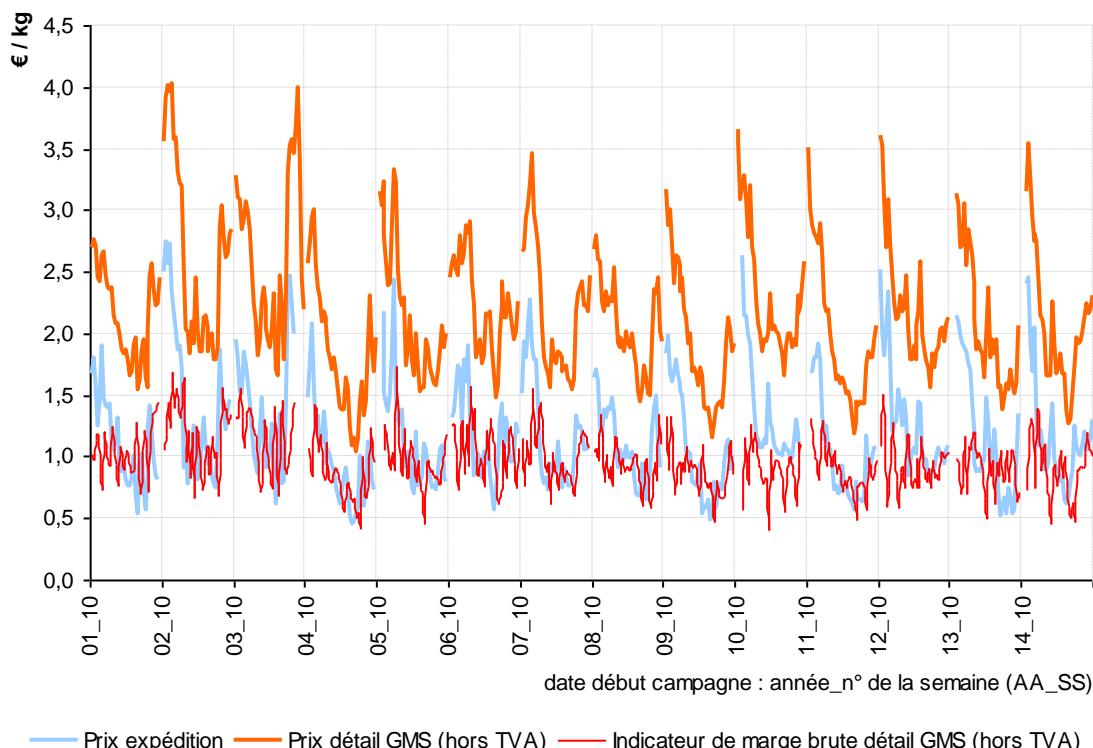
Malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, les évolutions de l'indicateur de marge brute sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels. En fait, le prix au détail de la tomate grappe est bien corrélé linéairement au prix à l'expédition (R^2 proche de 1), dans une relation de type

$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m,$$

mais l'analyse statistique montre que le terme b est sensiblement supérieur à 1 : la marge brute au détail présente ainsi un élément de proportionnalité avec le prix à l'expédition.

Graphique 174

Prix et indicateur de marge brute en GMS des tomates rondes en grappe de 2001 à 2014



Sources : FranceAgriMer-RNM

La dernière campagne

La campagne 2014 est divisée en deux périodes. La première est comprise entre le début de la campagne et la mi-août. Mise à part un épiphénomène en juin où le marché retrouve un certain équilibre, les prix hebdomadaires durant cette période sont inférieurs à ceux de leurs moyennes sur 5 ans. Le début de campagne est globalement déséquilibré avec une offre supérieure à la demande. La période de Pâques est difficile avec une remontée de l'offre qui fait baisser les prix. Les mois d'été étant globalement froids, la demande se détourne en partie de la tomate.

La seconde période, à partir du 15 août, voit le marché s'orienter plus favorablement et les cours remontent. La demande est active sur les mois d'automne avec une météorologie clémente et ensoleillée. La pression des pays concurrents est moindre que lors des campagnes précédentes et les prix à l'expédition sont au-dessus de ceux de la campagne 2013 et de leurs moyennes quinquennales. Le prix au détail suit globalement les variations du prix à l'expédition mais on observe une accentuation à la hausse des prix au détail en fin de campagne d'où des marges brutes supérieures en cette période.

3.3.4. Carotte

Les prix et la marge brute en longue période

Les graphiques suivants font apparaître un certain parallélisme entre les prix au détail et les prix à l'expédition de la carotte. Contrairement à d'autres fruits ou légumes, le phénomène d'amortissement des hausses et des baisses est moins présent.

La corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail est peu marquée et on ne peut donc conclure à l'existence d'un régime de marge constante ou proportionnelle à partir de cette relation, le lien entre les deux prix est plus complexe et néanmoins réel : on constate visuellement la concordance des fortes variations des prix amont et aval.

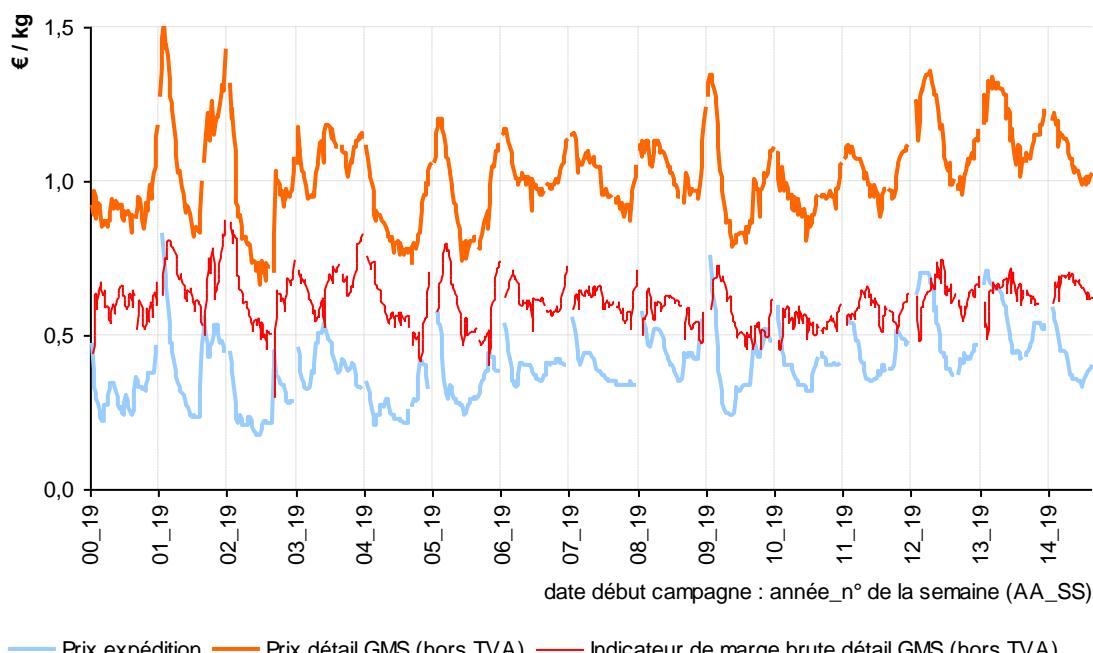
La dernière campagne

En juin la nouvelle récolte se traduit par une montée en puissance rapide des volumes face à un marché calme. Les cours à l'expédition sont inférieurs à ceux de la récolte 2013 et la présence de carottes belges aggrave la situation. L'avancée dans la campagne provoque comme habituellement une baisse régulière des prix, qui restent toujours en dessous de la moyenne. Une meilleure demande en fin d'année permet de retrouver un certain équilibre de marché et les cours à l'expédition remontent légèrement. Malgré des cours à l'expédition bien en dessous de ceux de l'année 2013 et sous leurs moyennes quinquennales, les prix au stade détail restent au-dessus de leurs moyennes. Il s'ensuit une augmentation de la marge brute qui se retrouve ainsi au-dessus des niveaux de la campagne 2013 et de ses moyennes quinquennales.

On observe depuis 2010 une tendance à l'augmentation de la marge brute en GMS sur la carotte.

Graphique 175

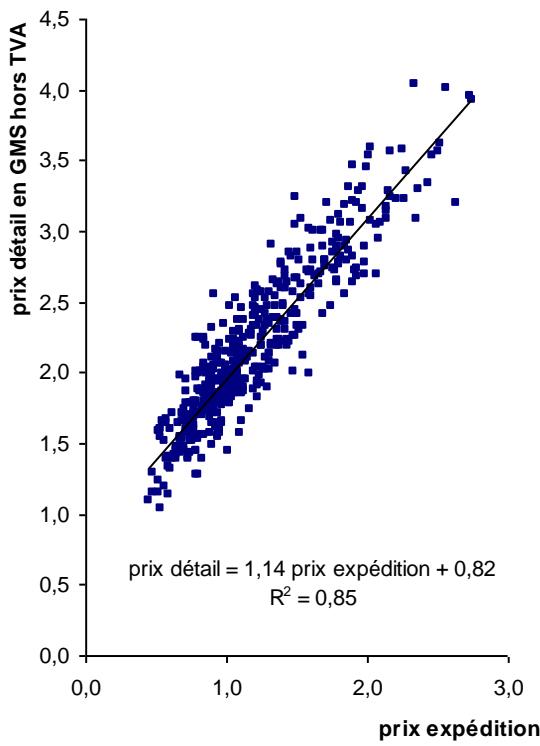
Prix et indicateur de marge brute en GMS de la carotte de 2000 à 2014



Sources : FranceAgriMer-RNM

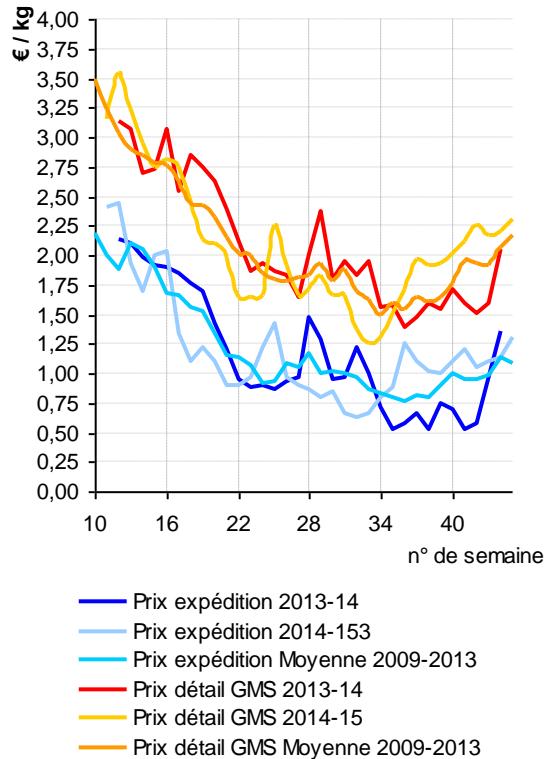
Graphique 176

Corrélation prix détail et expédition des tomates rondes en grappe de 2000 à 2014



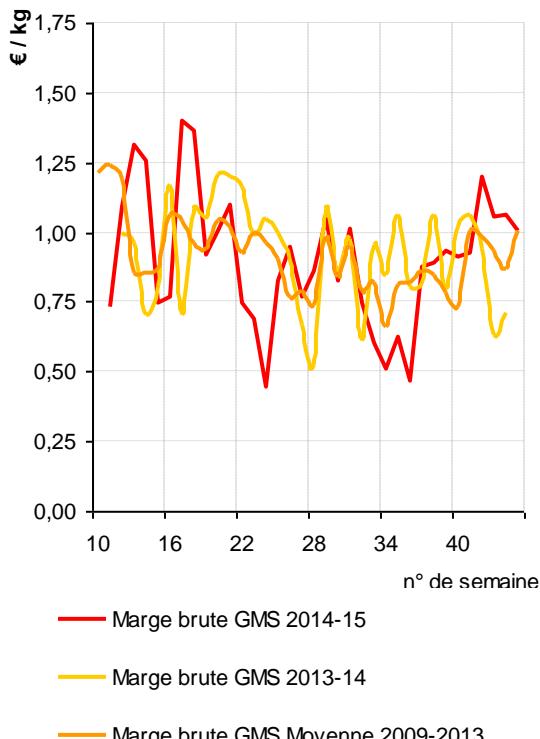
Graphique 178

Prix des tomates rondes en grappe par campagne



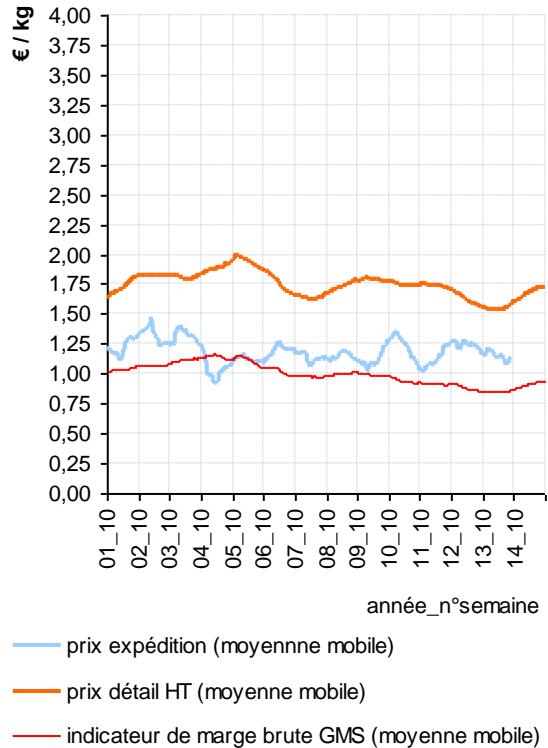
Graphique 177

Indicateur de marge brute en des tomates rondes en grappe par campagne



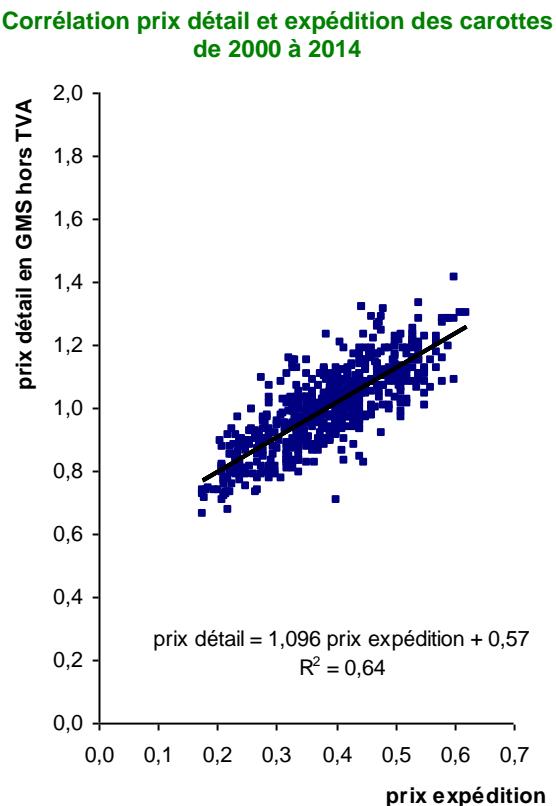
Graphique 179

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute des tomates rondes en grappe

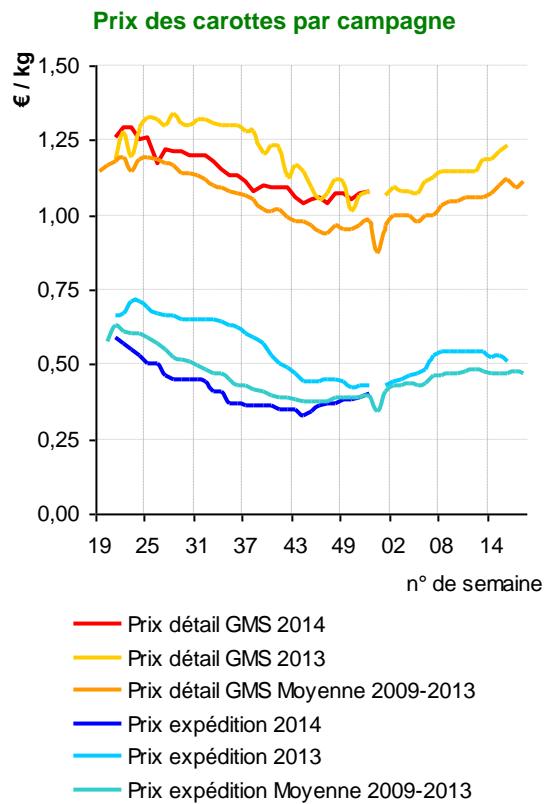


Sources : FranceAgriMer-RNM

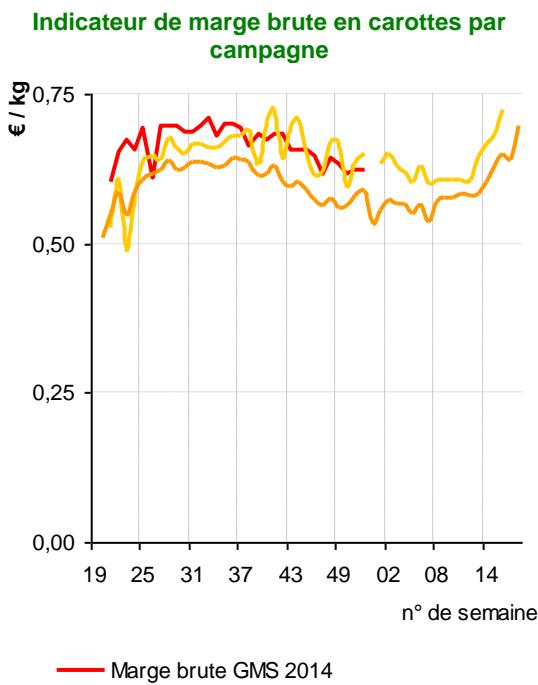
Graphique 180



Graphique 182

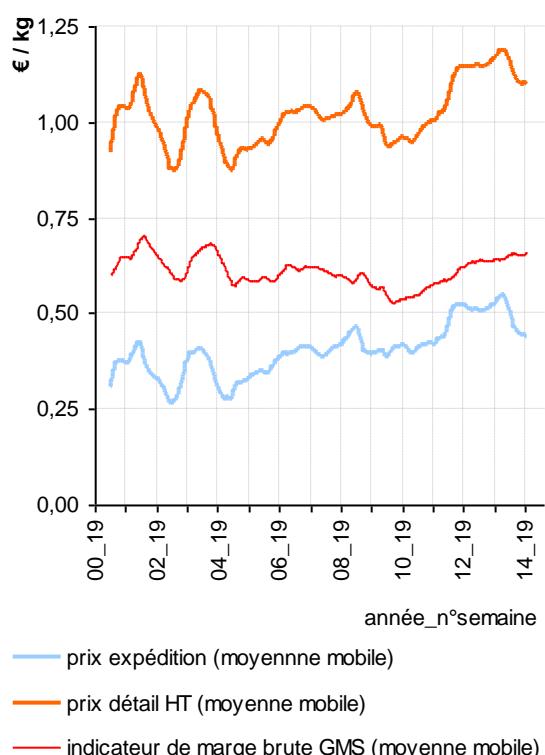


Graphique 181



Graphique 183

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute des carottes



Sources : FranceAgriMer-RNM

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES FRUITIÈRES ET LÉGUMIÈRES ET COÛT DE PRODUCTION DE CERTAINS FRUITS ET LÉGUMES

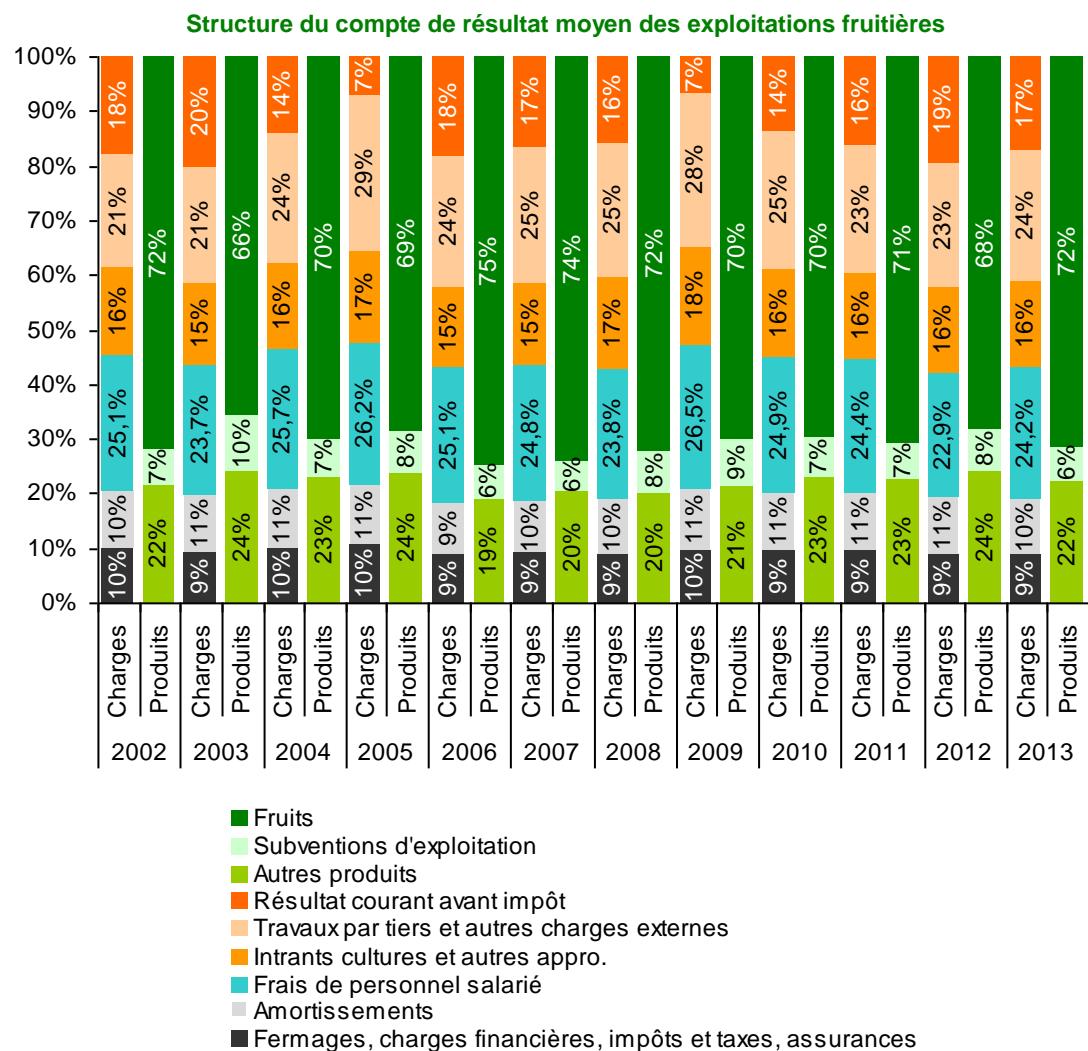
4.1. Compte de résultat des exploitations fruitières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de fruits, issu du RICA, est constitué de 270 à 345 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 7 361 à 9 907 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut issu du verger constitue plus de 75 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 7 % à 20 %.

Ainsi, en 2013, la hausse de 11 % du produit « fruits », conjuguée à une baisse des subventions perçues (pour l'ensemble des activités de l'exploitation) et à la hausse des charges (en particulier des frais de personnel salarié et des travaux par tiers et autres charges), entraîne une baisse du résultat courant avant impôt. Il passe de 19% des produits en 2012 à 17% des produits en 2013 et de 31 100 € par travailleur familial en 2012 à 28 500 € en 2013.

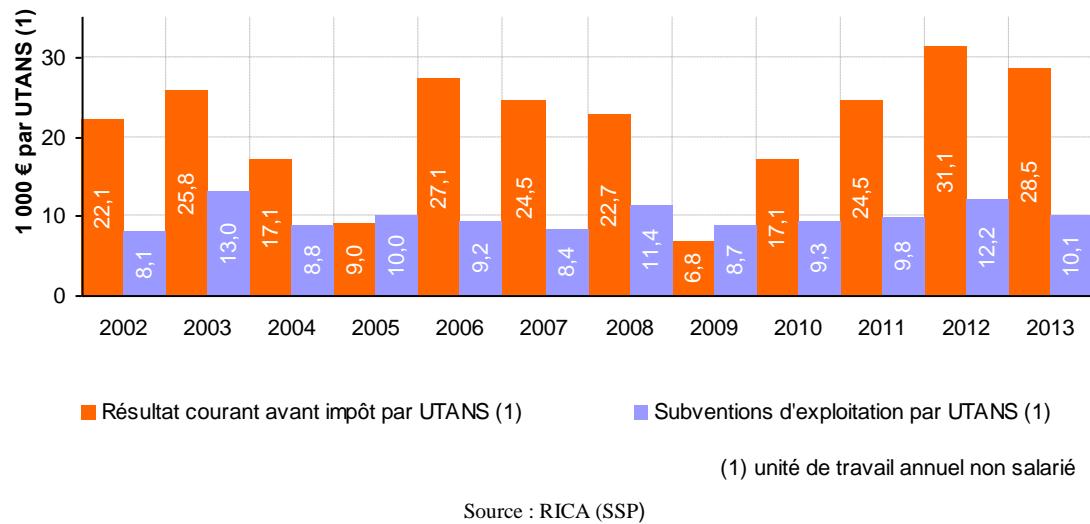
Graphique 184



Source : RICA (SSP)

Graphique 185

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations fruitières spécialisées



Source : RICA (SSP)

4.2. Coût de production des pommes

L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de pommes est constitué de 90 à 123 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 2 004 à 3 284 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut en pommes constitue plus de 70 % de la production de l'exercice et plus de 84 % du produit brut du verger.

Une estimation approximative du coût moyen de production des pommes a été réalisée (Graphique 186) à partir des comptes de cet échantillon.

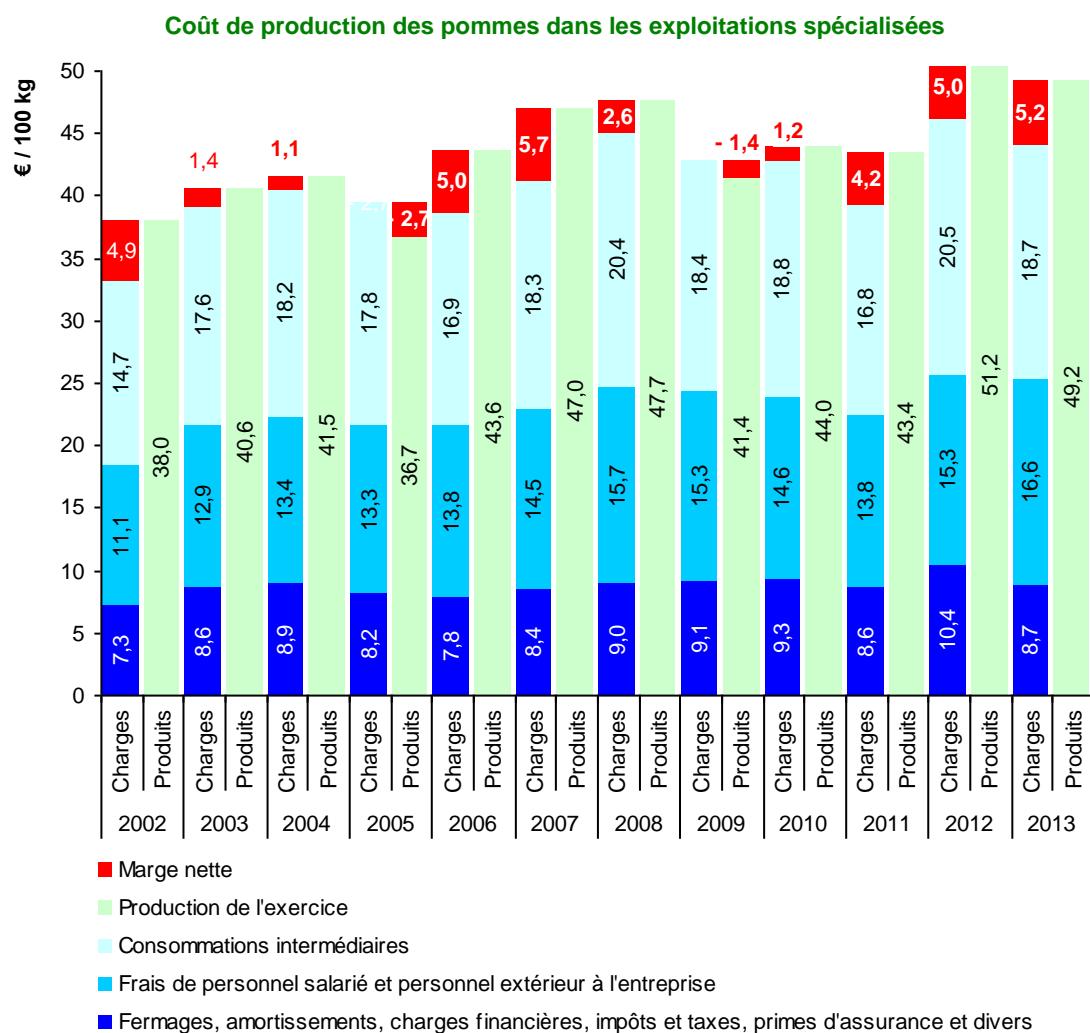
Dans cette approche, on impute à la production de pommes l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors pommes (pour l'essentiel, des produits issus du verger). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits secondaires sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges et les subventions sont exprimées pour 100 kg produit.

Le coût de production des pommes, ainsi estimé, varie de 33 € à 46 € pour 100 kg entre 2002 et 2013 ; il apparaît supérieur au prix des pommes en 2005 et 2009, entraînant une marge nette négative lors de ces deux années.

En 2013, le coût de production des pommes est de 44 € pour 100 kg (il était de 46 € pour 100 kg en 2012). Le prix des pommes (calculé également d'après les données du RICA) est passé de 51 € pour 100 kg en 2012 à 49 € pour 100 kg en 2013, d'où une marge nette de 5 € pour 100 kg en 2012 et 5,2 € pour 100 kg en 2013.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autre produits que les pommes, dont les autres produits du verger) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 186



Source : RICA (SSP)

4.3. Compte des exploitations par système de production fruitière

L'approche présentée ci-dessous s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations fruitières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer, le CTIFL et la FNPF). L'échantillon total comprend 398 exploitations réparties dans 10 départements situés dans les principaux bassins de production. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de fruits des exploitations spécialisées, dont au moins 50% du produit brut est issu du verger, et a été choisi de manière à être le plus représentatif en référence au dernier recensement agricole en termes surfaces, nombre d'UTA, répartition géographique, espèce cultivée...

Trois types ont été retenus :

- les producteurs de pommes spécialisés,
- les producteurs de pêches spécialisés,
- les autres arboriculteurs (diversifiés et autres spécialistes).

Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon sont également présentés.

La SAU moyenne de l'échantillon est de 37 ha dont 20,1 ha de vergers, 9 ha de grandes cultures et 2,8 ha de vignes. Le verger est composé prioritairement de pomme (6 ha en moyenne), d'abricot (5,3 ha) et de pêche (4,1 ha). La main d'œuvre totale par exploitation est de 8,3 UTA (équivalent actif à temps complet), dont 7 UTA salarié, soit 84 % du total.

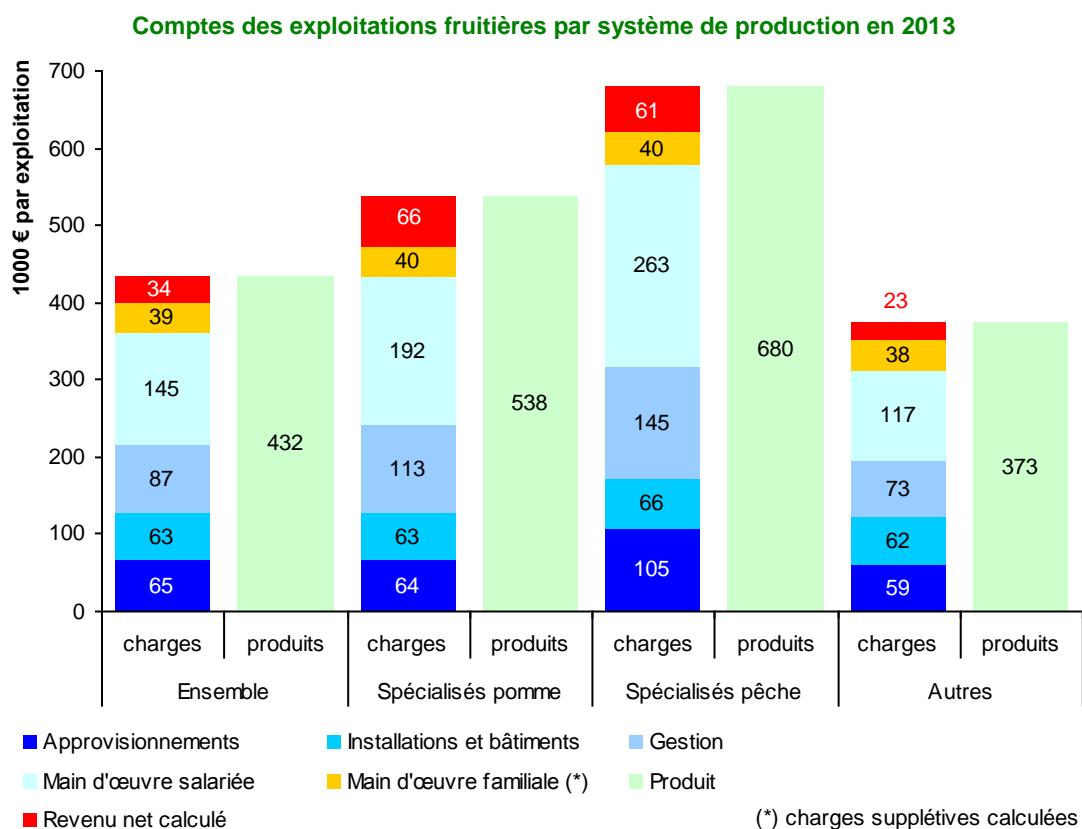
En 2013 (Graphique 187), le « *revenu net calculé* », qui inclut une évaluation extracomptable du coût de la main-d'œuvre familiale à hauteur de 19 100 € par UTA (hors cotisations sociales) est en moyenne positif dans les trois systèmes suivis :

- « **Spécialisés pomme** » : l'année 2013 a permis de dégager un résultat positif pour les arboriculteurs spécialisés en pomme, en nette progression par rapport à 2012. Le produit brut augmente de 14,7 % et les charges de 6,4 %. Ainsi, la marge nette se renforce (de 25,5 k€ en 2012 à 66,5 k€ en 2013).
- « **Spécialisés pêche** » : après une campagne 2011 qualifiée de catastrophique, et une campagne 2012 en légère amélioration, la situation économique des « *spécialisés pêche* » s'améliore nettement en 2013. Le produit total augmente de 4,4 %, alors que les charges n'ont progressé que de 1,1 %. La rentabilité s'est donc renforcée avec une marge nette en forte progression (+61 k€ en 2013 contre +39 k€ en 2012), ceci grâce à un marché de la pêche avec des prix plus satisfaisants que les années précédentes.
- « **Autres arboriculteurs** » : en 2013, pour l'ensemble des exploitations fruitières diversifiées et autres spécialistes, les charges totales ont augmenté (+2,6 %) mais dans une moindre mesure que le produit total (+6,6 %). Par conséquent, la marge nette progresse de manière significative (de 9,4 k€ en 2012 à 23,5 k€ en 2013).

Ainsi, l'année 2013 a été plutôt favorable pour la filière fruits. En revanche, les indicateurs de revenu sont en baisse en 2014 d'après les comptes prévisionnels de l'agriculture :

<http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptes2014resultatsbspca.pdf>.

Graphique 187



Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CERFRANCE, FranceAgriMer, CTIFL, FNPF

4.4. Compte de résultat des exploitations légumières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de légumes (maraîchage en plein-air et sous abris), issu du RICA, est constitué de 169 à 205 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 292 à 5 015 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut légumier constitue plus de 75 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie sur la période de 7% à 21 %.

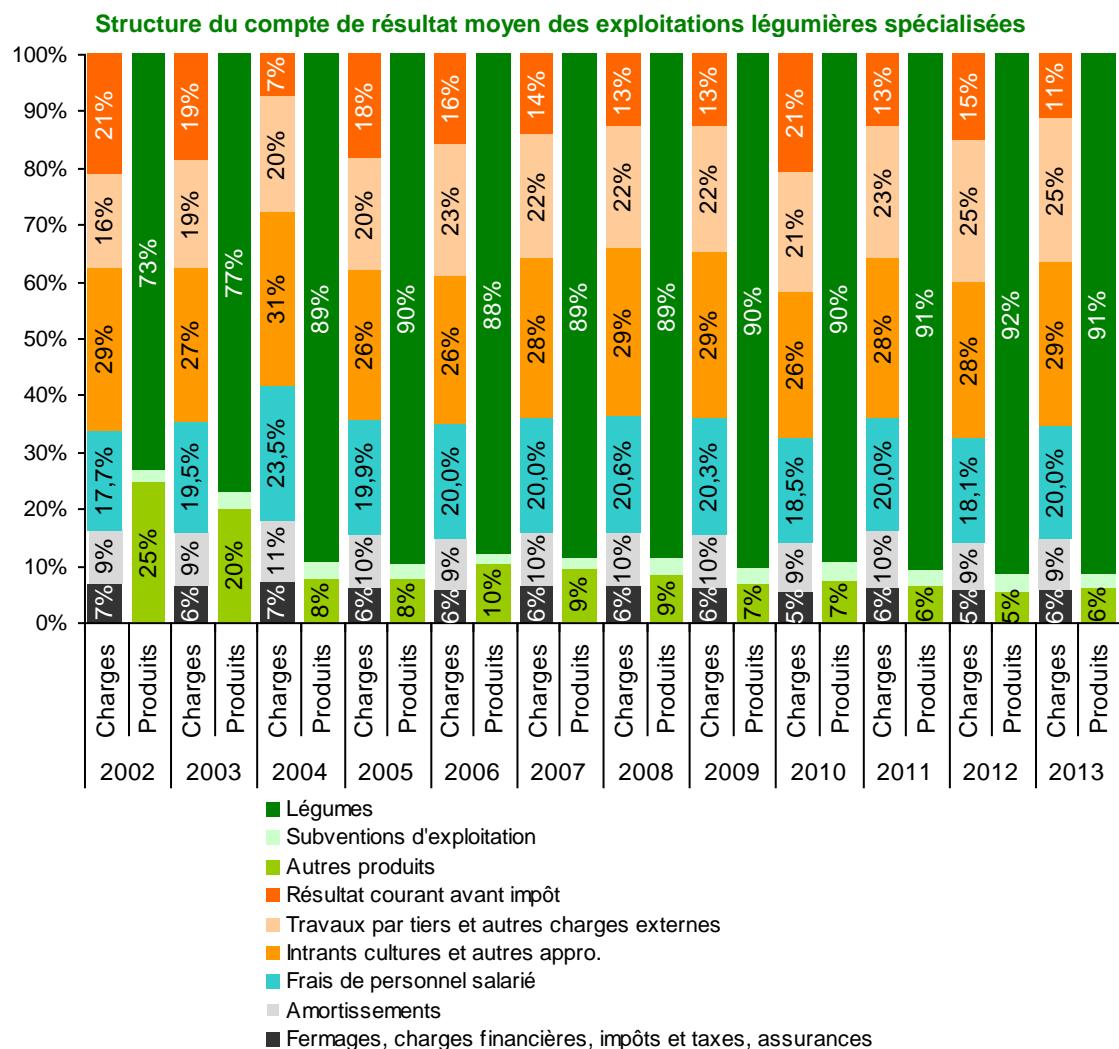
En 2013, malgré la hausse de 6% du produit « légumes », la baisse des subventions perçues (pour l'ensemble des activités de l'exploitation) et l'augmentation des charges (en particulier des frais de personnel salarié), entraînent une baisse du résultat courant avant impôt (-21%). Il passe de 15% des produits en 2012 à 11% des produits en 2013, et de 30 200 € par travailleur familial en 2012 à 24 300 € en 2013.

Pour 2014, on ne dispose encore que des prévisions des comptes de l'agriculture :

<http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptes2014resultatsbspca.pdf>.

Ils indiquent une dégradation de l'indicateur de revenu des exploitations légumières, liée à la baisse des prix évoquée dans la partie 3.2. de cette section du rapport, où le suivi des prix à l'expédition du panier de légumes montrait une tendance à la baisse en 2014.

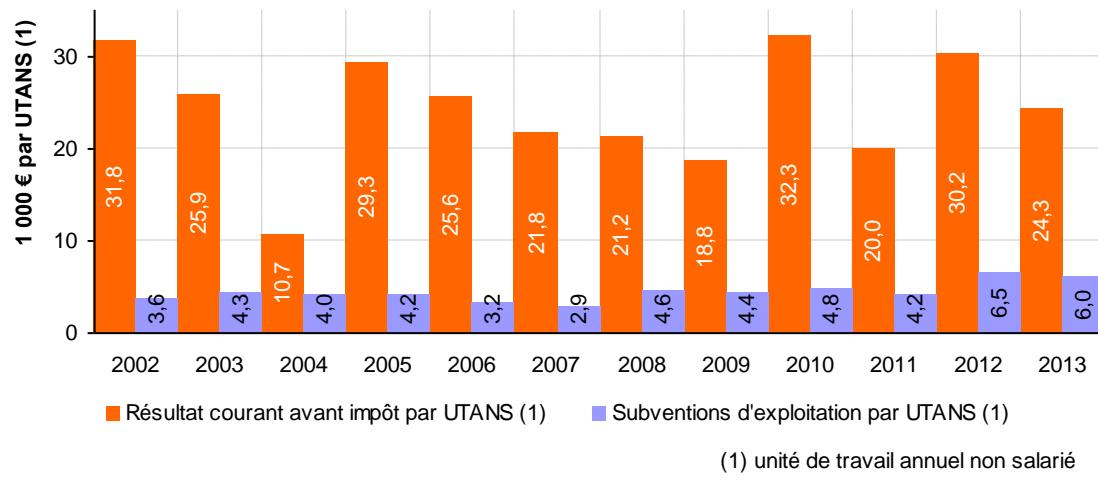
Graphique 188



Source : RICA (SSP)

Graphique 189

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations légumières spécialisées



Source : RICA (SSP)

4.5. Coût de production des tomates

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serres et abris hauts est constitué de 33 à 44 exploitations (effectif variable selon les années) représentant 863 à 1 263 exploitations. Dans cet échantillon, la production de tomates représente de 73 % à 87 % de la production de l'exercice.

Une estimation approximative du coût moyen de production des tomates a été réalisée à partir des comptes de cet échantillon. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

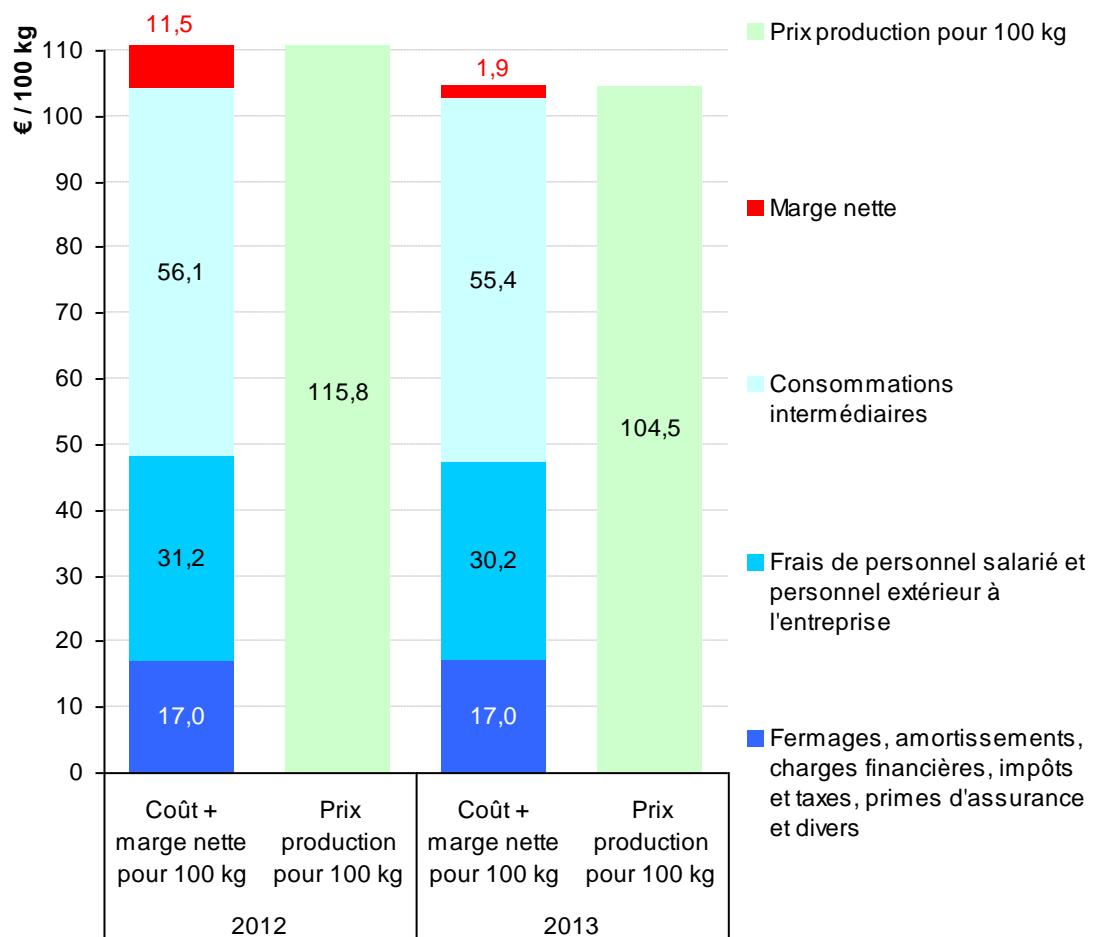
Dans cette approche, on impute à la production de tomates l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors tomates (pour l'essentiel, le produit des autres légumes sous serres et abris hauts et les subventions). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges sont évaluées pour 100 kg produit.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autre produits que les tomates, dont autres légumes) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Le coût de production des tomates, ainsi estimé, est de 104 € pour 100 kg en 2012 et de 103 € pour 100 kg en 2013 ; le prix des tomates, ainsi estimé, est de 116 € pour 100 kg en 2012 et de 105 € pour 100 kg en 2013, entraînant une marge nette de 12 € pour 100 kg en 2012 et de 2 € pour 100 kg en 2013.

Graphique 190

Coût de production des tomates dans les exploitations spécialisées (serres et abris hauts) en 2012 et 2013



Source : RICA (SSP)

4.6. Compte des exploitations par système de production légumière

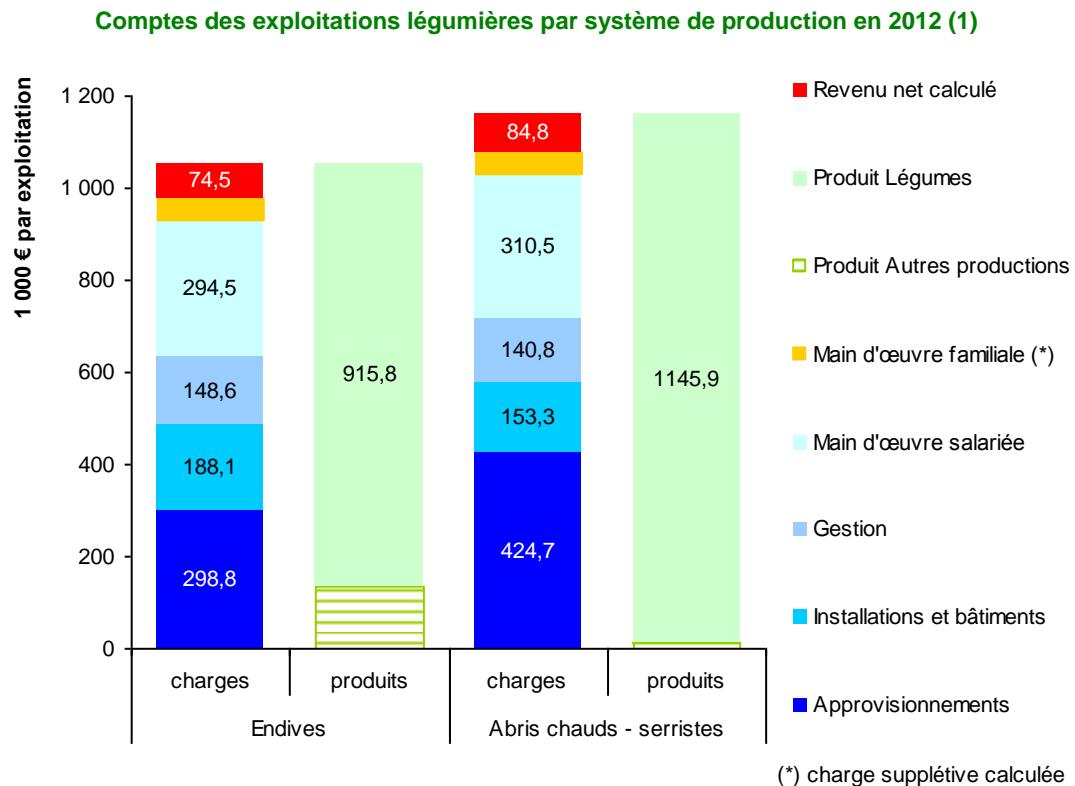
Cette approche s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer et le CTIFL). L'échantillon comprend 441 exploitations réparties dans 16 départements. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de légumes.

Six types ont été définis :

- les producteurs d'**endives**, associées aux grandes cultures,
- les producteurs de **légumes récoltés mécaniquement**, également associés aux grandes cultures,
- les producteurs de **légumes sous serre et abris chauds**,
- les producteurs de **légumes sous abris froids**,
- le **maraîchage de plein-air**,
- les producteurs de **légumes de plein champ**.

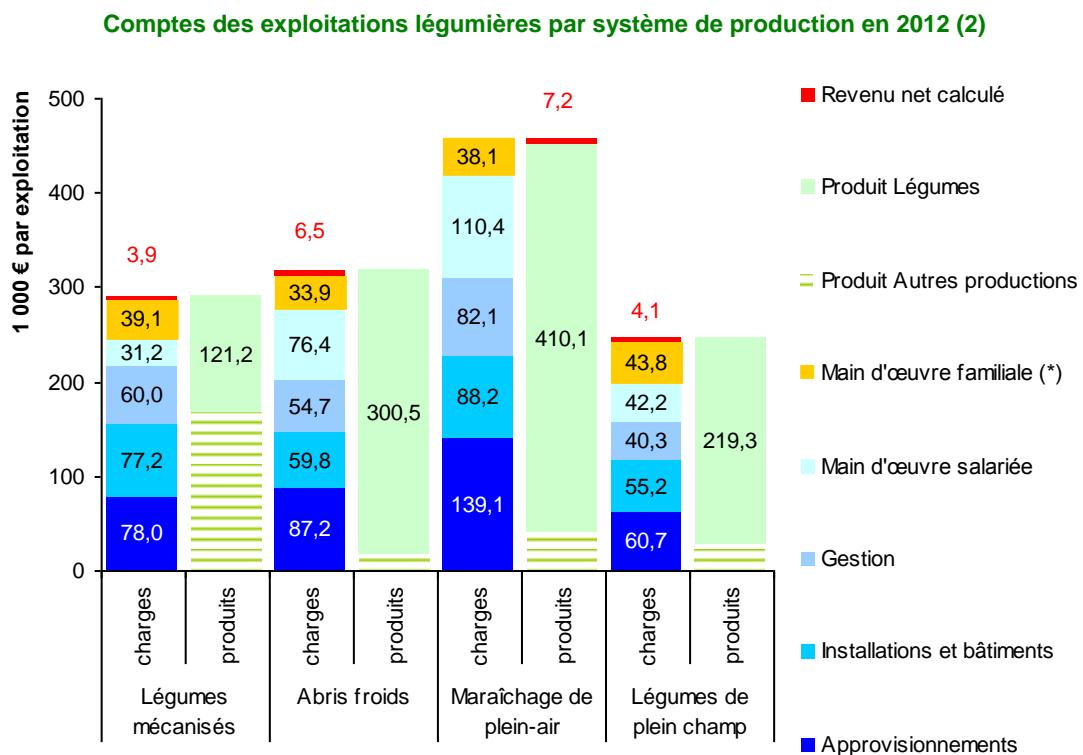
Le revenu net, calculé par soustraction de la rémunération forfaitaire de la main-d'œuvre familiale au revenu courant avant impôt, était positif dans l'ensemble des systèmes, sauf en « *Maraîchage de plein-air* » où il est de – 7 210 €. D'après les suivis de prix (partie 3.) et le RICA (Cf. 4.4.), le « *revenu net* » serait en baisse en 2013, le résultat courant avant impôts (« *résultat net* » avant imputation de la rémunération forfaitaire de la main d'œuvre familiale) l'étant également. La situation s'est encore dégradée en 2014, d'après les comptes prévisionnels de l'agriculture.

Graphique 191



Source : Observatoire des Exploitations Légumières, CERFRANCE, FranceAgriMer, CTIFL

Graphique 192



Source : Observatoire des Exploitations Légumières, CERFRANCE, FranceAgriMer, CTIFL

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES D'EXPÉDITION ET DE COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL DE LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

La structure des charges des expéditeurs, qui assurent la première mise en marché des fruits et des légumes, et des grossistes⁴⁴ et certains autres indicateurs sont présentés ici pour la période 2011-2013. Ces résultats sont fournis par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.

La marge brute (de nature commerciale) des expéditeurs est la différence entre le chiffre d'affaires à l'expédition et les achats aux producteurs agricoles, ou, à l'unité vendue par l'expéditeur : le prix à l'expédition moins le prix à la production, moins les pertes physiques.

Les grossistes approvisionnent de façon minoritaire les GMS, circuit de référence de l'observatoire, leurs comptes sont présentés à titre indicatif. A titre d'information complémentaire, sont aussi présentés dans ce rapport, les comptes des détaillants spécialisés en fruits et légumes, également suivis par le CTIFL.

L'approche des comptes analytiques du rayon « *fruits et légumes* » en GMS a nécessité de conduire des enquêtes *ad hoc* (Cf. partie 6.).

5.1. Comptes des entreprises d'expédition en fruits et légumes

Tableau 27

**Taux de marque (*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs
Echantillon courant composé de 66 expéditeurs**

| 2011 - 2013 | marge commerciale / chiffre d'affaires (a) | marge commerciale / achats de marchandises (b) =(a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|------------------------------------|---|--|---|--|
| Ensemble des expéditeurs | 25,9% | 34,9% | 2,0% | 7,6% |
| Expéditeurs à clientèle grossistes | 27,1% | 37,2% | 3,1% | 11,3% |
| Expéditeurs à clientèle GMS | 25,2% | 33,8% | 1,4% | 5,7% |
| Expéditeurs à clientèle Export | 26,1% | 35,3% | 1,5% | 5,7% |
| Expéditeurs à clientèle mixte | 26,2% | 35,6% | 2,6% | 9,7% |

(*) le terme de taux de « *marge* » est normalement réservé au rapport « *marge commerciale / achats* », celui de taux de « *marque* » désigne le rapport « *marge sur ventes (ou chiffre d'affaires)* ».

Source : CTIFL

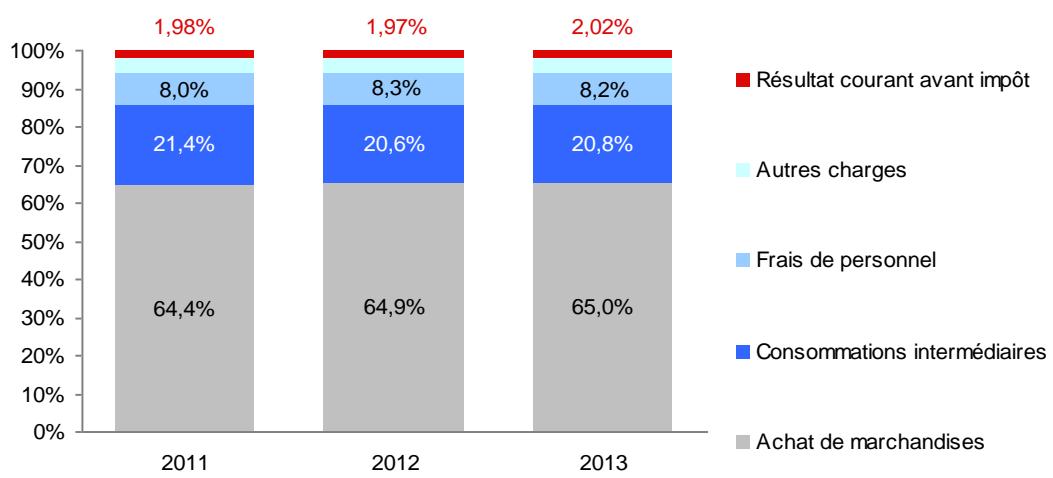
Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires (taux de « *marque* ») des expéditeurs de fruits et légumes est de 26% environ sur la période suivie. On rappelle que le suivi des prix réalisé dans les filières fruits et légumes par l'observatoire porte, à l'amont, non pas sur les prix perçu par les producteurs mais sur les prix à l'expédition : donc, en moyenne, les prix à la production représentent 72% du prix à l'expédition, avec toutefois des différences importantes selon les produits, liées notamment à l'importance des opérations de tri et de conditionnement, et à leur répartition entre producteur et expéditeurs : par exemple, certains fruits fragiles sont mis en plateau dès la récolte (pêches).

⁴⁴ Au sens des nomenclatures d'activités économiques, les expéditeurs sont des grossistes, mais, dans la filière des fruits et des légumes, on réserve plutôt le terme de grossistes aux commerçants en aval de l'expédition.

Graphique 193

Structure des charges des entreprises d'expédition de fruits et de légumes

Echantillon constant composé de 55 expéditeurs

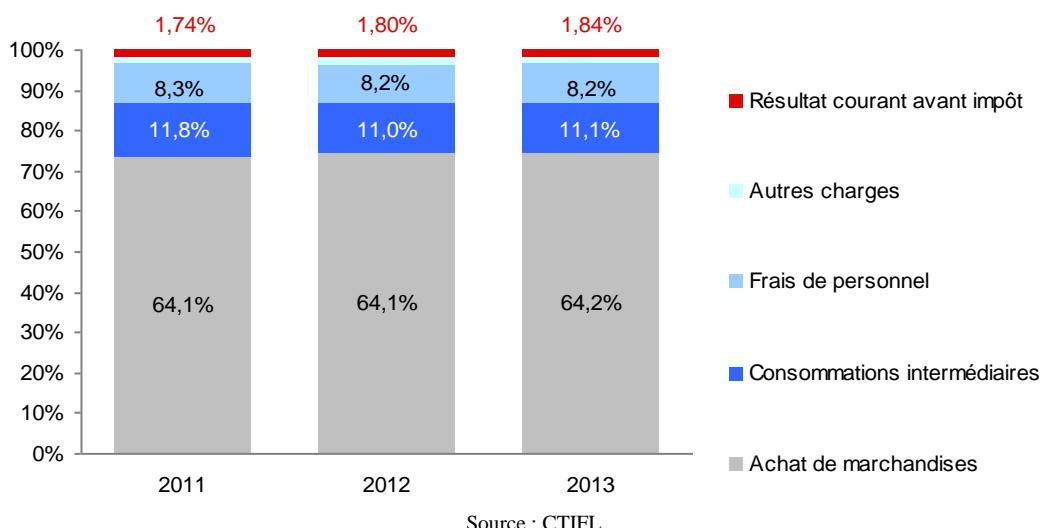


Source : CTIFL

Graphique 194

Structure des charges des entreprises grossistes en fruits et de légumes

Echantillon constant composé de 139 grossistes

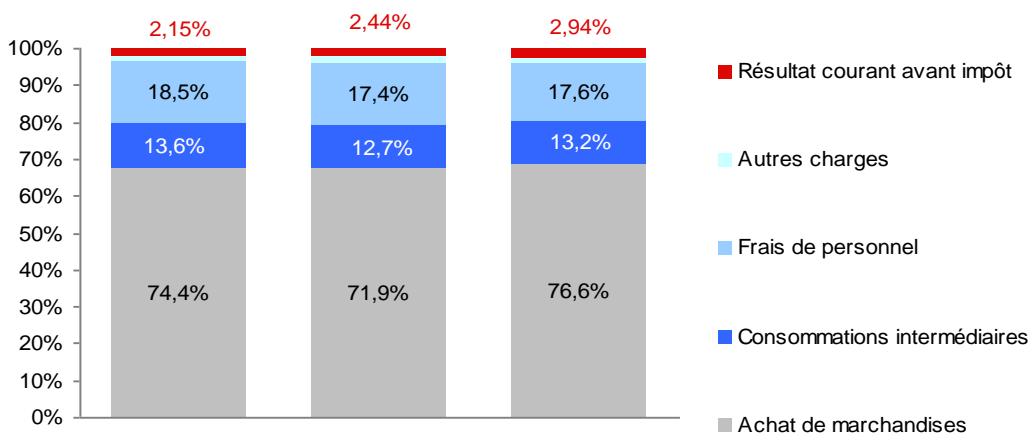


Source : CTIFL

Graphique 195

Structure des charges des détaillants spécialisés en fruits et de légumes

Echantillon constant composé de 416 détaillants



Source : CTIFL

5.2. Comptes des entreprises de gros en fruits et légumes

Tableau 28

Taux de marque (*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes Echantillon courant composé de 146 grossistes

| 2011 - 2013 | marge commerciale / chiffre d'affaires (a) | marge commerciale / achats de marchandises (b) =(a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|---------------------------------------|---|--|---|--|
| Ensemble des grossistes | 21,5% | 28,5% | 2,0% | 9,2% |
| Grossistes à clientèle traditionnelle | 17,2% | 21,4% | 2,0% | 11,7% |
| Grossistes à clientèle GMS | 25,0% | 35,7% | 2,0% | 7,9% |
| Grossistes à clientèle RHD | 31,8% | 47,4% | 2,1% | 6,6% |
| Grossistes à clientèle mixte | 20,6% | 26,8% | 1,9% | 9,4% |
| Grossistes à clientèle grossistes | 14,0% | 17,0% | 1,8% | 12,8% |

(*) le terme de taux de « marge » est normalement réservé au rapport « marge commerciale / achats », celui de taux de « marque » désigne le rapport « marge sur ventes (ou chiffre d'affaires) ».

Source : CTIFL

En moyenne sur la période étudiée (2011-2013), le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 29 % aux achats à leurs fournisseurs⁴⁵). Environ 91 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 9 % constitue le résultat courant avant impôt.

5.3. Comptes des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes

Tableau 29

Taux de marque (*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des détaillants Echantillon courant composé de 435 détaillants

| 2011 - 2013 | marge commerciale / chiffre d'affaires (a) | marge commerciale / achats de marchandises (b) =(a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|------------------------------------|---|--|---|--|
| Ensemble des détaillants | 30,9% | 45,7% | 2,2% | 7,2% |
| Spécialistes en magasin | 31,0% | 45,8% | 2,2% | 7,1% |
| Spécialistes sur marché | 32,4% | 48,9% | 2,6% | 8,0% |
| Grandes surfaces de produits frais | 29,8% | 43,2% | 2,1% | 7,0% |

(*) le terme de taux de « marge » est normalement réservé au rapport « marge commerciale / achats », celui de taux de « marque » désigne le rapport « marge sur ventes (ou chiffre d'affaires) ».

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires (taux de « marque ») des détaillants spécialisés en fruits et légumes est de 31% environ sur la période suivie, et de près de 34% en 2013. A noter que ce taux est de 31% dans les rayons fruits et légumes des GMS, selon l'enquête de l'observatoire (Cf. partie 6 de la présente section, page suivante). Le résultat courant représente 2% à 3% du chiffre d'affaires (2% en GMS en 2013).

⁴⁵ ...qui peuvent être d'autres grossistes, des expéditeurs...

6. COMPTE DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

6.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon fruits et légumes représente 18 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 18 % de leur marge brute, 15 % de leurs frais de personnel dédié et 13 % seulement de la marge nette de l'ensemble des rayons à marge nette positive en moyenne (hors boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie-viennoiserie). Bien qu'elle soit passée de 0,9 € pour 100 € de chiffres d'affaires en 2012 à 1,3 € pour 100 € de chiffres d'affaires en 2013, la marge nette du rayon fruits et légumes, après impôt sur le revenu, reste la plus faible parmi les rayons à marge nette positive.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Tableau 30

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes**

| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
|--|--|--|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 69,4 | |
| Marge brute | 30,6 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 7,9 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 22,7 | |
| Autres charges | 20,6 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | 2,1 | |
| <i>Impôt sur les sociétés</i> | 0,7 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | 1,3 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <u>en moyenne</u> à plus ou moins 1,1 € (*) de la marge nette moyenne de 1,3 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Les frais de personnel dédié au rayon (7,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires) restent sous la moyenne des frais de personnel dédié de l'ensemble des rayons étudiés (11,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires) mais sont relativement importants. Ils s'expliquent par les opérations de manutention et de réassortiment fréquent nécessaire à une bonne tenue du rayon.

La marge « *semi-nette* » est ainsi de 22,7 € en moyenne. Les autres charges s'élèvent à 20,6 € par rayon, d'où une marge nette moyenne de 2,1 € avant répartition de l'impôt sur le revenu et de 1,3 € après répartition.

6.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Tableau 31

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

| | | Fruits et légumes |
|--|---|-------------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 7,9 |
| | Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,2 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,5 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,5 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,4 |
| Sous-total : charges spécifiques du rayon | | 9,5 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 2,5 |
| | Personnel hors rayon | 6,2 |
| | Frais financiers | 0,7 |
| | Autres charges générales réparties | 9,7 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | 0,7 |
| Sous-total : charges communes réparties | | 19,8 |
| Total des charges imputées au rayon | | 29,3 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon fruits et légumes supporte directement 9,5 € de charges spécifiques (dont près de 8 € de frais de personnel). S'y ajoutent des charges générales imputées à hauteur de près de 20 € dont, principalement des frais de personnel commun à plusieurs rayons (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 29 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires.

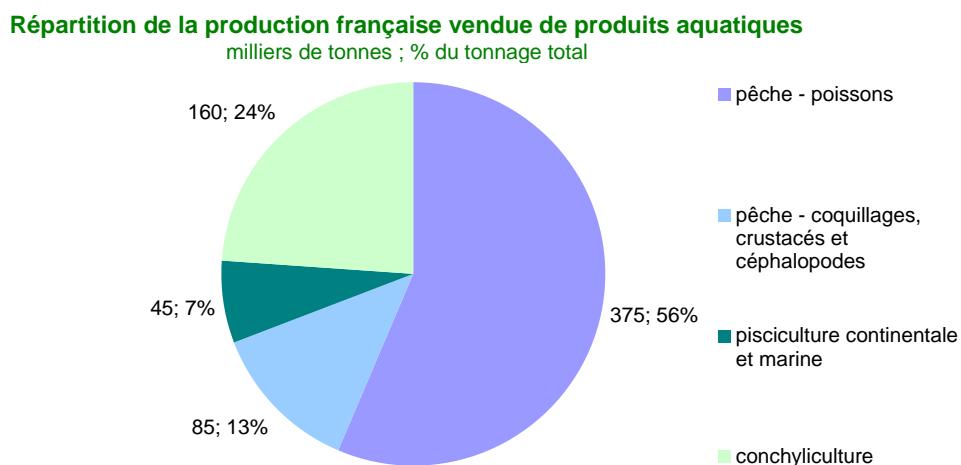
Le rayon fruits et légumes nécessite un travail particulier pour la mise en rayon des produits (réassortiment fréquent, les produits étant périssables), pour l'entretien et parfois pour la pesée. Par ailleurs, il s'agit d'un rayon qui occupe une surface relativement importante dans les magasins et qui ne peut pas être très densifié compte tenu de la fragilité des produits. Ainsi, les charges communes qui sont affectées au prorata de la surface occupée par le rayon (entretien, gardiennage, loyers, ...) sont-elles un peu plus importantes pour ce rayon, rapportées à son chiffre d'affaires. Il s'agit du second rayon dans ce cas, après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

Section 11 – Produits de la pêche et de l'aquaculture

1. PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Avec près de 665 000 tonnes produites en 2013, soit plus de 10 % de la production communautaire, la production de la pêche et de l'aquaculture française se place au 4^{ème} rang des pays de l'Union européenne, derrière l'Espagne, le Royaume-Uni et le Danemark. La production de pêche représente 460 000 tonnes, et la production aquacole 205 000 tonnes : 160 000 tonnes pour la conchyliculture et 45 000 tonnes pour la pisciculture.

Graphique 196



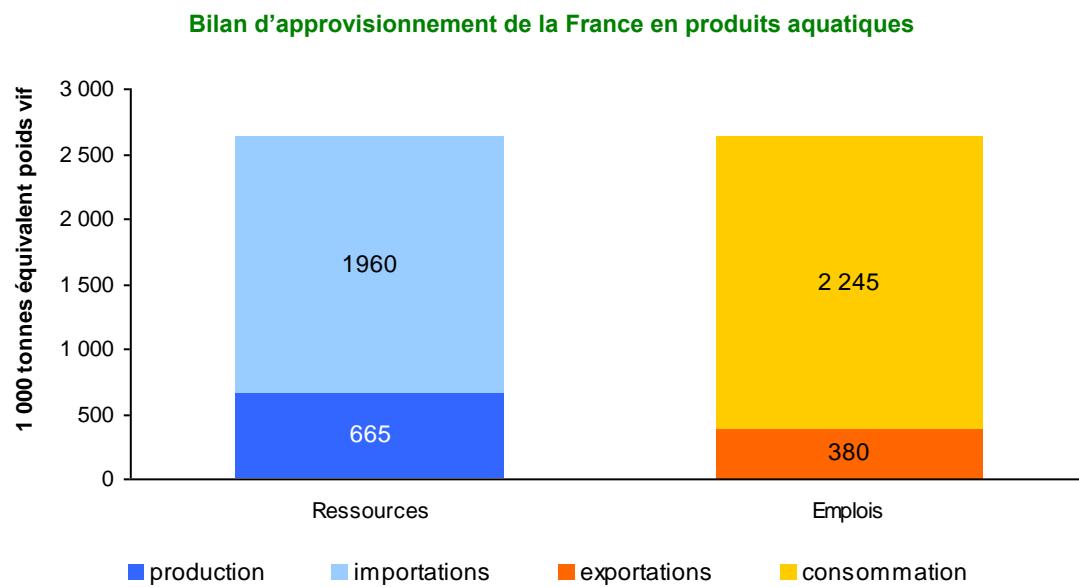
Source : MEDDE/DPMA, données 2013 pour la pêche et 2012 pour l'aquaculture

Pour produire ces volumes, la flotte métropolitaine compte environ 4 500 navires, dont plus des trois quarts mesurent moins de 12 mètres et pratiquent la petite pêche et la pêche côtière. Environ 20 000 marins pêcheurs sont embarqués sur ces navires.

A la fin de la marée, la production est débarquée dans les ports. Un peu moins de la moitié des volumes pêchés est ensuite vendue dans l'une des 38 halles à marée ou criées réparties sur le littoral. Les mareyeurs sont les premiers acheteurs en criées. Ils réalisent les opérations de première transformation (nettoyage, vidage, étêtage, éventuellement filetage, etc.). En 2011, on dénombrait 306 entreprises de mareyage sur le territoire, dont 36 entreprises réalisant également de la transformation industrielle. Ces entreprises présentaient un chiffre d'affaires de 1 932 millions d'euros, dont 261 pour l'activité de transformation, et employaient 4 584 salariés. A celles-ci s'ajoutaient 300 entreprises ayant une activité principale de transformation et totalisant un chiffre d'affaires de 4 817 millions d'euros, dont 3 707 millions d'euros pour la transformation de produits aquatiques (produits traiteur de la mer, saumon fumé, salage-saurisserie, plats cuisinés, etc.). Elles employaient environ 16 000 personnes. Les débouchés de ces produits sont le marché intérieur, pour la majorité des volumes, et l'export, les principaux clients de la France étant l'Espagne et l'Italie.

Au total, plus de 2,2 millions de tonnes de produits aquatiques sont consommées chaque année, ce qui est très largement supérieur à la production. La France a donc massivement recours aux importations pour subvenir à ses besoins (consommation intérieure et exportations) : la production couvre un quart des besoins, le reste est couvert par les volumes importés. Ainsi, en 2013, la France a importé l'équivalent de 2 millions de tonnes équivalent poids vif de produits aquatiques destinés à la consommation humaine, et en a exporté 380 000 tonnes. Le déficit de la balance commerciale pour ces produits s'élevait alors à 3,6 milliards d'euros.

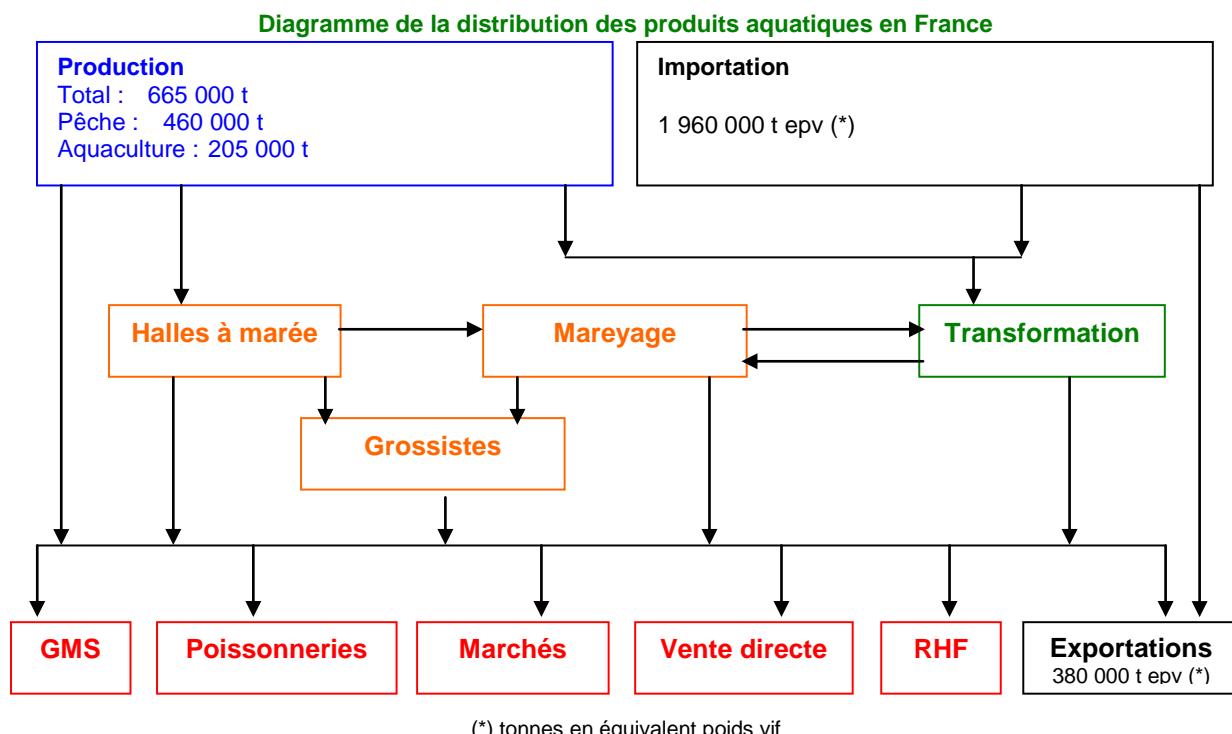
Graphique 197



Les Français figurent parmi les plus gros consommateurs de produits aquatiques de l'Union européenne (5^{ème} rang, derrière le Portugal, l'Espagne, la Lituanie et la Finlande). En moyenne, chacun d'entre eux en consomme 34 kg par an (équivalent poids vif, i.e. incluant les poids des têtes, viscères, peau, arêtes, coquilles, etc.), dont 25 kg de poisson, et la tendance est à la hausse.

Parmi les circuits de distribution, les grandes et moyennes surfaces tiennent une place prépondérante, puisqu'environ 60 % des produits frais en volume y est écoulé. Les produits très transformés, de types traiteur et conserves, sont quant à eux, presque exclusivement vendus en GMS. Les circuits traditionnels - les poissonneries (près de 3 000 établissements en France) et les marchés et foires, très axés sur le segment des produits frais - commercialisent environ 20 % des volumes.

Schéma 21



Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2012-2013

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

2.1. Données de prix disponibles

2.1.1. Prix à la première vente : prix en criées

La halle à marée, également appelée « criée » est le lieu organisé de première mise en marché des produits de la pêche fraîche. Après la marée, les produits sont débarqués dans les ports de pêche métropolitains, puis transitent dans l'une des 38 halles à marée. Ils seront alors triés par espèce, calibre, présentation et fraîcheur selon des normes strictes, avant d'être vendus en lot aux enchères à des acheteurs agréés (mareyeurs et détaillants). La réglementation impose que chaque vente fasse l'objet d'une « *note de vente* » (y compris les ventes hors halle à marée) compilant l'ensemble des informations relatives à la transaction : date, identifiants du vendeur et de l'acheteur, caractéristiques du lot (espèce, calibre, présentation, fraîcheur), volume et prix moyen. L'intégralité de ces données est ensuite enregistrée dans la base de données du Réseau inter-criées (Ric) gérée par FranceAgriMer. Environ 200 000 tonnes de produits aquatiques sont ainsi vendues chaque année en halle à marée, pour une valeur de plus de 600 millions d'euros.

Le prix à la première vente, pour une espèce donnée, est calculé en divisant la valeur totale des ventes de cette espèce dans l'ensemble des halles à marée dans lesquelles elle a été vendue pendant une période déterminée, par le volume total des ventes sur la même période.

2.1.2. Prix à l'importation

Comme évoqué plus haut, la France est très dépendante de l'importation pour la couverture de ses besoins en produits aquatiques. Son taux de dépendance varie fortement suivant les espèces. Pour le saumon, dont les Français sont très friands (première espèce vendue en frais, en volume), la production nationale est quasiment nulle, donc, pour couvrir la consommation, plus de 200 000 tonnes équivalent poids vif ont été importées en 2013.

La nomenclature douanière référence l'ensemble des produits échangés. Il existe plusieurs centaines de codes pour suivre les échanges de produits aquatiques. Chaque échange fait l'objet d'une déclaration aux services des douanes, et comprend notamment la nomenclature identifiant le produit, le volume échangé et sa valeur. Les volumes sont exprimés en poids net ; ils peuvent être convertis en équivalent poids vif, à l'aide de coefficients de conversion établis pour chacun des codes de nomenclature. Ces informations sont enregistrées dans la base de données des Douanes françaises. Pour calculer le prix moyen à l'import d'un produit, par exemple le saumon entier réfrigéré, on divise la valeur totale des importations de ce produit par le volume total importé.

2.1.3. Prix de détail

FranceAgriMer suit les achats des ménages pour leur consommation à domicile de produits aquatiques : produits aquatiques frais, produits traiteur réfrigérés, produits surgelés et conserves. Ces données sont fournies par le panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

Ce panel est un échantillon représentatif de la population française, selon les critères sociodémographiques de l'INSEE. Il est constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre, et de 12 000 ménages pour les achats sans code barre (typiquement le cas des produits aquatiques frais). Il fonctionne selon un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine les quantités achetées en poids net, les sommes dépensées et le lieu d'achat (GMS, poissonnerie, marchés, etc.). Le niveau de détail est limité : pour un produit frais acheté à l'étal, le déclarant peut renseigner l'espèce, la présentation (poisson entier ou découpé, pas de distinction en filet, darne, dos, etc.), le mode de production (pêche ou élevage). La fiabilité des informations enregistrées est directement liée à la connaissance du déclarant. Dans la pratique, on constate que le mode de production n'est pas toujours renseigné et que les résultats ne sont pas toujours vraisemblables (par exemple : la proportion de saumon sauvage acheté en frais n'est pas cohérente avec les données d'importations).

Le prix moyen est ensuite calculé en faisant le rapport des sommes dépensées sur les quantités achetées. Il tient compte du prix réellement payé par l'acheteur, en incluant l'effet des éventuelles promotions, assez répandues sur certains produits du rayon marée.

Par ailleurs, FranceAgriMer dispose d'un réseau d'enquêteurs (Réseau des nouvelles des marchés), qui relève chaque semaine le prix des produits à l'étal, pour un ensemble de produits aquatiques, dans un échantillon de 130 à 150 GMS. Il calcule notamment un prix moyen au détail, qui est la moyenne des prix relevés en point de vente. A la différence des données de Kantar, les produits cotés sont très précisément identifiés par espèce, calibre, présentation, mode de production et origine (exemples : bar de ligne entier origine France, saumon d'aquaculture en pavé, etc.). Ces prix relevés ne sont pas directement comparables aux prix moyens d'achat du panel Kantar, car ils ne sont pas pondérés par des volumes et ne prennent donc pas en compte l'effet des promotions, par exemple. En revanche, les enquêteurs relèvent pour chaque référence la présence de promotion à l'étal et leur prix.

Encadré 6

Le manque de données de prix dans la filière des produits aquatiques

Pour appliquer à la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture la 1^{ère} étape de la méthode de travail de l'observatoire, à savoir la décomposition des prix au détail en « *matière première* » et marges brutes en aval mise en œuvre dans les autres secteurs, l'observatoire devrait disposer, à une fréquence mensuelle, de prix moyens portant sur des produits homogènes (en termes d'espèces, de provenance géographique, de mode de production, – pêche ou élevage –, de catégorie,...) à tous les stades, c'est-à-dire depuis le débarquement ou la criée aux points de vente au détail, en passant par le mareyage, les grossistes...

Cette condition n'étant pas remplie actuellement, cette première étape est pour l'instant menée en actualisant les résultats d'une étude conduite en 2013, portant sur les années 2010-2012 et utilisée dans l'édition 2013 du rapport de l'observatoire, à laquelle on se référera pour plus d'information sur la méthode et les limites.

La partie suivante du présent rapport développe les résultats actualisés à 2014 de cette étude, après un point sur l'évolution générale des prix dans la filière.

3. EVOLUTION DES PRIX ET DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES

3.1. Evolution des prix à la première vente, à l'importation et au détail dans les filières aquatiques en 2014

En 2014, le **prix moyen des premières ventes déclarées en halle à marée** a progressé de 1 % par rapport à 2013 (3,03 €/kg), permettant une hausse de leur chiffre d'affaires (630 millions d'euros, + 1 %), après deux années de recul.

Le prix moyen des poissons blancs est en baisse pour la majorité des espèces, à l'exception du cabillaud (+ 1 %) et de l'églefin (+ 6 %), qui subissent néanmoins la concurrence des produits d'importation. Les apports ont augmenté de 3 % par rapport à 2013, du fait d'importants débarquements entre mars et juin. Le prix moyen des poissons fins recule de 1 %, alors que les débarquements déclarés en halle à marée sont en repli de 2 %. Les captures de petits pélagiques sont en baisse de 3 %, et la répartition des espèces a été modifiée, avec une forte hausse du volume d'anchois (+ 37 %), espèce la plus chère, entraînant une hausse de 4 % du prix moyen. Concernant les céphalopodes, le prix moyen du calmar a diminué de 19 % ; celui de la seiche a augmenté de 25 %. Les captures ont reculé de 10 % en 2014, malgré la forte progression des débarquements sur le dernier trimestre.

À l'échelle des façades maritimes, le prix à la première vente progresse sur tout le littoral, sauf sur la façade Atlantique. Les apports sont en baisse sur toutes les façades, à l'exception de l'Atlantique où les débarquements ont augmenté de 12 %.

En 2014, le prix du carburant, important poste de charge pour les entreprises de pêche, a été stable entre 65 et 70 centimes par litre au cours du premier semestre, puis a fortement diminué pour passer sous les 50 centimes en fin d'année.

En 2014, le **prix moyen à l'importation** des produits aquatiques a progressé. Le prix moyen du saumon entier (environ deux tiers des volumes de produits de saumon) a augmenté de 8 % par rapport à 2013. En mars 2014, le prix à l'importation du saumon entier réfrigéré d'origine Norvège a atteint son plus haut niveau en dépassant 7 € / kg. Les importations de saumon représentent, toutes présentations confondues, près de 20 % du volume total des importations de produits aquatiques destinés à la consommation humaine (hors thon). La hausse des cours a freiné la demande et les volumes ont ainsi diminué pour la deuxième année consécutive (- 6 % sur 12 mois à fin octobre 2014, par rapport aux 12 mois précédents). A l'inverse, la demande en cabillaud, déjà très soutenue en 2013, s'est encore accrue en 2014. Les disponibilités sur le marché international ont été très élevées et les produits, en particulier les découpes (dos de cabillaud), sont très recherchées par les consommateurs français. Le prix moyen à l'importation des poissons entiers a reculé de 8 % (sur 12 mois à fin octobre 2014, par rapport aux 12 mois précédents), celui des découpes réfrigérées a augmenté de 1 %, et les volumes ont progressé (poissons entiers + 17 %, découpes réfrigérées + 9 %).

En 2014, le **prix moyen d'achat** du poisson frais **des ménages** a augmenté de 1 % par rapport à celui de 2013 (source : Kantar Worldpanel). En effet, alors que l'indice INSEE global des prix à la consommation a progressé de 0,5 %, celui des poissons et crustacés frais est en hausse de 1,7 %. La hausse du prix moyen du saumon (+ 4 %), consécutive à la flambée des cours internationaux, explique en partie cette évolution, le saumon représentant à lui seul un cinquième des achats de poisson frais des ménages en volume. Le cabillaud, deuxième espèce phare du rayon marée, a vu son prix moyen d'achat se stabiliser en 2014. Les disponibilités importantes à l'importation ont permis de satisfaire une demande dynamique, en complétant l'offre de pêche nationale soumise à des quotas réduits en 2014. Pour les autres espèces issues de la production de pêche fraîche nationale, les prix moyens d'achat sont en hausse pour le lieu noir (+ 2,5 %), le merlan (+ 3,5 %), le maquereau (+ 2,1 %) et l'églefin (+ 10 %), stables pour le merlu et la sole, et en recul pour la lotte (- 4,7 %), la sardine (- 5,4 %) et la julienne (- 0,7 %).

3.2. Décomposition des prix au détail : exemple du merlan

3.2.1. Paramètres et hypothèses de base du modèle

Tableau 32

Prix moyens annuels d'entrée du merlan

| € / kg | | prix |
|--------------|------|------|
| Criées | 2012 | 1,21 |
| | 2013 | 1,22 |
| | 2014 | 1,20 |
| Importations | 2012 | 1,97 |
| | 2013 | 2,38 |
| | 2014 | 2,30 |

Tableau 33

Hypothèses d'approvisionnement

| % des tonnages | | Merlan |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------|
| Approvisionnement des GMS | Mareyeur → Grossiste → GMS | 0% |
| | Import → Grossiste → GMS | 0% |
| | Mareyeur → GMS | 90% |
| | Import → GMS | 10% |
| Approvisionnement des poissonneries | Mareyeur → Grossiste → Poissonnerie | 35% |
| | Import → Grossiste → Poissonnerie | 15% |
| | Mareyeur → Poissonnerie | 50% |
| | Import → Poissonnerie | 0% |

Tableau 34

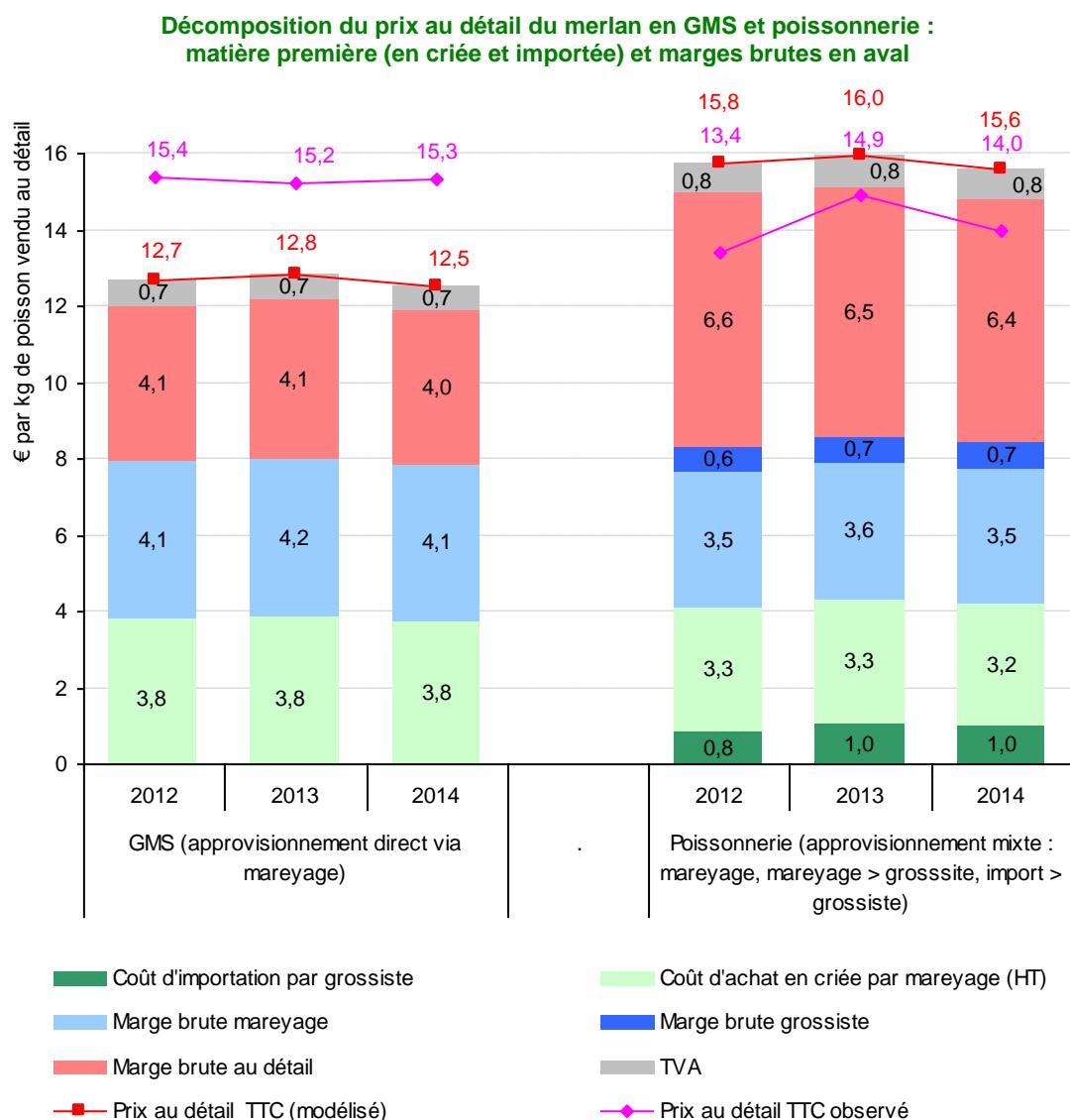
Paramètres de coûts et de marges

| | | Merlan |
|-------------------|---|--------|
| Mareyage-filetage | Rendement | 35% |
| | Taxe de criée (% prix en criée) | 5% |
| | Emballage (€ / kg) | 0,4 |
| | Transport (€ / kg) | 0,3 |
| | Main-d'œuvre (€ / kg) | 1,8 |
| | Marge brute mareyage hors transport et remise (% prix de vente) | 50% |
| Grossiste | Marge brute grossiste (% prix de vente) | 15% |
| GMS | Taux de perte | 9% |
| | Coût de distribution (€ / kg) | 0,55 |
| | Taux de perte (% prix d'achat) | 9% |
| | Fonctionnement magasin (% prix d'achat) | 8% |
| | Main-d'œuvre (% prix d'achat) | 15% |
| | Marge brute GMS (% prix de vente) | 37% |
| Poissonnerie | Taux de perte | 10% |
| | Transport (€ / kg) | 1,1 |
| | Fonctionnement magasin (€ / kg) | 1,0 |
| | Main-d'œuvre (% prix de vente) | 20% |
| | Coefficient multiplicateur (prix de vente / prix d'achat) | 1,9 |

3.2.2. Résultat : décomposition du prix au détail du merlan en GMS et en poissonnerie

Les valeurs du Graphique 198 sont exprimées quel que soit le stade **par kg de produit vendu au détail** : par exemple, compte tenu des rendements et des pertes, la valeur des achats en criée, nécessaires pour assurer la vente d'un kg de produit en GMS, est égale au prix en criée (1,21 € en 2012) multiplié par l'inverse du rendement au filetage (35%) et par le rendement après pertes au détail qui est de 91% compte tenu du taux de pertes de 9% (100% - 9% = 91%), soit : $1,21 \text{ €} / (35\% \times 91\%) \approx 3,8 \text{ €}$.

Graphique 198



Source : FranceAgriMer, d'après GEM

Pour le circuit Mareyeur → GMS, le modèle paraît sous-estimer nettement le prix au détail du merlan, avec un écart entre le prix au détail observé (source : relevés en rayons, RNM) et le prix au détail résultant du modèle de 22% (en 2014) du prix observé.

Pour le circuit Mareyeur → Grossiste → Poissonnerie, le modèle donne des prix au détail moins éloignés des prix observés (source : panel consommateurs Kantar Worldpanel).

Sous les réserves exprimées plus haut, le modèle permet de dégager des ordres de grandeurs suivants :

- le prix du produit en criée avant rendements représente environ 8 à 10% du prix au détail (hors TVA), trois fois plus après prise en compte des rendements (filetage) et pertes physiques ;
- dans le circuit Mareyeur → GMS, les marges brutes du mareyage et de la grande distribution représentent chacune environ le tiers du prix au détail ;
- dans le circuit Grossiste → Poissonnerie, la marge brute du détaillant est de l'ordre de 40% du prix au détail.

A noter que l'absence de référence de prix fiables sortie mareyage (alors qu'on dispose de références de prix en criée, de prix de gros et de prix au détail) introduit un degré de liberté qui fragilise le modèle : l'estimation des coûts sur la base de taux appliqués à des prix d'achat (ou de vente) lorsque ces prix ne sont pas précisés ne peut qu'être fragile.

4. COMPTE DU COMMERCE DE DÉTAIL SPÉCIALISÉ DE POISSONNERIE

Les comptes du secteur du commerce de détail spécialisé de poissonnerie sont disponibles dans la base de données ESANE de l'INSEE.

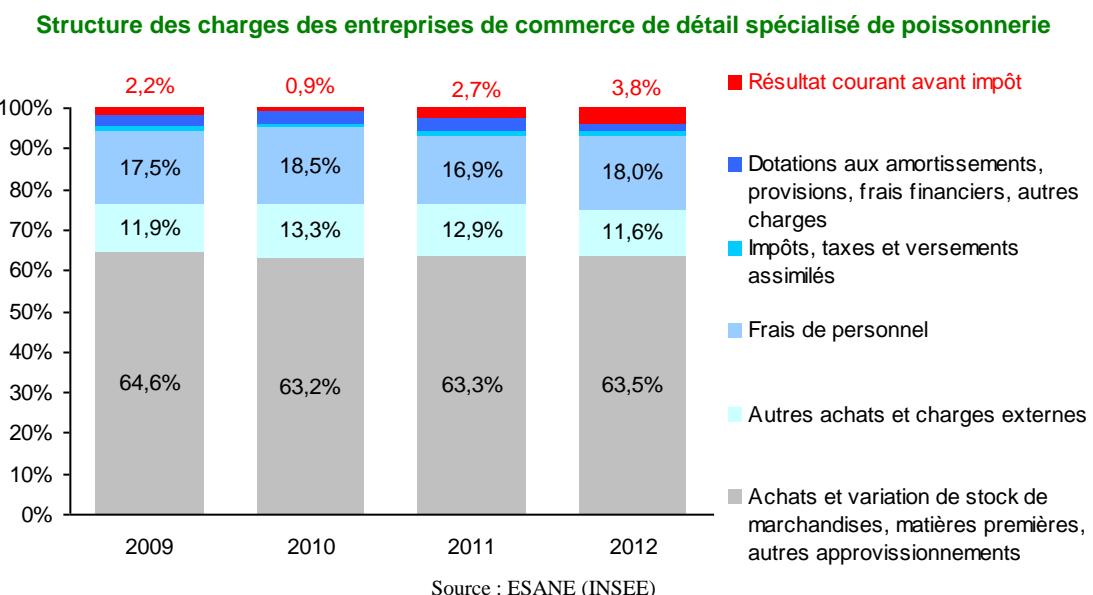
La comparaison de ces données avec celles recueillies en GMS permet de compléter l'analyse de ces dernières.

La structure du chiffre d'affaires (assimilable au total des produits courants du compte de résultat) des poissonneries révèle un taux de marge brute de l'ordre de 36% à 38% de 2009 à 2012 (parties non grisées des histogrammes du Graphique 199), sensiblement supérieur à celui constaté en GMS en 2013 (27%).

Les frais de personnel salarié représentent 17% à 18,5% des produits, taux qui ne peut être comparé directement à celui observé en rayon marée des GMS car dans le commerce de détail spécialisé, la forme artisanale prédomine, avec une part de travail non salarié et rémunéré sur le résultat courant avant impôt.

Un retraitement des comptes du détail spécialisé imputant des frais de main-d'œuvre non salarié sur le résultat courant donnerait ainsi un solde net plus proche de la marge nette calculée pour le rayon poissonnerie des GMS.

Graphique 199



5. COMPTE DU RAYON POISSONNERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon, ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

5.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon marée contribue pour 8 % au chiffre d'affaires des rayons étudiés, pour 8 % à leur marge brute, pour 14 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation de produits (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCM de produits de la mer) et à la présence de vente assistée dans les magasins (surtout les hypermarchés). Sa marge nette après affectation des charges communes est négative.

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Tableau 35

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie**

| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne |
|--|--|---|
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 72,7 | |
| Marge brute | 27,3 | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne. |
| Frais de personnel du rayon | 15,5 | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne. |
| Marge semi-nette | 11,7 | |
| Autres charges | 18,5 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | -6,8 | |
| <i>Impôt sur les sociétés</i> | -2,5 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | -4,4 | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent en moyenne à plus ou moins 2,8 € (*) de la marge nette moyenne de -4,4 €. |

(*) ce nombre est « *l'écart moyen absolu* », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « *en valeur absolue* », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « *l'écart moyen absolu* ».

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Les frais de personnel dédié au rayon sont importants relativement au chiffre d'affaires : le rayon se classe au 2^{ème} rang sur ce critère après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie. La marge « *semi-nette* » est ainsi de 11,7 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (18,5 €). Ainsi, la marge nette est négative, de - 6,8 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 4,4 € après répartition.

5.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Tableau 36

Détail des charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

| | | Poissonnerie |
|--|---|--------------|
| Charges directes du rayon | Frais de personnel du rayon | 15,5 |
| | Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,3 |
| | Eau, gaz, électricité pour le rayon | 0,8 |
| | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon | 0,8 |
| | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon | 0,5 |
| | Sous-total : charges directes du rayon | 17,9 |
| Charges communes réparties | Immobilier | 2,2 |
| | Personnel hors rayon | 5,4 |
| | Frais financiers | 0,6 |
| | Autres charges communes réparties | 7,9 |
| | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i> | -2,5 |
| | Sous-total : charges communes réparties | 13,7 |
| Total des charges imputées au rayon | | 31,6 |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2013

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 18 € de charges spécifiques (dont 15,5 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes dont les frais de personnel communs à plusieurs rayons (en magasin et dans les niveaux centraux) et diverses autres charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Ainsi, le rayon supporte 31,6 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires, le plaçant au deuxième rang des rayons étudiés, après la boucherie, pour ce critère.

Chapitre 4. « *L'Euro alimentaire* »

1. OBJECTIF, MÉTHODES, LIMITES

1.1. Objectif

L'objectif de cette analyse est d'évaluer **comment se répartissent 100 euros de dépense alimentaire du consommateur entre les différentes branches de l'économie**, contribuant « *de près ou de loin* », à la production alimentaire : branche de l'agriculture, branche des IAA et branches des commerces agroalimentaires, certes, mais aussi : transports, services, autres industries... auprès desquelles les branches précédentes achètent des consommations intermédiaires, redistribuant ainsi une partie des dépenses alimentaires des consommateurs.

On vise ici en effet à poursuivre la décomposition de la valeur de la dépense alimentaire au-delà des comptes des seuls branches identifiées dans l'approche « *filière* » classique (agriculture, industrie agroalimentaire, commerces de gros et de détail en produits agricoles et agroalimentaires).

On prend en compte ainsi le fait que **la dépense alimentaire contribue non seulement à rémunérer le travail et le capital dans les branches agroalimentaires** de la filière, *via* les valeurs ajoutées qui s'y constituent, mais qu'elle participe également à **la rémunération de ces facteurs (travail, capital) dans toutes les branches de l'économie**, à hauteur de leur contribution à la production de biens et de services utilisés, directement ou indirectement, pour la production et la distribution d'aliments.

1.2. Méthode

La méthode, inspirée de travaux du service de recherche économique du département de l'agriculture des Etats-Unis sur le « *food dollar* » [CANNING., 2011] est décrite en détail dans diverses publications, consultables en ligne sur le site de l'observatoire, dont :

- Que rémunèrent nos dépenses alimentaires ? (Butault J.P., Boyer Ph.). La Lettre de l'OBSERVATOIRE, n° 2, janvier 2013 ;
- L'«euro alimentaire» en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches. (Butault J.P., Boyer Ph.). 6^{èmes} Journées de recherches en sciences sociales ; INRA, SFER, CIRAD. Toulouse, décembre 2012.

On peut très schématiquement représenter comme suit la démarche de la décomposition :

P_0 : 100 euros de consommation finale alimentaire ou 100 euros de production de la branche alimentaire, dite branche 0 ;

P_1 : production d'autres branches, dites branches 1, utilisée comme consommations intermédiaires dans la production P_0 de 100 euros alimentaires ;

VA_0 : valeur ajoutée de la branche alimentaire, $VA_0 = P_0 - P_1$

Donc : $P_0 = VA_0 + P_1$

P_2 : production d'autres branches, dites branches 2, utilisée comme consommations intermédiaires dans la production P_1 ;

VA_1 : valeur ajoutée des branches 1, $VA_1 = P_1 - P_2$, donc $P_1 = VA_1 + P_2$

Donc : $P_0 = VA_0 + VA_1 + P_2$

P_3 : production d'autres branches, dites branches 3, utilisée comme consommations intermédiaires dans la production P_2 ;

VA_2 : valeur ajoutée de la branche 2, $VA_2 = P_2 - P_3$, donc $P_2 = VA_2 + P_3$

etc., en faisant intervenir toutes les autres branches (0,4, 5, ... n) de l'économie, on aboutit à :

$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n$

Cent euros de consommation alimentaire peuvent être ainsi exprimés sous la forme d'une somme de valeurs ajoutées constituées dans toutes les branches de l'économie.

En réalité, une partie de la consommation alimentaire est assurée par des importations, dites finales I_F et une partie des consommations intermédiaires sont également des importations, dites intermédiaires, I_I . Donc, la décomposition de la consommation finale de l'euro alimentaire est de la forme :

$$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n + I_F + I_I$$

En outre, à chaque étape, des taxes augmentent, pour un total T , la valeur finale des produits, donc :

$$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n + I_F + I_I + T$$

Enfin, puisqu'on s'intéresse à la composition de la dépense du consommateur (et non du contribuable), toutes les valeurs ajoutées considérées sont hors subventions, remarque particulièrement importante s'agissant de la valeur ajoutée dans la branche agricole.

1.3. Portée et limites

La valeur ajoutée est la ressource qui assure la rémunération des services des deux facteurs de production primaires : le travail et le capital. Il s'agit de « *rémunération brute* », soit, s'agissant du capital, d'excédent brut d'exploitation, se décomposant en épargne, impôt sur les sociétés, intérêts, revenus distribués aux propriétaires du capital.

Les limites les plus importantes de l'approche doivent être signalées :

- la **dépense alimentaire considérée est uniquement celle effectuée dans le commerce de détail**, excluant la restauration hors domicile (RHD), car la comptabilité nationale n'isole pas la consommation en RHD de celle de l'hébergement en hôtel (une même branche « *hôtels et restaurants* » agrège l'ensemble) ;
- à la base des calculs se trouvent, extraits des tableaux « *entrées-sorties* » (TES) de la comptabilité nationale, les **coefficients techniques** rapportant dans chaque branche, les consommations intermédiaires (produits des autres branches) à la production de la branche. Or, les nomenclatures ne permettent pas, dans une branche donnée, de différencier ces coefficients selon que la production est destinée à la consommation finale, ou à la consommation intermédiaire, ou encore à l'exportation. Par exemple, pour la branche Industries alimentaires, le coefficient liant la production de la branche avec les intrants fournis par la branche agricole est considéré comme identique qu'il s'agisse de la production d'aliments donnant lieu à consommation finale domestique, de celle de produits agroalimentaires réutilisées dans les industries alimentaires, ou de celle de produits exportés ;
- les **nomenclatures de branches** dans les TES ne permettent pas de conduire l'analyse par nature de produits alimentaires (par exemple : viandes, produits laitiers, etc. ...) car l'ensemble des industries alimentaires est agrégé dans une seule branche ; de même, l'agriculture, qui fournit la partie de la demande finale en produits non transformés, n'y est pas éclatée par production ;
- les données annuelles indispensables pour effectuer la décomposition (TES symétriques) étant d'élaboration complexe, elles ne sont disponibles que 3 années après l'année civile sur laquelle elles portent. Ainsi, au moment du « *bouclage* » de ce rapport (mars 2015), **les dernières données disponibles sont celles de 2010**.

Dans la présentation qui va suivre, avant de présenter l'euro alimentaire intégralement décomposé en valeurs ajoutées (plus taxes et importations), on donnera les résultats **d'une première décomposition** identifiant :

- la **valeur de la production agricole** (donc la valeur ajoutée de la branche PLUS ses consommations intermédiaires, dont celles importées) incorporée dans l'euro alimentaire,
- la **valeur globalement ajoutée par les autres branches à cette part agricole** (incorporant leurs consommations intermédiaires importées),
- les **importations alimentaires**,
- les **taxes**.

2. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE ENTRE PRODUCTION AGRICOLE ET AVAL

Dans cette première analyse, la consommation alimentaire est décomposée comme suit :

Consommation finale alimentaire

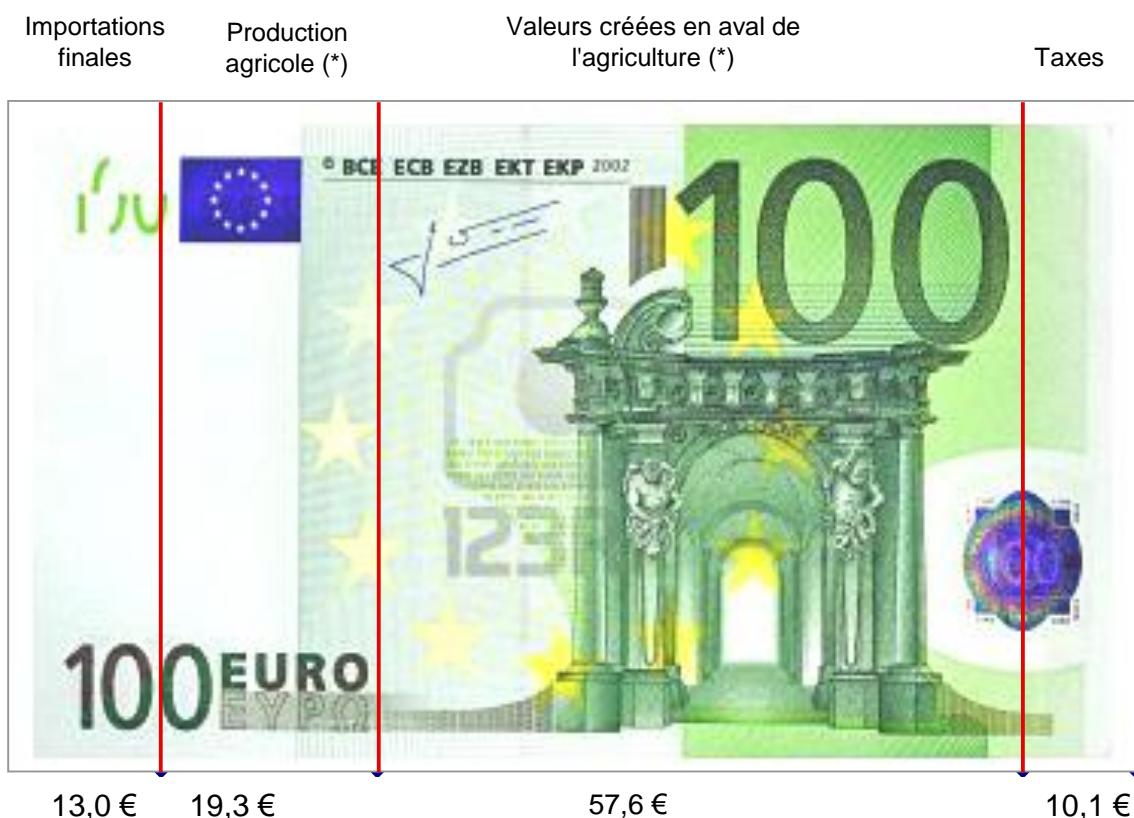
- = *Produits domestiques de l'agriculture⁴⁶ pour la consommation finale et pour la consommation intermédiaire (matières premières des industries alimentaires et autres intrants agricoles utilisés dans la chaîne alimentaire)*
- + *Consommation finale de produits alimentaires importés*
- + *Valeur créée en aval de l'agriculture*
- + *Taxes*

2.1. Production agricole, importations alimentaires, aval et taxes dans l'euro alimentaire en 2010

Le résultat de cette première décomposition, pour l'année 2010 (dernière année pour laquelle on dispose actuellement des sources nécessaires) est représenté sur le Schéma 22.

Schéma 22

L'euro alimentaire en 2010 décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes



(*) montant avant taxes et sans subventions aux produits.

Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

⁴⁶ Sauf mention contraire, on désigne par « *produits de l'agriculture* » les produits de cette branche *sensu stricto*, *plus ceux de la pêche et de l'aquaculture* (3% de la production de l'ensemble agriculture, pêche, aquaculture en 2010).

Ainsi, en 2010, dans 100 € de dépense alimentaire nationale, **l'agriculture** fournit 19,3 € de produits finals (aliments non transformés) et intermédiaires (matière première pour les industries alimentaires et autres intrants utilisés dans la chaîne alimentaire).

S'y ajoute un montant de 13,0 € **d'importations alimentaires**, hors importations d'intrants dont les valeurs sont incluses dans celle de la production agricole et dans l'agrégat suivant : les **valeurs créées en aval par le commerce, la transformation, le transport des produits**.

Ce dernier agrégat constitue, avec 57,6 €, la majeure part de la valeur de la consommation alimentaire. Enfin, s'ajoutent 10,1 € de taxes.

2.2. Evolution de 1995 à 2010 de la composition de l'euro alimentaire en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes

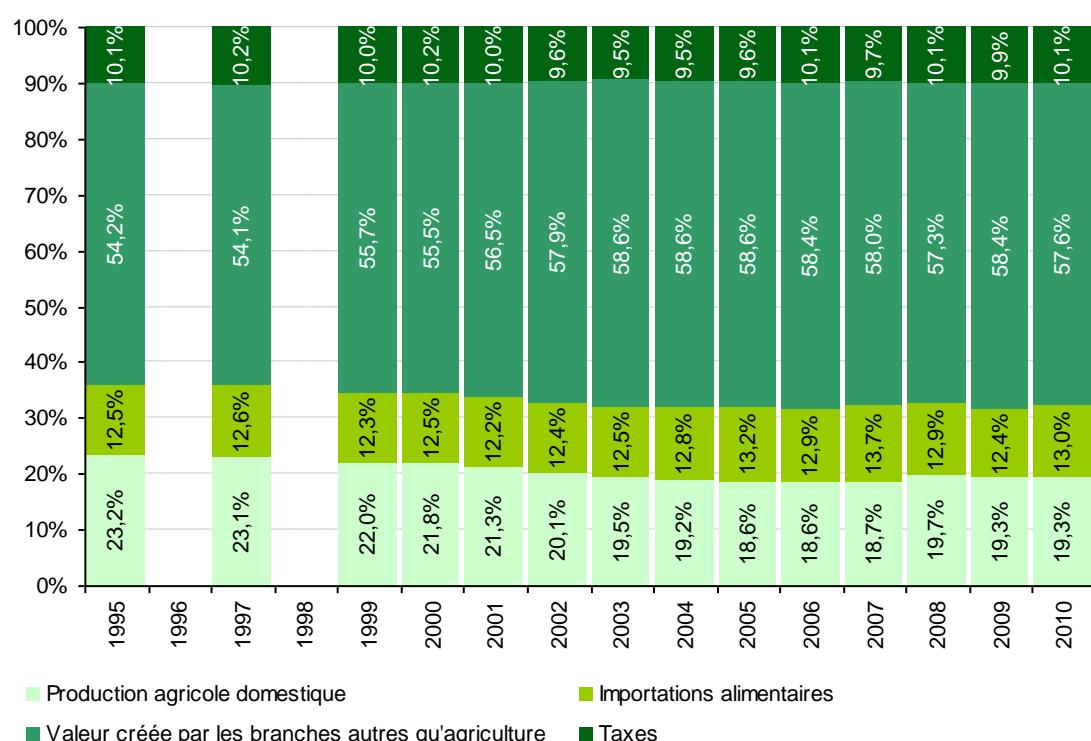
La production agricole domestique (pêche et aquaculture incluses) qui représentait 23% de la consommation finale alimentaire en 1995, en constitue 19% en 2010 (Graphique 200).

Dans le même temps, la part des importations alimentaires progressent peu⁴⁷, tout comme celle des taxes.

C'est donc la valeur créée par l'aval qui voit croître sa part de près de 4 points dans la valeur de la consommation finale alimentaire.

Graphique 200

L'euro alimentaire décomposé en production agricole, importations alimentaires et aval de 1995 à 2010

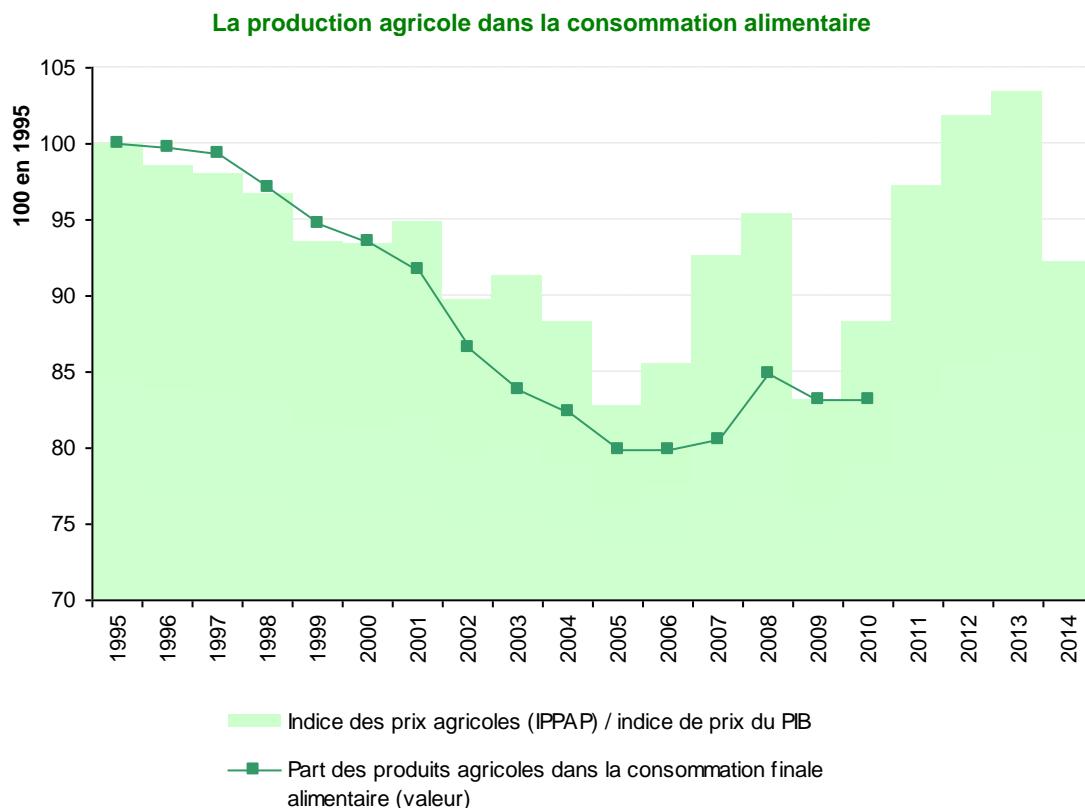


Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

⁴⁷ Cf. plus loin : l'augmentation est plus importante s'agissant des importations en consommations intermédiaires (énergie, notamment) incluses dans la valeur de la consommation alimentaire (*via* la production agricole et les valeurs créées en aval).

L'évolution de la part des produits agricoles dans la dépense alimentaire résulte d'effets de prix, illustrés par le Graphique 201. La baisse des prix agricoles relatifs⁴⁸, résultant notamment des réformes de la politique agricole commune depuis 1993, entraîne une baisse de la valeur de la production agricole dans la consommation alimentaire.

Graphique 201



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

3. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE EN VALEURS AJOUTÉES

Dans cette seconde analyse, par rapport à la précédente, la production agricole et les valeurs en aval, incluses dans la consommation alimentaire, sont intégralement décomposées en valeurs ajoutées et consommations intermédiaires importées. S'y ajoutent les importations finales et les taxes, déjà isolées dans la décomposition précédente.

3.1. L'euro alimentaire 2010 en valeurs ajoutées, importations et taxes

On aboutit ainsi, pour l'année 2010, à la structure de l'euro alimentaire représentée par le Schéma 23.

Sur 100 € de consommation alimentaire en 2010 : 26,6 € rémunèrent des importations en produits alimentaires ou en consommations intermédiaires, 10,1 € sont dus aux taxes (TVA, taxes spécifiques sur les boissons alcoolisées, taxes sur les carburants...).

Le reste, soit 63,2 €, est constitué de valeurs ajoutées induites dans les branches de l'économie nationale, avec une part importante revenant aux services (17,7 €) et au commerce (20,9 €).

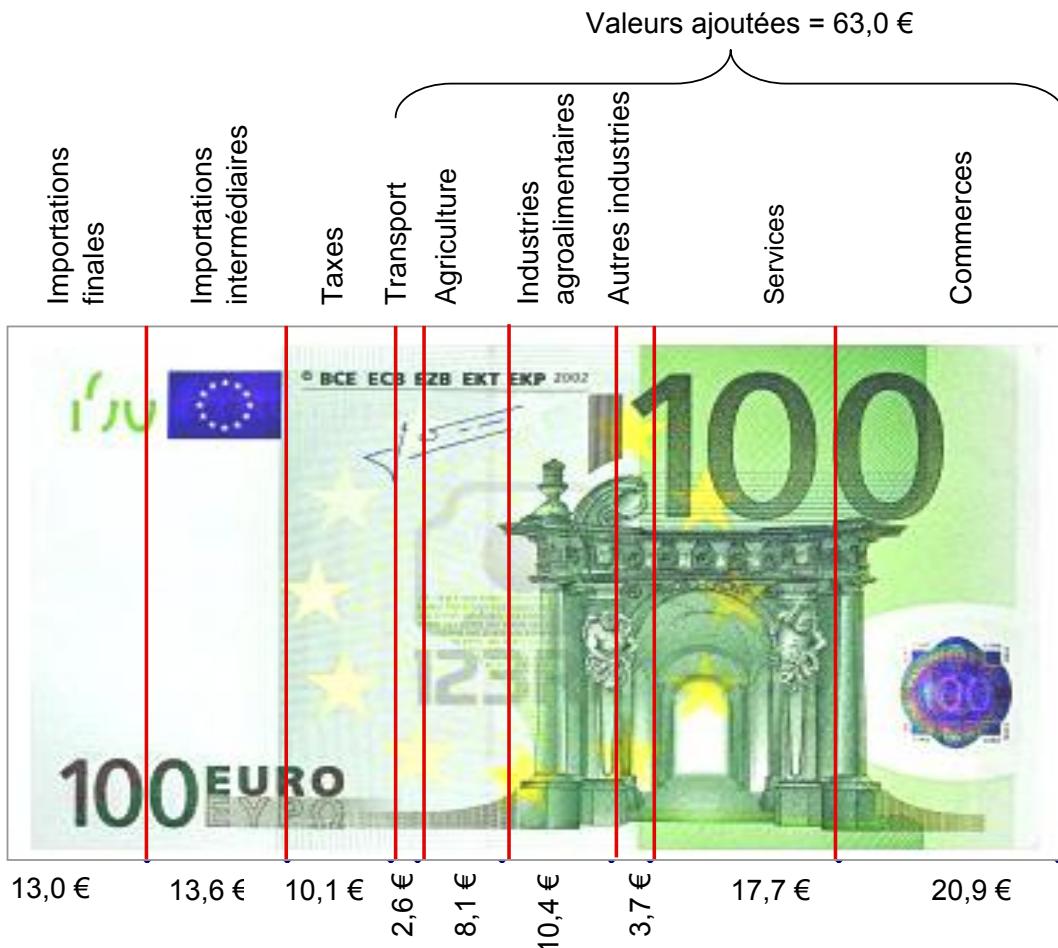
Le poids relativement modeste de l'agriculture (8,1 €) résulte :

⁴⁸ Rapport de l'indice des prix des produits agricoles à la production (IPPA) sur indice de prix du produit intérieur brut (PIB).

- d'une part, à long terme, des transformations que subissent les produits agricoles et des services qui sont incorporés à l'offre alimentaire,
- et, d'autre part - et surtout, du moins à court et moyen terme - , du rapport entre prix agricoles et prix des autres biens et services. Ce prix relatif des produits agricoles a été réduit par les réformes successives de la politique agricole intervenues depuis 1993, remplaçant le soutien des prix agricoles par des subventions.

Schéma 23

L'euro alimentaire 2010 décomposé en valeurs ajoutées, importations et taxes



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

3.2. Des valeurs ajoutées aux salaires et excédents bruts d'exploitation en 2010

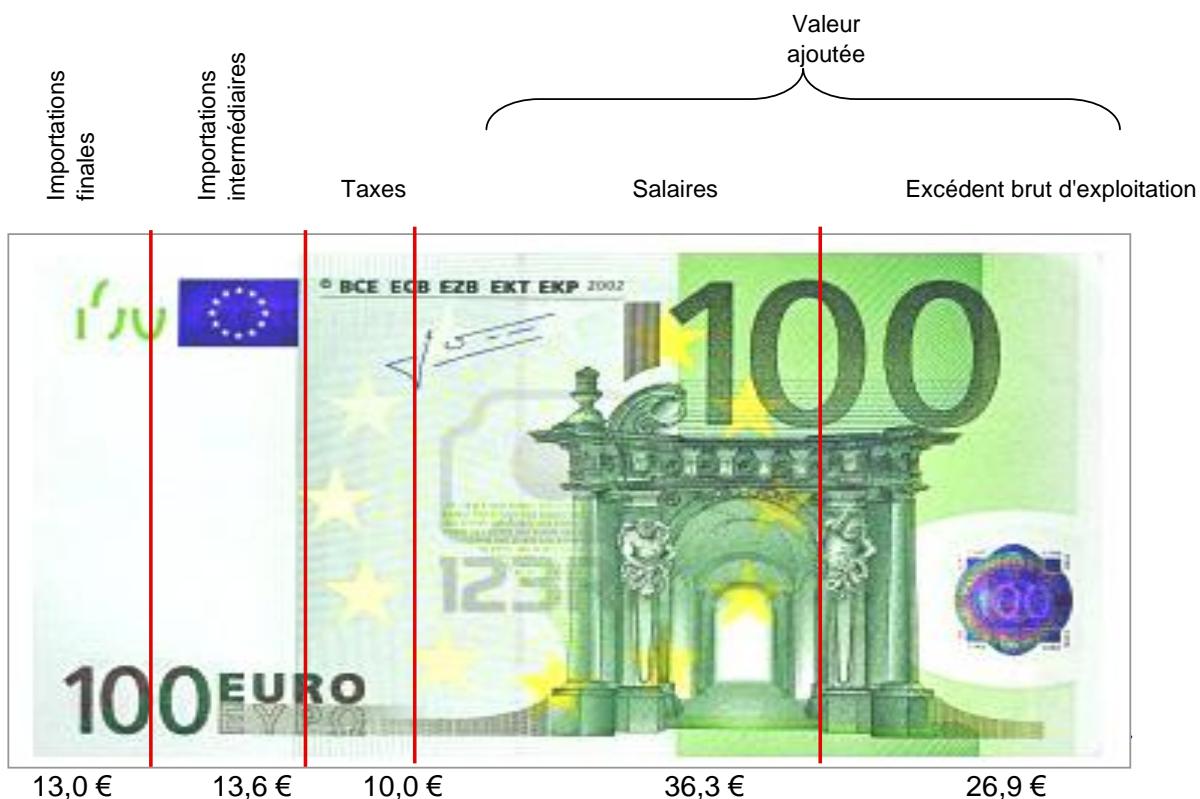
Les sources utilisées donnent la répartition de la valeur ajoutée de chaque branche entre salaires et excédent brut d'exploitation (EBE).

Il est donc possible de répartir la valeur ajoutée de « l'euro alimentaire » entre ces deux rémunérations brutes des « facteurs de production primaires » (travail, capital), induites dans toutes les branches par la consommation alimentaire.

Le résultat est représenté ci-après.

Schéma 24

L'euro alimentaire 2010 décomposé en salaires et EBE, importations et taxes



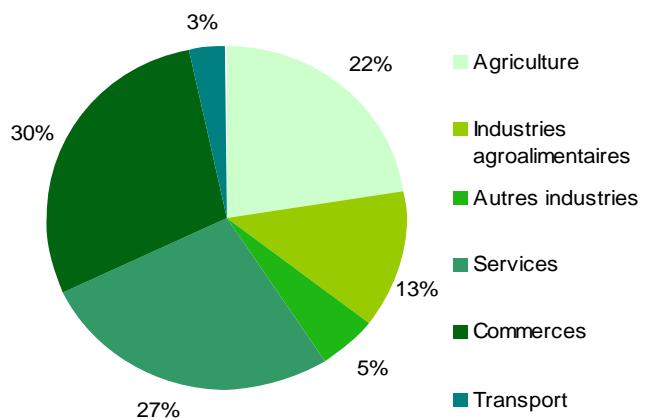
Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

3.2.1. Les EBE induits par la demande alimentaire

Du fait de la faiblesse du salariat dans l'agriculture, la part de la branche dans les EBE induits par la demande alimentaire est élevée (Graphique 202), avec 22% en 2010. Notons que l'EBE agricole est un « *revenu mixte* » du travail (non salarié) et du capital. Par ailleurs, cet EBE induit par la consommation est hors subventions.

Graphique 202

Répartition par branche des EBE induits par la consommation finale alimentaire en 2010



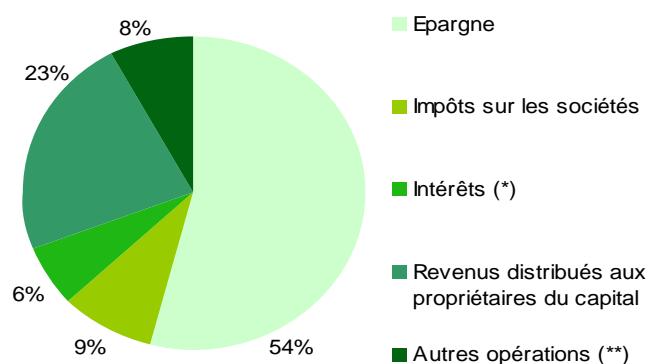
Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

L'EBC est un revenu brut qui se répartit entre revenus distribués aux propriétaires de capital (dont dividendes aux actionnaires), intérêts, autres opérations de transfert (dont assurances) ⁴⁹ et impôts sur les revenus, le reste étant affecté à l'épargne.

A titre indicatif, le graphique suivant présente cette répartition en 2010 pour l'ensemble des sociétés non financières, faute de données équivalentes par branche.

Graphique 203

Répartition de l'EBC des sociétés non financières en 2010



(*) : Intérêts versés moins reçus. (**) : Prestations sociales versées moins cotisations reçues, primes d'assurances versées moins indemnisations reçues, autres transferts nets

Source : INSEE : TEE

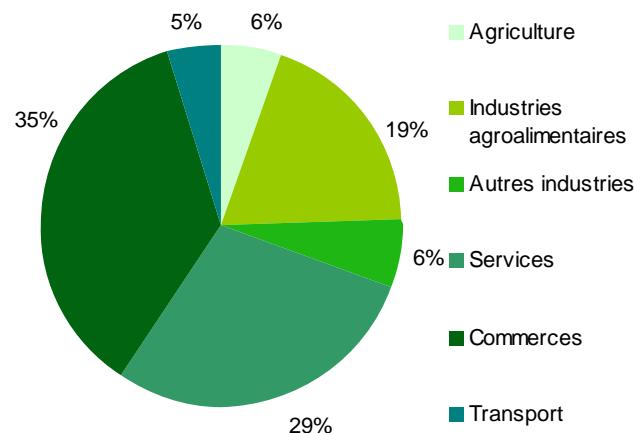
3.2.2. Les salaires induits par la demande alimentaire

En 2010, la consommation finale alimentaire génère 63,2 milliards d'euros de salaires bruts, soit 6% du total des salaires versés dans l'économie nationale.

La part par branche des salaires induits par la consommation alimentaire est la plus élevée dans le commerce (35%), suivie par les services (29%) et les industries agroalimentaires (19%).

Graphique 204

Répartition par branche des salaires bruts induits par la consommation finale alimentaire en 2010



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

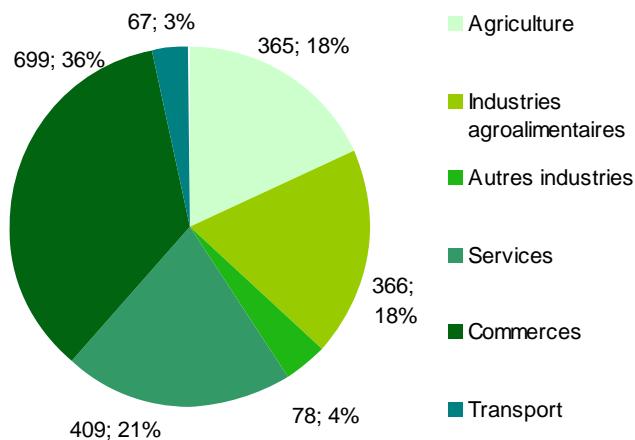
⁴⁹ En comptabilité nationale, les services bancaires et d'assurances figurent dans les consommations intermédiaires à hauteur d'une partie des intérêts et des primes correspondant au seul coût de ces services, l'autre partie constituant un emploi de l'EBC, rémunérant les capitaux des branches des services financiers (Malherbe F., 2012).

3.2.3. Les emplois induits par la demande alimentaire

La demande alimentaire génère près de 2 millions d'emplois (salariés et non salariés) en 2010, dont plus du tiers dans le commerce et environ 60% réparti dans des proportions voisines dans l'agriculture (18%), les industries agroalimentaires (18%) et les services (21%).

Graphique 205

Répartition par branche du nombre d'emplois induits par la consommation finale alimentaire en 2010
(milliers d'emplois ; % du total)



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

Le nombre d'emplois induits dans la branche agricole par la consommation alimentaire (365 000 environ) apparaît sensiblement inférieur aux emplois totaux de la branche, ce qui est normal, s'agissant ici des seuls emplois mobilisés pour la production des biens alimentaires consommés en France, donc hors exportations et hors productions agricoles non alimentaires. En outre, rappelons que, sous contrainte de la nomenclature des TES, la consommation alimentaire hors domicile n'est pas prise en compte, ce qui minimise également le nombre d'emplois agricoles induits.

3.3. Evolutions des composantes de l'euro alimentaire de 1995 à 2010

Ces évolutions sont représentées sur le Graphique 206.

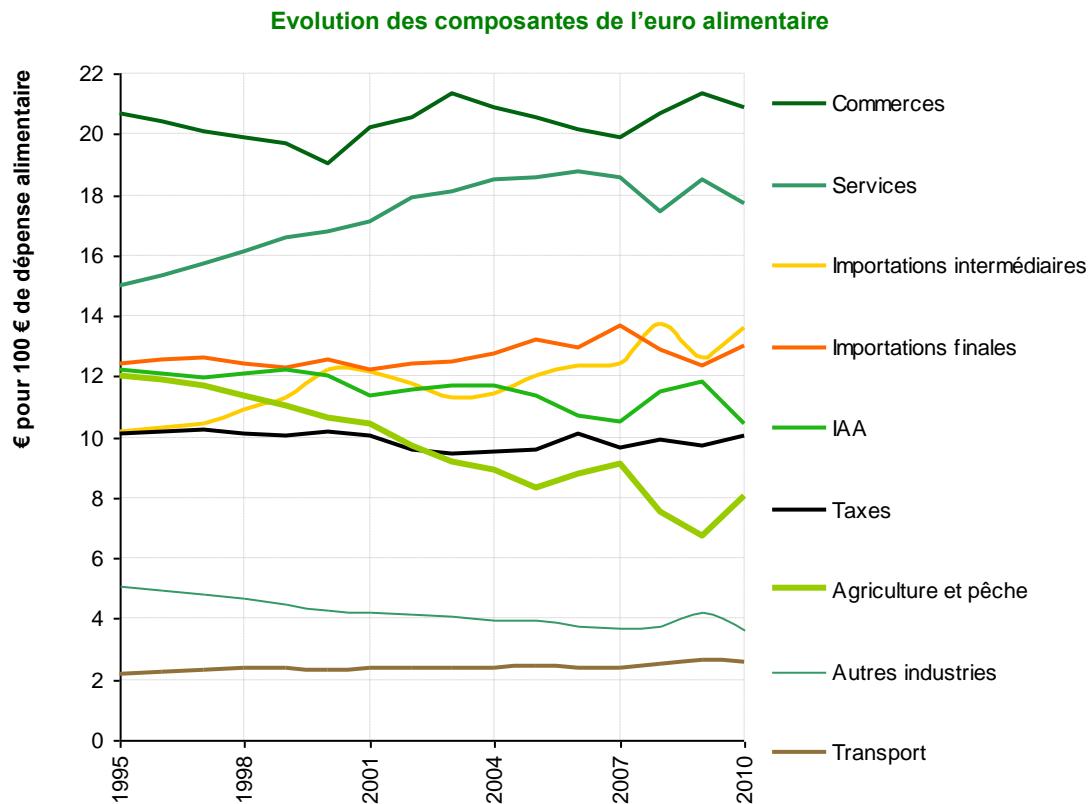
Les principales tendances de long terme sont les suivantes :

- forte croissance de la part des services dans la valeur de l'alimentation, sur un rythme comparable à celui de leur part dans l'ensemble de la production nationale ;
- diminution de la part de l'agriculture, cohérente avec la baisse du prix relatif des produits agricoles ;
- augmentation de la part des importations, particulièrement en consommations intermédiaires, liée à la hausse du prix de l'énergie et, plus récemment, des matières premières agricoles.

L'année 2010 présente certaines ruptures par rapport aux évolutions antérieures :

- la part de l'agriculture remonte, sous l'effet de l'amélioration des prix agricoles par rapport à 2009 ;
- celles des importations finales et intermédiaires augmentent également, sous l'effet de la hausse des prix mondiaux des matières premières ;
- ne répercutant que partiellement le renchérissement de leurs intrants, les IAA perdent en 2010 plus d'un point dans ce partage de la valeur ajoutée.

Graphique 206



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

Les derniers TES actuellement disponibles étant ceux de l'année 2010, les évolutions postérieures ne peuvent qu'être estimées. S'agissant de la part de l'agriculture en valeur ajoutée dans l'euro alimentaire, son évolution est en grande partie déterminée par le taux de valeur ajoutée (hors subventions aux produits) de la branche, ainsi que l'illustre le Graphique 207.

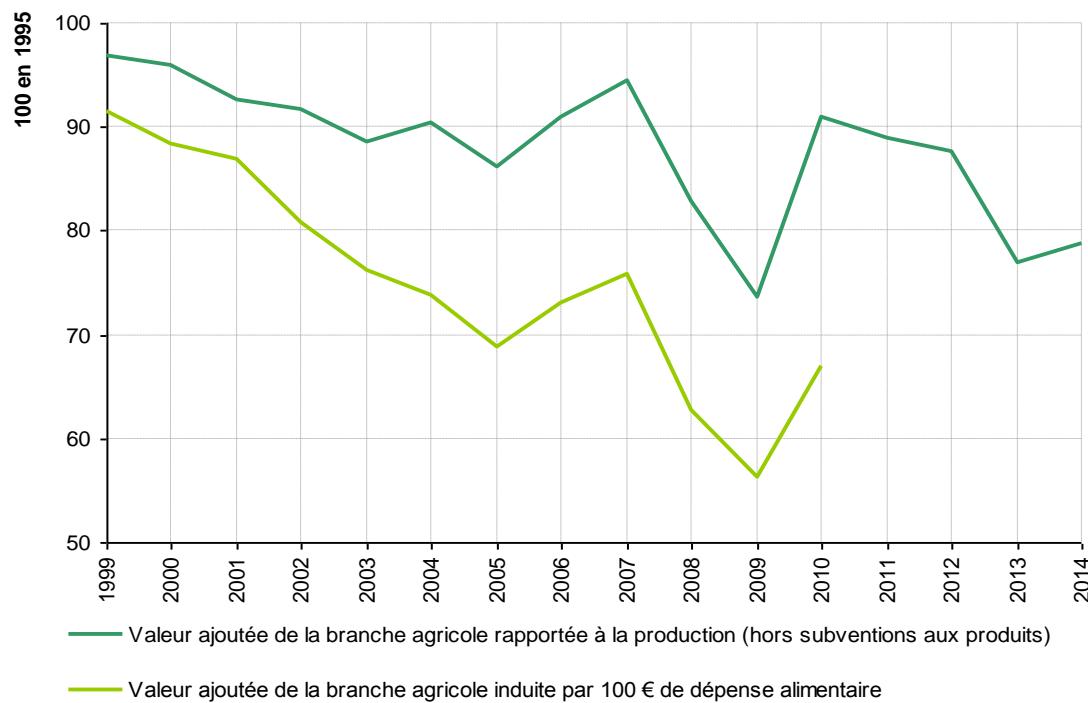
On peut ainsi avancer qu'en 2011 et 2012, la part de l'agriculture en valeur ajoutée dans l'euro alimentaire ne devrait pas beaucoup évoluer par rapport à 2010.

La part de la valeur ajoutée agricole dans l'euro alimentaire pourrait ensuite baisser sensiblement en 2013, le taux de valeur ajoutée de la branche diminuant malgré la hausse des prix agricoles qui ne compense pas la baisse des volumes et le renchérissement de certaines consommations intermédiaires (aliments du bétail).

En 2014, le taux de valeur ajoutée remonte un peu, malgré la baisse des prix agricoles, les consommations intermédiaires diminuant plus vite que la production : la part de la valeur ajoutée agricole dans l'euro alimentaire pourrait également remonter légèrement.

Graphique 207

Evolution comparée du taux de valeur ajoutée de la branche agricole et de la part de la valeur ajoutée de la branche dans l'euro alimentaire



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

4. CONTRIBUTIONS DES DIFFÉRENTES DEMANDES FINALES À LA FORMATION DE LA VALEUR AJOUTÉE EN AGRICULTURE

Dans ce qui précède, on s'intéressait au partage de la demande finale alimentaire en valeurs ajoutées entre les différentes branches. C'est en quelque sorte l'inverse que l'on envisage dans ce qui suit : on recherche quelles parts de la valeur ajoutée d'une branche donnée (on considérera ici la branche agricole) sont induites par les différentes demandes finales domestiques (en produits alimentaires, en produits d'autres industries, etc.) et par les exportations.

Dans cette approche, dans une optique d'analyse de la formation du revenu de la branche agricole (ici au sens strict, hors pêche et aquaculture), on réintroduit les subventions dans la valeur ajoutée. Les résultats pour 2010 sont représentés sur le Graphique 208.

En 2010, la valeur ajoutée subventions incluses de l'agriculture provient pour 37% de la consommation finale alimentaire domestique.

Le poids de la demande en « *exportations et formation brute de capital fixe (FBCF) agroalimentaires* »⁵⁰ est élevé, concourant à 28% à la valeur ajoutée de la branche agricole.

L'incidence sur la valeur ajoutée agricole de la demande finale en produits des industries non alimentaires (biocarburants, par exemple) est modeste : 2% ; elle est plus importante s'agissant de la demande finale adressée à la branche des hôtels et restaurants (5%) et atteint 4% pour l'ensemble des autres branches (services, essentiellement).

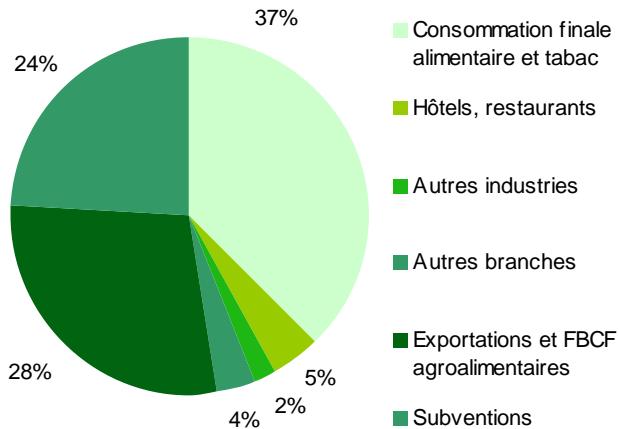
Ces proportions ont peu évolué depuis 1995, les changements les plus sensibles portant sur la part de la consommation alimentaire, qui a diminué de 3 points, et celle des subventions, en hausse de 5 points.

Le poids des salaires étant modeste en agriculture, les contributions des demandes finales à la formation de la valeur ajoutée (Graphique 208) ou de l'EBE (Graphique 209) sont voisines.

⁵⁰ L'ensemble « *exportations et FBCF agroalimentaires* » est le solde entre la demande finale en produits de l'agriculture, de la pêche et des IAA et la consommation finale en ces mêmes produits (ou consommation alimentaire) ; les exportations sont dominantes dans ce solde (97%).

Graphique 208

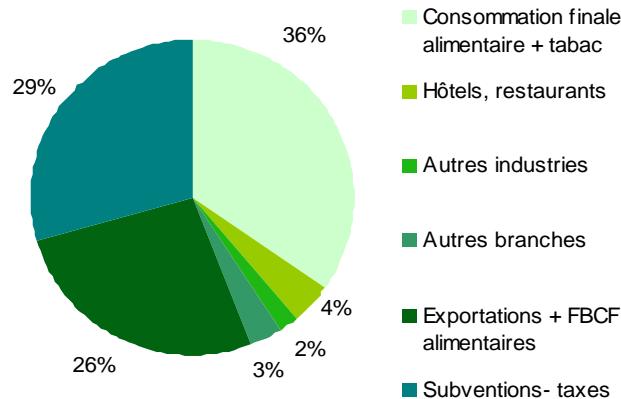
Contributions des demandes finales et des subventions à la valeur ajoutée de la branche agricole en 2010



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

Graphique 209

Contributions des demandes finales et des subventions à l'EBE de la branche agricole en 2010



Source : INSEE et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

5. EN CONCLUSION

Ces décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire en France permettent d'illustrer la tendance structurelle à l'accroissement de la « *distance* » entre matière première agricole et produits alimentaires. Cette « *distance* » correspond à des revenus et des emplois dans toute l'économie nationale, au-delà du seul périmètre « *vertical* » des filières agroalimentaires.

Toutefois, l'évolution d'année en année de la répartition entre branches des rémunérations induites par la consommation alimentaire dépend surtout des rapports de prix ; ils expliquent largement la part relativement modeste de l'agriculture dans ce partage, due à la baisse des prix agricoles consécutives aux réformes de la PAC, d'où provient également le poids des subventions dans la détermination du revenu de la branche agricole, par rapport aux demandes finales de consommation intérieure, d'exportation, etc.

Les tensions sur les prix agricoles observées en 2010 se traduisent ainsi par une remontée de la part de valeur ajoutée de la branche agricole dans la dépense alimentaire. Cette remontée est probablement provisoire, le taux de valeur ajoutée de la branche étant pratiquement stable en 2011-2012, en baisse importante en 2013 suivie d'une hausse faible en 2014.

Bibliographie

ABSO CONSEIL [2012]. [Produits carnés et aquatiques. Les unités de vente consommateurs. État des lieux et perspectives. Les études de FranceAgriMer](#), FranceAgriMer, juillet.

AGRESTE [2009]. En 2009, la consommation de viande se contracte encore. Agreste conjoncture – Consommation de viande, 2009-95, octobre. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective. http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_syntheseviande0910.pdf

AGRESTE [2012]. Graph'Agri France 2011. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective. <http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2010>

BESSON D., LESDOS-CAUHAPE C. [2007]. Les crises sanitaires dans la filière viande. Impact fort à court terme, plus limité à long terme. *Insee première*, N°116, novembre.

http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&id=2123

BLANCHOT J., BOYER Ph [2012]. [The French food sector price and margin surveillance program](#). Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quarter.

Version française : [L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires : études économiques et concertation interprofessionnelle dans les filières agroalimentaires françaises](#)

BLEZAT CONSULTING [2013]. [Réalisation d'une étude portant sur la valorisation du 5^e quartier](#). Note de synthèse, juin. Les études de FranceAgriMer.

BOYER Ph. et al. [2013]. [Le suivi des prix et des marges pour l'analyse de la formation des prix au détail des produits alimentaires](#). Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt - Notes et études socio-économiques n°37.

BUTAULT J.P., BOYER Ph. [2013]. [« L'euro alimentaire » en France et le partage des valeurs ajoutées](#)

Philippe Boyer et Jean-Pierre Butault. Économie rurale, 342 . juillet-août 2014.

BUTAULT J.P., BOYER Ph. [2012]. [La décomposition de « l'euro alimentaire » en revenus des différents facteurs en France en 2005. Document de travail provisoire](#). INRA – FranceAgriMer.

BUTAULT J.P., BOYER Ph. [2012]. [« L'euro alimentaire » en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches](#). Communication au 6^e journées de la recherche en sciences sociales (SFER), INRA – FranceAgriMer.

BUTAULT J.P., BOYER Ph. [2013]. [The "food euro" : what food expenses pay for ?](#) FranceAgriMer - The Letter of the Observatory on formation of prices and margins of food products, n° 2 , January 2013, 4.

CASIMIR J.P., CASPAR B., COZAIN M. [1996]. Comptabilité générale de l'entreprise. DPECF. Collection Expertise comptable. Litec.

CHANTREL E., LECOQ P.E. [2009]. Les marges dans la filière agroalimentaire en France. *Lettre Trésor Eco* n°53, DGTE, mars. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326896>

COE-REXECODE. [2013]. Evaluation de la répartition sectorielle du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi, 19 novembre 2012.

<http://www.coe-rexecode.fr/public/content/download/33298/334062/version/1/file/Evaluation-de-la-repartition-sectorielle-du-credit-d-impot-pour-la-competitivite-et-l-emploi-Nov-2012.pdf>

COHEN E. [1997]. Analyse financière, *Economica*.

CORDONNIER P. et al [1944]. Economie de l'entreprise agricole, *Cujas*.

DEMMOU L. [2010]. La désindustrialisation en France. Cahiers. Documents de travail de la DG Trésor. N°2010-01, juin 2010. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326045>

DG TRESOR [2013]. [Espagne : Loi sur les mesures visant à l'amélioration du fonctionnement de la chaîne alimentaire](#). DG Trésor - Ouvrage : Sillons d'Europe n°153.

FRAICHARD J., TROÏA C. [2007]. Les réseaux d'enseigne très présents dans le commerce. *Insee Première*, n°1140, juin. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140®_id=0#inter7

GEB (groupe d'économie bovine) [2002]. Segmentation de la viande bovine dans les GMS. Stratégies de la grande distribution face à la crise en 2001. *Le Dossier Economie de l'élevage N° 303, janvier*. Institut de l'élevage.

GEM [2013]. Etude sur la formation du prix des produits aquatiques frais – Rapport et synthèse. FranceAgriMer.

HASSAN D., SIMIONI M. [2004]. Transmission des prix dans la filière des fruits et légumes: une application des tests de cointégration avec seuils. *Économie rurale*. N°283-284.

HUTIN Ch. [2012]. [Le diagramme de la distribution en 2010, le tableau de bord de la filière](#). *Ctifl-Infos*, n° 280, avril 2012.

INSEE. Base de données en ligne : indices des prix agricoles à la production (IPPA), indice des prix de l'industrie et des services aux entreprises, Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises (ESANE). <http://www.alisse2.insee.fr/doc.jsp?page=source-ES>

INSTITUT DE L'ELEVAGE [2010]. Calculer le coût de production en élevage bovin viande. *Méthode développée par l'Institut de l'élevage dans le cadre du dispositif Réseaux d'élevage, septembre*.

INTERBEV [2005]. Le point sur l'alimentation des bovins et des ovins et la qualité des viandes. http://www.interbev.fr/uploads/txt_docsearch/alimentation_2005_04.pdf

LAMBERT C. [2009]. [Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur](#). *Rapport au Conseil économique, social et environnemental*.

LEGENDRE F., HAGNERE C. [2013]. Une évaluation *ex ante* des conséquences du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) sur la production et sur l'emploi, 31^{ème} Journées de Microéconomie appliquée, janvier 2013.

<http://www.jma2015.fr/content/fichiers2014/170/Evaluation-ex-ante-CICE.pdf>

LEGENDRE V., RIEU M. [2008]. Cartographie des flux de viande à l'aval de la filière porcine. De la sortie des abattoirs à la mise à disposition du consommateur final. IFIP

LIPICH A. [2005]. Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire. *Diagnostiques, prévisions et analyses économiques*, N°59, janvier. DGTPE.

MAGDELAINE P. [2008]. La situation des filières avicoles françaises. Etat des lieux des filières avicoles en France et au Brésil : du passé au présent, description et compréhension de dynamiques instables. *AVITER rapport WP2*. ITAVI

MAINSANT P., PORIN F. [2002]. Un modèle d'estimation des marges brutes en porc de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Rapport pour l'Ofival*.

MAINSANT P. [2002]. Note pour le groupe de travail « *validation bœuf* ». Note pour le ministère de l'agriculture (méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine).

MAINSANT P. [2004 (1)]. Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf. *Viandes et produits carnés*, N° hors série.

MAINSANT P. [2004 (2)]. Introduction méthodologique : offre promotionnelle et achats en produits carnés. *Note pour l'Ofival*.

MAINSANT P. [2003]. Résultats actualisés du modèle d'estimation des marges brutes en porc, de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Journées Recherche Porcine*, 35, 223-228.

MAINSANT P. [2009]. La formation des prix de la viande. Influence de la concurrence entre enseignes de distribution. *Viandes et produits carnés*, vol. 27 (3).

MASSON Ph. [1975]. Le rôle des prix agricoles dans l'évolution des prix de détail. *Économie rurale*, Année 1975, Volume 109, Numéro 1

OOSTERKAMP E., LOGATCHEVA K., VAN GALEN M., EMIL GEORGIEV E. [2013]. [Food price monitoring and observatories : an exploration of costs and effects. Summary and Executive Summary](#)

LEI Wageningen UR, The Hague - LEI Memorandum 13-058, June 2013, Project code 2273000397.

RASTOIN J.L., GHERSI G. [2010]. Le système alimentaire mondial. Concepts, méthodes, analyses et dynamiques. Editions Quae

SSP [2012, 2013]. Notes internes du bureau des statistiques des IAA sur les comptes des « sous-secteur » des IAA spécialisés en viandes bovines, porcines, de poulet et de dinde. *Service de statistique et de prospective du ministère de l'agriculture. Bureau des industries agroalimentaires.*

USDA-ERS [2012].<http://www.ers.usda.gov/Data/MeatPriceSpreads/>,
<http://www.ers.usda.gov/Data/FoodDollar/>

Annexes

Réunions de l'observatoire. Saison 2014-2015

RÉUNIONS DU COMITÉ DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE

9 avril 2015
23 mars 2015
28 octobre 2014
20 février 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL GRANDE DISTRIBUTION

11 mars 2015
12 mars 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIÈRE PRODUITS LAITIERS

17 avril 2014
25 mars 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIÈRES PORCS VOLAILLES

25 novembre 2014
14 mars 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIÈRES VIANDE BOVINE, VIANDE OVINE

17 décembre 2014
3 juin 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIÈRES FRUITS ET LEGUMES

16 octobre 2014
13 mars 2014

RÉUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIÈRES BLE-FARINE-PAIN, BLE DUR-SEMOULE-PÂTES

16 janvier 2015
26 novembre 2014

REUNIONS DE TRAVAIL AVEC LES FEDERATIONS PROFESSIONNELLES ET ENTREPRISES

12 février 2015. Enseigne de distribution
10 février 2015. Enseigne de distribution
5 février 2015. Enseigne de distribution
22 janvier 2015. Enseigne de distribution
19 janvier 2015. Enseigne de distribution
12 janvier 2015. Industries de l'aviculture
19 décembre 2014. Enseigne de distribution
27 novembre 2014. Enseigne de distribution
4 septembre 2014. Industries de l'aviculture
29 juin 2014. Industries de l'aviculture
27 juin 2014. Industrie de la charcuterie
28 avril 2014. Enseigne de distribution
21 mars 2014. Industrie des viandes de boucherie

Présentation des travaux de l'observatoire en assemblées générales, séminaires, colloques et formations. Saison 2014-2015.

31 mars 2015. Présentation des résultats de l'observatoire en filière viande porcine à la *Table Ronde sur la filière porcine* présidée par le Ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt.

26 janvier 2015. [Présentation des travaux de l'observatoire en filière viande bovine. AgroSup Dijon.](#)

9 décembre 2014. [La connaissance des prix dans les filières agroalimentaires et les travaux de l'observatoire. Formation à l'analyse conjoncturelle, Service de la Statistique et de la Prospective.](#)

19 Septembre 2014. [Intervention de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires à la Convention de la Meunerie Française.](#)

3 décembre 2014. Présentation des travaux de l'observatoire en filières céréalier. Réunion régionale céréalier FranceAGriMer, DRAAF Provence-Alpes-Côte d'Azur et Languedoc-Roussillon

21 mai 2014. Présentation de l'observatoire de la formation des prix et des marges en séance libre de l'Académie d'Agriculture de France. [Note et présentation.](#)

Publications des travaux de l'observatoire

Ces publications sont consultables en ligne sur le site de l'Observatoire de la formation des prix et des marges.

LA LETTRE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES

[Rayons alimentaires de la grande distribution : première approche des coûts et des marges](#)
La lettre de l'observatoire, n°1, novembre 2012.

[L'euro alimentaire : que rémunèrent nos dépenses alimentaires ?](#)
La lettre de l'observatoire, n°2, janvier 2013.

[The "food euro" : what food expenses pay for ?](#)
The Letter of the Observatory, n° 2, January 2013.

[La formation des prix au détail et les coûts dans les filières viandes](#)
La lettre de l'observatoire, n°3, juin 2013.

[L'évaluation des coûts et des marges dans les rayons alimentaires de la grande distribution en 2012](#)
La lettre de l'observatoire, n°4, février 2014.

[« L'Euro alimentaire ». Le partage de la valeur ajoutée dans la chaîne alimentaire de 1995 à 2010 et perspectives 2013.](#)
La lettre de l'observatoire, n°5, mai 2014.

[« The food Euro ». Distribution of value added in the food chain from 1995 to 2010 and prospects for 2013.](#)
The Letter of the observatory on formation of prices and margins of food products, # 5, may 2014.

[Eléments statistiques sur les prix des fruits et légumes : Fruits](#)
La lettre de l'observatoire, n°6-1, février 2015.

[Eléments statistiques sur les prix des fruits et légumes : Légumes](#)
La lettre de l'observatoire, n°6-2, juin 2015.

AUTRES PUBLICATIONS

[The French food sector price and margin surveillance program.](#)
Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quarter, 2012
(J. Blanchot, Ph. Boyer).

[L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.](#)
Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quarter, 2012
(J. Blanchot, Ph. Boyer).

[Le suivi des prix et des marges pour l'analyse de la formation des prix au détail des produits alimentaires.](#)
Notes et études socio-économiques n°37, juin 2013
Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
(Ph. Boyer et al.).

[L'euro alimentaire" en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches.](#)
Communication aux 6^{ème} journées de la recherche en sciences sociales, décembre 2012.
(J.P. Butault, Ph. Boyer).

[L'euro alimentaire en France et le partage des valeurs ajoutées](#)
Philippe Boyer et Jean-Pierre Butault. Économie rurale, 342 | juillet-août 2014.

Bases législatives et réglementaires

ARTICLES LÉGISLATIFS DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

introduits par la loi n°2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche

Article L692-1

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, placé auprès du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation, a pour mission d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges au cours des transactions au sein de la chaîne de commercialisation des produits alimentaires, qu'il s'agisse de produits de l'agriculture, de la pêche ou de l'aquaculture.

Les modalités de désignation du président de l'observatoire, le fonctionnement de l'observatoire ainsi que sa composition sont définis par décret.

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 et du service statistique public.

Il étudie les coûts de production au stade de la production agricole, les coûts de transformation et les coûts de distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation des produits agricoles.

Il remet chaque année un rapport au Parlement.

Article L621-8

Les informations nécessaires à la connaissance des productions et des marchés et à l'établissement des calendriers d'importations prévisibles doivent être fournies à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 par les producteurs, les négociants, les courtiers de marchandises, les agents commerciaux, les transformateurs, les importateurs et les exportateurs de produits agricoles et alimentaires, selon les modalités fixées par décret.

Le service statistique public transmet au même établissement, selon des modalités précisées par convention, les résultats des enquêtes obligatoires, au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques, répondant aux besoins de l'observatoire prévu à l'article L. 692-1.

Article L621-8-1

En cas de défaut de réponse à une enquête statistique obligatoire au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, dont le résultat est transmis, dans les conditions prévues au second alinéa de l'article L. 621-8, à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1, le ministre chargé de l'économie peut, après avis du comité du secret statistique et du Conseil national de l'information statistique réuni en comité du contentieux des enquêtes statistiques obligatoires dans les conditions prévues en application du II de l'article 1er bis de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, prévoir la publication par voie électronique par l'établissement susmentionné de la liste des personnes physiques ou morales concernées.

ARTICLES RÉGLEMENTAIRES DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

Art. D. 692-1.

(...) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- reçoit, de la part des services et établissements publics compétents, les données statistiques existantes nécessaires à son objet ;

- en tant que de besoin, demande aux services et établissements précités de collecter les données supplémentaires indispensables ;
- réalise ou fait réaliser les travaux d'études nécessaires à son activité ;
- analyse les informations recueillies ;
- produit des rapports de synthèse sur les filières étudiées ;
- assure la diffusion régulière de ses travaux.

A ces fins, l'Observatoire de la formation des prix et des marges alimentaires s'appuie sur FranceAgriMer.

Les travaux de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires sont suivis par un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et doté d'un secrétariat.

Art. D. 692-2

Le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est nommé par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation pour une période de trois ans renouvelable.

Art. D. 692-3

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est doté d'un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et d'un secrétariat.

Outre le président, ce comité de pilotage comprend :

1°) Six représentants de l'Etat :

Le directeur général des politiques agricole, agroalimentaire et des territoires ou son représentant ;

Le directeur des pêches maritimes et de l'aquaculture ou son représentant ;

Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant ;

Le directeur général de l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 ou son représentant ;

Le chef du service de la statistique et de la prospective au ministère chargé de l'agriculture ou son représentant ;

Le directeur général de l'Institut national de la statistique et des études économiques ou son représentant ;

2°) Vingt-et-un représentants des secteurs agricoles et agroalimentaires :

un représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture ;

cinq représentants des organisations syndicales d'exploitations agricoles à vocation générale habilitées en application de l'article 3 du décret n° 90-187 du 28 février 1990 relatif à la représentation des organisations syndicales d'exploitants agricoles au sein de certains organismes ou commissions ; trois représentants de la pêche maritime et de l'aquaculture ;

sept représentants des industries de transformation ;

cinq représentants du commerce et de la distribution ;

3°) Deux représentants des associations nationales de consommateurs ;

4°) Des personnalités désignées en raison de leurs compétences particulières ou de leurs fonctions, dans la limite de sept.

Les membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, autres que ceux mentionnés au 1° sont nommés pour une durée de trois ans, renouvelable, par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation.

La suppléance et le remplacement des membres s'effectuent dans les conditions définies par le décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif.

La fonction de membre n'ouvre droit à aucune rémunération ni remboursement de frais de déplacement.

Art. D. 692-4.

I) - Le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (...) arrête un programme annuel de travail.

Il peut être saisi par les ministres chargés de l'alimentation et de la consommation de toute question relevant de la compétence de l'Observatoire.

II) - Le président du comité de pilotage peut désigner un ou plusieurs rapporteurs en raison de leur compétence parmi les membres du comité de pilotage.

Il crée, en tant que de besoin des groupes de travail spécifiques et temporaires.

(...).

ARRÊTÉ DU 25 OCTOBRE 2013 PORTANT NOMINATION DU PRÉSIDENT DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, du ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, et du ministre délégué auprès du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, chargé de l'agroalimentaire, en date du 25 octobre 2013, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires à compter du 28 octobre 2013.

ARRÊTÉ DU 19 FÉVRIER 2014 PORTANT NOMINATION DES MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances et du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt en date du 19 février 2014, sont nommés membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour une durée de trois ans :

En qualité de représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture :
M. COCHONNEAU (Claude).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles :
M. BAYARD (Jean-Bernard).
M. BULAN (Boris).
M. LUCAS (François).
M. MEYNIER (Philippe).
M. SUAU (Antoine).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture :
M. GUILLAUMIE (Bruno).
M. JOUNEAU (José).
Mme LEVADOUX (Marine).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire :
M. CHARGE (Dominique).
M. HOT (Bruno).
M. JOUTEL (Jean-Marie).
M. de MONTGOLFIER (Ghislain).
M. PICOT (Olivier).
M. VIEL (Gérard).
M. VOLUT (Robert).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire :
M. CREYSSEL (Jacques).
M. GAY (Serge).
M. PAPIN (Serge).
M. PERROT (Dominique).
M. PINAT (Michel-Laurent).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs :
M. ANDRAULT (Olivier).
M. GIRARD (Romain).

En qualité de personnalité désignée en fonction de ses compétences particulières ou de ses fonctions :

Mme ALEXANDRE (Sylvie).

M. BERLIZOT (Thierry).

M. BUTAULT (Jean-Pierre).

M. MALPEL (Georges-Pierre).

M. NEFUSSI (Jacques).

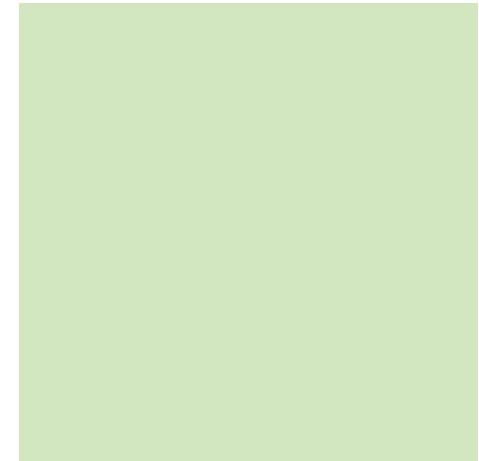
M. PERRAULT (Olivier).

M. VOLLE (Pierre).

Sigles

| | |
|-----------|---|
| AGRESTE | La Statistique Agricole, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (<i>Service de la statistique et de la prospective</i>) |
| ANICAP | Association nationale interprofessionnelle caprine |
| ANMF | Association nationale de la meunerie française |
| ANSES | Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail |
| AOP | Appellation d'origine protégée |
| Arvalis | Institut du végétal (<i>institut technique professionnel</i>) |
| ATLA | Association de la Transformation Laitière Française |
| BDNI | Base de données nationale d'identification |
| BPMF | Blé pour la meunerie française |
| CA | Chiffre d'affaires |
| CerFrance | Centres d'économie rurale |
| CFSI | Comité français de la semoulerie industrielle |
| CIRAD | Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement |
| CNAOL | Conseil national des appellations d'origine laitières |
| CNR | Comité national routier |
| CTIFL | Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (<i>institut technique professionnel</i>) |
| cvs | Corrigé des variations saisonnières |
| DG TRESOR | Direction générale du Trésor, Ministère de l'économie et des finances |
| DGCCRF | Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes, Ministère de l'économie et des finances |
| DGTPE | Direction générale du trésor et de la politique économique (<i>ancien nom de la DG Trésor avant 2010</i>) |
| DPMA | Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture |
| EC, ec | Equivalent carcasse |
| ESANE | Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises |
| ETP | Equivalent temps plein |
| Eurostat | Direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique à l'échelle communautaire |
| FAO | Food and agriculture organization of the United Nations (<i>Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture</i>) |
| FBCF | Formation brute de capital fixe |
| FCD | Fédération des entreprises du commerce et de la distribution |
| FICT | Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes |
| FNICGV | Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes |
| GMS | Grandes et moyennes surfaces |
| GTE | Gestion technico-économique |
| ha | Hectare |
| HD | Hard discount, maxidiscompte |
| IAA | Industries agroalimentaires |
| ICHN | Indemnités compensatoires de handicaps naturels |
| IDELE | Institut de l'élevage (<i>institut technique professionnel agricole</i>) |
| IFIP | Institut du porc (<i>institut technique professionnel de la filière porcine</i>) |
| IGP | Indication géographique protégée |
| ILOCC | Interprofession Laitière Ovine Caprine Corse |
| INAO | Institut national de l'origine et de la qualité |
| INRA | Institut national de la recherche agronomique. |
| INRA-ESR | Institut national de la recherche agronomique – Economie et sociologies rurales |
| INSEE | Institut national de la statistique et des études économiques |
| INTERBEV | Association nationale inter-professionnelle du bétail et des viandes |
| IPAMPA | Indice des prix d'achat des moyens de production agricole |
| IPC | Indice des prix à la consommation |
| IPPAP | Indice des prix des produits agricoles à la production (<i>prix rémunérant les producteurs agricoles</i>) |
| IPVI | Indice des prix de vente industriels |
| IS | Impôt sur les sociétés |
| ITAVI | Institut technique de l'aviculture (<i>institut technique agricole professionnel</i>) |
| k€ | 1000 euros |

| | |
|----------------|---|
| kg | Kilogramme |
| kg ec | Kilogramme équivalent carcasse |
| LME | Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie |
| LS | Libre service |
| M€ | Million d'euros |
| MAAF | Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt |
| MB | Marge brute |
| Md€ | Milliard d'euros |
| MDD | Marque de distributeur |
| MEDDE | Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie |
| MIN | Marché d'intérêt national |
| MN | Marque nationale |
| Mt | Million de tonnes |
| NB | Nota bene |
| OAT | Obligation assimilable du Trésor |
| ODG | Organisme de défense et de gestion |
| OFPM | Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires |
| OS | Organisme stockeur |
| OTEX | Orientation technico-économique de l'exploitation agricole |
| P.A.C. / PAC | selon le contexte : "Prêt à cuire" (poulet) ou "Politique Agricole Commune" |
| PAD | Prêt à découper |
| PGC | Produit de grande consommation |
| PI | Produit industriel |
| PIB | Produit intérieur brut |
| PRODCOM | Production commercialisée des industries alimentaires (<i>enquête</i>) |
| R ² | Coefficient de détermination (<i>indicateur statistique</i>) |
| RCAI | Résultat courant avant impôt |
| RHD | Restauration hors domicile (voir aussi RHF) |
| RHF | Restauration hors foyer (voir aussi RHD) |
| RICA | Réseau d'information comptable agricole |
| RNM | Réseau des nouvelles des marchés |
| SCI | Société civile immobilière |
| SFER | Société française d'économie rurale |
| SIFPAF | Syndicat des Industriels fabricants de pâtes alimentaires de France |
| SIQO | Signes d'identification de la qualité et de l'origine |
| SMIC | Salaire minimum interprofessionnel de croissance |
| SNCP | Syndicat National du commerce du porc |
| SNIV | Syndicat national des industries de la viande |
| SSP | Service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt |
| SVA | Société Vitréenne d'Abattage |
| TB | Tableau de bord |
| Tec / tec | Tonne d'équivalent carcasse |
| TES | Tableau entrées-sorties |
| TEE | Tableau économique d'ensemble |
| TVA | Taxe sur la valeur ajoutée |
| UE | Union Européenne |
| UHT | Upérisation à Haute Température |
| UMO | Unité de main-d'œuvre |
| USDA | United states department of agriculture |
| USDA-ERS | United states department of agriculture – Economic research service |
| UTA | Unité de travail annuel |
| UTANS | Unité de travail annuel non-salarié |
| UTH | Unité de travail humain |
| UVC | Unité de vente consommateur |
| UVCI | Unité de vente consommateur industrielle |
| UVCM | Unité de vente consommateur magasin |
| VHR | Viande hachée réfrigérée. |
| VHS | Viande hachée surgelée. |



FranceAgriMer
12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
www.franceagrimer.fr
<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr>



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE,
DE L'INDUSTRIE
ET DU NUMÉRIQUE

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE
DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE
LA FORÊT