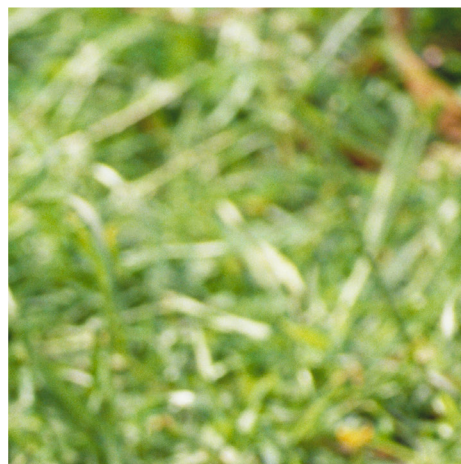
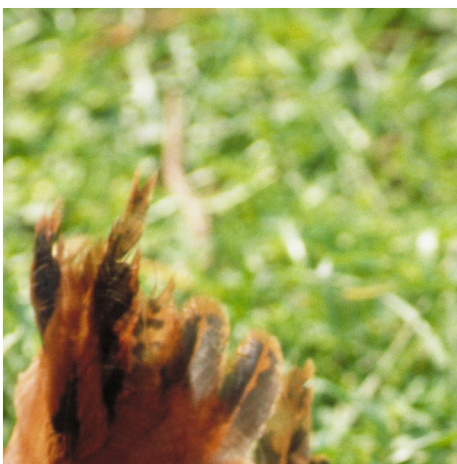


> ÉDITION
Juin 2018

RAPPORT AU PARLEMENT 2018



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 et groupe de travail filière fruits et légumes
- Philippe CHALMIN : groupes de travail grande distribution et filière viande bovine et ovine ;
- Jérôme LAFON (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.

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

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

Les principaux rédacteurs et contributeurs du rapport 2017 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode générale, « *euro alimentaire* », filière volaille, filière viande bovine, filière viande ovine,
- Benoît DEFAUCONPRET (FranceAgriMer), filière porc
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière laitière ;
- Cécile GUILLOT (FranceAgriMer), filière produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Amandine HOURS (FranceAgriMer), coordination, coûts de production agricole, industrie, distribution ;
- Catherine JEAN, filières pain, pâtes alimentaires ;
- Alice JOSEPH (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Claire LEGRAIN (FranceAgriMer), industrie des viandes de boucherie ;
- Guillaume NOVEL (FranceAgriMer), filière produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Philippe POTTIER (SSP), travaux statistiques sur le RICA,
- Marc ZRIBI (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 et de l'artisanat (Fédération des industriels charcutiers-traiteurs, Culture Viande, FedeV Les métiers de la viande, Fédération des Industries Avicoles, Confédération nationale de la Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie Française) et les entreprises qu'elles représentent,
- le Crédit agricole,
- les enseignes de la grande distribution (Auchan, Carrefour, Casino, Cora, E.Leclerc, Intermarché, Simply Market, Système U).

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'État 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 2,5 équivalents temps plein (ETP) pour l'observatoire, dont un cadre à plein temps (secrétaire général de l'observatoire), une chargée de mission à 80% (adjointe du secrétaire général, coordination, études horizontales : comptes de l'agriculture, des industries et du commerce), cinq 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'État, 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, Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer

Sommaire

SOMMAIRE	5
PRÉSENTATION	9
ACTIVITÉ DE L'OBSERVATOIRE. SAISON 2017 – 2018	11
AVERTISSEMENT	15
RÉSUMÉ	17
AVANT-PROPOS.....	23
CHAPITRE 1. MÉTHODE GÉNÉRALE	27
1. Une approche principalement sectorielle complétée par une analyse macroéconomique.....	27
2. L'analyse des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce	30
CHAPITRE 2. DONNÉES DE CADRAGE	41
1. Les prix dans le circuit agroalimentaire.....	41
2. L'évolution des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et commerciaux	59
CHAPITRE 3. MARGES BRUTES ET COÛTS PAR FILIÈRE.....	69
SECTION 1 – VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE	71
1. Circuits de transformation et de commercialisation en filière porcine.....	71
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail pour la filière porcine...	74
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande porcine et du jambon cuit	78
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage porcin et coût de production du porc en élevage	87
5. Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande porcine et charcuterie et coût de production dans l'abattage-découpe de porcs	90
6. Compte des rayons boucherie et charcuterie des GMS	94
SECTION 2 – VIANDE BOVINE	97
1. Circuits de commercialisation et éléments de conjoncture en filière viande bovine	97
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail en filière viande bovine	102
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande bovine	108
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin viande et coût de production des bovins viande en élevage.....	118
5. Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande bovine et coût de production dans l'abattage-découpe de bovins.....	123
6. Compte des rayons boucherie des GMS	125

SECTION 3 – VIANDE OVINE.....	127
1. Circuits de commercialisation en filière viande ovine	127
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière viande ovine	130
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande ovine	133
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin viande et coût de production des ovins viande en élevage.....	135
5. Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande ovine et coût de production dans l'abattage-découpe d'ovins.....	139
6. Compte du rayon boucherie des GMS.....	140
SECTION 4 – VOLAILLES DE CHAIR ET LAPINS	143
1. Circuits de commercialisation en filière volailles de chair et lapins.....	143
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière volailles de chair et lapins	145
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande de volaille et de lapin.....	148
4. Coût de production des volailles et lapins en élevage	159
5. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles et des entreprises d'abattage de lapins	164
6. Compte du rayon volailles des GMS.....	166
SECTION 5 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE.....	169
1. Bilan et flux dans la filière des produits laitiers	169
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits laitiers de lait de vache.....	172
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des produits laitiers	175
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin laitier et coût de production du lait de vache en élevage.....	189
5. Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière.....	195
6. Compte du rayon des produits laitiers des GMS.....	199
SECTION 6 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE CHÈVRE	201
1. Les circuits de commercialisation en filière laitière caprine	201
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière laitière caprine.....	204
3. Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS du fromage de chèvre de type bûche.....	207
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage caprin laitier et coût de production du lait de chèvre en élevage	211
5. Compte du rayon des produits laitiers des GMS.....	215
SECTION 7 – PAIN	217
1. Les circuits de commercialisation en filière pain.....	217
2. données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pain.....	220
3. Décomposition en matière première et marges brutes du prix de la baguette	221
4. Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre et coût de production du blé tendre	223

5. Compte de résultat des entreprises de l'industrie et du commerce artisanal de la filière farine-pain..	227
6. Compte du rayon boulangerie des GMS.....	229
SECTION 8 – PÂTES ALIMENTAIRES	231
1. Les circuits de commercialisation en filière pâtes alimentaires	231
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pâtes alimentaires	234
3. Décomposition en matière première et marges brutes du prix au détail dans la filière des pâtes alimentaires	235
4. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur et coût de production du blé dur...	238
5. Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière pâtes alimentaires	241
6. Compte des rayons épicerie salée des GMS.....	243
SECTION 9 – FRUITS ET LÉGUMES	245
1. Les circuits de commercialisation des fruits et légumes	245
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière fruits et légumes.....	248
3. Décomposition des prix au détail en GMS des fruits et légumes.....	250
4. Compte de résultat des exploitations spécialisées fruitières et légumières et coût de production de certains fruits et légumes	260
5. Compte de résultat des entreprises d'expédition et de commerce de gros et de détail de la filière fruits et légumes	269
6. Compte du rayon fruits et légumes des GMS	272
SECTION 10 – PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE.....	275
1. Présentation de la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture et circuits de commercialisation.....	275
2. Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture	278
3. Évolution des prix et décomposition des prix au détail dans la filière des produits aquatiques	282
4. Compte du commerce de détail spécialisé de la poissonnerie	292
5. Compte du rayon poissonnerie des GMS	293
CHAPITRE 4. L'EURO ALIMENTAIRE	295
1. Objectif, méthode, limites	295
2. Partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval.....	300
3. Le partage de l'euro alimentaire en valeurs ajoutées	305
4. Impact mécanique d'une hausse des prix agricoles sur la dépense alimentaire	309
BIBLIOGRAPHIE	311
BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES.....	315
SIGLES.....	321

Présentation

Ce sixième rapport annuel comprend les parties suivantes.

L'« *Activité de l'observatoire* » mentionne les réunions des groupes de travail et du comité de pilotage, les autres réunions de travail avec les professionnels, les publications (dont [la Lettre de l'OBSERVATOIRE](#)) ainsi que les interventions dans diverses instances en 2017 et début 2018, depuis la parution du précédent rapport.

Un « *Avertissement* » attirant l'attention du lecteur sur la disponibilité des sources de données utilisées.

Un « *Résumé* » présente les principaux résultats et tendances analysés dans ce rapport.

L'« *Avant-propos* » de Philippe Chalmin, Président de l'observatoire.

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

- une analyse principale, sectorielle et par filière, en deux phases :
 - o 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,
 - o 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 :
 - o 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,
 - o 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, filière par filière (chacune faisant l'objet d'une « *Section* »), les différents résultats par filière. Sous contrainte de données, cette année, la filière lait de brebis n'est plus abordée. Les filières lait de chèvre et viande ovine qui avaient été occultées dans les deux rapports précédents sont à nouveau traitées dans cette édition. Le changement de méthode dans l'établissement des statistiques annuelles d'entreprise (Esane) de l'Insee ne permet plus de présenter, à partir de cette source, de comptes sectoriels dans les industries agroalimentaires, donc, d'autres sources ont été mobilisées afin d'apporter une information sur les comptes des entreprises.

Le « *Chapitre 4* » est dédié à « *l'euro alimentaire* » en 2014 (dernière année disponible lors de la rédaction du rapport), analyse du partage de la valeur ajoutée créée par nos dépenses alimentaires. L'approche inclut une simulation « *toutes choses égales par ailleurs* » de l'impact d'une hausse des prix agricoles sur le coût de l'alimentation.

Activité de l'Observatoire. Saison 2017 – 2018

Réunions de l'Observatoire

Comité de pilotage de l'observatoire

- 3 mai 2018
- 4 avril 2018
- 6 décembre 2017

Groupe de travail Produits laitiers

- 23 mars 2018
- 22 novembre 2017

Groupe de travail Grande distribution

- 22 mars 2018

Groupe de travail Viandes bovine et ovine

- 12 mars 2018
- 29 novembre 2017

Groupe de travail Volailles

- 8 mars 2018

Groupe de travail Fruits et légumes

- Mars 2018 : échanges par courriels
- 17 janvier 2018

Groupe de travail Produits de la pêche et de l'aquaculture

- 20 décembre 2017

Groupe de travail Viande porcine

- 28 novembre 2017

Groupe de travail Pain et pâtes alimentaires

- 21 novembre 2017

Réunion de travail avec les fédérations professionnelles, les entreprises et les services statistiques

9 février 2018	Atla / Fnii
16 janvier 2018	Crédit agricole
10 novembre 2017	Atla / Fnii
10 novembre 2017	SSP
3 novembre 2017	Magasin E.Leclerc
28 septembre 2017	Insee
20 septembre 2017	Atla / Fnii
7 août 2017	Insee
3 juillet 2017	Carrefour
29 juin 2017	E.Leclerc
22 juin 2017	Casino
20 juin 2017	Cora
9 juin 2017	Intermarché
9 juin 2017	Système U

Présentation des travaux de l'Observatoire au Parlement, en assemblées générales d'organismes, séminaires, colloques et formations

3 mars 2018 Université de Wageningen

1^{er} mars 2018

« Les entretiens de l'Observatoire »

La situation des marchés agroalimentaires en 2017, Philippe Chalmin

L'évaluation de la Loi de modernisation de l'économie, Claire Chambolle (Inra-Aliss, Crest-École polytechnique)

Financer par le marché les attentes de la société sur les systèmes et pratiques d'élevage : démarches et labels en France et dans le nord de l'Europe (Allemagne, Pays-Bas et Danemark), Christine Roguet (Institut du porc et projet Accept)

Une méthode d'estimation microéconomique des coûts de production agricole, Dominique Desbois (Inra - AgroParisTech)

29 janvier 2018 Formation filière viande, AgroSup Dijon

29 janvier 2018 DRAAF Grand Est

10 janvier 2018 CGAAER, Commission viande bovine

17 novembre 2017 Commission européenne – DG Grow

27 octobre 2017 États généraux de l'Alimentation Auvergne - Rhône-Alpes

19 octobre 2017 Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (Allemagne) et Agrarmarkt Austria (Autriche)

18 octobre 2017 Pré-comité de pilotage de l'étude « Où va le lait ? », Idele

14 septembre 2017 Commission économique – Assemblée nationale

5 septembre 2017 Interfel

29 août 2017 Présentation introductive - atelier 5 - EGA

20 juillet 2017 Ouverture des États Généraux (Directrice générale FranceAgriMer)

27 juin 2017 Jeunes agriculteurs (en présence de la médiation des relations commerciales et de la DGCCRF)

22 juin 2017 Interbev

14 juin 2017 Présidence de la République, Conseillère agriculture, pêche, forêt et développement rural

2 juin 2017 Commission européenne – DG Grow

18 mai 2017 France Bois Forêt (Interprofession nationale de la filière forêt bois)

17 mai 2017 Conseil spécialisé « Produits de la pêche et de l'aquaculture », FranceAgriMer

11 mai 2017 Médiation des relations commerciales

25 avril 2017 Conférence interne FranceAgriMer

Publications

Les travaux ci-dessous sont ceux issus de l'observatoire au cours de la saison 2017-2018, publiés dans [la Lettre de l'OBSERVATOIRE](#) et consultables en ligne sur le site de l'Observatoire de la formation des prix et des marges, ou dans d'autres publications.

LA LETTRE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES

[L'euro alimentaire en 2014 : Partage de la valeur de la dépense alimentaire et impact d'une hausse des prix agricoles](#)

La lettre de l'OBSERVATOIRE, n°14, décembre 2017.

[Principaux indicateurs sur la formation de la valeur dans les filières alimentaires](#)

La lettre de l'OBSERVATOIRE, n°13, septembre 2017.

[L'évaluation des coûts et des marges dans les rayons alimentaires de la grande distribution en 2015](#)

La lettre de l'OBSERVATOIRE, n°12, mai 2017.

Avertissement

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires mobilise diverses sources (séries de prix, comptes d'entreprises, comptes nationaux) qui, au moment de la rédaction du rapport, ne sont pas à jour à la même période. On mentionne ci-dessous les différents résultats développés dans ce rapport par année de mise à jour la plus récente :

2017

Prix et indicateurs de marge brute

Les prix au détail, les prix à la sortie des industries alimentaires, les prix à la production agricole et les indicateurs de marges brutes que l'on peut simuler sur la base des différences de prix amont et aval dans les industries alimentaires et dans la distribution sont mis à jour dans le présent rapport jusqu'en décembre 2017. Rappelons que les derniers prix de l'année ne sont en général disponibles qu'en février ou mars de l'année suivante.

Certains coûts de production agricole

Les coûts de production en agriculture sont établis à partir de données comptables qui, par nature, ne sont pas encore disponibles pour 2017 au moment de la réalisation du rapport. Toutefois, certains postes pour 2017 peuvent être estimés à partir des résultats 2016, en leur appliquant les indices de prix 2017 afférents à ces postes (par exemple : coût en aliment du bétail 2017 = coût en aliment du bétail 2016 x indice de prix aliment du bétail 2017 / indice de prix aliment du bétail 2016).

Coûts de l'abattage-découpe d'animaux de boucherie

Les coûts de l'abattage-découpe de bovins et de porcins proviennent de l'observatoire des entreprises de FranceAgriMer (unité Entreprises et filières, direction des Interventions), qui traite les données fournies par les entreprises du secteur. Dans ce rapport, ces résultats sont actualisés jusqu'à septembre 2017.

2016

2016 est le dernier exercice couvert, disponible au moment de la confection de ce rapport, par plusieurs sources de type comptable :

- **les résultats du RICA** (comptes des exploitations agricoles) ;
- **les comptes de certains secteurs de l'industrie alimentaire ou du commerce spécialisé** : industrie de charcuterie (source : Banque de France, via Fict) ; industrie de la transformation et de la conservation des viandes de volailles (source : Diane) ; abattage de lapins (source : Diane) ; transformation laitière (source : Crédit agricole) ; meunerie (source : Diane), boulangerie-pâtisserie artisanale à forme individuelle (source : centres de gestion) ; fabrication des pâtes alimentaires (source : Diane) ; expéditeurs, grossistes et détaillants spécialisés en fruits et légumes (source : Ctifl) ;
- **les comptes des GMS par rayon alimentaire de produits frais** dont la source est la série d'enquêtes et entretiens réalisée tout au long de l'année dans les enseignes par FranceAgriMer.

2014

L'euro alimentaire, ou décomposition de la consommation alimentaire en revenus générés dans les diverses branches ne peut être calculé de façon suffisamment rigoureuse qu'à partir de tableaux des entrées-sorties (TES) domestiques et des importations symétriques et détaillés en une soixantaine de branches. Ces TES, élaborés par l'Insee pour Eurostat, ne sont disponibles que 3 ans après la fin de l'année à laquelle ils se rapportent. Donc, pour ce rapport, l'euro alimentaire est actualisé à 2014.

Résumé

L'observatoire de la formation des prix et des marges mobilise plusieurs sources et met en œuvre plusieurs approches pour rendre compte de la formation et la répartition de la valeur le long des chaînes de production, transformation et distribution alimentaires. Ces sources ne sont pas toutes mises à jour ni disponibles aux mêmes dates. Ainsi, pour cette édition 2018 du rapport de l'observatoire, les séries d'indices de prix, de prix en niveau et d'indicateurs de marges brutes vont jusqu'à l'année 2017 incluse, les comptes d'entreprises étudiés s'arrêtent à l'année 2016, sauf dans certains secteurs pour lesquels des résultats 2017 provisoires (sur 9 mois) ou estimés (prévisions) ont pu être élaborés. Enfin, l'approche macroéconomique de la répartition de la dépense alimentaire entre les branches exploite des synthèses complexes élaborées par la comptabilité nationale qui, au moment de la rédaction de ce présent rapport, n'étaient pas encore disponibles au-delà de l'année 2014.

Les prix dans les filières agroalimentaires en 2017

Approche de cadrage à partir des indices de l'Insee

Après les fortes baisses de 2014 et 2015 et la stagnation de 2016, l'année 2017 est caractérisée par une amélioration des **prix à la production agricole**, considérée dans son ensemble, avec une hausse moyenne de 3% par rapport à 2016. Parmi les produits agricoles des filières alimentaires suivies par l'observatoire, une hausse des prix à la production s'observe pour le porc (+6% en 2017, avec la reprise de la demande asiatique), les bovins de boucherie (+3,6%, hausse liée au recul des abattages de vaches laitières), le lait de vache (+13%, mais par rapport au très bas niveau de 2016), le lait de chèvre (+1,3%), le blé tendre (+4,6%, mais par rapport au très bas niveau de 2016) et les poissons (+5% en 2017, d'après l'évolution de l'indice des prix de gros). En revanche, le prix du blé dur à la production a continué de baisser en 2017 (-7% par rapport au niveau déjà bas de 2016), celui des légumes est également en baisse (-5%), le prix à la production des volailles et des fruits est stable.

Les **prix des produits des industries alimentaires** considérés globalement, progressent en 2017 (+1,4% selon l'indice des prix de production de l'industrie alimentaire de l'Insee), après 3 ans de baisse. Dans les secteurs suivis par l'observatoire, la hausse des prix sortie industrie concerne les produits laitiers (+3% dans l'ensemble, +23% sur l'ensemble beures-poudres), les découpes de porc (+8,6%), le jambon cuit (+3%). En revanche, les prix de l'industrie baissent s'agissant des viandes bovines (-1,3%, toutes viandes bovines confondues) et des pâtes alimentaires (-4,6%).

Les **prix à la consommation alimentaire**, en baisse en 2014, quasi stables en 2015, enregistrent en 2017 une nouvelle hausse d'un peu plus de 1%, comme en 2016, et légèrement supérieure à l'inflation générale. Dans les filières suivies par l'observatoire, la hausse de l'indice des prix à la consommation est le fait de la viande porc frais (+1,6%), du jambon (+1,4%), de la viande bovine (+1,2%), des fruits (+2%) et des légumes (+5%) et des poissons (+4%). L'indice des prix à la consommation révèle une baisse notable pour les pâtes alimentaires (-2%), et une quasi stabilité pour les volailles, les produits laitiers et le pain.

Pour certaines filières, notamment au stade de la consommation, les évolutions de prix moyens des produits suivis par l'observatoire et résumées ci-après, peuvent s'écarter de celles des indices de prix à la consommation (évoquées ci-dessus) principalement du fait de différences dans la nature des produits et dans leur pondération dans les ensembles suivis.

Les prix dans les filières des produits carnés

L'indicateur national des prix moyens pondérés des gros bovins entrée abattoir (FranceAgriMer) progresse de 3,2% en 2017 par rapport au niveau bas de 2016 où les cours étaient très déprimés par l'afflux de vaches dans les abattoirs du fait de la crise laitière. Le prix à la production progresse également pour le porc (+6%), à nouveau sous l'effet de la demande asiatique.

Plusieurs produits carnés suivis par l'observatoire présentent un prix moyen au détail en hausse en 2017 : +1,3% pour la longe de porc (côtes, rôtis, filets, escalopes) après plusieurs années de baisse ou de stagnation, +3% pour le jambon cuit et le poulet standard tous segments confondus (hausse pouvant être due à une montée en gamme des achats des consommateurs), +2% pour l'agneau (prix en hausse continue).

Avec moins de 1% de hausse, le prix moyen au détail en GMS du panier saisonnier de viande de bœuf du rayon boucherie reste plutôt stable en 2017, ce prix moyen a peu évolué depuis 2015 (environ 1% de hausse). Même stabilité en 2017 pour le prix moyen au détail des achats en GMS de steaks hachés frais ou réfrigérés à 15% de MG, et ce malgré la probable montée en gamme à l'intérieur de cette catégorie, ainsi que pour les découpes de poulet ou le poulet de label entier.

À l'inverse de 2016, sous l'effet de la remontée des prix à la production agricole, les indicateurs moyens de marge brute (différence entre prix de vente et coût en matière première) des maillons d'abattage-découpe des filières carnés ont généralement diminué en 2017 ; la part de cet indicateur dans la valeur finale au détail diminuant également ou restant stable.

Dans la distribution au détail en GMS, en 2017, l'indicateur de marge brute est resté pratiquement stable, tant en niveau (€ / kg) qu'en taux (pourcentage du prix de vente), sur plusieurs produits carnés suivis par l'observatoire. C'est le cas pour les produits de longe de porc (taux restant de l'ordre de 33% pour les produits en UVCI, 52% pour les produits en UVMC), pour le panier de viande de bœuf et, parmi les produits de ce panier, pour le steak haché (taux de marge brute de 30%). Le montant de l'indicateur de marge de la distribution en GMS a augmenté sur le kg de jambon cuit (+3%), mais, rapporté au prix de vente, le taux de marge reste identique, à 38%. Une augmentation plus importante s'observe sur le poulet standard entier, le niveau de l'indicateur augmente de 11% et, rapporté au prix de vente, passe de 42% à 45%.

Les prix des produits laitiers suivis par l'observatoire

La transformation du **lait de vache** par l'industrie en produits laitiers de grande consommation (PGC : lait, fromages, yaourts...) génère, à côté de ces PGC, une production de coproduits (matières grasses, matières protéiques, lactosérum) dont il est d'usage, pour l'analyse, de déduire la valorisation (sous la forme de beurres et de poudres à usage industriel) du coût d'achat du lait transformé. Ainsi, en 2017, la hausse inédite des cours du beurre a diminué le coût, ainsi calculé, de la matière première des PGC laitiers, et ce malgré la baisse des cours des poudres de lait. Les indicateurs de marge brute industrielle calculés par l'observatoire sont donc en hausse en 2017 pour les PGC suivis, beurre exclu (voir plus loin) mais leur poids dans la valeur finale du produit au détail varie toutefois assez peu : il passe de 44% à 48% pour le lait UHT, de 17% à 18% pour l'emmental (caractérisé par de plus faibles taux de marge industrielle), de 33% à 36% pour le camembert et reste autour de 57% pour le yaourt nature (produit à fort taux de marge industrielle). Le ressaut inattendu, et probablement durable, de la demande mondiale en matières grasses laitières a entraîné une forte hausse des prix du « beurre-cube » destiné à l'industrie et des tensions sur les « beurres-plaquette », destinés à la consommation finale, sans toutefois que la hausse du prix au détail n'atteigne les niveaux de celle du « beure cube ». Ainsi, en considérant la valorisation du beurre cube comme le coût d'opportunité de fabrication du beurre plaquette, la marge brute industrielle du beurre-plaquette est-elle négative en 2017.

Au détail en GMS, la plaquette de beurre de 250 g voit son prix moyen hors TVA progresser en 2017 de 6,5% soit 34 centimes, pour une hausse du prix sortie industrie de 40 centimes.

Le prix moyen pondéré des achats au détail en GMS des fromages de **lait de chèvre** de type buchettes affinées a augmenté entre 2014 et 2017 (surtout jusqu'en 2016), mais uniquement sous l'effet du développement des achats de produits de marques nationales (MN, plus chers) aux dépens de ceux de marques de distributeurs (MDD), l'offre de MDD diminuant du fait du manque de lait de chèvre. Mais à proportion MN / MDD constante, le prix moyen a baissé, malgré une hausse du coût en matière première, amortie par l'industrie et la distribution, dont les indicateurs de marge brute sont en diminution.

Les prix des produits de la filière blé-farine-pain

Le prix moyen du blé tendre meunier remonte en 2017 de 3,5% par rapport à son niveau très bas de 2016. Mais, du fait du faible poids de la matière première blé dans la valeur du pain (6% en moyenne sur les 12 dernières années), ceci est sans incidence sur le prix moyen la baguette au détail. L'indicateur de marge brute de la meunerie et celui de son aval restent en 2017 pratiquement à leurs niveaux de 2016.

Les prix dans la filière des pâtes alimentaires

Le prix moyen du blé dur utilisé par l'industrie des pâtes alimentaires progresse peu de 2016 à 2017, restant à un niveau inférieur d'environ 20% à celui des années 2014-2015. En revanche, le prix moyen des pâtes sortie industrie, qui avait partiellement transmis la baisse du coût de la matière première en 2016, baisse encore en 2017, l'industrie voyant diminuer ainsi son indicateur de marge brute. Cette baisse n'apparaît que partiellement répercutée dans les prix au détail.

Les prix dans la filière des fruits et des légumes frais

L'année 2017 présente des prix en hausse pour le panier saisonnier de fruits suivis par l'observatoire, à l'expédition (+1,1%) comme au détail (1,3%), hausses faisant suite à celles de 2016 et 2015.

Sur le panier de légumes, on observe une baisse sensible du prix à l'expédition (-6,1%) et une quasi stabilité du prix au détail, évolutions faisant suite aux hausses de prix aux deux stades de 2015 et 2016. Ainsi en 2017, l'indicateur de marge brute de la distribution progresse de 1,7% pour le panier de fruits et de 6% pour le panier de légumes.

Les prix des produits de la pêche et de l'aquaculture

Le prix au détail en GMS du saumon fumé Atlantique augmente fortement en 2017 : +14% soit + 4 € par rapport à 2016, alors que le coût moyen en saumon frais et congelé pour l'industrie de 0,17 €. Ceci semble résulter pour partie de la transmission différée des hausses de coût en matière première subies par l'industrie en 2016 (+3 €).

Le prix moyen d'achat au détail en GMS du lieu noir découpé baisse sensiblement en 2017 : -0,50 € soit - 5,2%, suivant en cela la diminution du prix en criée (-0,56 €), au moins partiellement transmise par l'aval.

Le prix moyen d'achat en GMS de la sole diminue également (-0,35 €, -2%), quasi parallèlement au prix en criée (-0,30 €, -2,2%).

Les coûts de production agricole en 2017

Les résultats, encore prévisionnels de 2017 font état d'une relative stabilité du coût de production en **élevage porcin** due pour l'essentiel à celle du prix de l'aliment. La remontée du prix du porc, amorcée en 2016 s'est poursuivie en moyenne sur 2017 (malgré une rechute dans le 2^{ème} semestre). La marge nette moyenne estimée de l'élevage, après déduction des « *charges calculées* » pour rémunération du travail et du capital de l'exploitant, demeure ainsi positive (+15 cts par kg de carcasse) en 2017 (+6 cts en 2016), après plusieurs années déficitaires.

Le coût au kg de poids vif des **élevages spécialisés de gros bovins de boucherie de type « jeunes bovins »** augmentent peu en 2017 tandis que le prix moyen entrée abattoir augmente. Par rapport à 2016, la rémunération permise s'améliore dans les systèmes « *Naisseur* » et « *Engraisseur de Jeune bovins* », mais elle reste stable pour les « *Naisseurs-engraisseurs de jeunes bovins* ». Cette rémunération n'atteint pas le standard de coût du travail familial retenu, soit 2 SMIC bruts par unité de travail. Elle est de 1,2 SMIC brut en élevage naisseur, 1,7 en naisseur-engraisseur et 0,6 en engraisseur.

En **production de viande ovine**, par rapport à 2016, la rémunération permise des éleveurs s'améliore dans les systèmes de production « *Pastoraux* » et « *Herbagers en zone pastorales ou de montagne* ». Elle est stable pour les « *Herbagers en zone de plaines ou herbagères* » et se dégrade pour les « *Fourragers* ». Cette rémunération reste en-deçà de 2 SMIC bruts.

De 2016 à 2017, le coût de production et la marge nette conjoints de l'intégrateur et de l'éleveur de **poulets standards ou de label rouge ou de dindes medium** évoluent peu, compte tenu de la relative stabilité du coût de l'aliment (à la charge de l'intégrateur), liée à celle du prix des céréales. Cette marge nette conjointe ne couvre toutefois pas le coût de production calculé avec une rémunération de l'éleveur à 2 SMIC bruts, la couverture étant cependant presque assurée en 2017 en filière poulet label rouge. Dans la production de **lapin**, une nouvelle baisse du coût de l'aliment permet au prix de vente des produits, par ailleurs en hausse, d'améliorer la marge nette, qui ne couvre toutefois pas toutes les « *charges calculées* ».

Sensiblement érodé en 2015 et 2016 par rapport aux années antérieures, le revenu moyen des producteurs spécialisés de lait de vache progresse en 2017. Le coût de production moyen national du **lait de vache en élevage spécialisé**, estimé hors rémunération calculée de l'éleveur est quasi stable en 2017 par rapport à 2015, soit 344 € pour 1 000 litres en 2017 (contre 359 en 2015). Le prix moyen du lait s'améliorant, la rémunération permise des producteurs atteint en 2017 un peu plus de 120 € / 1 000 litres (78 € en 2016).

Dans la production de **lait de chèvre**, le coût de production et le prix des produits ont peu varié entre 2016 et 2017. Les produits couvrent en moyenne le coût de production, « *charges calculées* » (dont 2 SMIC bruts par unité de travail) incluses, dans les exploitations qui associent la production de lait de chèvre à celle de cultures de vente ou à l'élevage bovin.

La baisse conjointe des rendements et du prix du **blé tendre** en 2016 avait dégradé la marge nette des producteurs, devenue négative, à -61 € par tonne, avant même imputation de la rémunération calculée de l'exploitant. Le prix du blé reste bas en 2017, mais le rendement moyen redevient « normal » : par conséquent, les produits (vente de blé et subventions) couvrent presque le coût de production « *charges calculées* » incluses.

Pour les productions de **fruits** ou de **légumes**, l'observatoire ne dispose pas de données de coûts de production ni de revenu pour 2017. D'après les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, la production de légumes en valeur est en baisse avec des volumes stables et celle de fruits est stable avec des volumes en hausse : le revenu moyen en 2017 pourrait avoir baissé dans les deux cas (tendance globale à la hausse des charges et valeur produite en baisse ou stable).

À noter que l'observatoire ne dispose pas actuellement d'éléments sur les coûts dans la pêche maritime ou l'aquaculture.

Les résultats des maillons industriels

Selon les secteurs, ces résultats sont disponibles pour les 9 premiers mois de 2017 ou pour 2016.

Industries des viandes en 2017 (3 trimestres)

Sur les 9 premiers mois de **2017** par rapport à la même période de 2016, le résultat courant moyen par kg de carcasse traité est stable dans **l'abattage-découpe de porcs** (à 3 cts d'€/kg de carcasse), l'effet positif de la hausse du prix des pièces due au ressaut de la demande asiatique, hausse plus marquée que celle du coût entrée abattoir, étant compensé par l'augmentation du poids de certaines charges du fait de la réduction des tonnages traités. Le résultat courant avant impôt passe de 1,3% du total des produits en 2016 (9 mois) à 1,2% en 2017 (9 mois).

Dans l'activité d'abattage-découpe de gros bovins, la hausse des coûts d'achat entrée abattoir n'est pas, en moyenne, compensée par celle des produits, d'où baisse de la marge brute et, malgré un poids stable des charges, le résultat courant moyen des 9 premiers mois de **2017** baisse à 3 cts / kg de carcasse traité au lieu de 10 cts en 2016 sur la même période. Il passe de 1,8% des produits en 2016 (9 mois) à 0,6% en 2017 (9 mois).

Pour la **charcuterie**, les comptes de **2016** indiquent une hausse de la charge d'achat de pièces de porcs et, malgré une progression équivalente en niveau des produits, le taux de résultat courant (2,4% des produits) baisse par rapport à 2015 (2,9%) du fait de la hausse des autres charges.

La part du résultat courant dans l'ensemble des produits est en baisse en 2016 par rapport aux deux années précédentes dans l'industrie des **viandes de volailles** (3% au lieu de 2,6% et 2,7%) comme dans celle de l'abattage-découpe de **lapins** (3,4% au lieu de 3,7% et 4,2%).

Industrie laitière en 2016

Les **entreprises laitières productrices de PGC** présentent en moyenne en **2016** un résultat avant frais financiers et amortissement (EBITDA), compris selon leur type de production dominante, entre 6,3% (ultra-frais et laits liquides) et 8,8% (fromages) du total des produits, ce taux d'EBITDA étant en hausse par rapport aux années 2012-2015, principalement sous l'effet de la baisse du poids des achats de matières premières.

Meunerie en 2016

Dans **l'industrie de la meunerie**, le poids des achats de matière première diminue en 2016 avec la baisse du prix du blé à la production et le taux de résultat courant s'améliore : 1,9% des produits en 2016 au lieu de 0,3% en 2015.

Industrie des pâtes alimentaires en 2016

Dans **l'industrie des pâtes alimentaires**, le poids des charges en matière première est stable en 2016 par rapport à 2015, mais celui des autres charges augmente et le taux de résultat courant avant impôt baisse : 4,2 % du total des produits en 2015, 1,2% en 2016.

Les comptes par rayon des GMS en 2016

Pour l'ensemble des rayons alimentaires frais, la marge brute sur coût d'achat, rapportée au chiffre d'affaires est de 29,7% en 2016, en hausse par rapport à 2015 (29,0%). Après répartition des charges entre les rayons, la marge nette rapportée au chiffre d'affaires ressort à 1,7 % avant impôt, également en hausse par rapport à 2015 (1,3%). Elle est de 1,1 % après impôt.

Avec plus de 58% de marge brute rapportée au chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie vient en tête pour ce critère, de par son activité de fabrication à forte valeur ajoutée. C'est cependant l'un des rayons qui ressort en négatif en termes de marge nette avec -0,6% du chiffre d'affaires avant impôt (- 0,4% après impôt), du fait notamment du poids de la main-d'œuvre dédiée.

Le rayon charcuterie bénéficie d'une marge brute élevée, de 33,8% du chiffre d'affaires, contre 24,9% en boucherie et 29,5% en volailles. Ces taux de marges brutes sont en hausse par rapport à 2015. L'ensemble constitué par ces trois rayons de produits carnés (boucherie, charcuterie, volailles) présente une marge nette rapportée au chiffre d'affaires de 3,9% (2,5% après impôt) : pondérés par leur poids respectifs dans le chiffre d'affaires, les résultats positifs des rayons charcuterie (marge de nette de 8,5%) et volailles (marge nette de 9,7%) compensent ainsi la marge nette négative de la boucherie (-3,4%). Ces marges nettes après impôt sont respectivement de 5,4%, 6,2% et -2,2%.

La marge brute du rayon des fruits et légumes s'élève à 30,2% du chiffre d'affaires en 2016 (taux quasi stable par rapport à 2015), qui, toutes charges réparties, conduit à une marge nette de 3,7%, (près d'un point de plus qu'en 2015), situant ce rayon au 3^{ème} rang pour ce critère. La marge nette du rayon est de 2,3% après impôt.

Le rayon des produits laitiers présente en 2016 une marge brute de 24,6% du chiffre d'affaires, en hausse par rapport à 2015 (22,4%) et 2014 (23%) et un taux de marge nette de 1,4%, supérieur à ceux très dégradés relevés en 2014 et 2015 (0,2%), mais encore inférieurs aux niveaux observés sur 2011-2013 (3% en moyenne). La marge nette après impôt est de 0,9% en 2016.

Enfin, le rayon marée présente une marge brute sur chiffre d'affaires inférieur à la moyenne des rayons frais (25% contre 29,7%), et une marge nette toutes charges réparties nettement négative (-8,1% avant impôt ; -5,2% après impôt), situation sans grand changement par rapport aux années antérieures.

Le partage de l'euro alimentaire en 2014

En 2014, les 233 milliards d'euros de consommation alimentaire des ménages, restauration hors domicile comprise, recouvrent :

- 9,1% de taxes,
- 10,3% d'importations alimentaires finales (importations de produits prêts à la consommation),
- 14,6% de production agricole domestique et
- 66% de valeurs créées en aval de l'agriculture (industries, commerces, services).

En poursuivant la décomposition, la consommation alimentaire induit 65,1% de valeurs ajoutées et contient 14,8% d'importations de biens intermédiaires (matières premières, sources d'énergie, produits bruts, équipements...) et 9,8% de taxes (au montant de 9,1% issu de la décomposition incomplète précédente s'ajoutent des taxes sur les intrants).

Sur les 65,1 € de valeur ajoutée induite par 100 € de consommation alimentaire :

- l'agriculture représente 6,5 € (soit 10% de la valeur ajoutée induite totale),
- les industries alimentaires : 11,9 €,
- les autres industries : 3,2 €,
- la restauration : 13,7 € ;
- le reste vient du commerce inter-entreprises et de détail (15,4 €) et les services (14,4 €).

2,6 millions d'équivalents temps plein soit 10% de l'emploi total sont mobilisés pour produire les biens et les services concourant à assurer la consommation alimentaire domestique

La consommation alimentaire domestique contribue pour 37% au revenu brut de la branche agricole, l'exportation pour 24,7%, les subventions pour 28,6% et les demandes intérieures non alimentaires pour 9,4%.

Une hausse des prix agricoles domestiques de 10% entraînerait « mécaniquement » (sans réaction de l'offre et de la demande), une hausse de 4,4% de la dépense d'achat en produits alimentaires domestiques (hors restauration) et de 2,7% sur la dépense alimentaire totale (restauration et aliments importés inclus), soit encore +0,5% sur la dépense totale des ménages, le poste alimentaire restauration incluses représentant 20% des dépenses des ménages, d'après les comptes nationaux.

Avant-propos

Le septième rapport de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires est publié au terme d'une année qui a été marquée en France par la tenue des États Généraux de l'Alimentation (EGAlim) qui furent l'occasion de faire un bilan des rapports entre les acteurs des filières alimentaires et d'aller dans le sens d'un véritable pacte avec l'élaboration de plans de filières. Le fait de réunir dans de mêmes enceintes producteurs, industriels, distributeurs, consommateurs et société civile a permis nombre d'avancées dont on pourra apprécier les résultats dans les mois à venir. La méthode utilisée était au fond celle qui est au cœur de la démarche de l'Observatoire depuis sa création par la Loi de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche de 2010 : confronter autour d'une même table les opinions et les positions de l'ensemble des acteurs allant « du champ à l'assiette ». Il est heureux de constater que durant les débats de ces EGAlim, le rôle de l'Observatoire a été unanimement salué, certains souhaitant d'ailleurs lui donner un rôle plus important, au-delà de son mandat actuel.

Mais l'année écoulée a été aussi marquée par de fortes tensions, tant sur les marchés agricoles européens et internationaux qu'au sein de certaines filières alimentaires françaises et tout particulièrement dans le domaine laitier.

Le 30 septembre 2017, l'organisation commune du marché du sucre a cessé de fonctionner et il a été mis un terme au système des quotas sucriers qui avait été mis en place avec les premiers règlements de la PAC dans les années soixante. De tout cet édifice de gestion des marchés agricoles européens, il ne reste pratiquement plus rien si ce n'est la possibilité d'achats d'intervention, utilisée encore récemment pour la poudre de lait dont les stocks européens pèsent sur le marché. Mais pour le reste, le temps de la stabilité de prix agricoles déterminés pour l'essentiel à Bruxelles, ce temps des prix administrés, est bien révolu.

En un peu plus d'une décennie, l'Europe agricole est passée du stable à l'instable, une véritable révolution culturelle à laquelle manifestement la France a eu plus de mal à s'adapter que d'autres pays européens.

La « fin de la PAC », au moins en ce qui concerne la gestion des marchés (car les volets structurels, notamment à dimension environnementale, demeurent), a entraîné en effet une ouverture des marchés européens à l'espace mondial et de ce d'autant plus que les politiques d'accords bilatéraux de libre-échange entre l'UE et nombre de ses partenaires ont contribué à réduire les protections douanières et à ouvrir un peu plus les marchés européens.

On peut grossièrement distinguer aujourd'hui trois types de marchés agricoles : il y a tout d'abord ceux pour lesquels depuis longtemps fonctionnent des systèmes de formation des prix à partir de marchés dérivés : ce sont les grandes commodités agricoles comme les céréales, les oléagineux ou le sucre. Les prix sont mondiaux, issus de la confrontation de l'offre et de la demande à l'échelle de la planète. Les marchés offrent à tout moment des prix de références, déclinés en fonction des qualités et des origines, permettant aux opérateurs d'arbitrer leurs risques. Il est intéressant de constater que des contrats européens (sur Euronext) sont à leur tour devenus des références mondiales. Dans l'ensemble, les producteurs agricoles français concernés ont assez bien géré leur transition vers ce nouvel environnement de marché, facilitée, il est vrai par des cours favorables au moins jusqu'en 2014.

Une deuxième catégorie de marchés agricoles concerne les produits dont le champ longtemps circonscrit à l'Europe commence à s'internationaliser. On ne peut encore parler de prix mondial mais il est clair que la conjoncture internationale influence directement les prix européens et cela de manière de plus en plus sensible. C'est le cas de la viande porcine (et de l'influence des achats asiatiques et chinois), des grandes commodités laitières comme le beurre et la poudre de lait (dont le prix de référence est celui des enchères de Fronterra, l'ancien Office du lait néo-zélandais), dans une moindre mesure, de la viande bovine, à l'ouverture mondiale jusqu'à présent limitée aux échanges méditerranéens mais dont l'accès au marché chinois pourrait à terme changer la donne. Le paradoxe pour tous ces produits est que l'équilibre du marché européen dépend de débouchés internationaux souvent aléatoires au gré de tensions géopolitiques ou sanitaires. Néanmoins l'élément déterminant dans la formation des prix est lié à des paramètres internationaux sur lesquels l'Europe n'a pas de prise.

Une troisième catégorie de produits, un peu disparate, rassemble pour notre propos ceux pour lesquels le marché européen est relativement moins dépendant de grands flux mondiaux. Au-delà du cas des

fruits et légumes frais les plus périssables, il s'agit de produits au demeurant non suivis par l'Observatoire : ceux protégés par une limitation institutionnelle de l'offre (AOP), les produits de l'agriculture biologique dont les prix sont aujourd'hui tout autant poussés par des coûts plus élevés que tirés par une demande qui se développe plus rapidement que l'offre, les produits dont l'offre répond à des demandes « responsables » qui portent sur des attentes excédant la seule satisfaction quantitative et qualitative de besoins alimentaires... On sort là d'ailleurs du strict monde des commodités dès lors que d'une manière ou d'une autre, il est possible de segmenter, voire d'isoler un marché, de créer et exploiter une « niche », de vendre un symbole ou une participation au développement local... et donc de sortir de la stricte logique de l'offre et de la demande appliquée à des produits substituables.

Ainsi, la révolution qu'a représentée la fin de la stabilité des prix européens a été vécue de manière fort différente suivant les filières agricoles et cela se retrouve dans les relations parfois tendues qu'entretiennent les différents maillons des plus sensibles d'entre elles, en particulier en ce qui concerne les produits animaux.

En 2017-2018, la conjoncture agricole mondiale a été marquée par une situation climatique optimale pratiquement dans le monde entier. La planète a produit près de 3,5 milliards de tonnes de grains et la Mer Noire (Russie, Ukraine, Kazakhstan) en est devenue le premier bassin exportateur. La plupart des prix mondiaux des grandes commodités agricoles (céréales, oléagineux) sont restés à des niveaux déprimés, souvent inférieurs aux coûts de production européens (même en tenant compte des subventions). Ceci a au moins permis aux éleveurs de contenir le coût de l'alimentation animale à un niveau beaucoup plus bas que les sommets historiques de 2013-2014.

Sur les marchés des produits animaux, la conjoncture a été beaucoup plus chahutée sous l'effet de la mondialisation agricole évoquée plus haut. Ainsi, sur 2016 et 2017, le prix du porc en France est passé de 1,25 à 1,70 € le kg de carcasse avant de rechuter à 1,35 sous l'effet de la diminution des achats chinois. Parmi les matières premières laitières, le beurre a connu une véritable flambée au point de déclencher en Europe un syndrome de pénurie et de se tenir encore début 2018 à des niveaux de prix élevés tandis que celui de son coproduit « fatal », la poudre de lait, ne cessait de fléchir sous le poids des stocks d'intervention européens.

Au fond, 2017 a apporté son lot désormais habituel d'excédents et de pénuries, de tensions et de marasme au sein desquels l'ensemble des acteurs des filières doivent optimiser leurs stratégies sachant qu'à l'aval, au stade du consommateur, c'est bien la stabilité qui prévaut.

Le lecteur du rapport de l'Observatoire ne pourra en effet qu'être frappé de la relative stabilité des prix à la consommation des principaux produits que nous suivons, surtout au regard des variations des prix de leur matière première (lait UHT, beurre, yaourt, fromages, steak haché, jambon cuit). Bien sûr, il s'agit là de produits relativement simples et ne rendant qu'imparfaitement compte de la diversité de l'alimentation des Français (et pas du tout, pour l'instant, de la restauration hors domicile). Mais ce sont justement ceux dont la part « agricole » est la plus importante, même si en réalité celle-ci ne dépasse jamais plus que le tiers du prix payé par le consommateur. Au fil des années, les grandes chaînes qui composent le paysage français de la distribution alimentaire ont fait de ces produits et de leurs prix des marqueurs de leur compétitivité, quitte, comme on l'a vu pour le beurre en 2017, à ne répercuter que de manière limitée les hausses des marchés.

En 2017, sur la base des données collectées par l'Observatoire, les prix payés aux agriculteurs ont été à nouveau inférieurs à la réalité des coûts de production et n'ont pas couvert la rémunération du travail ni du capital et cela même en tenant compte des aides européennes, à l'exception, pour une assez longue période, du porc et, de manière marginale, du lait. Assez logiquement, les revendications des agriculteurs portent sur la légitimité de « prix rémunérateurs » et durant les EGAlim on est allé beaucoup plus loin en parlant de « juste prix ».

Comment ne pas en accepter le principe même si on est là très loin de la logique de l'économie de marché.

À l'époque de la « première PAC », on pouvait estimer que les prix administrés de Bruxelles, résultant de rapports de force politiques, étaient presque des « justes prix » même si fixés à l'origine au niveau des prix les plus élevés des agriculteurs moins efficaces de l'Europe des Six. Ils offrirent une protection élevée comme le monde agricole n'en avait jamais connue. Mais ce temps est révolu. Les producteurs de « commodités agricoles », celles qu'analyse justement le rapport de l'Observatoire, dépendent surtout de marchés régis par la seule logique de l'offre et de la demande. Les prix se fixent en fonction des anticipations de ce que sera demain le rapport entre l'offre et la demande, résultat de paramètres climatiques, politiques, sanitaires ou de toutes autres considérations liées au comportement des

consommateurs ; et ceci à l'échelle non seulement européenne mais de plus en plus mondiale. Dans ce contexte, parler de « juste prix » n'a guère de sens. On peut le regretter et s'en indigner, mais un peu tard alors que l'œuvre de destruction de la PAC régulatrice des marchés est achevée.

Il faut alors vivre dans ce monde de marchés agricoles marqués au coin de l'instable. Pour certaines productions, il est possible de s'isoler relativement du marché global, et alors de tirer parti d'une forte organisation contractuelle fondée sur la confiance, ou d'une certaine assurance-qualité offerte au consommateur, ou encore d'une forte segmentation de l'offre et de sa maîtrise... C'est le cas de certaines AOP mais pas de toutes : ce qui fonctionne plutôt bien pour le lait destiné au fromage de comté, pour le raisin transformé en champagne... réussit moins dans d'autres appellations fromagères ou viticoles. C'est également le cas de certaines niches géographiques (ventes directes, réseaux de proximité...) ou qualitatives, comme l'agriculture biologique, dont le développement, tiré actuellement par une demande en croissance, ne va pas sans difficultés d'organisation des filières ni conflits possibles entre la logique du marché et celle de la prise en compte de coûts de production plus élevés.

Sans mésestimer les efforts nécessaires dans nombre de filières en termes de « qualité » (une notion quelque peu subjective chez les consommateurs), la grande majorité des productions agricoles est le fruit d'une agriculture de plus en plus raisonnée et respectueuse de l'environnement, mais une partie sinon la totalité de ses débouchés dépend de marchés par essence instables et bien souvent « injustes ». La filière laitière est de ce point de vue exemplaire : les indicateurs de marché dominants sont ceux de quelques matières premières laitières qui ne représentent qu'une partie de la valorisation du lait sur le marché européen. La disparition des quotas laitiers n'a pas donné lieu en France à la mise en place de systèmes contractuels permettant aux producteurs de disposer d'une visibilité autrement qu'à très court terme. Le problème laitier, omniprésent durant la première phase des EGAlim, ne pourra être résolu que dans un climat de confiance constructive permettant d'élaborer des formules de prix représentatives de la réalité des débouchés des usines et des entreprises. C'est pour favoriser la transparence nécessaire que l'Observatoire a été amené en 2017 à exiger la communication des comptes de l'un des plus importants acteurs de la filière laitière. Ceci a permis de lancer une réflexion tant sur le fond que sur les méthodes qui devraient permettre de publier dans le rapport de l'Observatoire en 2019 les coûts moyens et marges nettes de la transformation des principaux métiers de l'industrie laitière.

On trouve là le cœur de la fonction de l'Observatoire tel qu'il a été voulu par ceux qui ont poussé à sa création et au premier chef Xavier Beulin, le président de la Fnsea disparu en février 2017 et auquel nous voudrions ici rendre un hommage appuyé. L'Observatoire est avant tout un lieu de dialogues et d'échanges. Il collecte des données, les agrège, éclaire autant que possible prix et marges tout au long des filières. Ouvert à toutes les familles professionnelles, il est un des outils de cette confiance dont les EGAlim ont montré qu'elle faisait cruellement défaut dans nombre de secteurs.

Mais contrairement à ce qui a pu être dit, l'Observatoire n'est « au service » d'aucun maillon particulier des filières, qu'il soit agricole, industriel ou commercial... sinon de tous à la fois. Cette indépendance, qui est à la fois objectivité et neutralité, est le garant de la qualité des résultats présentés dans ce rapport qui présente un ensemble assez unique en Europe, d'ailleurs salué et suivi par les instances européennes.

Qu'il soit permis au président de l'Observatoire de remercier toutes celles et tous ceux qui ont collaboré à la réalisation de ce rapport : les membres du comité de pilotage, et parmi eux pour la première fois des représentants de l'Assemblée Nationale et du Sénat, les participants à tous les ateliers spécifiques à chaque filière, le personnel de FranceAgriMer et puis surtout l'équipe au secrétariat général de l'Observatoire avec Philippe Boyer et Amandine Hourt qui ont à nouveau cette année réalisé un travail important dans un délai limité permettant à ce rapport de retrouver des secteurs (ovins, caprins) qui n'avaient pu être traités en 2017.

Bien entendu ce document comporte des limites et ne peut à lui seul rendre compte de l'extrême complexité du système agroalimentaire français. Mais en tant que tel il a vocation à être utilisé comme un outil de référence accepté par tous comme le montre chaque année son adoption unanime par les membres du comité de pilotage représentant les maillons des filières.

Les EGAlim ont montré, par l'ampleur de la mobilisation qu'ils ont suscitée, combien les tensions et l'absence de confiance au sein des filières allaient bien au-delà des débats plus ou moins philosophiques sur le « juste prix ». Plutôt que de rêver à un utopique retour à l'ancien mode d'organisation des marchés, il est bien nécessaire de rentrer dans la logique de démarches contractuelles (pluriannuelles) fondées en particulier sur le regroupement des producteurs sans pour autant tomber dans les excès de la réglementation sur la concurrence ni dans les contraintes de

négociations annuelles qui trop souvent tournent en de stériles affrontements. La loi en discussion au Parlement et quelques-uns de ses amendements devraient permettre de lever ces obstacles.

Avec des moyens encore trop limités (mais qui seront renforcés en 2018 et 2019), l'Observatoire, dans le cadre de son établissement support FranceAgriMer, reste à la disposition de toutes les parties prenantes pour valider des indicateurs, réfléchir à des modes de formation des prix, apporter son appui aux interprofessions qui le souhaiteraient. Par le biais des « Entretiens de l'Observatoire » tels qu'organisés en 2018 sur le Salon de l'Agriculture, il est aussi nécessaire de mobiliser sur ces thèses le monde académique et celui de la recherche afin d'améliorer les méthodes et analyser les meilleures pratiques tant en France qu'à l'international.

Au-delà de résultats concrets du point de vue législatif et réglementaire, ces États Généraux ont fait naître une attente légitime d'une nouvelle donne entre l'agriculture, son aval agroalimentaire et l'ensemble de la société. Mais au-delà des déclarations officielles, c'est au quotidien qu'il faudra entretenir cette flamme. À son niveau, celui crucial des prix, des marges et des contrats, l'Observatoire est un outil « qui ne s'use vraiment que si l'on ne s'en sert pas ». Les mois à venir seront particulièrement chargés pour le dispositif, notamment en ce qui concerne la filière laitière ainsi que l'élargissement éventuel à de nouveaux produits ou filières, comme celle de l'agriculture biologique : un programme passionnant auquel sont conviés tous ceux qui estiment comme nous que transparence et confiance sont les ingrédients les plus nécessaires à la reconstruction du modèle agricole français.

Philippe Chalmin

Mai 2018

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 le [Chapitre 3](#), est de type sectoriel (par filière et type de produit alimentaire) et comptable. 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 trois parties. La première partie est la valeur de la matière première agricole incorporée (pour la baguette de pain : le blé tendre), les deux autres sont les *valeurs ajoutées* à cette matière première par les entreprises intervenant dans la chaîne de transformation et de distribution². Soit par exemple, 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'entreprise de l'aval sont couramment désignées sous le terme de « *marges brutes* »³ dans les études sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires (Masson, 1975, Mainsant, 2002, 2003, 2004, 2009).

Les produits de grande consommation pris en compte dans cette approche sont des « paniers » de biens de même nature (par exemple : jambon cuit, lait UHT ½ écrémé, morceaux de viande de bœuf du rayon boucherie...) qui, sauf mention contraire, peuvent recouvrir des articles de gammes (marques nationales, marques de distributeurs), de conditionnements et de qualités (produits issus de l'agriculture biologique, par exemple) diverses, dans des proportions qui peuvent évoluer avec le temps dans les achats des consommateurs : dans ce cas, une partie de l'évolution des prix est due à celle de la composition de ce « panier ».

Dans les analyses par filière, et notamment sur les graphiques du Chapitre 3, on emploiera le terme d'*indicateur* de coût en matière première d'origine agricole et d'*indicateur* de marge brute, car ces coûts et marges brutes sont ici non pas constatés de façon comptable mais sont « *simulés* », sur la base de données de prix moyens et de référence de rendements. Le coût d'achat unitaire (par kg de produit vendu) est ainsi estimé à partir des prix moyens d'achat des matières premières par l'industrie ou des marchandises par le commerce, affectés des rendements ou taux de pertes. Le chiffre d'affaires unitaire est le prix moyen de vente des produits transformés ou des marchandises, l'indicateur de marge brute est alors la différence entre les deux termes.

À la différence de l'indicateur de marge brute au détail en GMS, la comptabilité des enseignes de la grande distribution fournit les marges brutes par solde entre chiffre d'affaires et « *coûts d'achat* ». Les enseignes intègrent généralement dans les coûts d'achat, outre le coût du produit facturé par le fournisseur, les coûts logistiques, externes (prix d'achat *franco* rendu plateforme) et internes (gestion des plateformes de l'enseigne, transport plateforme-magasins...) ; ces coûts d'achat étant par contre diminués des rabais, remises, ristournes et produits de coopération commerciale afférents au produit.

² Plus exactement, une partie des valeurs ajoutées : celle ajoutée à la seule consommation intermédiaire en matière première agricole, alors qu'au sens strict la valeur ajoutée est la valeur créée en sus de celle de toutes les consommations intermédiaires.

³ 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. Par exemple, le « *taux de marge* » désigne dans ces analyses le rapport de l'EBE à la valeur ajoutée.

Par ailleurs, le calcul d'indicateurs de marge brute dans la distribution, produit par produit, à partir des prix d'achat moyens pondérés (PAMP) par les consommateurs, obtenus sur panel (Kantar Worldpanel) peut ne pas intégrer l'impact de certains instruments promotionnels. C'est le cas par exemple lorsque l'achat d'un article donne lieu à la délivrance d'un bon de réduction sur l'achat ultérieur d'un autre produit, hors champ de l'observatoire : l'indicateur de marge brute sur le premier article est calculé sans tenir compte du coût du bon de réduction, lequel, s'appliquant à un produit hors champ, ne viendra grever aucun autre indicateur de marge brute suivi par l'observatoire.

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 produit par produit 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.

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

- à 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* » ;
- à l'échelle d'un rayon de GMS : boucherie (bœuf, veau, porc frais, agneau, cheval), charcuterie, volailles, fruits et légumes, produits laitiers...

Sauf exceptions mentionnées ci-après, 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 calculées en considérant des prix agricoles nationaux et des prix de la production industrielle nationale. Or, dès ce stade (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 industrielle évaluée sur la base du différentiel entre prix industriels et prix agricoles intérieurs peut donc ne pas porter uniquement sur la valorisation 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 entraîner un biais dans les indicateurs de marges brutes de la distribution, calculés par différence entre ces prix au détail et les prix industriels nationaux (ou les prix d'expédition, pour les fruits et les légumes 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.

Ce biais est surtout important pour les fruits et les légumes (dont ceux consommés mais pas ou peu produits en France), le poisson (poids du saumon norvégien) et, dans une moindre mesure, les découpes de volailles (importations européennes croissantes en GMS) ou les produits de charcuterie. Or, pour les fruits et les légumes, l'observatoire ne s'appuie pas sur le panel Kantar mais sur des relevés de prix en rayon (Réseau des nouvelles des marchés) mentionnant l'origine ; seuls les produits français sont retenus et il y a donc homogénéité dans la chaîne de suivi des prix. Le poisson fait l'objet d'un traitement spécifique qui intègre les importations, comme on le verra dans la section dédiée à cette filière. Le biais 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 produits de grande consommation suivis par l'observatoire, le biais semble limité dans le type de distributeurs que l'on retient (hors maxi discompteurs).

En viande porcine fraîche, le biais paraît également limité mais s'agissant du jambon, des articles importés peuvent être inclus dans les achats en GSM suivis par Kantar, et les biais ne sont 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.

Pour les pâtes alimentaires, la chaîne de valeur simulée par l'observatoire prend en compte une matière première blé dur pour l'industrie française composée de blé dur français et importé (principalement du Canada), dans les proportions constatées dans les bilans statistiques d'approvisionnement établis par FranceAgriMer. Mais, faute d'alternative, la référence disponible pour les prix des pâtes au détail est imparfaite car elle intègre des produits importés.

1.2. Décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire

Au terme de calculs réalisés sur les Tableaux Entrées-Sorties (TES) de la comptabilité nationale⁴, la dépense alimentaire domestique fait l'objet de deux décompositions dont les résultats sont présentés dans le **Chapitre 4**.

La **première décomposition** consiste à identifier, dans le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale :

- d'une part la valeur de la production agricole (pêche et aquaculture comprises) incluse dans celle de la consommation alimentaire. C'est la production agricole nécessaire pour assurer la consommation alimentaire, déduction faite, pour éviter les doubles comptes, des intraconsommations de produits agricoles (par exemple semence de blé dans le blé nécessaire pour la farine du pain) et des intraconsommations indirectes de produits agricoles via un autre intrant (par exemple, productions végétales transformés en aliments industriels du bétail, utilisés dans la production d'animaux de boucherie) ;
- et, d'autre part, les valeurs créées en aval par l'industrie agroalimentaire, le commerce et le transport.

Il s'y ajoute :

- les importations d'aliments
- et les taxes sur les produits (toutes les valeurs précédentes étant mesurées hors taxes).

Ainsi :

$$\begin{aligned}
 & \text{Dépense alimentaire nationale} \\
 = & \text{Production agricole incluse} \\
 + & \text{Importations de produits alimentaires} \\
 + & \text{Valeurs créées en aval} \\
 + & \text{Taxes}
 \end{aligned}$$

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. S'y ajoute les importations d'intrants et d'aliments ainsi que les taxes sur les produits.

Au terme de cette seconde décomposition, on a donc :

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

⁴ Sources indispensables : TES domestiques aux prix de base symétriques à 60 branches et produits et TES symétriques à 60 branches et produits des importations réalisés par l'Insee pour Eurostat (la version française n'est pas adaptée à ces travaux), tableaux d'équilibres emplois-ressources (ERE) détaillés.

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

L'observatoire analyse les coûts dans chacun des secteurs d'entreprise 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 les circuits alimentaires étudiés par l'observatoire convergent pour la plupart vers la grande distribution (à l'exception du pain, notamment) 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 stade⁵, n'est pas analysé en tant que tel.

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

Au stade de la **production agricole**, L'observatoire s'appuie sur les approches en termes de coût de production par unité (kg, litre) de produit, réalisées par les instituts techniques professionnels agricoles. Il exploite également les données du réseau d'information comptable agricole (Rica), selon des modalités de traitements propres à chaque production, exposées plus en détail dans sections concernés du Chapitre 3.

Pour l'analyse des charges dans les **industries agroalimentaires** et parfois, dans certains secteurs du **commerce interentreprises** en produits agroalimentaires, l'observatoire s'appuyait sur les données de comptes de résultat élaborées par le dispositif Esane (Élaboration des Statistiques Annuelles d'Entreprises) de l'Insee ([Brion, 2011](#)). Mais cette source s'avère désormais inadaptée à l'objet de l'observatoire. Ceci tient du fait, d'une part, du délai important d'obtention des résultats (au moins deux ans) et d'autre part, de nouvelles ruptures de séries induites par des changements de méthodes statistiques qui ne permettent plus de disposer de résultats pluriannuels à des niveaux de nomenclature d'activités pertinents pour l'observatoire. On est donc amené à mobiliser d'autres sources, notamment exploiter la base des comptes d'entreprises déposés aux greffes des tribunaux de commerce. L'observatoire dispose également, pour certains secteurs, d'analyse de comptes par la Banque de France, 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.

Pour l'industrie laitière, l'observatoire s'est appuyé cette année sur les travaux de l'observatoire des industries agroalimentaires du Crédit Agricole, qui fournit des analyses comptables et financières par type d'entreprise laitière défini par la nature de leur production principale (fromages, lait de consommation, produits ultra-frais...).

Cependant, les résultats de comptabilité générale étant insuffisants pour rendre compte de la formation de la valeur par produit, l'observatoire a engagé en 2018 en relation avec les représentants du secteur, un travail de conception d'enquête sur les coûts de fabrication dans l'industrie laitière par famille de produit de grande consommation qui devrait fournir des premiers résultats en 2019.

La **grande distribution** étant évidemment un secteur multi-produit, 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, décrit ci-après.

⁵ 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.

2.2. 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 maxi discompteurs 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, boulangers,...) ;
- 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.

2.2.1. Une précision préalable importante

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

Cette réaffectation des charges communes et du calcul de la marge nette par rayon met en évidence la péréquation de résultats qui s'opère entre rayons de la grande distribution. Elle indique la capacité du rayon à couvrir plus ou moins les charges communes.

Cette capacité dépend notamment du poids des charges directes (personnel spécialisé dans les rayons qui « fabriquent » ou assurent une dernière transformation ou découpe des produits : boulangerie, boucherie, poissonnerie) et de la densité du rayon dans l'espace (de laquelle dépend le résultat de la réaffectation des charges liées à la superficie). Cette 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 ».

2.2.2. 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 maxi discompteurs (Schéma 1, ci-après) ; dans tout le rapport, le terme « *GMS* » (grandes et moyennes surfaces) se rapporte à ces deux formats de magasins, sauf mention contraire.

Les enseignes de *GMS* relèvent de deux grandes catégories quant à leurs modes de coordination ⁶ :

▪ 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* ».

⁶ 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&reg_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>

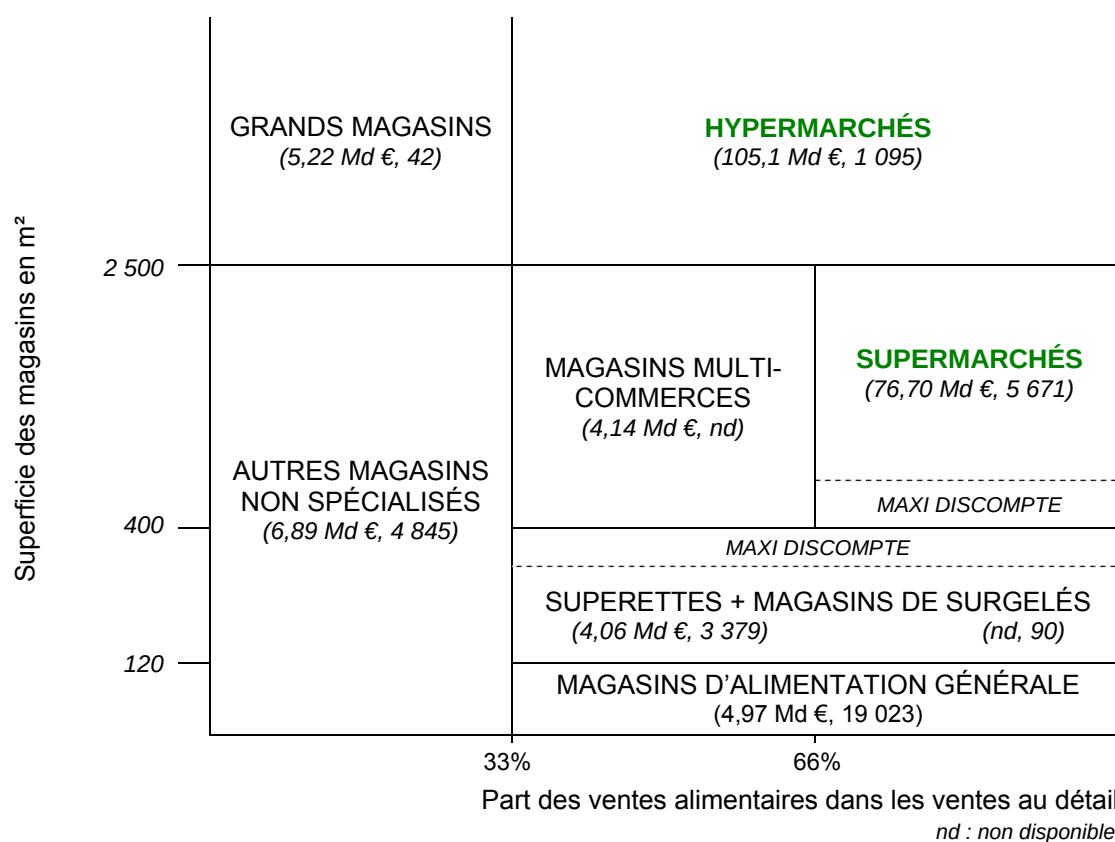
▪ les réseaux d'indépendants (ou du commerce associé) :

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 (voire plus) 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.

Schéma 1

Les hypermarchés et les supermarchés dans la typologie des magasins non spécialisés (Chiffre d'affaires en milliards d'€, nombre d'entreprises en 2014)



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 345 entreprises de centrales d'achat alimentaire en France en 2014 (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 d'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.

2.2.3. 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'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 pas 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 réseau 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 étudié⁷.

Sont donc considérés comme des charges à répartir par rayon, les flux de biens et de services provenant de l'extérieur du périmètre 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 :

⁷ Également 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.

- 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 ou de la tête de réseau 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.

2.2.4. Modalités d'enquête, nomenclature, répartition des charges communes

Les enquêtes conduites par l'observatoire auprès des enseignes sont adaptées à chaque type d'organisation tel que décrit au 2.2.2. (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 gère l'achat des marchandises et tout ou partie des charges nécessaires au fonctionnement des magasins. Dans certaines enseignes, un prélèvement sur le chiffre d'affaires des magasins finance certains services assurés par une filiale du groupe (référencement, négociation avec les fournisseurs en amont de l'achat par la centrale).

La marge brute de l'ensemble du périmètre consolidé est la différence entre le chiffre d'affaires réalisé en magasins et le coût des achats de marchandises réalisées par la centrale (plus achats directs éventuels), ce coût intégrant au moins une partie des frais de logistique interne au périmètre (fonctionnement des plateformes, transport plateformes-magasins). 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. La plupart des achats de marchandises est comptabilisée au niveau 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, pour partie, dans 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 par 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 comptabilisé au niveau 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 éléments de comptabilité 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.

Certaines charges imputées au périmètre d'activité retenu (*i.e.* la mise à disposition de produits alimentaires en magasin, depuis leur arrivée en plateforme jusqu'à leur passage en caisse), et donc grevant la marge nette de ce périmètre, peuvent correspondre à des redevances pour services assurés par des entités en lien capitalistique avec les magasins. Il peut s'agir de sociétés assurant le portage de l'immobilier commercial, ou d'autres investissements, la logistique, ou détentrices des marques de l'enseigne... : **une partie du montant de ces charges imputées au périmètre, et grevant donc sa marge nette, rémunère donc les détenteurs du capital de ces entités.**

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 SPÉCIFIQUES 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 RÉPARTIES	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	12b	(12a) + (12b)
		13 Amortissements immobiliers	13a	13b	(13a) + (13b)
		14 Frais financiers	14a	14b	14a + 14b
	R3*	15 Publicité		15b	(15c) = (15b)
		16 Impôts et taxes	16a	16b	(16a) + (16b)
		17 Participation des salariés	17a	17b	(17a) + (17b)
		18 Autres charges communes réparties : en magasins	18a	18b	(18a) + (18b)
		19 Autres charges communes réparties : autres niveaux	19a	19b	(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 réparti 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)

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 : achats de marchandises, exprimée en « *triple net* » (déduction faite des rabais, ristournes et remise ou produits de coopération commerciale obtenus de la part des fournisseurs), *franco* de port magasin : sont inclus dans le coût d'achat les frais de transport facturés par le fournisseur mais aussi les frais de transport des plateformes aux magasins, assuré par des prestataires ou des entités de l'enseigne. S'y ajoute le coût d'opérations réalisées dans les plates-formes logistiques (préparation des commandes, emballage, stockage...). Le montant consolidé 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) : 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 : inhérents aux employés des magasins affectés spécialement à tel ou tel rayon, par exemple : bouchers réalisant la préparation des viandes en laboratoire des magasins, boulangers, 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, 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.

Le **total** des frais de personnel (4, 10 et 11) rapporté au CA ressort de l'enquête entre 14,5% et 15,20% de 2012 à 2014 tous rayons alimentaires frais confondus. Le même taux calculé pour l'ensemble du secteur des GMS, tous rayons confondus à partir des données d'Esane (Insee) est moindre, de l'ordre de 10%.

12 : Locations immobilières. Loyers versés par l'exploitant du magasin à une société propriétaire du terrain ou des murs. Le taux de charges immobilières issu de l'enquête de l'observatoire, de 2,1 % à 2,2% de 2012 à 2014 tous rayons frais, est du même ordre que celui tiré des données d'Esane sur le secteur des GMS (2,3%).

13 : Amortissements immobiliers. Amortissements comptables des investissements immobiliers.

14 : Frais financiers à imputer aux rayons. Pour les enseignes intégrés, ces frais ont été calculés sur la base du ratio moyen issu des résultats d'Esane, soit 0,20 % du CA.

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 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 données de cadrage (Chapitre 2) et les comptes des exploitations agricoles et des industries agroalimentaires⁸ (Chapitre 3).

⁸ 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 l'entreprise. Mais ce dernier poste est inclus dans les frais de personnel des données par rayon recueillies auprès des enseignes.

Les comptes des enseignes étudiés dans le présent rapport sont ceux de l'année 2016, deuxième 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 (6% de la masse salariale en salaires inférieurs à 2,5 fois le SMIC en 2015), 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.

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. Cette approche sert donc 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. Celles-ci 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.**

En outre, comme précisé plus haut, une partie des charges imputées au périmètre, pouvant correspondre à des services fournis par des entités de l'enseigne, donne lieu à des rémunérations perçues par les détenteurs du capital de ces dernières.

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 0,2% 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
Cotisations aux structures centrales	Neutralisée ou répartie en charges ci-dessus au niveau central, puis répartie par rayon

2.2.5. Représentativité de l'enquête de l'observatoire

Le format hypermarché (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 supermarché⁹ ;
- 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 chiffre d'affaires total pour 2016 des rayons alimentaires frais du périmètre étudié par l'observatoire est de 36 756 millions d'euros. À titre de comparaison, les derniers résultats disponibles des comptes du commerce portant sur 2014 mentionnaient un chiffre d'affaires en produits alimentaires frais des hypermarchés et supermarchés, de 54 398 millions d'euros.

2.3. Limites à la comparaison des comptes des différents secteurs agroalimentaires

En **agriculture**, l'observatoire mobilise, lorsque les sources le permettent, deux types d'approche pour évaluer les coûts de production ou la structure des charges des exploitations :

- une approche strictement comptable (Rica), dans laquelle toutes les charges prises en compte reflètent l'emploi de biens et de services fournis par des tiers de l'entreprise. La rémunération du travail non salarié de l'exploitant et de sa famille et de ses capitaux propres est constituée par le solde comptable entre les produits et les charges (résultat courant, si les produits et les charges retenus pour le calcul excluent les opérations exceptionnels) ;
- l'approche des instituts techniques agricoles dans laquelle, aux dépenses constatées par la comptabilité, sont ajoutées des charges dites « *supplétives* » ou « *calculées* », rémunération théorique du travail et du capital de l'exploitant, évaluée à hauteur d'un standard prédéfini en référence à la rémunération à laquelle ces facteurs pourraient prétendre sur le marché du travail salarié et sur le marché des capitaux.

Dans **l'industrie**, l'observatoire mobilise uniquement des approches comptables, dans lesquelles la rémunération du capital des propriétaires de l'entreprise est celle permise par le résultat comptable, aucune charge de type « *calculée* » n'étant imputée. Les résultats agricoles issus de l'approche des instituts techniques et les résultats industriels donnés par l'approche strictement comptable ne sont donc pas de même nature. Mais la comparaison des résultats issus de l'approche comptable dans les deux secteurs (agriculture et industrie) s'avère également délicate : le résultat comptable des exploitations agricoles est en général un « *revenu mixte* » du travail et du capital, compte tenu de leurs caractères d'entreprises artisanales, familiales, personnelles, ou de sociétés de personnes, de nombreuses exploitations agricoles. Le même solde comptable dans une entreprise industrielle est essentiellement un revenu du capital. De plus, plusieurs entreprises industrielles ou commerciales sont – contrairement à la plupart des exploitations agricoles – intégrées dans des groupes et certains produits et charges des unités industrielles retracent en fait des flux avec d'autres entités (notamment, commerciales) du groupe et non avec des tiers de celui-ci, ce qui n'est pas sans incidence sur le niveau du bénéfice de l'activité industrielle car ces flux internes, hors marché, sont évalués à des prix de cession. (Voir, sur le site de l'Insee, la notion de [profilage](#), opération consistant à consolider les résultats de certaines sociétés d'un même groupe pour mieux évaluer le résultat économique de leur activité).

Ainsi, dans la **grande distribution**, l'observatoire évalue les produits et les charges sur base comptable pour un périmètre consolidé d'activité qui n'englobe toutefois pas certaines entreprises du groupe (ou également détenues par les exploitants des magasins, dans les enseignes « *d'indépendants* ») fournissant des services au périmètre (notamment, sociétés de portage de l'immobilier commercial), lesquels services sont donc imputés en charges au périmètre mais les montant afférents peuvent intégrer un élément de rémunération du capital des propriétaires de l'enseigne ou des magasins.

⁹ 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).

Chapitre 2. Données de cadrage

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

- les évolutions des prix dans l'agroalimentaire, en mettant en relation des indices de prix à différents stades ;
- les comptes sectoriels 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'étude annuelle des comptes des GMS par rayon alimentaire, regroupant les données qui seront développées filière par filière dans le chapitre 3.

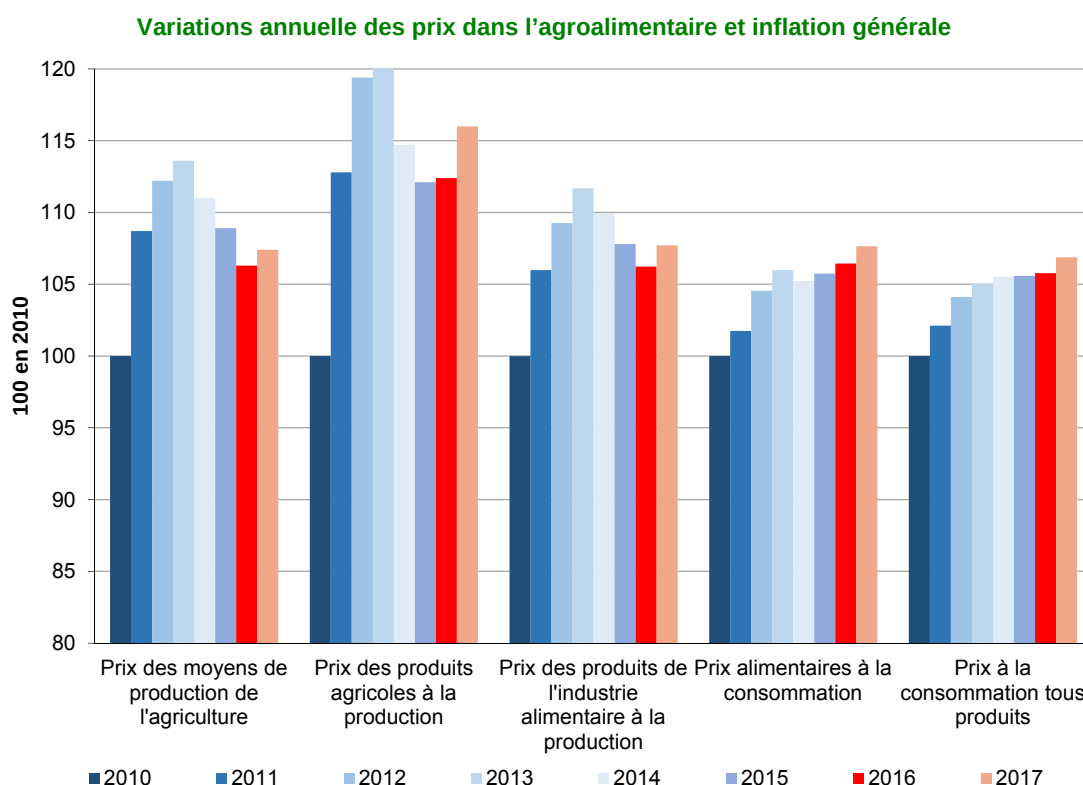
1. LES PRIX DANS LE CIRCUIT AGROALIMENTAIRE

1.1. En 2017 : hausse moyenne des prix aux différents stades de l'agroalimentaire

En 2017, les prix des intrants pour l'agriculture (+1%) et des produits des industries alimentaires (+1,4%) sont en hausse après trois années de baisse. En moyenne, les prix agricoles sont également en hausse (+3,2%), mais avec des disparités selon les produits, comme on le verra plus loin.

L'Insee note qu'en 2017, les prix à la consommation des produits alimentaires augmentent plus qu'en 2016 (+1% après +0,6 %). Les prix de la viande progressent (+1,1 % après +0,4 %) ainsi que ceux des huiles et graisses (+2,8 % après +0,6 %) en lien avec le prix du beurre. Les prix du lait, fromage et œufs (+0,2 % après -1,0 %), du pain et céréales (+0,3 % après -0,1 %) et des boissons non alcoolisées (+0,6 % après -0,6 %) participent de la hausse générale. Toutefois, avec +3,3% au lieu de 3,7% en 2016, les produits frais contribuent moins qu'en 2016 à cette hausse d'ensemble des prix alimentaires. ([Informations rapides n°8, 12 janvier 2018](#)).

Graphique 1



Source : Insee

1.2. Le « ciseau des prix » par filière

Lorsqu'on ne dispose que d'indices de prix amont (par exemple, prix à la production) et aval (par exemple prix à la consommation), et si ces indices varient dans le même sens entre deux dates, il n'est pas toujours possible d'en déduire si l'écart entre les deux prix s'est accru ou a diminué entre ces dates¹⁰. **Certaines interprétations d'évolution d'indices de prix agricoles et à la consommation alimentaire en termes d'évolution de la « marge des intermédiaires » oublient cela et s'en trouvent erronées.**

Mais les indices permettent de trouver le sens de la variation (augmentation ou diminution), entre deux périodes, d'une différence relative de prix sur la base des évolutions des indices de ces prix. On désigne par « écart relatif » de deux prix, l'un en amont : PA (par exemple, prix d'un produit agricole livré à une industrie alimentaire) et l'autre en aval : PV (prix du produit alimentaire élaboré à partir du produit agricole), le rapport :

$$\frac{PV - PA}{PV} \quad (1)$$

qui s'apparente à un taux de marge de type « vente moins achats, rapporté aux ventes », aussi égal à :

$$1 - \frac{PA}{PV} \quad (2)$$

La variation de l'écart relatif du prix amont et du prix aval entre deux dates 0 et t s'écrit :

$$\frac{PV_t - PA_t}{PV_t} - \frac{PV_0 - PA_0}{PV_0} \quad (1')$$

ou encore :

$$1 - \frac{PA_t}{PV_t} - \left(1 - \frac{PA_0}{PV_0}\right) = \frac{PA_0}{PV_0} - \frac{PA_t}{PV_t} \quad (2')$$

Ainsi, l'écart relatif entre les deux prix augmente (respectivement, diminue) si le rapport suivant est supérieur (respectivement inférieur) à 1 :

$$\frac{IPA_0 IPV_t}{IPA_t IPV_0}$$

IPA et IPV étant respectivement les indices du prix amont et du prix aval.

Le Tableau 3 donne le sens de la variation de l'écart relatif entre prix aval et prix amont en 2015, 2016 et 2017, telle qu'on peut l'inférer à partir des évolutions des indices de prix. Il est important souligner que cette approche à partir des indices ne peut donner que le sens de la variation relative (augmentation ou diminution en pourcentage) mais aucune indication sur son ampleur en euros (laquelle peut être très faible, voire non significative : et dans ce cas, le sens lui-même est indéterminé) : estimer cette ampleur et évaluer si elle est significative supposerait de connaître le rapport initial des prix amont et aval :

$$\frac{PA_0}{PV_0}$$

Les graphiques des pages suivantes présentent les indices des prix à différents stades par filières : indice du prix des intrants pour la production agricole (lorsqu'ils sont disponibles), indice du prix à la production agricole, indice du prix de production de l'industrie alimentaire du produit transformé, indice du prix à la consommation (tous circuits) de ce produit et indice du prix d'achat en GMS¹¹, et, pour comparaison, indice général des prix à la consommation tous produits.

¹⁰ Voir édition 2015 pour plus d'explications. Par exemple, si le prix agricole d'un produit passe de 3 € en 2014 à 2,75 € en 2015 et que le prix à la consommation de ce produit passe de 6 € à 5,75 € : l'écart entre les deux prix reste de 3 € en 2014 comme en 2015. En base 100 en 2014, en 2015, l'indice du prix agricole est de 91,7 et celui à la consommation de 95,8. Ces indices montrent seulement que la baisse relative (en pourcentage) du prix à la consommation (95,8-100 = - 4,2%) est moindre que celle du prix à la production (91,7-100 = 8,3%, mais, en valeur absolue, la différence entre les deux prix est resté la même, ce que ne pouvaient montrer les indices.

¹¹ L'indice des prix à la consommation ne varie pas comme les prix d'achat moyens pondérés en GMS tels qu'établis à partir du panel Kantar : Cf. Encadré 3

Tableau 3

**Évolution de l'écart de prix relatif entre prix amont et prix aval (*) dans les filières agroalimentaires
estimée à partir d'indices de prix**

		Écart de prix relatif entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole	Écart de prix relatif entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricoles	Écart de prix relatif entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire	Écart de prix relatif entre prix à la consommation et prix agricole
Toutes filières alimentaires	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↗	↗
	2017	↗	↘	↘	↘
Filière porc (1) viande fraîche	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↘	↘
	2017	↗	↗	↘	↘
Filière porc (1) porc transformé : jambon (2)	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↘	↘
	2017	↗	↘	↘	↘
Filière viande bovine	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↘	↗	↗	↗
	2017	↗	↘	↗	↘
Filière volailles (1)	2015	↗	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↗	↘
	2017	↗	↘	↗	↗
Filière produits laitiers de vache (3)	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↘	↗	↗	↗
	2017	↗	↘	↗	↘
Filière blé tendre- farine-pain baguette	2015		↗	↘	↗
	2016		↗	↗	↗
	2017		↘	↗	↗
Filière blé dur-pâtes alimentaires	2015		↗	↘	↗
	2016		↗	↗	↗
	2017		↗	↗	↗
Filière fruits frais	2015				↘
	2016				↘
	2017				↗
Filière légumes frais	2015				↗
	2016				↘
	2017				↗
			Écart de prix relatif entre prix de l'industrie alimentaire et prix de gros	Écart de prix relatif entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire	Écart de prix relatif entre prix à la consommation et prix de gros
Filière produits aquatiques	2015		↗	↘	↗
	2016		↘	↗	↘
	2017		↘	↘	↘

(*) Différence entre prix aval et prix amont, rapportée au prix aval. Par exemple l'écart relatif entre prix à la consommation et prix de l'industrie alimentaire est égal à la différence entre prix à la consommation et prix de l'industrie, rapporté au prix à la consommation. Cet écart relatif de prix s'apparente à un taux de marge brute rapportée au chiffre d'affaires.

↗ : d'après les indices de prix aval et amont, l'écart relatif entre ces deux prix a augmenté par rapport à l'année précédente.

↘ : d'après les indices de prix aval et amont, l'écart relatif entre ces deux prix a diminué par rapport à l'année précédente.

(1) Pour ces filières, les intrants considérés sont les aliments des animaux (source : Insee). Autres filières animales : ensemble des consommations intermédiaires (source : Institut de l'élevage). Il n'existe pas d'indice synthétique de prix des intrants pour les productions végétales.

(2) Le maillon industriel pris en compte ici est uniquement celui la 2^{ème} transformation, qui élabore les jambons cuits ou salés à partir de la pièce de jambon issue de l'industrie de l'abattage découpe

(3) Pour l'écart de prix relatif entre consommation et industrie dans la filière laitière, l'IPC a été remplacé par l'indice des prix en GMS, source Kantar et l'indice de prix dans l'industrie est calculé en pondérant les indices de prix des PGC dans l'industrie par les volumes d'achat en GMS.

Sources : OFPM d'après Insee, Institut de l'élevage, SSP, Kantar Worldpanel

Encadré 1

Des évolutions de prix différentes selon les sources

La comparaison des évolutions de l'indice moyen annuel des prix à la consommation (IPC, source : Insee) de certains produits avec celles de l'indice du prix moyen annuel de produits de même nature observée en GMS par le panel Kantar (principale source de prix au détail en GMS utilisée par l'observatoire) révèle parfois des différences importantes.

C'est le cas, comme on le verra dans les pages qui suivent, pour les produits laitiers et la viande bovine.

Ces différences sont normales, les deux approches (IPC et indice de prix moyen construit à partir des prix du panel Kantar) portant sur des objets différents. Elles peuvent être d'autant plus importantes que, comme dans le cas des produits laitiers, l'ensemble de produits considéré est composite : des modes de pondération éventuellement différents des produits entraînent évidemment des différences dans les évolutions des deux indices moyens.

Selon le panel Kantar, le « prix d'achat moyen pondéré » (PAMP) en GMS de l'ensemble des **produits laitiers** (laits liquides, yaourts et autres produits ultra-frais, fromages, beurres) a progressé assez régulièrement de 2010 à 2016 puis avec une accélération en 2017 (voir Graphique 7), alors que l'IPC des produits laitiers, établi par l'Insee, après avoir progressé de 2010 à 2012, s'est ensuite inscrit dans une légère tendance à la baisse, hormis de faibles augmentations en 2014 et 2017 (voir Graphique 6).

L'indice annuel du PAMP est calculé sur l'ensemble des produits laitiers achetés en GMS, dans les proportions effectives et évolutives des quantités achetées par les consommateurs. Il retrace l'évolution annuelle du rapport de la dépense annuelle en euros d'achats de produits laitiers au volume de ces achats, relativement au même rapport calculé sur une année de référence. Autrement dit, c'est l'indice d'évolution du prix moyen du « kg de panier » de produits laitiers achetés en GMS.

L'IPC des produits laitiers est une moyenne des IPC annuels des différents produits laitiers publiés par l'Insee (laits liquides, fromages frais, autres fromages, crème, beurre, autres produits laitiers), pondérés par les coefficients de pondération annuels (diffusés également par l'Insee) de ces indices dans l'IPC global tous produits, coefficients basés sur la structure des dépenses de consommation des ménages.

Les deux indicateurs diffèrent donc 1) par la liste des produits élémentaires pris en compte (mais on n'a aucun moyen de le vérifier, la liste des articles de l'IPC étant secrète) et surtout, 2) par le mode de pondération.

Pour la **viande bovine** (Graphique 4), les deux indices évoluent différemment surtout après 2013 : poursuite de la hausse pour l'IPC, relative stabilité pour le PAMP, contrairement à ce que l'on a constaté pour les produits laitiers (où c'est l'IPC qui est plutôt stable, le PAMP étant en hausse).

Là aussi, compte tenu du poids des GMS dans l'offre au détail, les évolutions de l'IPC et du PAMP devraient être assez proches, si n'intervenaient pas des différences dans la composition des paniers et dans leur évolution.

Pour les **autres produits** analysés dans ces « données de cadrage », les différences d'évolution du PAMP et de l'IPC sont nettement moins importantes, peut-être du fait d'une moins grande hétérogénéité de chaque ensemble. Ainsi, les évolutions des deux indices sont assez proches pour la viande fraîche de porc (Graphique 2), le jambon cuit, malgré une hausse plus marquée du PAMP en 2017 (Graphique 3) ou les volailles, malgré une hausse plus soutenue de l'IPC (Graphique 5).

Par ailleurs, on rappelle que les données de Kantar sont des données de « panel de consommateurs », donc non exhaustives, bien qu'extrapolées, et renseignées par les consommateurs eux-mêmes. Pour les produits en libre-service, les données enregistrées directement en caisse à partir de la lecture électronique des informations figurant sur leurs emballages (code-barres) permettent d'alimenter des « panels de distributeurs » (type Nielsen, IRI...). L'observatoire ne dispose pas actuellement de ce type de panels, dont les données pourraient cependant améliorer son appréhension des prix au détail (l'Insee prévoit d'utiliser un panel de ce type pour les IPC). Le panel de consommateur (Kantar) reste cependant nécessaire pour le suivi des achats (prix et volumes) des produits « non gencodés » (sans informations suffisantes sur les codes-barres).

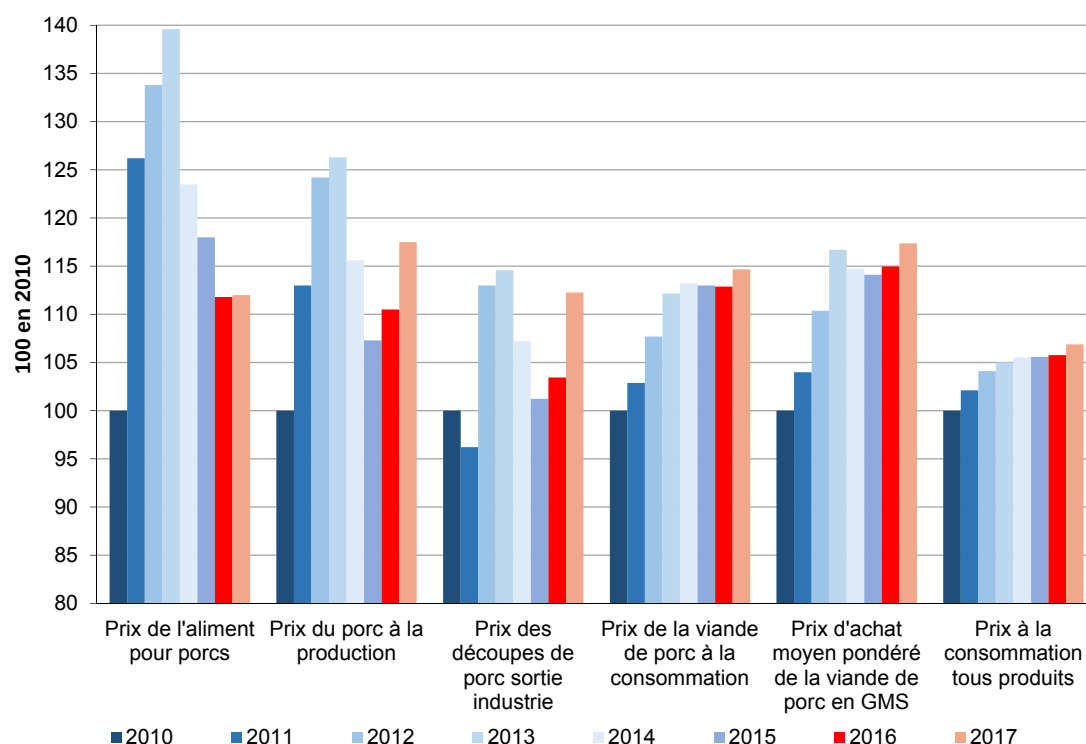
Documents complémentaires :

- Sur l'IPC :
https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/fichier/Indice_des_prix.pdf
- Sur les différences entre IPC et évolution de prix moyens :
https://www.persee.fr/docAsPDF/estat_0336-1454_1997_num_303_1_2542.pdf

1.2.1. Filière de la viande de porc fraîche

Graphique 2

Variations annuelles des prix dans la filière viande de porc fraîche et inflation générale



Source : Insee, Kantar Worldpanel

Stabilité du prix de l'aliment pour porcs

L'indice des prix d'achat des aliments pour porc est en baisse de 2014 à 2016 et quasi stable en 2017.

Nouvelle hausse du prix du porc et ciseau des prix favorable à l'élevage

Après 2 années de forte baisse, le prix du porc est remonté en 2016 et de nouveau en 2017. Les évolutions des indices du prix du porc et du prix de l'aliment en 2017 comme en 2016 aboutissent à une hausse de l'écart de prix relatif¹² entre ces deux prix. Le ciseau des prix du porc et de l'aliment (principale charge variable de cette production) apparaît ainsi plutôt favorable à la production ces deux dernières années (cf. Tableau 3, lignes « filière porc 2017 », colonne « écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole »).

Nouvelle hausse des prix des découpes de porc et de l'écart de prix de prix entre découpes et porc entrée abattoir

La production de pièces de découpe de porc bénéficie de prix en hausse en 2016 et 2017 (d'après l'indice de l'Insee des prix des épaules, jambons, longues frais ou réfrigérés, produits par l'activité de transformation des viandes de porc de boucherie), tirés notamment par la demande chinoise après les baisses des 2 années précédentes. Alors qu'en 2016 cette hausse semblait insuffisante par rapport à celle du prix du porc entrée abattoir pour augmenter l'écart de prix relatif entre les découpes de porc et leur matière première, ce différentiel augmente en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière porc – viande fraîche 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricoles »).

¹² « Écart de prix relatif » entre un prix en amont et un prix en aval, défini plus haut par le rapport :

$(\text{prix aval} - \text{prix amont}) / \text{prix aval}$

Il s'apparente à un taux de marge brute commerciale :

$(\text{vente} - \text{achat}) / \text{vente}$,

ou de transformation :

$(\text{production} - \text{matière première}) / \text{production}$

Après plusieurs années de stabilité, voire de diminution, le prix de la viande de porc est en hausse pour le consommateur

Au vu des indices de prix, la hausse en amont avait été plutôt amortie par l'aval en 2016, l'indice des prix à la consommation de la viande de porc, tout comme l'indice construit à partir des prix d'achat moyen pondéré (PAMP) en GMS des viandes de porc fraîches, restant alors quasi stables. En 2017, ces deux indices des prix de la viande de porc au détail progressent sensiblement. Pour autant, *l'écart de prix relatif* entre prix à la consommation et prix sortie industrie est encore en diminution, le maillon du détail semblant avoir à nouveau amorti la hausse (cf. Tableau 3, ligne « filière porc – viande fraîche 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire »).

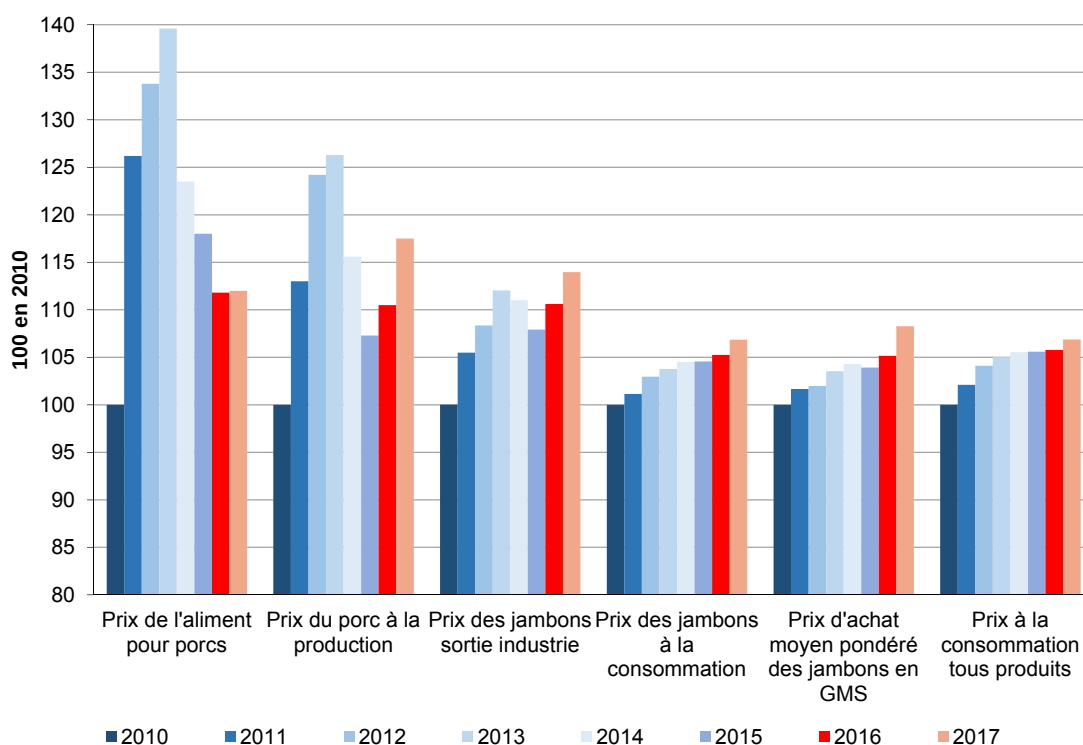
On remarque que jusqu'en 2013, l'indicateur PAMP a davantage progressé que l'indice des prix à la consommation correspondant, il paraît également plus volatil, intégrant probablement davantage que l'IPC l'impact des promotions et des évolutions de la structure des achats.

Déflatée par l'indice général des prix à la consommation, la viande de porc paraît avoir été « inflationniste » de 2010 à 2013 (+16% selon le PAMP, +13% selon l'IPC correspondant, contre +6% pour l'IPC tous produits). De 2014 à 2015 (pour le PAMP) ou à 2016 (pour l'IPC), le prix de la viande de porc se stabilise, ce qui la distingue peu de l'inflation générale. En 2017, la hausse de prix de la viande de porc est supérieure à l'inflation générale.

1.2.2. Filière de la viande de porc en charcuterie : jambon

Graphique 3

Variations annuelles des prix dans la filière jambon et inflation générale



Source : Insee, Kantar Worldpanel

Stabilité du prix de l'aliment pour porcs

L'indice des prix d'achat des aliments pour porc est en baisse de 2014 à 2016 et quasi stable en 2017.

Nouvelle hausse du prix du porc et ciseau des prix favorable à l'élevage

Après 2 années de forte baisse, le prix du porc est remonté en 2016 et de nouveau en 2017. Apprécié par *l'écart de prix relatif*, le ciseau des prix du porc et de l'aliment (principale charge variable de cette production) apparaît plutôt favorable à la production ces deux dernières années au vu de la comparaison des évolutions de l'indice des prix de l'aliment et de l'indice des prix du porc (cf. Tableau 3, lignes « filière porc 2017 », colonne « écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole »).

Nouvelle hausse des prix des découpes de porc et de l'écart de prix de prix entre découpes et porc entrée abattoir

Cf. Graphique 2 : prix des découpes de porc sortie industrie, non repris sur le Graphique 3.

La production de pièces de découpe de porc bénéficie de prix en hausse en 2016 et 2017 (d'après l'indice de l'Insee des prix des épaules, jambons, longes frais ou réfrigérés, produits par l'activité de transformation des viandes de porc de boucherie), tirés notamment par la demande chinoise après les baisses des 2 années précédentes. Alors qu'en 2016 cette hausse semblait insuffisante par rapport à celle du prix du porc entrée abattoir pour augmenter *l'écart de prix relatif* entre les découpes de porc et leur matière première, ce différentiel augmente en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière porc – viande fraîche 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricoles »).

L'évolution du prix des jambons transformés sortie industrie de charcuterie-salaison suit celle du prix du porc entrée abattoir et des pièces produite par l'abattage-découpe.

Le prix des jambons sortie industrie de 2^{ème} transformation (élaboration de jambons cuits ou salés à partir de la pièce issue de l'abattage-découpe) progresse de nouveau en 2017. Toutefois, au vu des indices de prix correspondants cette hausse est inférieure à celle du prix du porc et *l'écart de prix relatif* des jambons transformés sortie industrie et prix du porc entrée abattoir paraît s'être resserré en 2017. Celui entre le prix des pièces de découpes et le prix entrée abattoir s'étant accru (cf. plus haut, 1.2.1.), l'amortissement de l'impact de la hausse du prix entrée abattoir sur celui du produit fini paraît avoir été essentiellement assuré par le maillon charcuterie-salaison en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière porc – porc transformé- jambon, 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricoles »).

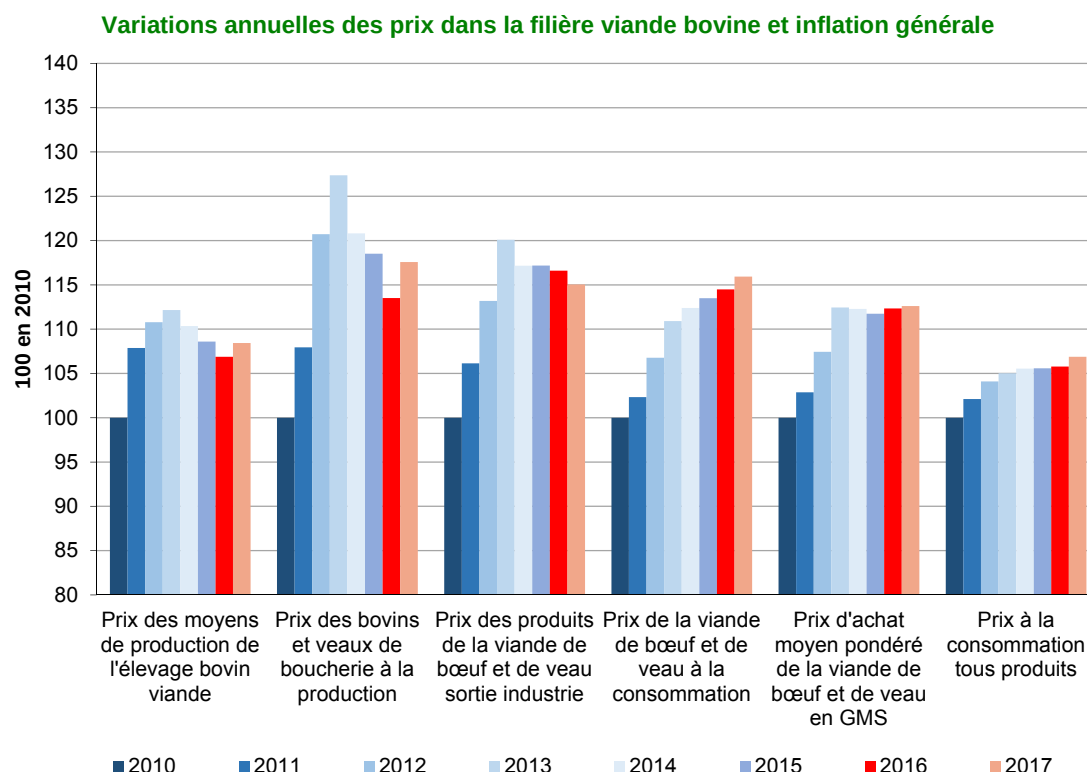
Progression des prix au détail, amplifiée par un effet de gamme dans les achats en GMS

Le prix à la consommation du jambon progresse en 2017, plus qu'en 2016, et de façon semble-t-il plus soutenue en GMS : ceci est probablement dû au fait que le prix d'achat moyen pondéré intègre immédiatement les évolutions qualitatives du panier d'achat, tandis que l'indice des prix à la consommation est construit sur la base d'un panier plus stable.

L'évolution 2010-2017 du prix des jambons au détail suivi par l'IPC de ce produit s'inscrit globalement dans celle de l'inflation générale (+6% environ au total sur la période). En revanche, l'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS, portant sur un panier évolutif de jambons, présente en 2017 une hausse plus soutenue que l'inflation.

1.2.3. Filière de la viande bovine

Graphique 4



Source : Insee, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

Augmentation des prix des intrants de l'élevage bovin viande

L'indice des prix d'achat des moyens de production de l'élevage bovin viande (calculé par l'Institut de l'élevage à partir des indices IPAMPA par nature de charges, source Insee-SSP) est en hausse en 2017, après 3 années de baisse.

Augmentation des prix des bovins de boucherie à la production agricole, amélioration du ciseau des prix pour l'élevage

Après deux années d'écart de *prix relatif* défavorable, l'augmentation des prix des bovins à la production est, en 2017, supérieure à celle du prix des intrants et l'écart relatif entre ces deux prix augmente (cf. Tableau 3, ligne « filière viande bovine 2017 », colonne « écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole »).

Baisse des prix des viandes bovines produites par l'industrie en 2017 selon l'Insee, réduction de l'écart de prix entre industrie et agriculture, accroissement de l'écart de prix entre consommation et industrie

L'indice des prix de production de l'industrie des viandes bovines, pratiquement stable de 2014 à 2016, diminue en 2017. Les évolutions divergentes en 2017 de l'indice des prix sortie industrie d'une part et de l'indice du prix à la consommation comme de l'indice ou du prix d'achat moyen pondéré (cf. ci-dessous) d'autre part, laissent supposer une augmentation de l'écart de *prix relatif* entre les prix des produits vendus aux consommateurs et les prix des produits fournis par l'industrie, comme lors des trois années précédentes (cf. Tableau 3, ligne « filière viande bovine 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire »).

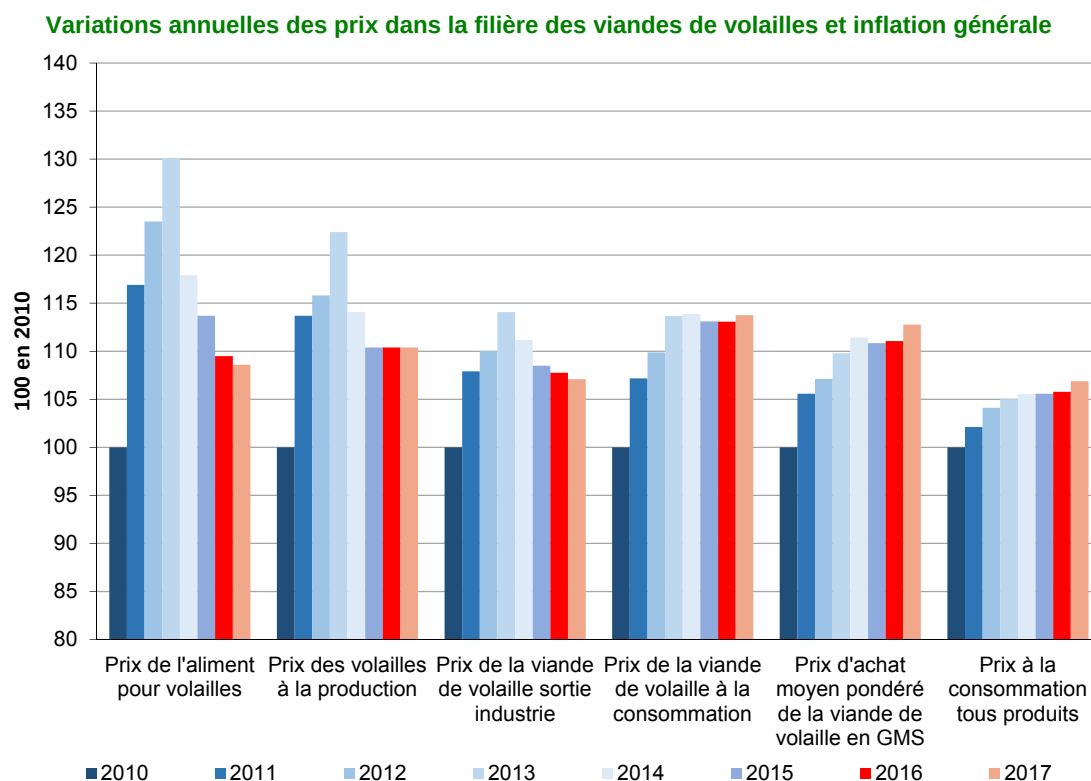
Toujours sur la base de l'analyse des indices, l'écart de *prix relatif* dans l'industrie des viandes bovines a diminué en 2017, l'indice des prix sortie industrie étant en baisse et l'indice des prix à la production agricole étant en hausse, alors que cet écart avait augmenté lors des deux années précédentes (cf. Tableau 3, lignes « filière viande bovine », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole »).

Augmentation des prix des viandes bovines au détail en 2017 selon l'indice des prix à la consommation, stabilité selon le panel Kantar

Bien que portant tous les deux sur des prix à la consommation de la viande bovine, ces deux indices présentent des évolutions assez fortement différentes, l'indice des prix à la consommation évoluant nettement plus à la hausse que l'indice des prix d'achat moyen pondéré en GMS, lequel est pratiquement stable depuis 2014. Ces différences tiennent à des compositions de paniers différentes, plus évolutive pour l'indice précité, lequel prend en outre en compte directement l'effet des promotions (les différents niveaux de prix d'achat étant pondérés par les quantités achetées à ces prix). S'y ajoute le fait que l'IPC inclut le commerce de détail spécialisé.

1.2.4. Filière des viandes de volailles

Graphique 5



Source : Insee, Kantar Worldpanel

Diminution du prix de l'aliment pour volailles

L'indice des prix d'achat des aliments pour volailles est en baisse depuis 2014, cette baisse se ralentit en 2017.

Stabilité des prix des volailles à la production agricole, amélioration du ciseau des prix pour l'élevage

Le prix des volailles à la production (IPPAP volailles) est stable depuis 3 ans, avec un ciseau des prix apparaît plutôt favorable à la production depuis 2015 au vu des évolutions de l'indice des prix de l'aliment et de l'indice des prix des volailles et de la hausse de *l'écart de prix relatif* qui en résulte (cf. Tableau 3, ligne « filière volailles 2017 », colonne « écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole »).

Légère baisse des prix des viandes de volailles produites par l'industrie en 2017 selon l'Insee, réduction de l'écart de prix relatif entre industrie et agriculture, accroissement de l'écart de prix entre consommation et industrie

L'indice des prix de production de l'industrie des viandes de volailles a diminué chaque année depuis 2013, particulièrement en 2014 et en 2015. Il enregistre en 2017 comme en 2016 une nouvelle baisse, modérée. Les évolutions divergentes en 2017 de l'indice des prix sortie industrie d'une part et de l'indice du prix à la consommation comme de l'indice ou du prix d'achat moyen pondéré (cf. ci-dessous) laissent supposer une augmentation de *l'écart de prix relatif* de la distribution au détail en 2017, comme lors des

trois années précédentes (cf. Tableau 3, ligne « filière volailles 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire »).

Toujours sur la base de l'analyse des indices, l'écart de prix relatif de l'industrie des viandes de volailles a encore diminué en 2017 comme en 2016 (cf. Tableau 3, ligne « filière volailles 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole »), l'indice des prix sortie industrie étant en baisse alors l'indice des prix à la production agricole est stable.

Augmentation des prix des volailles au détail en 2017 selon l'Insee et le panel Kantar

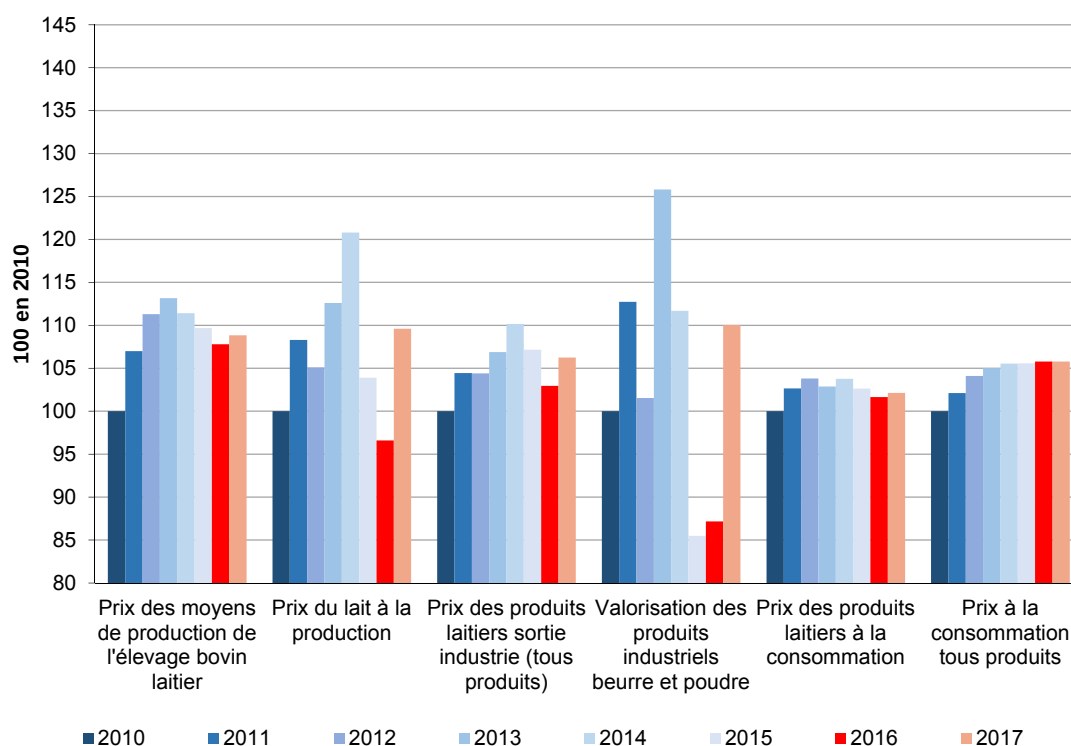
L'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS a évolué moins vite que l'indice de prix à la consommation correspondant. Les deux indices rendent compte d'une hausse des prix en 2017, plus marquée pour l'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS.

Le prix de la viande de volailles a cru à un rythme sensiblement supérieur à celui de l'inflation générale jusqu'en 2013. Ensuite de 2015 à 2016, ce produit paraît « déflationniste » sur la base de son IPC, moins sur celle de son prix d'achat moyen pondéré.

1.2.5. Filière des produits laitiers

Graphique 6

Variations annuelles des prix dans la filière des produits laitiers et inflation générale 1°) Toutes destinations des produits finals



Source : Insee, Institut de l'élevage, ATLA, Kantar Worldpanel

Hausse des prix des intrants pour l'élevage bovin laitier en 2017

L'indice des prix d'achat moyens de production de l'élevage bovin laitier (IPPAP bovin lait de l'Idèle), qui était en baisse depuis 2014, augmente en 2017.

Hausse du prix lait à la production agricole, amélioration du ciseau des prix pour l'élevage

Le prix du lait, déprimé en 2016, remonte en 2017. Cette augmentation relative est supérieure à celle des prix des moyens de la production, entraînant une hausse de l'écart relatif entre prix à la production et prix des charges, indicateur de la marge brute de l'élevage (cf. Tableau 3, ligne « filière produits laitiers 2017 », colonne « écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole »).

Hausse des prix des produits laitiers (tous produits confondus) dans l'industrie en 2017 selon l'Insee, réduction de l'écart de prix relatif entre industrie et agriculture

L'indice des prix de production de l'industrie laitière progresse tous produits confondus en 2017, la progression étant particulièrement forte pour les produits à finalité industrielle (beurre et poudres), sous

l'effet de la « crise du beurre » (cf. Chapitre 3 section 4). Néanmoins, au vu des évolutions d'indices de prix à la production agricole et à la production de l'industrie laitière tous produits, l'écart relatif entre ces deux prix s'est resserré en 2017.

Les prix des produits laitiers sont plutôt stables selon l'indice des prix à la consommation...

L'IPC des produits laitiers (Insee) avait légèrement baissé en 2015 et en 2016, il remonte faiblement en 2017.

... mais en hausse en GMS, sur la base des données du panel Kantar

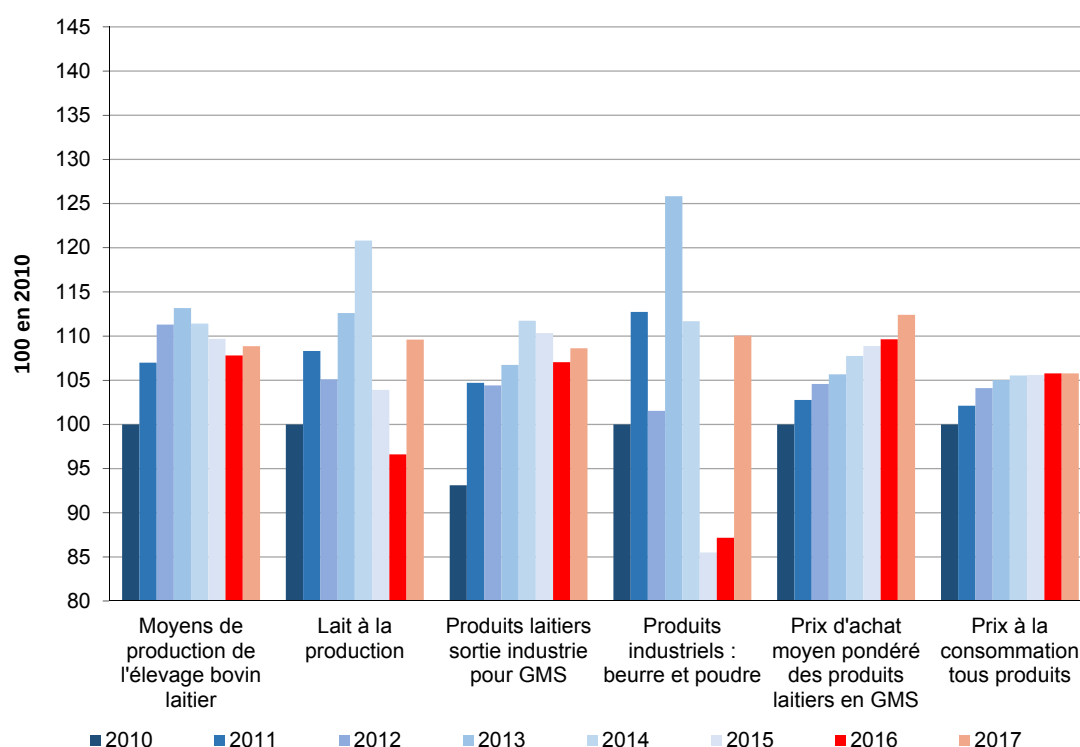
Cette évolution est très différente de celle que retrace le panel Kantar pour l'ensemble des produits laitiers vendus en GMS, ensemble de composition variable au cours du temps (graphique ci-après). Selon ce panel, le prix moyen des produits laitiers achetés en GMS a progressé régulièrement et sensiblement depuis 2010, contrairement à l'IPC des produits laitiers suivis par l'Insee, plus stable. Déjà observée en 2016, cette divergence a été signalée par l'Observatoire à l'Insee : la seule explication réside dans les différences de composition des ensembles de produits suivis.

Augmentation de l'écart relatif entre prix au détail en GMS et prix de l'industrie

L'indice de prix de l'industrie des produits laitiers pour GMS du graphique ci-après est calculé en pondérant les indices de prix des différents PGC laitiers par leurs volumes d'achat en GMS (source : Kantar Worldpanel). En comparant l'évolution de cet indice avec celle de l'indice des prix des PGC laitiers vendus en GMS, on constate une hausse de l'écart de prix relatif entre prix de vente en GMS et prix d'achat à l'industrie, indicateur de la marge brute du circuit de distribution des produits laitiers (cf. Tableau 3, ligne « filière produits laitiers 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix de l'industrie alimentaire »). La même approche sur la base de l'IPC des produits laitiers, au lieu de la référence aux prix en GMS de source Kantar, donnerait à l'inverse une diminution de l'écart entre prix industriels et prix à la consommation.

Graphique 7

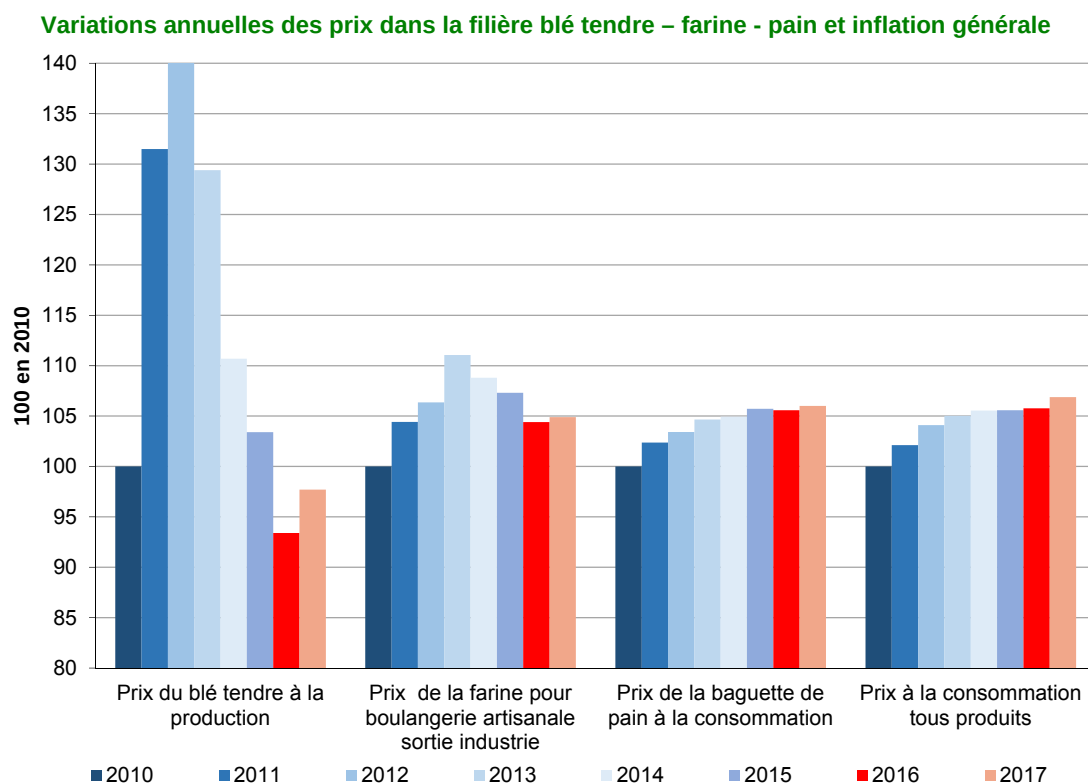
**Variations annuelles des prix dans la filière des produits laitiers et inflation générale
2°) Prix sortie industrie pour GMS et prix d'achat moyen pondéré en GMS**



Source : Insee, Institut de l'élevage, ATLA, Kantar Worldpanel

1.2.6. Filière blé tendre – farine - pain

Graphique 8



Source : Insee

Un prix du blé à la production toujours bas en 2017

En 2017, le prix du blé tendre se redresse par rapport à son faible niveau de 2016, tout en restant à inférieur aux valeurs observées de 2010 à 2015.

Prix de la farine pour boulangerie artisanale en légère hausse en 2017

Cette transmission de la hausse du prix du blé reste partielle, l'écart relatif entre prix de la farine et prix du blé se resserre faiblement en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière blé tendre-farine-pain baguette 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole »).

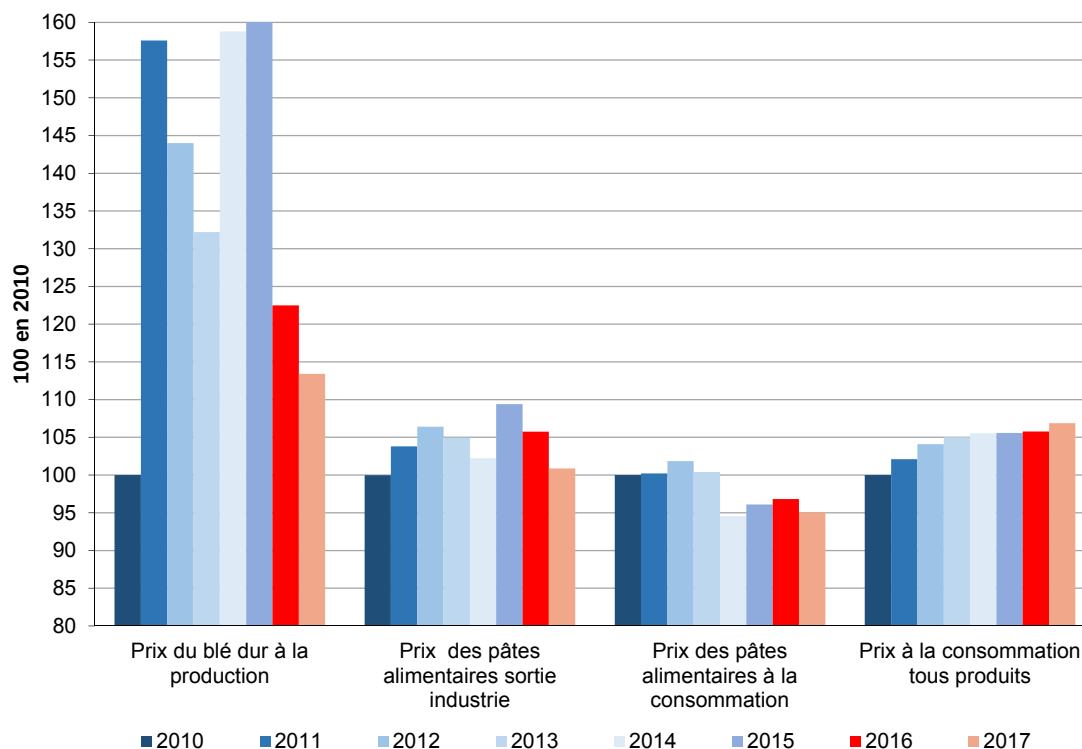
Prix de la baguette en légère hausse en 2017

Cette hausse du prix du pain entraînerait une légère hausse de l'écart entre ce prix et celui de la farine. (cf. Tableau 3, ligne « filière blé tendre-farine-pain baguette 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix de l'industrie alimentaire »).

1.2.7. Filière blé dur – pâtes alimentaires

Graphique 9

Variations annuelles des prix dans la filière blé dur – pâtes alimentaires et inflation générale



Source : Insee

Un prix du blé à la production toujours bas en 2017

En 2017, le prix du blé dur baisse de nouveau.

Prix des pâtes en baisse dans l'industrie en 2017

Cette transmission de la baisse du prix du blé dur paraît partielle, l'écart relatif entre prix des pâtes et prix du blé dur, estimé à partir des évolutions des indices de prix du blé dur et des pâtes, progresse en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière blé dur-pâtes alimentaires 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole »). Or, à l'inverse, comme on le verra plus loin (Chapitre 3, section 8, paragraphe 3) le taux d'indicateur de marge brute de l'industrie des pâtes, estimé par différence entre le prix moyen annuel des pâtes « non préparées » sortie usine (fourni par la statistique de la production commercialisée *Prodcum*) et le coût en matière première (blés durs d'origine France et importés, plus fret) est en baisse en 2017. Ceci illustre la limite de l'interprétation des évolutions d'indices en termes d'évolution de marges.

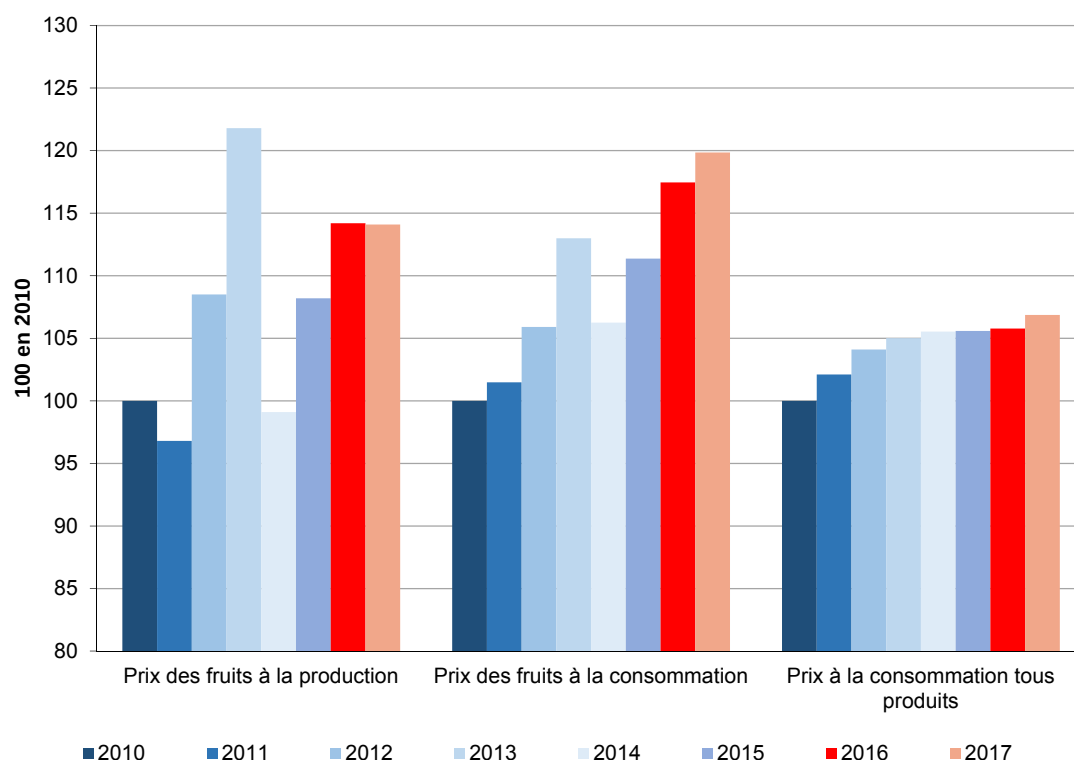
Prix des pâtes à la consommation en baisse en 2017

Cette baisse du prix des pâtes au détail étant relativement plus faible que celle du prix de l'industrie, l'écart entre ces deux prix augmente en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière blé dur-pâtes alimentaires 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix de l'industrie alimentaire »).

1.2.8. Filière des fruits frais

Graphique 10

Variations annuelles des prix dans la filière fruits frais et inflation générale



Source : Insee

Stabilité du prix moyen des fruits à la production sur 2016-2017

Pour la deuxième année consécutive, en moyenne, le prix des fruits à la production se situe sensiblement au-dessus des niveaux antérieurs (2013 excepté).

Hausse des prix à la consommation

Le profil des prix à la consommation est proche de celui à la production, 2016 et 2017 présentant des prix élevés et, s'agissant de 2017, en hausse. L'écart relatif entre prix à la production et prix à la consommation s'est accru en 2017. (cf. Tableau 3, ligne « filière fruits frais 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix agricole »).

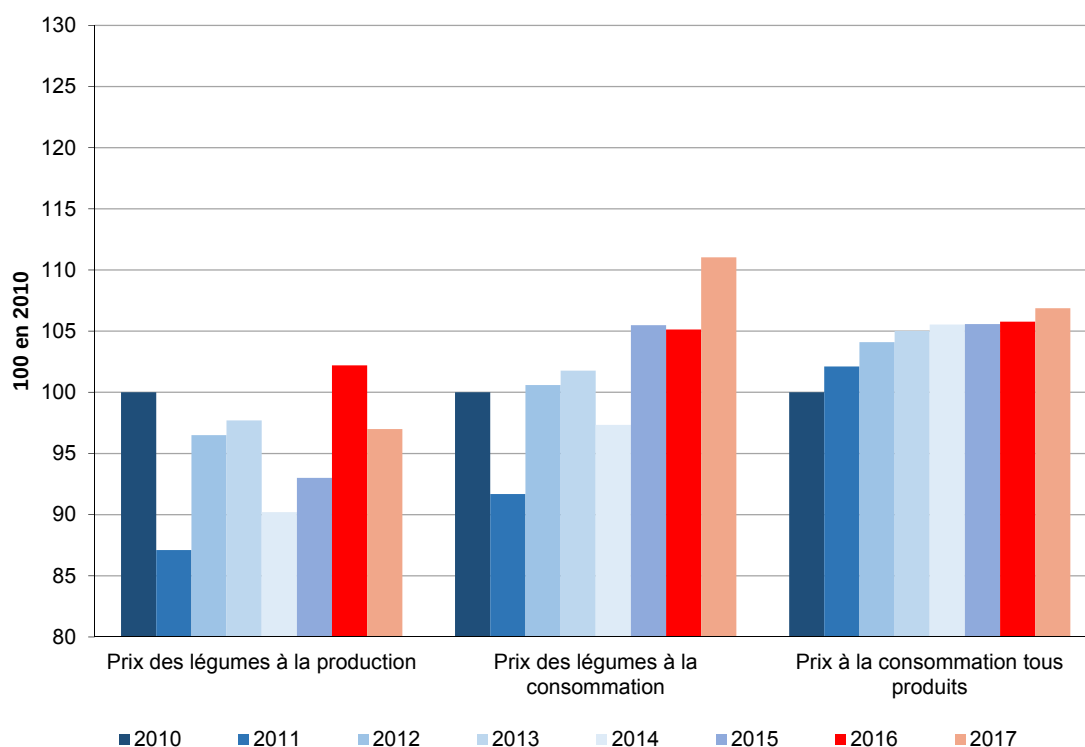
En 2017, le prix des fruits progresse plus que l'inflation générale.

L'indice des prix des fruits à la production et l'indice des prix des fruits à la consommation portent sur des ensembles de produits différents, notamment du fait de la présence de fruits importés dans l'ensemble suivi à la consommation. La section 9 du chapitre 3 compare les prix aux stades expédition et détail en GMS d'un même panier de fruits produits en France.

1.2.9. Filière des légumes frais

Graphique 11

Variations annuelles des prix dans la filière légumes frais et inflation générale



Source : Insee

Baisse du prix moyen des légumes à la production en 2017

Après une année 2016 plus favorable, le prix moyen des légumes à la production est en baisse.

Hausse des prix à la consommation

Les prix à la consommation sont en hausse 2017 et l'écart relatif entre prix à la production et prix à la consommation s'accroît alors qu'il était en baisse en 2016. (cf. Tableau 3, ligne « filière légumes frais 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix agricole »).

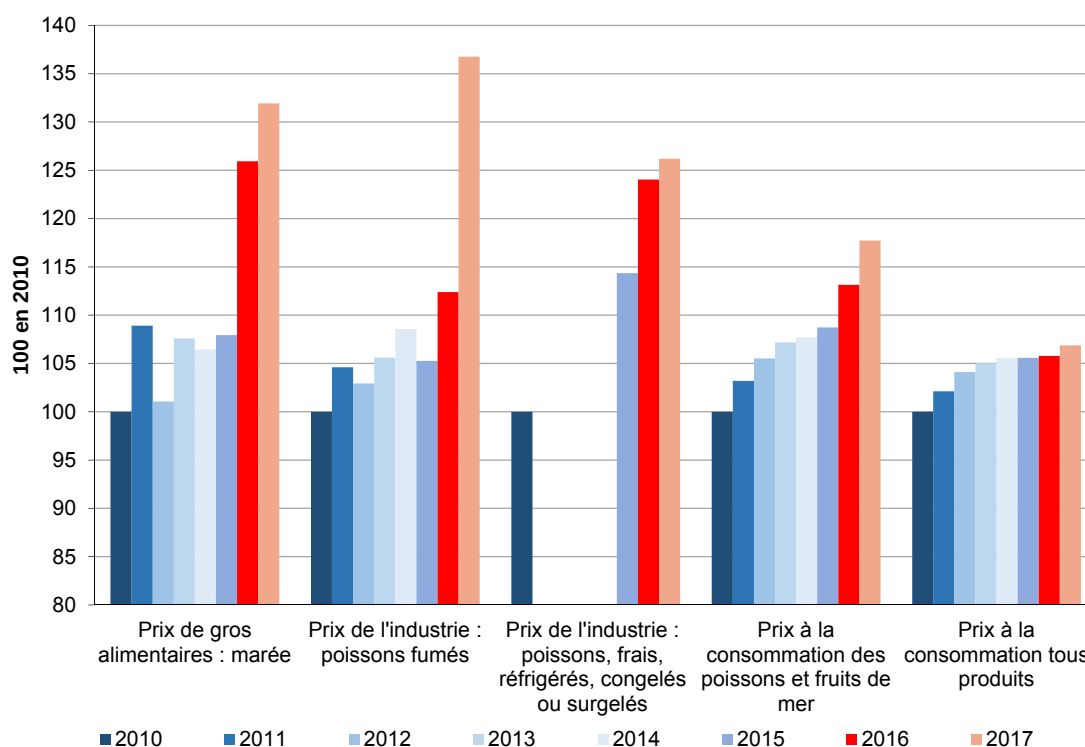
En 2017, le prix des légumes progresse plus que l'inflation générale.

L'indice des prix des légumes à la production et l'indice des prix des légumes à la consommation portent sur des ensembles de produits différents, notamment du fait de la présence de légumes importés dans l'ensemble suivi à la consommation. La section 9 du chapitre 3 compare les prix aux stades expédition et détail en GMS d'un même panier de légumes produits en France.

1.2.10. Filière des produits aquatiques

Graphique 12

Variations annuelles des prix dans la filière des produits aquatiques et inflation générale



Source : Insee

Hausse des prix des produits aquatiques à tous les stades de la filière en 2017

Faute d'indice de prix des poissons au débarquement, l'indice de prix le plus en amont de cette filière est l'indice des prix de gros (fondé sur les cotations des produits sur le MIN de Rungis). 2016 et 2017 présentent des niveaux de prix exceptionnellement élevés, que l'on retrouve aux stades de la production de poissons fumés (surtout en 2017), de l'industrie de transformation et de la consommation.

À chaque stade, les hausses relatives étant plus fortes pour les prix amont que pour les prix de vente du stade considéré, les écarts relatifs de prix à chaque stade sont en diminution en 2017, traduisant la transmission amortie des hausses de prix de l'amont vers l'aval (cf. Tableau 3, ligne « filière produits aquatiques 2017 », colonne « écart entre prix à la consommation et prix agricole »).

En résumé, sur ces analyses d'indices :

En 2017 comme en 2016, le ciseau des prix entre prix à la production agricole et prix des intrants de l'élevage s'est amélioré pour l'élevage porcin. Dans les élevages bovins viande et laitiers, 2017 apparaît sur ce critère comme une année plus favorable que les deux précédentes.

Les écarts de prix relatif entre prix des produits des industries alimentaires et les prix de leurs matières premières diminuent en 2017 dans les industries de la charcuterie, de la viande bovine, de la viande de volaille, des produits laitiers et de la meunerie. Cet écart augmente encore dans l'industrie des viandes de porc fraîche et des pâtes alimentaires.

Dans les filières de produits transformés (i.e., ici, hors fruits et légumes frais), l'écart relatif entre prix à la consommation et prix des produits des industries alimentaires s'est accru en 2017 en moyenne en filières viande bovine, viande de volaille, produits laitiers, pain et pâtes. Il a diminué pour la deuxième année consécutive dans les filières de viande de porc.

En résultante des deux évolutions précédentes, l'écart relatif entre prix à la consommation alimentaire et prix agricole s'est accru en 2017 dans les filières du pain et des pâtes, ainsi que pour les légumes.

Dans les autres filières étudiées, comme en moyenne pour l'ensemble des filières alimentaires, cet écart entre prix à la consommation et prix agricoles s'est resserré.

Rappelons que cette « lecture » des seuls indices ne permet que d'approcher le sens, et non l'ampleur, de la variation de l'écart relatif ¹³ entre prix à la consommation et prix agricoles (indicateur de taux de marge brute globale de l'aval), ou prix sortie industrie et prix agricoles (marge brute de l'industrie), ou prix à la consommation et prix sortie industrie (marge brute de l'industrie). Les indices ne permettent pas de connaître la valeur de cet écart, en € comme en pourcentage.

En outre, la construction même des indices de prix et la pondération de leurs composantes ne permettent pas toujours de pouvoir les interpréter comme des évolutions du prix moyen de la dépense de l'acheteur (ou du chiffre d'affaires du vendeur).

Cette approche a principalement pour but d'attirer l'attention sur le risque d'interpréter un peu trop vite des évolutions d'indices en termes d'évolutions de marges ; cette erreur est assez fréquente.

Seule l'analyse en termes d'indicateurs de marges brutes, fondée sur des prix en niveau (€) et non sur des indices, développée plus loin (chapitre 3 du rapport) permet d'estimer systématiquement et le sens et le montant des variations en euros des différences de valeurs entre amont et aval.

1.3. La volatilité des prix depuis 2005

Les graphiques suivants actualisent les séries mensuelles présentées dans les rapports antérieurs de l'observatoire.

Sur le graphique suivant 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 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 répercutée à la consommation qu'à partir du 2^{ème} semestre de l'année.

L'année 2014 et le premier semestre 2015 se caractérisent par la poursuite et la généralisation à plusieurs produits des baisses de prix amorcées en 2013. Cette baisse s'interrompt de juin à octobre 2015 puis reprend jusqu'en mars 2016.

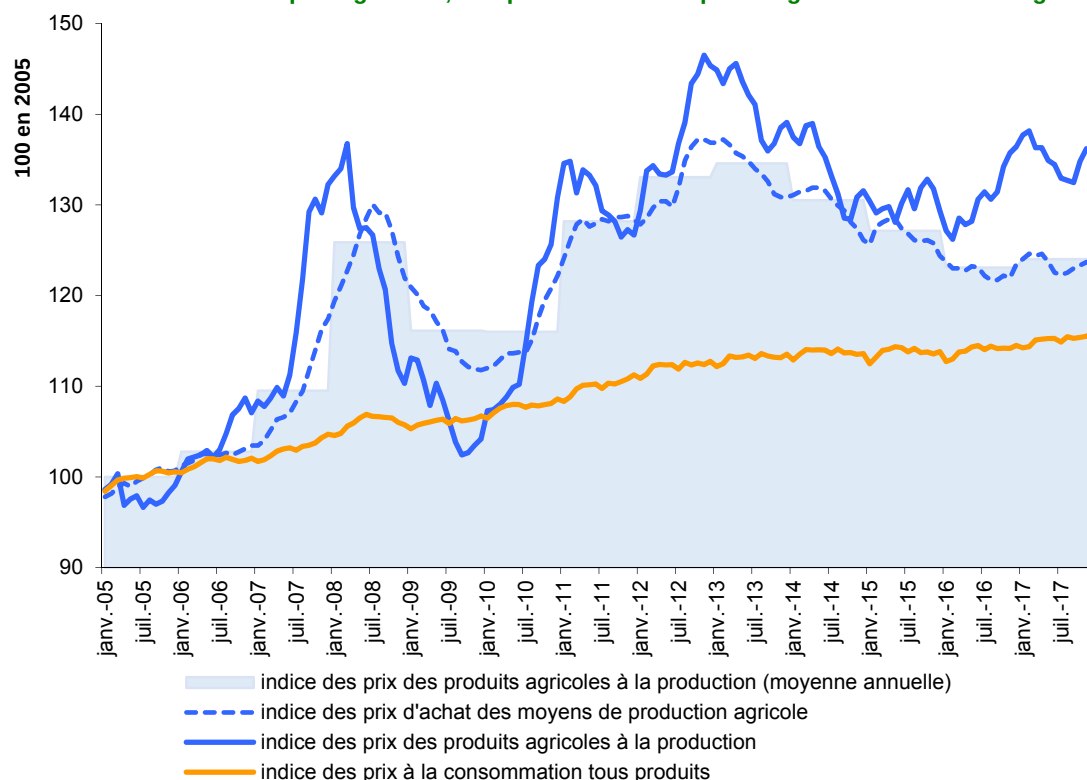
Les prix agricoles remontent ensuite jusqu'à janvier 2017 puis baissent jusqu'à la fin du 3^{ème} trimestre. En termes de moyenne annuelle toutes productions confondues, les prix agricoles sont en 2017, à un niveau légèrement supérieur à celui de 2016 mais toujours inférieur celui des années 2011 à 2015.

Sur le Graphique 13, l'indice des prix de production des industries alimentaires est en hausse tendancielle depuis 2016, après avoir baissé depuis 2013. L'indice des prix alimentaires à la consommation repart à la hausse depuis 2015.

¹³ Rappel : l'écart relatif est défini par la différence entre prix aval et prix amont, divisée par le prix aval, il s'apparente ainsi à un taux de marge brute rapportée au prix de vente.

Graphique 13

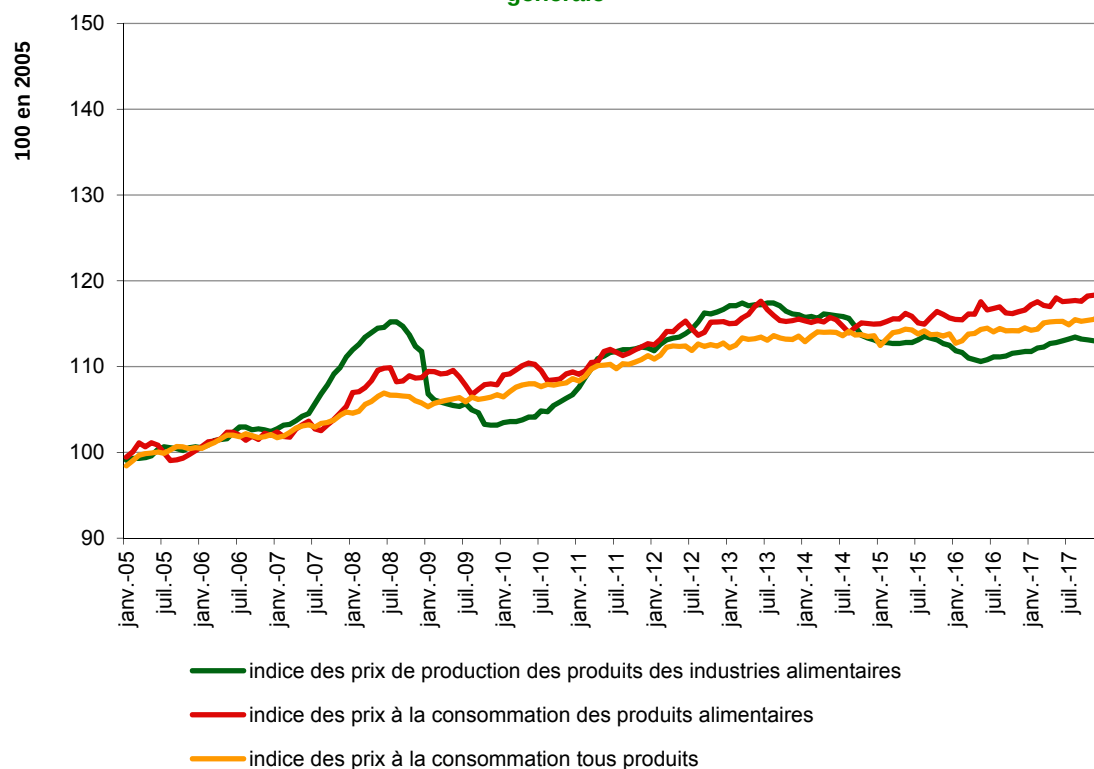
Variations mensuelles des prix agricoles, des prix des intrants pour l'agriculture et inflation générale



Source : Insee

Graphique 14

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



Source : Insee

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

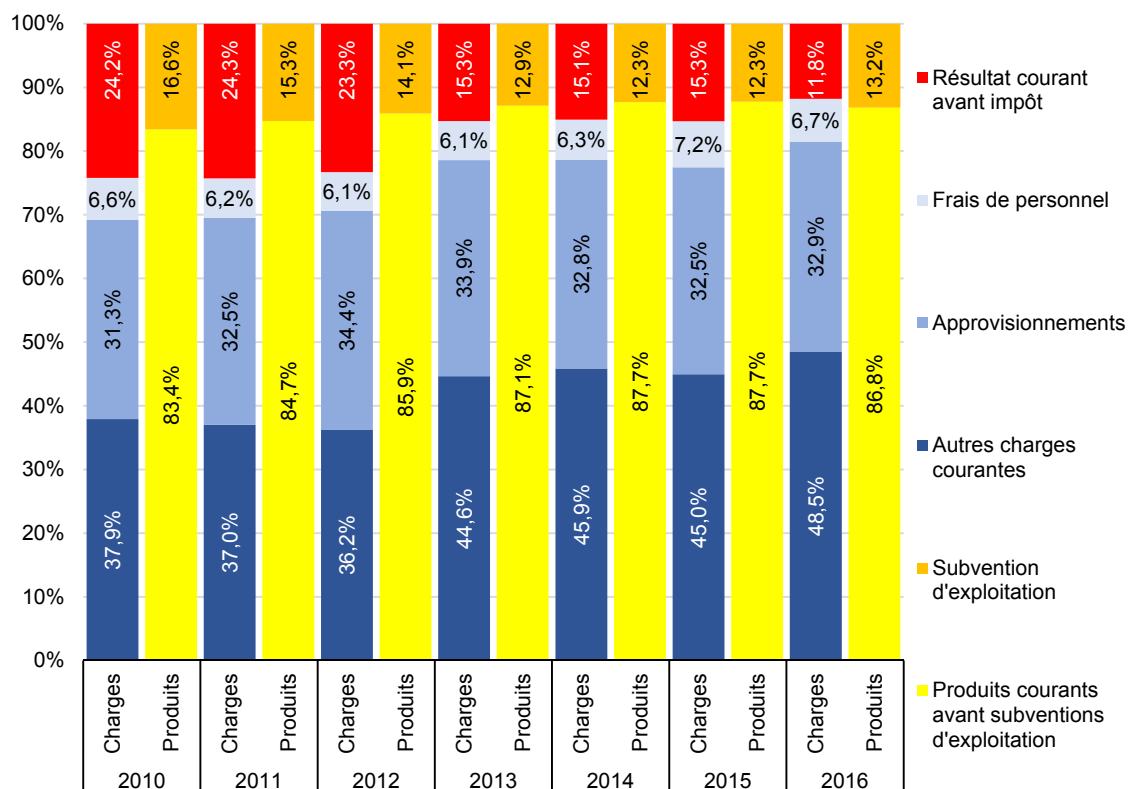
Toujours dans l'objectif de fournir des éléments de cadrage pour les analyses plus détaillées par filière du Chapitre 3, on présente ici des données comptables moyennes. Pour l'agriculture, s'appuyant sur des comptabilités annuelles qui ne sont disponibles qu'après un certain délai, ces données sectorielles s'arrêtent à l'année 2016. Pour les trois autres grands secteurs de la chaîne agroalimentaire : industrie agroalimentaire, commerce en gros de produits alimentaires, commerce de détail non spécialisé sont présentés ici les résultats de 2015, faute de données plus récentes. Pour la grande distribution est en outre proposée une synthèse des résultats des comptes par rayon des GMS, issus de l'enquête de l'observatoire, mis à jour à 2016.

2.1. Les comptes des exploitations agricoles

Sur la période 2010-2015, les charges d'approvisionnement (semences, engrais, aliments du bétail, carburants...) pèsent selon les années 31% à 34% du produit total (production et subventions), les autres charges courantes (charges financières, amortissements, loyers...) entre 36% et 49% 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 12% à 24% des recettes. Le résultat courant moyen toutes exploitations confondues est en baisse par rapport à la période 2013-2015, tant en pourcentage de produit total (Graphique 15) qu'en valeur par actif non salarié, indicateur de la rémunération permise à l'exploitant (Graphique 16). Le résultat au cours de cette période était en baisse par rapport au résultat courant avant impôt moyen de la période précédente (2010-2012).

Graphique 15

Structure moyenne du compte de résultat des exploitations agricoles



Source : Rica (SSP)

Le Réseau d'information comptable agricole (Rica) **pour 2016** indique des résultats provisoires « en nette baisse en 2016, toutes orientations productives confondues. L'excédent brut d'exploitation (EBE) s'établit à 60 200 € en moyenne dans les exploitations moyennes et grandes, en baisse de 16 % par rapport à 2015, tandis que le résultat courant avant impôts (RCAI) par actif non salarié (UTANS) chute

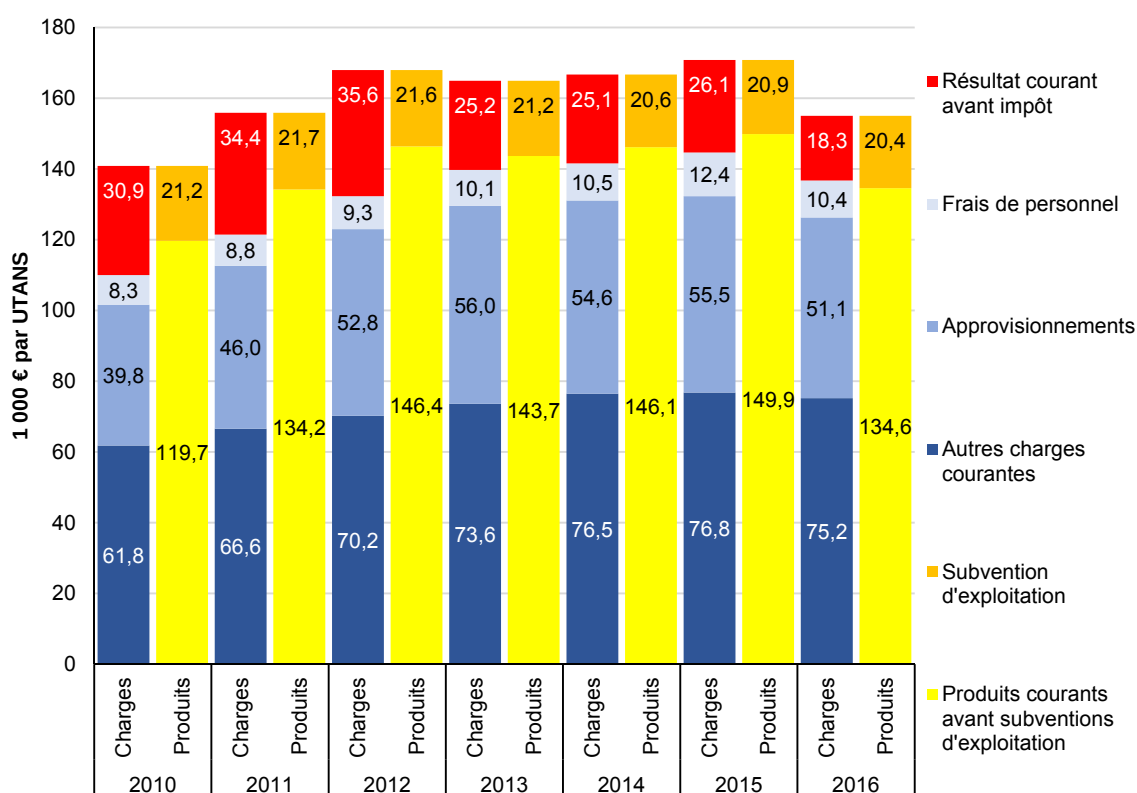
à 18 300 € en moyenne (- 29 %). Les situations sont toutefois contrastées selon les orientations » ([Agreste Primeur n°348, décembre 2017](#) et [rapport présenté à la commission des comptes de l'agriculture de la nation, décembre 2017](#)) :

- Le RCAI/UTANS diminue de 125% en orientation **céréales et oléoprotéagineux**, sous l'effet notamment des conditions climatiques particulièrement défavorables. Il passe de 16 700 € par unité de main d'œuvre non-salariée en 2015 à - 4 400 € en 2016.
- En **maraîchage**, une production en baisse mais des prix stables ou en hausse permettent le maintien d'un RCAI/UTANS de 39 600 € en 2016, proche de son niveau de 2015. En **production fruitière**, grâce à la hausse des prix des poires, des abricots, des cerises et des pêches, le RCAI/UTANS progresse de 10% en 2016 par rapport à 2015 : il atteint 33 400 €.
- L'élevage porcin** bénéficie d'une hausse du prix du porc en 2016 entraînée notamment par la demande chinoise. La baisse des charges d'alimentation favorise la situation des exploitations dont le RCAI /UTANS double par rapport à 2015 et s'établit en moyenne à 51 900 € en 2016.
- Dans l'orientation **bovins laitiers**, la forte baisse du prix du lait entamée en 2015 s'est poursuivie au cours du premier semestre 2016. La remontée des cours au deuxième semestre de l'année n'a pas permis de maintenir le niveau du RCAI/UTANS, qui diminue de 20% par rapport à 2015, se limitant à 14 500 € en moyenne.
- Dans l'orientation d'élevage **bovins-viande**, l'afflux de vaches laitières de réforme dans les abattoirs pèse sur les prix. Le RCAI/UTANS est de 19 264 €.

À la date de rédaction du rapport de l'observatoire, on ne dispose pas encore de résultats économiques agricoles par orientation pour 2017. Toutefois, certaines simulations seront présentées dans les paragraphes relatifs aux coûts de production des sections du rapport par filière.

Graphique 16

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



Source : Rica (SSP)

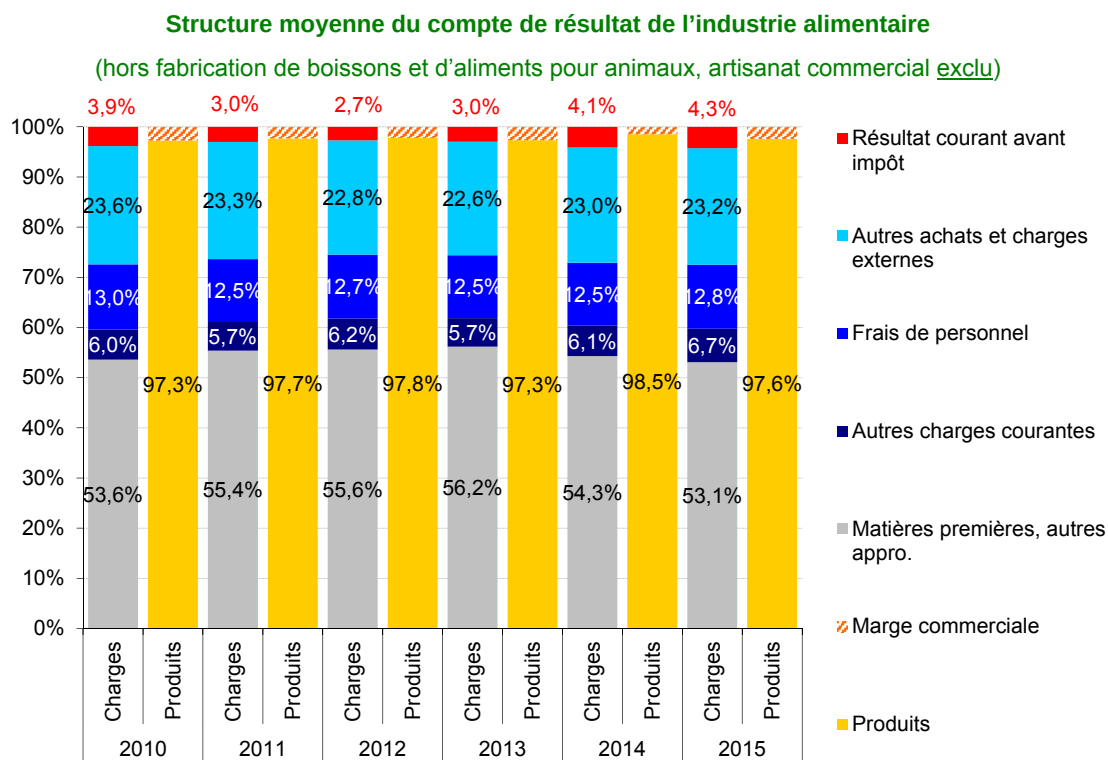
2.2. Les comptes de l'industrie alimentaire

La structure du compte de résultat du secteur (Graphique 17) 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 (y compris marge commerciale), ou de 54% à 57% du produit hors commerce. Ce poids des matières premières¹⁴ augmente de 2010 à 2013 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 puis diminue en 2013 et 2014 ;
- 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%)¹⁵, les charges locatives (environ 5%), l'énergie, l'eau... (non détaillé dans Esane) ;
- des frais de personnel rapportés au produit compris entre 12,5% et 13% sur la période ;
- un taux de résultat courant rapporté au produit de plus de 4% en 2015, meilleure année de la série.

On ne dispose pas pour ce rapport de données statistiques détaillées au-delà de 2015. Lors de cette année, le chiffre d'affaires de l'industrie alimentaire a baissé (+1,9%), le taux de valeur ajoutée est resté stable (-0,3%), le taux de marge brute de transformation a baissé (-1,6%).

Graphique 17



Source : Esane (Insee)

¹⁴ 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.

¹⁵ La main-d'œuvre extérieure peut être importante dans certaines industries agroalimentaires : Cf. l'intérêt dans les abattoirs.

Tableau 4

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 exclu)

	2012		2013		2014		2015	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Chiffre d'affaires	125 589	100,0%	126 913	100,0%	130 336	100,0%	127 837	100,0%
Marge brute de transformation (1)	47 285	37,7%	46 376	36,5%	51 053	39,2%	50 231	39,3%
Excédent brut d'exploitation	5 958	4,7%	5 777	4,6%	7 546	5,8%	7 267	5,7%
Frais de personnel	15 096	12,0%	15 025	11,8%	15 482	11,9%	15 693	12,3%
Valeur ajoutée (2)	21 054	16,8%	20 802	16,4%	23 027	17,7%	22 960	18,0%
Résultat courant avant impôt	3 207	2,6%	3 594	2,8%	5 132	3,9%	5 253	4,1%

Taux de marge brute de transformation (3)	41,8%	40,8%	43,1%	43,5%

(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)

Encadré 2

Profilage des entreprises

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.

2.3. Les comptes du commerce de gros en produits alimentaires, de boissons et de tabac

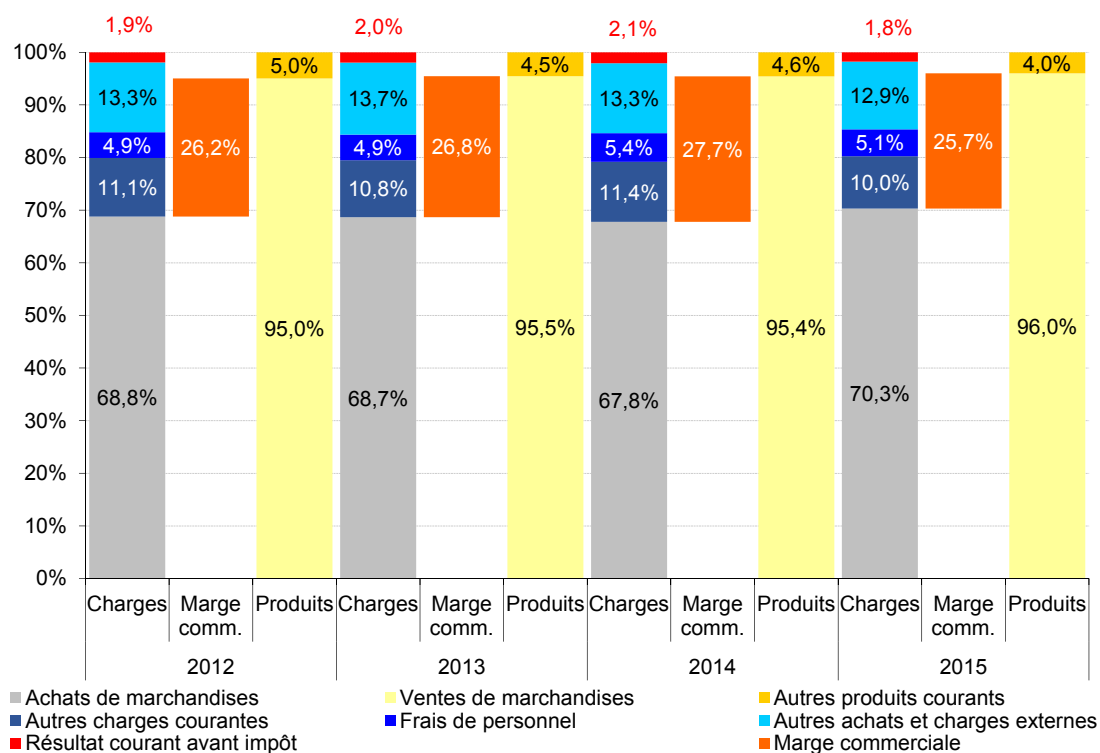
Ce secteur regroupe les entreprises situées dans la chaîne agroalimentaire entre l'industrie (pour les produits transformés) ou l'agriculture (pour les produits alimentaires non transformés : fruits et légumes frais, par exemple) et la demande alimentaire finale (consommation finale domestique et exportation). Certaines entreprises classées dans ce secteur appartiennent à des groupes de l'industrie agroalimentaire dont elles commercialisent les produits.

En 2017, pour les données 2015, l'Insee publie les données à un niveau agrégé ne permettant plus d'exclure de l'échantillon des entreprises étudiées, les entreprises du commerce de gros de boissons, de tabac, de café, de thé et d'épices. Ainsi, sont présentées des données pour l'ensemble du secteur « Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac »

Sur le Graphique 18 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 26% 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, dont le poids dans le total des produits est en baisse en 2015 ; la marge commerciale diminuant de près de deux points de CA.

Graphique 18

Structure moyenne du compte de résultat du commerce en gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac



NB : 2011 non disponible

Source : Esane (Insee)

2.4. Le manque de données de cadrage statistiques sur les comptes de la grande distribution

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 constituées d'un seul magasin (ou d'un ensemble de quelques magasins) détenu 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 éléments de cadrage présentés dans les éditions précédentes pour ce secteur portaient sur les entreprises de commerce de type hypermarchés et supermarchés, ou GMS (hors supérettes, maxi discompteurs, magasins multi-commerces), pour rester homogène avec le champ de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des rayons.

Mais des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2018 (pour les données 2015) ne permettent plus de présenter ces données. En effet, seules sont désormais disponibles les données pour le « Commerce de détail en magasin non spécialisé », incluant les supermarchés et les hypermarchés mais également les commerces de détail de produits surgelés, les commerces d'alimentation générale, les supérettes et les magasins multi-commerces.

Par ailleurs, les centrales d'achat des réseaux d'indépendants de la grande distribution constituent généralement des entreprises distinctes qui étaient précédemment classées par l'Insee dans un sous-secteur spécifique (centrales d'achats alimentaires) du commerce interentreprises. Les résultats étaient mentionnés dans les précédents rapports de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

Ces centrales d'achat des GMS sont désormais intégrées au sous-ensemble plus vaste des « Intermédiaires du commerce de gros » incluant des « Autres intermédiaires du commerce », tant en denrées, boissons et tabac qu'en produits divers non alimentaires¹⁶.

Ainsi, contrairement à ce qui avait été présenté lors des années précédentes, ne peuvent être exposés ici les résultats des centrales d'achat des GMS.

2.5. Comptes du commerce de détail en magasin non spécialisé

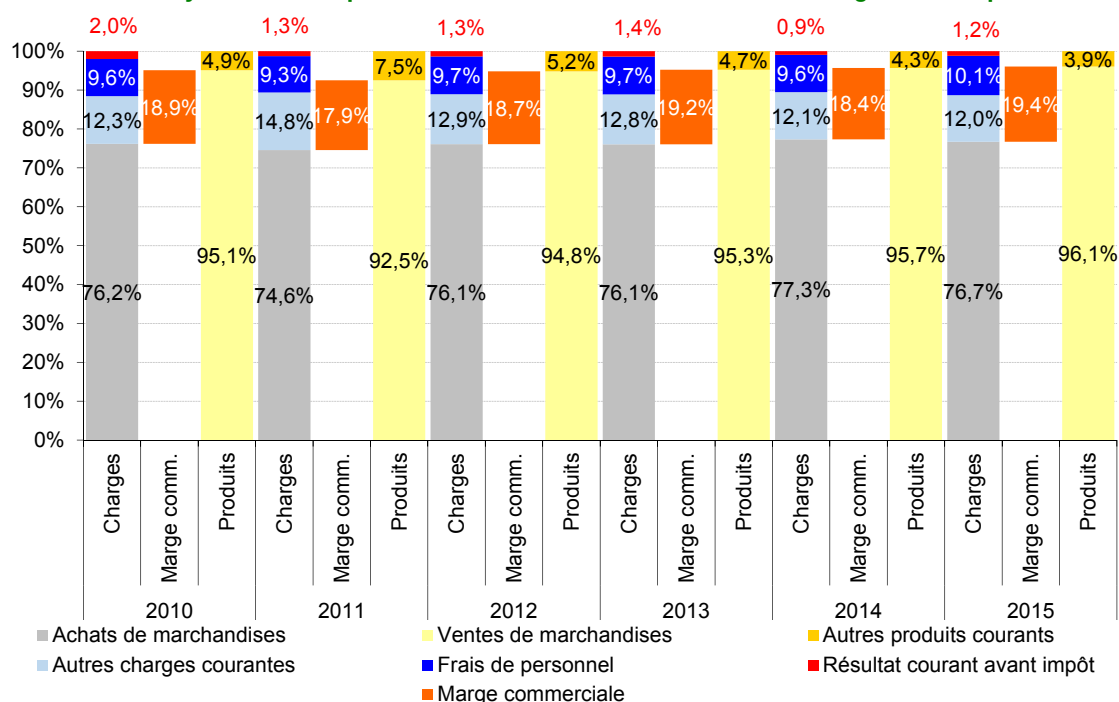
Comme indiqué plus haut, des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2018 (pour les données 2016) ne permettent plus de présenter des résultats au niveau hyper et supermarchés. Ils le sont pour le secteur plus large du « commerce de détail en magasin non spécialisé », sur le Graphique 19 et le Graphique 20.

Les magasins regroupés dans ce secteur sont les supermarchés, hypermarchés, commerces de détail de produits surgelés, commerces d'alimentation générale, supérettes et magasins multi-commerces, dont certains ont une activité non alimentaire importante. Le résultat courant du secteur rapporté au produit total varie de 1% à 2% sur la période. Ce taux de résultat courant, en baisse en 2014 (0,9 % des produits), augmente en 2015 (1,2% des produits).

La marge commerciale représente de 18% à 19% des ventes de marchandises (soit environ 23% des achats de marchandises) en 2015. La marge commerciale globale du secteur retrouve en 2015 son niveau de 2013, au-dessus de la moyenne de la période étudiée.

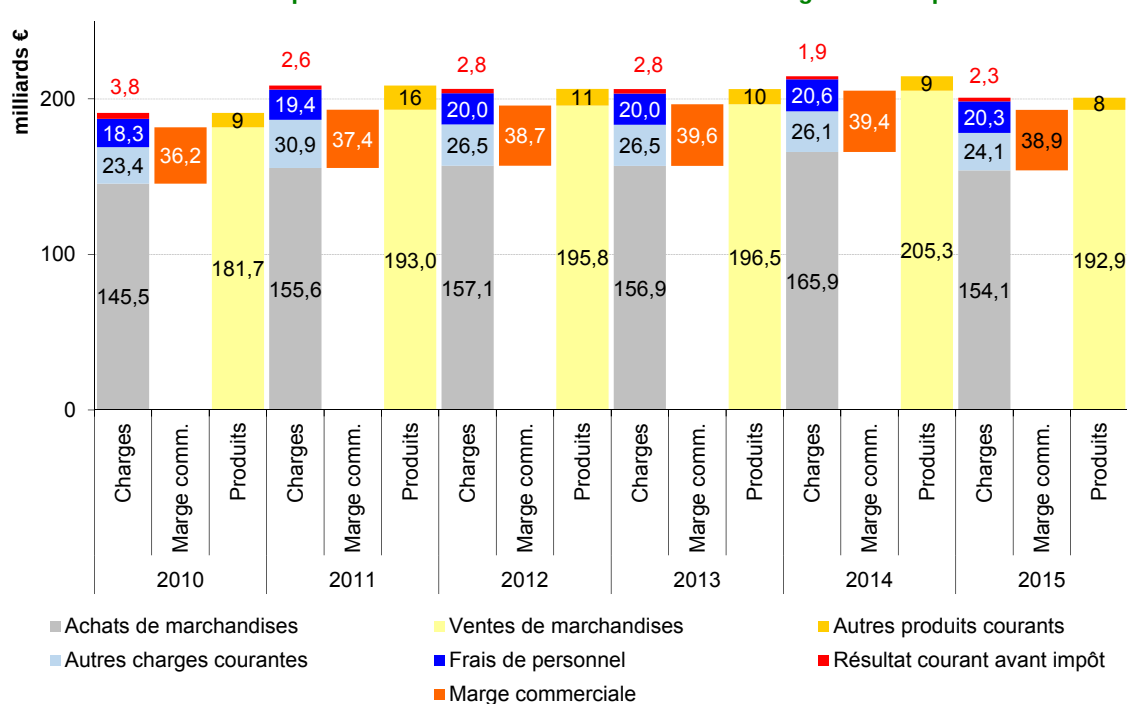
¹⁶ Intermédiaires du commerce en matières premières agricoles, animaux vivants, matières premières textiles et produits semi-finis, intermédiaires du commerce en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques (incluant notamment les carburants), intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction, intermédiaires du commerce en machines, équipements industriels, navires et avions, intermédiaires du commerce en meubles, articles de ménage et quincaillerie, intermédiaires du commerce en textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir, intermédiaires spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques, intermédiaires du commerce en produits divers (incluant notamment les achats non-alimentaires).

Graphique 19

Structure moyenne du compte de résultat du commerce de détail en magasin non spécialisé


Source : Esane (Insee)

Graphique 20

Valeurs du compte de résultat du commerce de détail en magasin non spécialisé


Source : Esane (Insee)

D'après les comptes du commerce de 2016¹⁷, les ventes en volume des GSA¹⁸ seraient en baisse de 1,2% cette année après avoir baissé en 2014 (-0,7%) puis s'être stabilisées en 2015 (+0,1%). La baisse serait surtout le fait des supermarchés (-1,4%). Toutefois, les hypermarchés enregistrent une baisse également (-1,0%). En valeur, le chiffre d'affaires des GSA serait en baisse de 1,3% en 2016, résultant d'une baisse de 1,6% dans les supermarchés et de 1,2% dans les hypermarchés.

2.6. Synthèse des comptes des rayons alimentaires frais des GMS établi par l'Observatoire

Le Tableau 5 présente les résultats 2016 par rayon, issus de l'enquête 2017 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 :

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

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 6 présente ces résultats en évolution. Entre 2015 et 2016, la marge brute de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire a augmenté de 0,7 € pour 100 € de chiffres d'affaires, résultant d'un coût d'achat en hausse de 0,7 €. La situation est très contrastée selon les rayons : les coûts d'achat ont diminué dans l'ensemble des rayons carnés : de 0,3 € pour 100 € de chiffres d'affaires en boucherie, de 1 € pour 100 € de chiffres d'affaires dans le rayon charcuterie et de 1,4 € pour 100 € de chiffres d'affaires dans le rayon volailles. Cette diminution des coûts d'achat rapportés aux ventes découle peut être en partie d'une meilleure prise en compte des produits des rayons traditionnels (achetant puis transformant des produits bruts) dans l'enquête de l'Observatoire pour l'année 2016. Les coûts d'achat des produits laitiers étaient en hausse entre 2013 et 2014. Ils se sont maintenus en 2015. En revanche, ils ont baissé en 2016, de 2,2 € pour 100 € de chiffres d'affaires par rapport à 2015. Les coûts d'achat ont progressé dans les rayons fruits et légumes, marée, boulangerie-pâtisserie-viennoiserie, respectivement de 0,1 € pour 100 € de chiffres d'affaires, de 0,4 € et de 0,2 €. Ainsi, le coût d'achat de l'ensemble des rayons étudiés a diminué de 0,7 € pour 100 € de chiffres d'affaires entre 2015 et 2016 après avoir augmenté de 0,4 € entre 2014 et 2015.

Les frais de personnel dédié aux différents rayons augmentent de 0,1 € pour 100 € de CA entre 2015 et 2016. Tandis que les autres charges (du rayon ou communes) sont en baisse de 0,4 € pour 100 € de chiffres d'affaires.

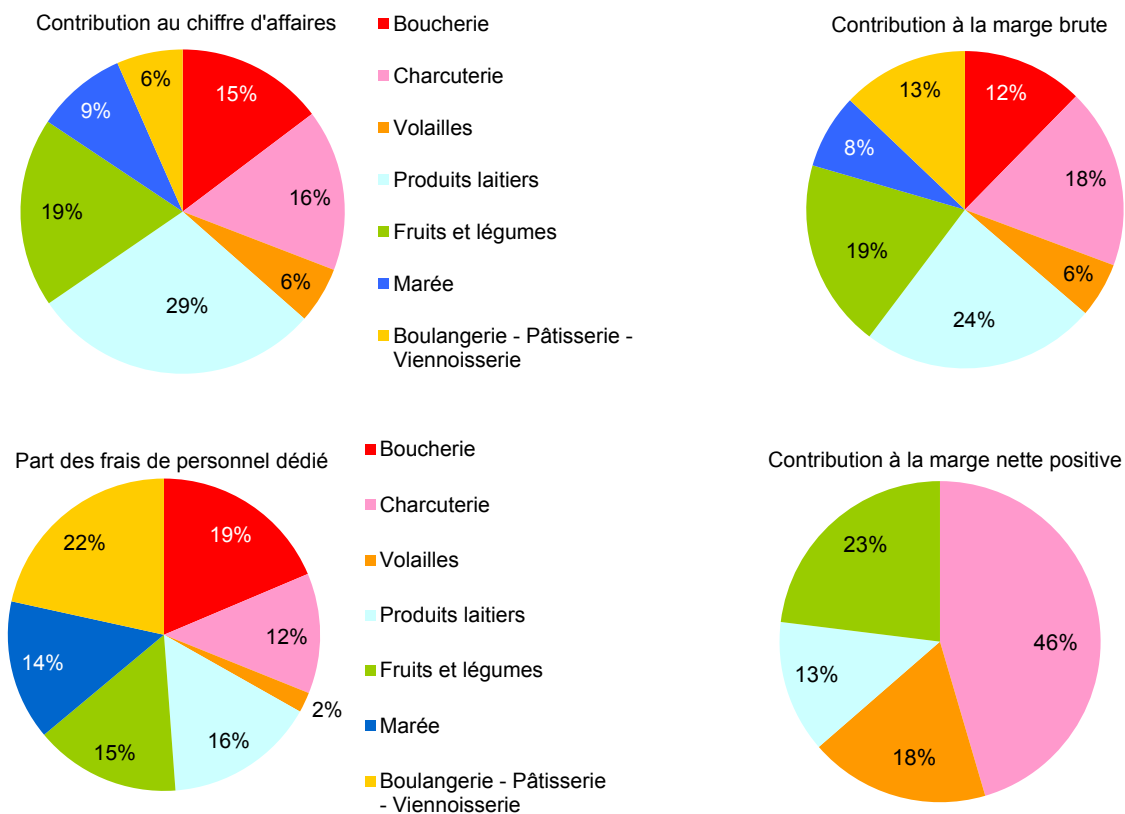
Le Graphique 21 donne les poids de chacun des rayons étudiés, par rapport au chiffre d'affaires, à la marge brute, au frais de personnel et à la marge nette de l'ensemble de ces rayons.

¹⁷ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2894228?sommaire=2894230>

¹⁸ Grandes surfaces alimentaires : comprend outre les supermarchés et les hypermarchés (ou GMS, grandes et moyennes surfaces au sens retenu par l'observatoire), les « magasins multi-commerces » (surface de vente entre 400 et 2 499 m², comme les supermarchés, mais réalisant moins de 2/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires, contrairement aux supermarchés, exemple : enseigne Monoprix). Les valeurs sont « semi- définitives » pour 2013 et encore provisoires pour 2014.

Graphique 21

Poids des rayons étudiés dans les enseignes en 2016
En % de l'ensemble des rayons étudiés



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

Tableau 5

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2016 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	100	100	100	100	100	100	100
Coût d'achat des ventes		75,1	66,2	70,5	75,4	69,8	75,0	41,9	70,3
	Marge brute (marge commerciale)	24,9	33,8	29,5	24,6	30,2	25,0	58,1	29,7
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	12,0	7,3	3,5	5,1	7,5	15,1	30,9	9,4
	Marge semi-nette	13,0	26,5	26,0	19,5	22,7	9,8	27,2	20,3
	Approvisionnements et fournitures	0,5	0,1	0,0	0,0	0,1	0,3	1,4	0,2
	Eau, gaz, électricité	0,6	0,6	0,7	0,5	0,4	0,8	1,4	0,6
	Frais sur matériels et équipements	0,8	0,7	0,4	0,5	0,5	0,8	1,6	0,7
	Taxes, cotisations et redevances	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3
	Autres charges du rayon	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
	Sous-total : autres charges directes	2,3	1,7	1,5	1,4	1,4	2,3	4,8	1,9
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	1,9	1,8	1,5	1,9	2,2	1,8	3,1	2,0
	Frais de personnel hors rayon	5,9	6,2	5,5	6,0	6,5	5,7	9,1	6,3
	Frais financiers	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2
	Autres charges communes	6,1	8,1	7,8	8,7	8,7	8,0	10,6	8,2
	Sous-total : charges communes	14,1	16,3	14,9	16,7	17,6	15,7	22,9	16,6
	Marge nette avant répartition de l'IS	-3,4	8,5	9,7	1,4	3,7	-8,1	-0,6	1,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,2	3,1	3,5	0,5	1,3	-2,9	-0,2	0,6
	Marge nette après répartition de l'IS	-2,2	5,4	6,2	0,9	2,3	-5,2	-0,4	1,1

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

Tableau 6

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	2016 - 2015		-0,3	-1,0	-1,4	-2,2	0,1	0,4	0,2	-0,7
	2015 - 2014		1,0	0,5	-0,8	0,6	0,9	0,8	-1,4	0,4
Marge brute (marge commerciale)	2016 - 2015		0,3	1,0	1,4	2,2	-0,1	-0,4	-0,2	0,7
	2015 - 2014		-1,0	-0,5	0,8	-0,6	-0,9	-0,8	1,4	-0,4
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	2016 - 2015	0,4	0,8	0,3	0,5	-0,4	-0,1	-0,3	0,1
		2015 - 2014	0,4	0,2	0,1	0,1	-0,2	-0,2	-0,5	0,1
	Marge semi-nette	2016 - 2015	-0,1	0,2	1,1	1,7	0,3	-0,4	0,1	0,6
		2015 - 2014	-1,3	-0,8	0,7	-0,7	-0,7	-0,6	0,9	-0,5
	Autres charges directes du rayon	2016 - 2015	0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,3	0,1	-0,1
		2015 - 2014	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	0,0	-0,1
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Charges communes réparties	2016 - 2015	0,3	0,3	0,5	0,6	-1,3	3,0	0,3	-0,3
		2015 - 2014	-0,4	-0,3	-0,4	-0,5	-1,1	-0,7	0,1	-0,5
	Marge nette avant répartition de l'IS	2016 - 2015	-0,5	-0,1	0,8	1,2	0,9	-0,1	-0,3	0,4
		2015 - 2014	-0,8	-0,4	1,1	0,0	0,6	0,3	0,8	0,1

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

Chapitre 3. Marges brutes et coûts par filière

Viande porcine et charcuterie

Viande bovine

Viande ovine

Volailles de chair et lapins

Produits laitiers de lait de vache

Produits laitiers de lait de chèvre

Pain

Pâtes alimentaires

Fruits et légumes frais

Produits de la pêche et de l'aquaculture

Section 1 – Viande porcine et charcuterie

1. CIRCUITS DE TRANSFORMATION ET 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 2).

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.

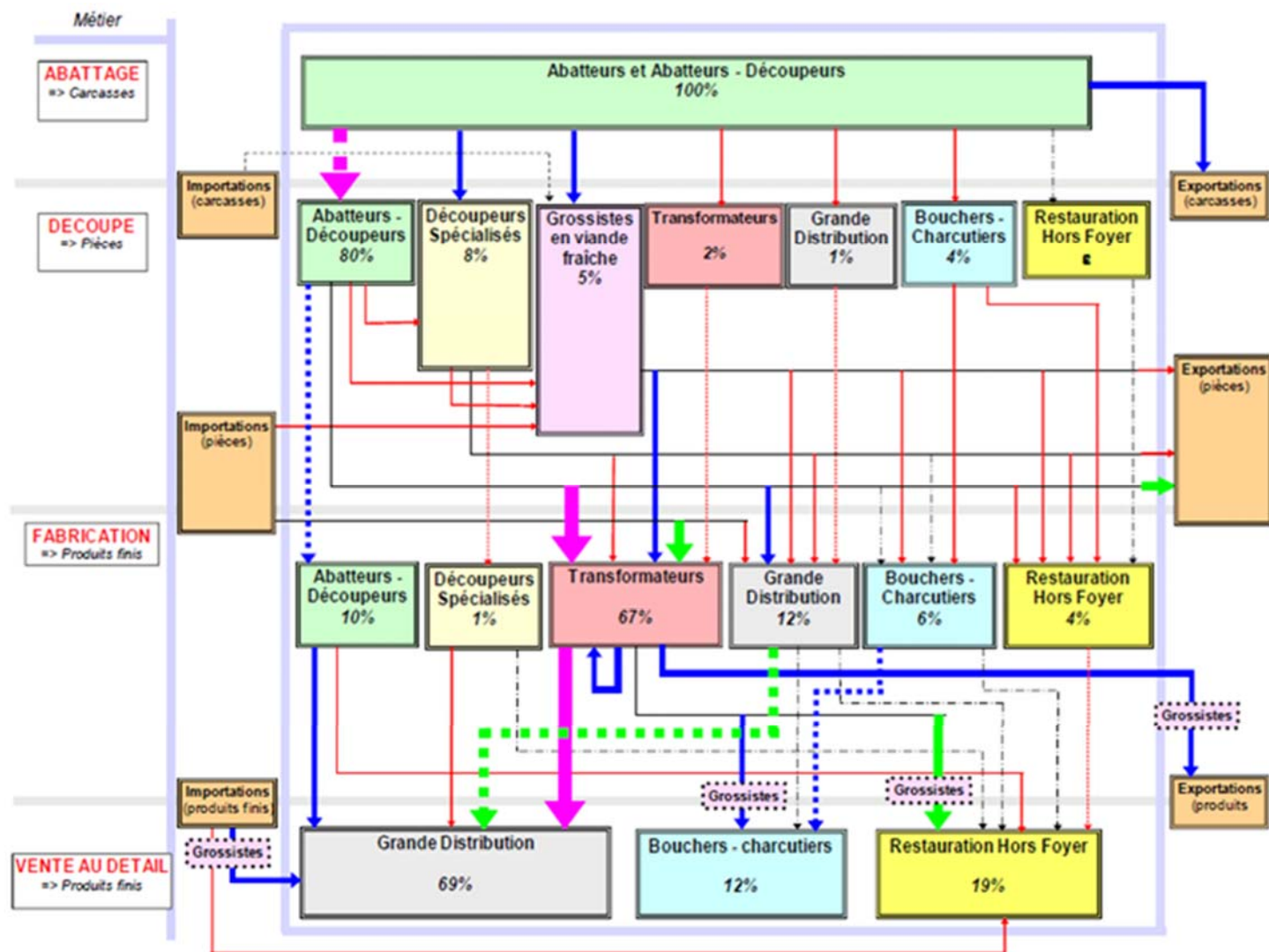
Les opérateurs de la **grande distribution** jouent un rôle majeur dans la vente au détail de produits finis.

Dans le circuit de la **viande de porc frais pour le rayon boucherie**, ils 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 (viande fraîche en portions consommateurs) sont achetés à des opérateurs industriels, mais 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* » (UVCN). 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.

Dans le circuit des **produits du rayon charcuterie**, les distributeurs s'approvisionnent auprès des industriels de la 2^{ème} transformation principalement en produits prêts à être proposés au consommateur en libre-service. S'agissant du jambon cuit, 80% des volumes vendus en hyper et supermarchés le sont désormais en libre-service et 20% au rayon à la coupe, une petite partie des portions en libre-service pouvant être toutefois préparées en magasin à partir de jambons entiers.

Schéma 2

Cartographie des flux dans la filière porcine



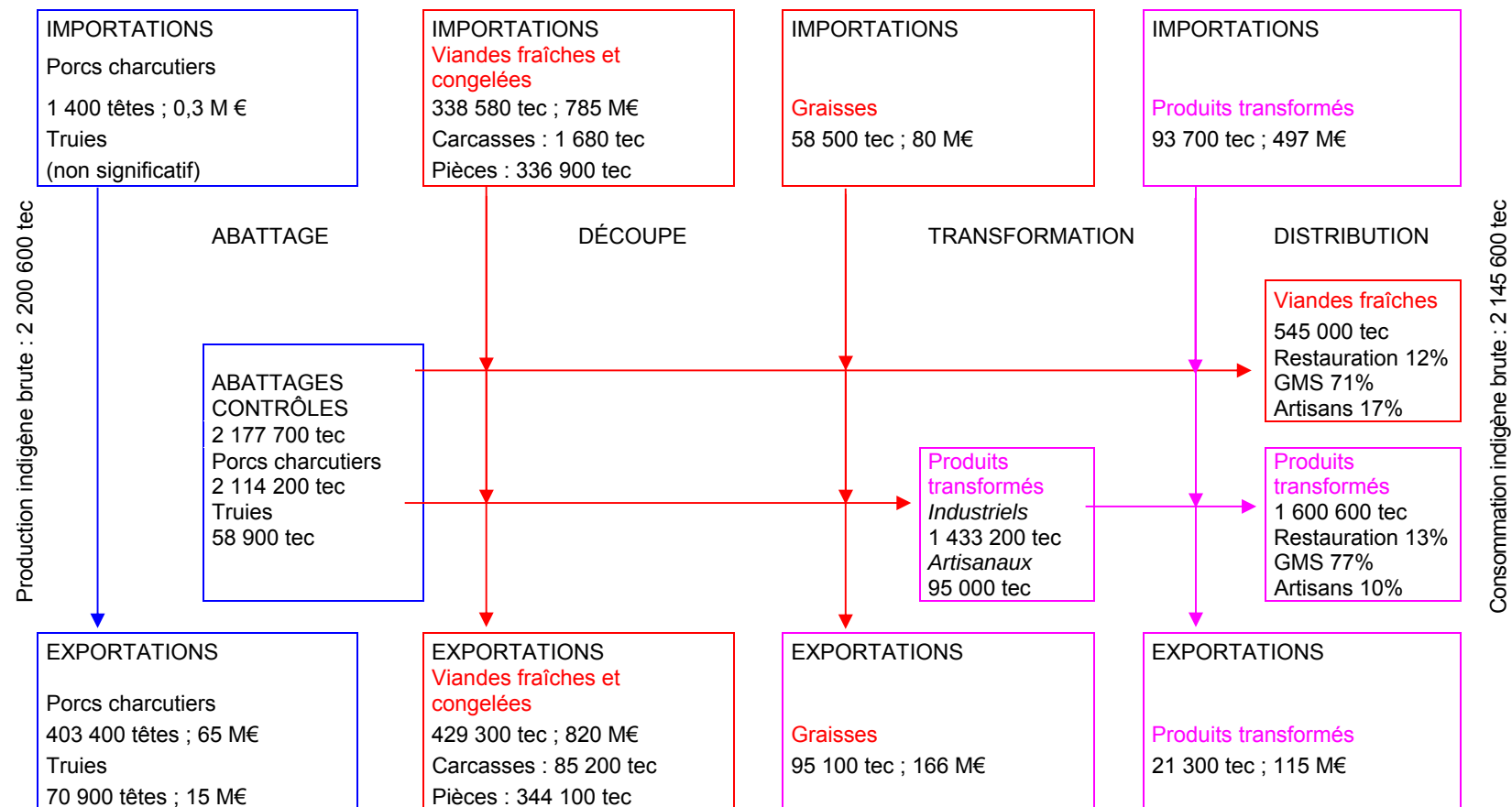
Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (cf. colonne de gauche). Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

Une partie des produits finis destinés aux marchés de consommation finale et à l'exportation transite 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 3

Bilan des flux dans la filière porcine en 2017



Coefficients tec (tonne d'équivalent carcasse) : carcasse : 1 t = 1 tec ; pièces, viande désossée, viande fraîche : 1 t = 1,2 tec ; produits transformés : 1 t = 1,3 tec

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

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

2.1. Filière porc frais

La viande de porc frais commercialisée en GMS est principalement 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 en rayon boucherie sous la forme de quatre principaux articles (tels que désignés dans le panel Kantar) : la côte de porc, le rôti de porc, l'escalope de porc et le filet de porc. À noter que « rôti » et « escalope », contrairement à « filet » et « côte », ne désignent pas une partie anatomique précise mais constituent plutôt des présentations de la longe. 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 des barquettes de viande mise en rayon.

Ces dernières, ou unités de vente consommateur (UVC) peuvent avoir deux origines :

- les UVCI, unités de vente consommateur industrielles, sont élaborées dans l'industrie de l'abattage-découpe, qui assurent ainsi la transformation ultime de la longe ;
- les UVCN, unités de vente consommateur magasin, sont préparées, à partir de la pièce de longe fournie par les industriels de l'abattage-découpe, dans les laboratoires des magasins.

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse de porc charcutier classe E et S entrée abattoir (FranceAgriMer-Réseau des nouvelles des marchés) ;
- pour la pièce de longe sortie industrie d'abattage-découpe (pour UVCN) : cotation des pièces de porc au marché de Rungis (idem) ;
- pour les UVCI : enquête de l'Insee réalisée pour l'observatoire sur les prix moyens sortie industrie pour GMS ; cette enquête ne porte toutefois que sur deux produits de la longe : les côtes et les rôtis ;
- pour les prix au détail en GMS : achats en valeur et quantités du panel de consommateurs Kantar Worldpanel ; ces données de prix portent sur chacun de quatre principaux articles de boucherie issue de la longe : côte, le rôti, l'escalope et le filet.

Depuis le précédent rapport (2017), des données supplémentaires ont été prises en compte et des corrections ont été apportées aux séries antérieurement présentées :

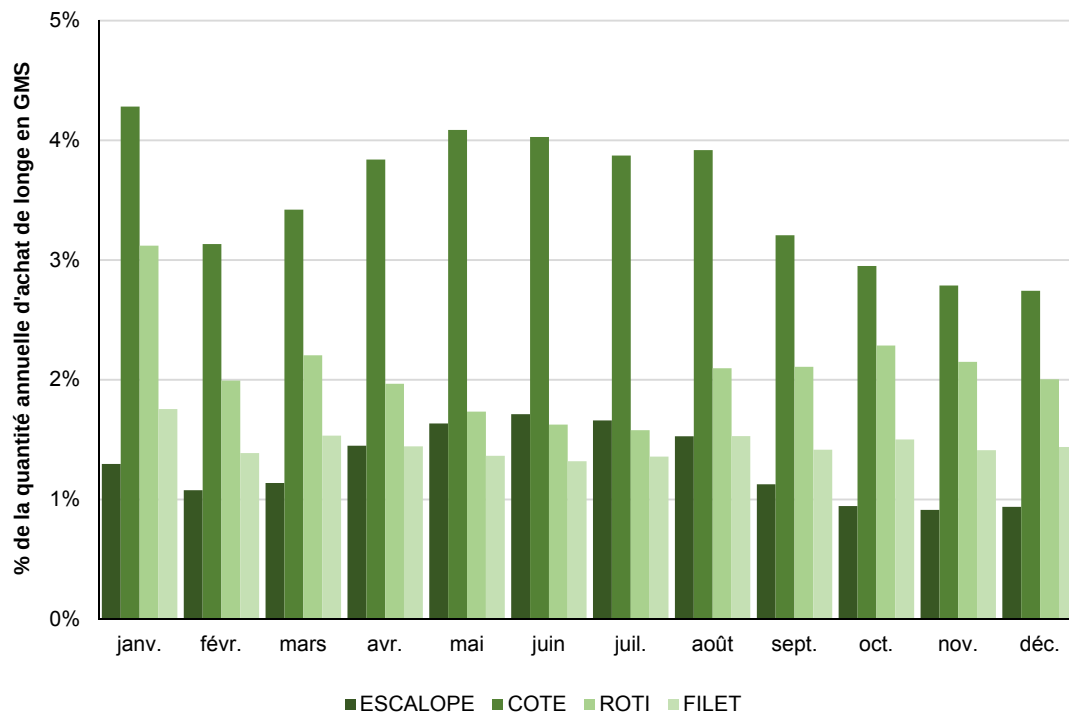
En mode UVCN, la décomposition du prix au détail porte maintenant sur chacun des 4 articles (côtes, rôtis, escalopes, filets) et sur une longe constituée par l'ensemble de ces quatre produits, pondérés par leurs quantités achetées respectives. Les coefficients de pondération ont été calculés sur une même année de référence, la dernière année complète disponible au moment des calculs (soit, pour ce rapport, l'année 2016) pour toute la période suivie (depuis 2012). Ceci permet de comparer dans le temps le prix moyen d'un panier d'articles dont la composition reste homogène (et très proche de la période actuelle) tout en rendant compte de la saisonnalité de la consommation : pour un article donné, le coefficient de pondération pour un mois donné diffère de ceux des autres mois mais reste le même quelle que soit l'année. Dans ce mode UVCN, les produits issus de l'abattage-découpe et livrés aux GMS sont des longues entières dont on suppose que la découpe permet d'obtenir des côtes, des rôtis, du filet et de l'escalope de porc dans les proportions observées des quantités achetées en GMS. La découpe de cette longe, par les détaillants, ayant des rendements différents selon l'article (côtes, rôti, filet, escalope), la valeur nécessaire sortie abattage-découpe par kg d'article final en GMS diffère selon qu'il s'agit de côtes, de rôti, de filet ou d'escalope.

En mode UVCI, la décomposition du prix au détail ne porte que sur deux articles : côtes et rôti, l'enquête de l'Insee pour l'observatoire sur les prix moyens sortie industrie ne portant que sur ces deux articles. Chaque produit est suivi séparément puis combiné à l'autre dans les proportions des quantités achetées observées chaque mois dans l'année prise pour référence (2016).

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de longe vendu au détail n'est pas le prix du kg de carcasse entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisations différentes) : 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 [Mainsant, Porin, 2002].

Graphique 22

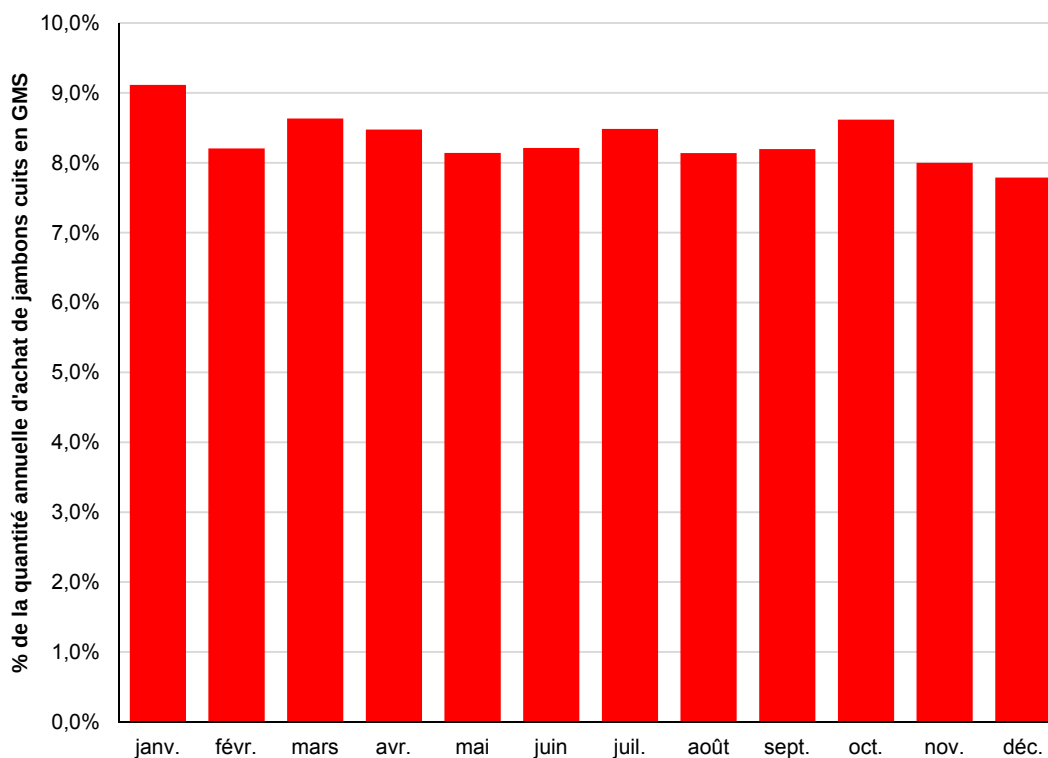
Saisonnalité des achats d'articles de longe de porc au détail en GMS



Source : Kantar Worldpanel

Graphique 23

Saisonnalité des achats de jambons cuits au détail en GMS



Source : Kantar Worldpanel

2.2. Filière charcuterie de porc

La carcasse de porc est commercialisée pour 75 % sous forme de produits de charcuterie. Le jambon cuit représente le volume le plus important parmi ces produits vendus en GSM (environ le quart). L'observatoire a donc choisi de retenir l'ensemble des jambons cuits (toutes gammes confondues) 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 des 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 (FranceAgriMer-Réseau des nouvelles des marchés) ;
- pour la pièce de jambon sortie industrie d'abattage-découpe : cotation des pièces de porc au marché de Rungis (Idem)¹⁹ ;
- pour le jambon sortie industrie de charcuterie-salaison : données détaillées pour l'enquête Prodcum (SSP) sur les produits commercialisés des industries alimentaires (tonnages commercialisés et chiffre d'affaires en jambons cuits des entreprises de charcuterie). On en tire un prix moyen annuel, que l'on mensualise en lui appliquant l'indice mensuel de l'Insee du prix de production dans l'industrie du jambon cuit (en année N, lorsque le prix moyen annuel N-1 est connu, il est en général nécessaire de recalculer les valeurs mensuelles de l'année N-1 afin qu'elles soient cohérentes avec le prix moyen annuel, l'indice ayant pu entraîner une légère dérive) ;
- pour les prix au détail en GSM : 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.

Compte tenu des différences de nomenclature des gammes de jambons cuits dans le panel Kantar et dans la base de l'enquête Prodcum, il est impossible de s'assurer que l'ensemble « *jambons cuits* » a exactement la même composition en gammes aux deux stades (industrie de charcuterie et détail en GSM). Toutefois, le poids du débouché en GSM limite le biais éventuel.

La consommation de jambon cuit s'avère relativement peu saisonnière. Pour le calcul des prix moyens annuels, les prix moyens mensuels (source : Kantar Worldpanel) ont été pondérés par les pourcentages mensuels du volume annuel d'achat observés en 2015.

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de jambon vendu au détail n'est pas le prix du kg de carcasse de porc entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisations différentes) ; 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 [Mainsant, Porin, 2002].

¹⁹ FranceAgriMer élabore et diffuse également un indice du prix d'achat de la pièce de jambon par les industriels de la charcuterie à leurs fournisseurs.

Encadré 3

Les références de prix moyen de vente par l'industrie aux enseignes de GMS

Pour plusieurs produits (liste ci-dessous), la référence de prix moyens mensuels de vente par l'industrie aux centrales d'achat des GMS est fournie à l'Observatoire par l'Insee. Ces prix moyens sont recueillis spécifiquement pour l'Observatoire par l'Institut auprès des entreprises qu'il interroge pour élaborer ses [indices de prix de production de l'industrie](#). L'enquête est conduite auprès des principaux opérateurs du secteur, elle porte sur un ensemble de produits, précisément défini (les « transactions-témoins »).

Les articles dont les prix sont relevés pris en compte pour établir le prix moyen d'un « produit » (ensemble d'articles) sont précisément définis dans leur nature (dénomination, qualité, marque, conditionnement...) et leur proportions pour assurer l'homogénéité dans le temps du « produit » suivi.

Pour un produit industriel donné destiné à la revente au détail en GMS, l'ensemble d'articles suivi par l'Insee n'est pas nécessairement homogène à celui suivi par l'observatoire au stade de la vente au détail en GMS, via le panel Kantar, notamment. Par exemple, les prix moyens mensuels sortie industrie du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » sont établis sur des ensembles d'articles de nature et de composition éventuellement différente de celles du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » dont on relève les prix au détail en GMS dans le panel Kantar.

Lever complètement le biais éventuel qui en résulte sur le calcul des « indicateurs de marge brute » nécessiterait de disposer de données de prix élémentaires portant sur des références exactement identiques sortie usine et en GMS, et en nombre potentiellement très important pour assurer en outre la représentativité des résultats.

Par ailleurs, les prix moyens fournis l'Insee sont des prix dits « trois fois nets », homogènes au chiffre d'affaires du fournisseur, intégrant les remises, rabais et ristournes conditionnelles aux quantités (sauf certaines remises connues en fin d'année), mais n'intégrant pas la coopération commerciale (financement par le fournisseur d'opérations visant le développement des ventes) ni tout autre éventuel mécanisme de « dégradation » du prix.

Les produits pour lesquels les références de prix industriels utilisées par l'observatoire proviennent de la source Insee précitée sont :

- en viande porcine : les UVCI de porc frais,
- en viandes de volailles : les UVCI de poulet entier PAC standard et de découpes de poulet standard,
- en produits laitiers : tous les PGC suivis par l'observatoire ;
- et, en filière céréalière, mais s'agissant de produits intermédiaires non destinées à la vente au détail : les prix des farines boulangères.

Les autres sources de prix industriels mobilisées pour d'autres produits sont :

- en filière viande « de bœuf » : une enquête *ad hoc* de l'observatoire auprès des industriels ;
- pour les pièces de porc (produits intermédiaires pour l'industrie de la charcuterie ou la découpe de viande de boucherie de porc en GMS) : les cotations sur le MIN de Rungis ;
- pour le jambon cuit, les pâtes alimentaires, le saumon fumé : le calcul de prix moyen annuel à partir des données de tonnages et de chiffre d'affaires par produit dans l'industrie fournies par l'enquête statistique Prodcum (SSP, Insee).

L'amélioration des sources de prix industriels est un enjeu important pour l'OFPM mais elle nécessiterait des moyens statistiques considérables.

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

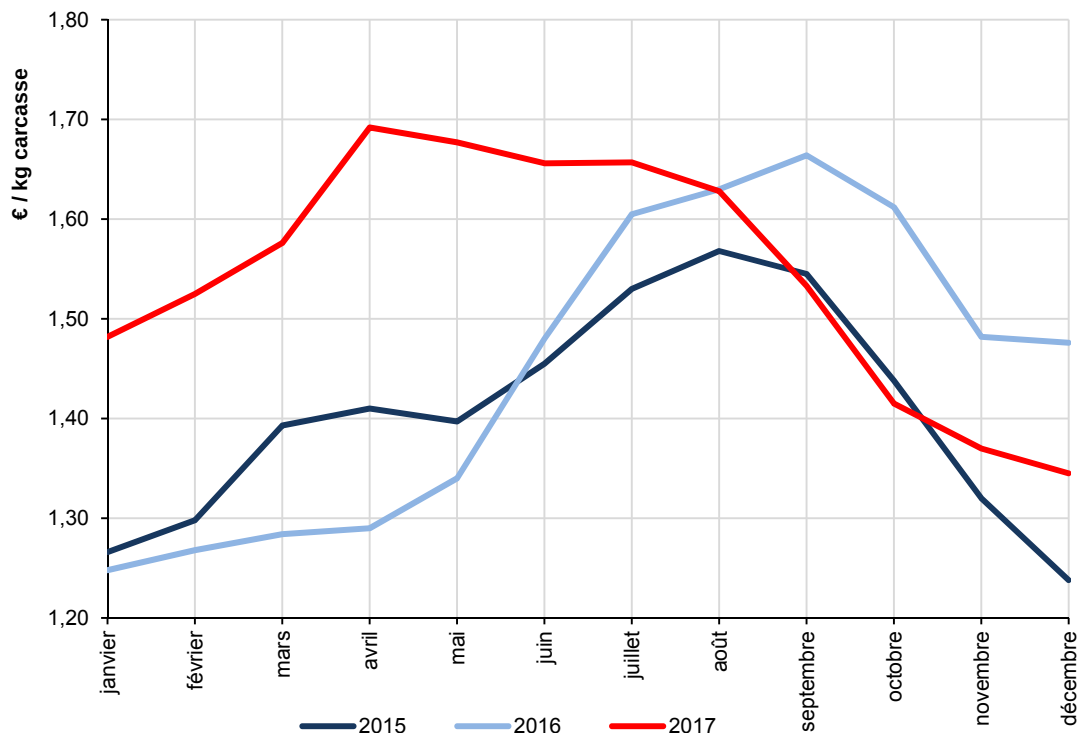
L'année 2016 avait été marquée par une hausse exceptionnelle des importations chinoises. Cette situation reflétait la restructuration en cours des élevages chinois, avec la fermeture de nombreuses petites unités. En 2017 la demande chinoise en importations décroît significativement (-25%), mais elle reste encore supérieure de plus de moitié au volume importé en 2015. L'UE participe pour 65% (794 000 tonnes) à ces importations de viande par la Chine. Avec 110 000 tonnes de viande et d'abats exportés vers la Chine en 2017, soit -23% par rapport à 2016, la France subit le recul de la demande chinoise, mais la demande asiatique contribue néanmoins à soutenir le marché jusqu'à l'été 2017, entraînant un cours élevé des pièces de porcs jusqu'au 3^{ème} trimestre. Dans les quatre derniers mois de 2017, le fléchissement rapide de cette demande se traduit par une baisse des cotations entrée abattoir. La consommation intérieure reste par ailleurs toujours en baisse. En volume annuel d'achat au détail, l'ensemble des viandes de porc frais a reculé en 2017 de 4,9% (dont -5,2% pour la longe) et le jambon cuit de 3,3% ; la consommation de certains autres produits de charcuterie, de moindre poids dans la demande totale de viandes de porc, progresse toutefois : +3% pour les jambons secs, +1,4% pour les saucissons secs (Conjoncture – Viandes FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel).

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière porc frais : produits de longe en UVMC

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. En 2017, les abattages reculent de 1,8% en têtes et de 1,4% en tonnes, du fait d'une baisse du poids moyen des animaux dans un contexte de forte demande. Les importations massives de la Chine ont induit un niveau moyen de cotation supérieur en 2017 à celui de 2016 : 1,55 € contre 1,45 €, pour la cotation nationale entrée abattoir du porc charcutier de classe E et S. Les cours progressent fortement dès le mois d'avril 2017, en avance sur le mouvement saisonnier observé les cinq années précédentes. En revanche la décroissance des cours s'enclenche aussi plus tôt, dès la fin de l'été, les cotations se positionnant à un niveau moindre que celui de la moyenne des cinq années précédentes. Ce mouvement reflète, cette fois à la baisse, l'évolution de la demande chinoise. Sur la même période, un relatif tassement du coût des aliments pour porc permet néanmoins aux éleveurs de compenser quelque peu l'effet de cette baisse des cours.

Graphique 24

Redressement puis baisse précoces des cours du porc entrée abattoir en 2017



Source : FranceAgriMer, réseau des nouvelles des marchés

Dans l'industrie d'abattage-découpe, l'indicateur de marge brute sur la viande fraîche vendue aux GMS varie peu d'habitude 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. Toutefois, l'indicateur de marge brute de ce maillon (évalué, rappelons-le, sur la base des prix des découpes à Rungis) progresse en 2014 et 2015, et, plus sensiblement, en 2016. En 2017, la hausse du coût entrée abattoir n'est en revanche que partiellement transmise (Graphique 25), mais l'indicateur de marge brute reste à un niveau élevé comparativement aux années antérieures. Cette augmentation de l'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe recouvre, comme on le verra dans l'analyse des comptes de l'activité (paragraphe 5.2) une progression de certaines charges et une reconstitution de bénéfice, après plusieurs années de résultats négatifs ou nuls.

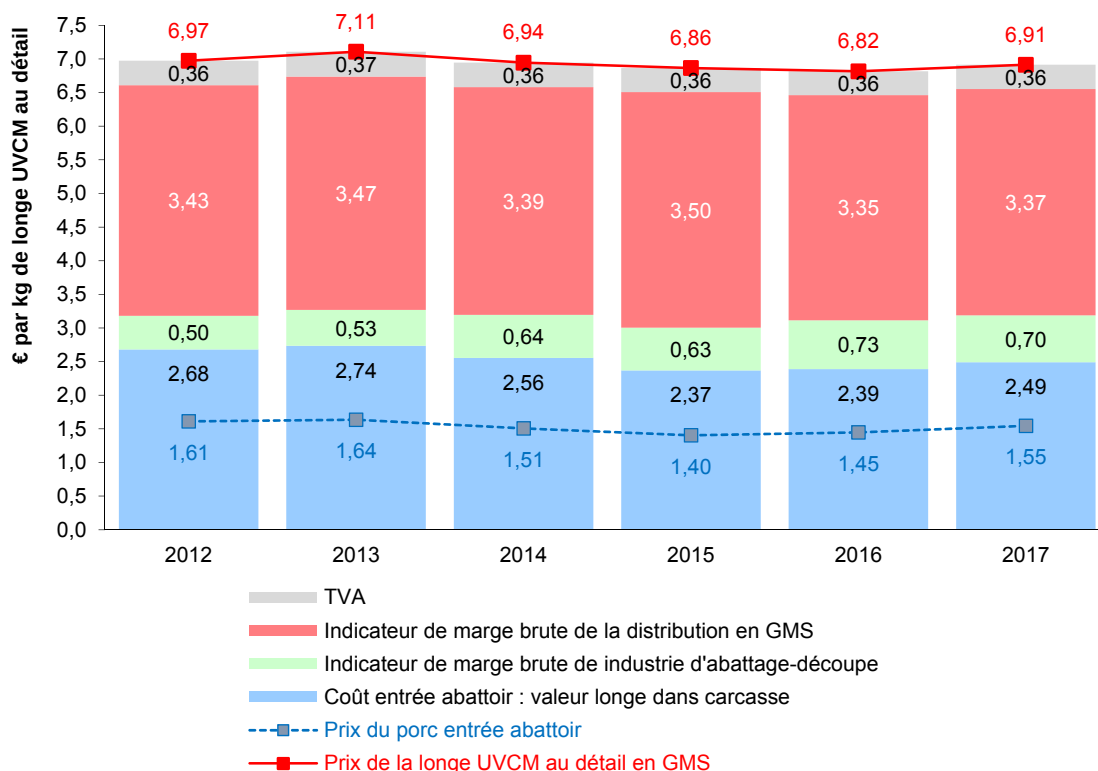
L'indicateur de marge brute des GMS doit couvrir les coûts de dernière transformation et de conditionnement du produit, s'agissant d'UVCN, donc de produits dont la transformation finale est assurée en magasin. Il est assez fluctuant en valeur mais relativement plus stable en pourcentage.

En moyennes annuelles (Graphique 25), la hausse du prix du porc à l'entrée de l'abattoir en 2017 par rapport à 2016 se traduit par celle du coût calculé de la matière première de la longe, en augmentation de 10 centimes²⁰. L'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe se réduit de 3 centimes, avec une valeur de la longe entrée GMS à 3,19 € par kg de produit final, contre 3,12 € l'année précédente, soit +7 centimes. Cette année, le maillon de la distribution paraît avoir transmis voire faiblement amplifié cette hausse (faible augmentation de l'indicateur de marge brute de la GMS : +2 centimes) et le prix moyen pondéré au détail des quatre principaux produits de longe est en augmentation de 9 centimes.

Exprimé en pourcentage du prix au détail hors TVA, les parts des indicateurs de marges brutes restent quasi stables en 2017 s'agissant de la GMS (52% à 51%) ou de l'industrie d'abattage-découpe (11%) (Graphique 26).

Graphique 25

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la longe de porc UVCN

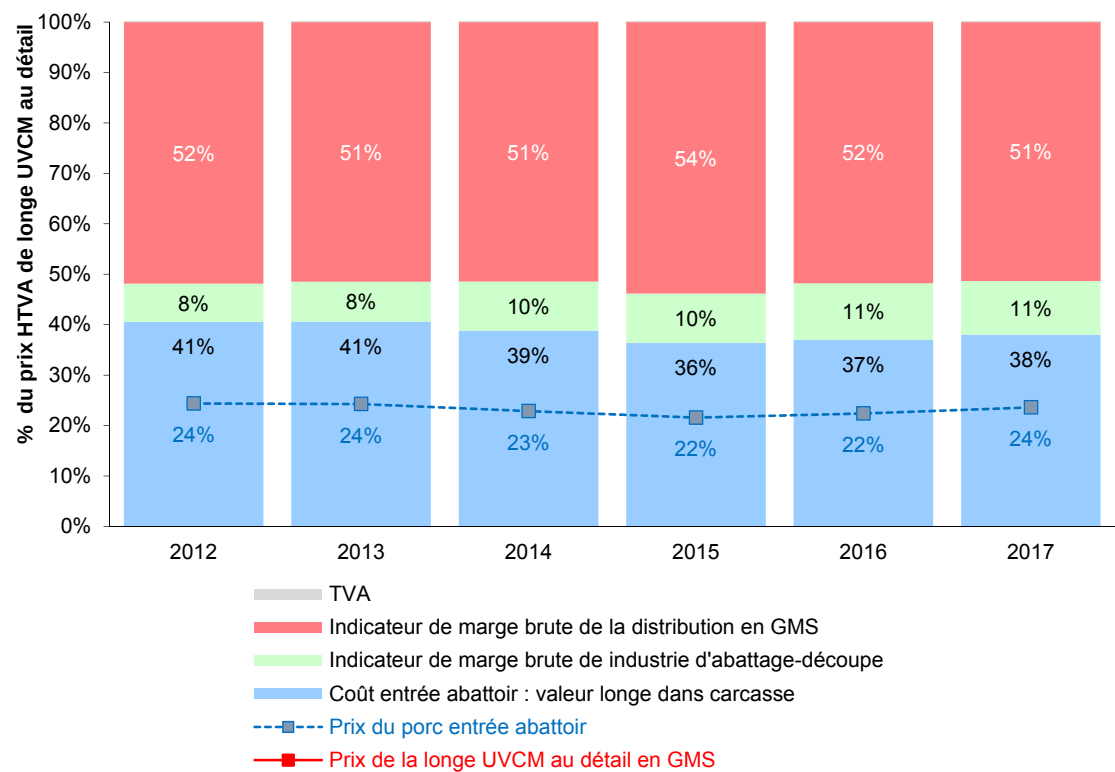


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

²⁰ On rappelle que la valeur de matière première d'une pièce issue du désassemblage d'une carcasse ne peut qu'être calculée en faisant l'hypothèse d'un taux de marge de l'abattage-découpe identique pièce par pièce à celui observé sur l'ensemble de la carcasse. Le prix de matière d'une pièce est alors évalué par le produit du prix de la pièce sortie découpe, multiplié par le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la somme des valeurs de toutes les pièces qui en sont issues, pondérées par leurs poids dans la carcasse.

Graphique 26

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS la longe de porc UVCM



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

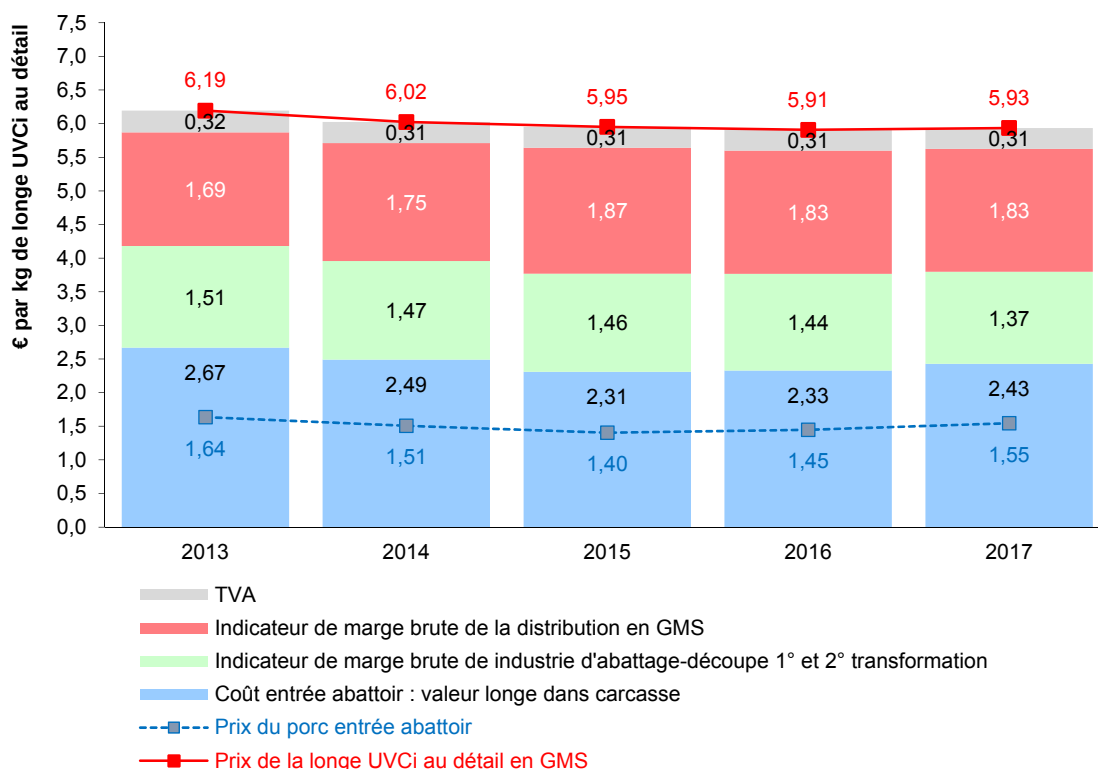
3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière porc frais : la longe vendue en UVCI

Les produits élaborés en portions pour libre-service par l'industriel et suivis par l'observatoire sont la côte de porc et le rôti de porc ; la décomposition du prix au détail de chaque article est présentée plus loin. Auparavant, le Graphique 27 et le Graphique 28 présentent la décomposition du prix moyen au détail de l'ensemble de ces deux articles, pondérés par les consommations saisonnières.

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 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. Pour l'ensemble côtes et rôtis en UVCI, elle représente près du quart de la valeur du produit au détail contre 8% à 11% pour la longe dans le circuit UVCM.

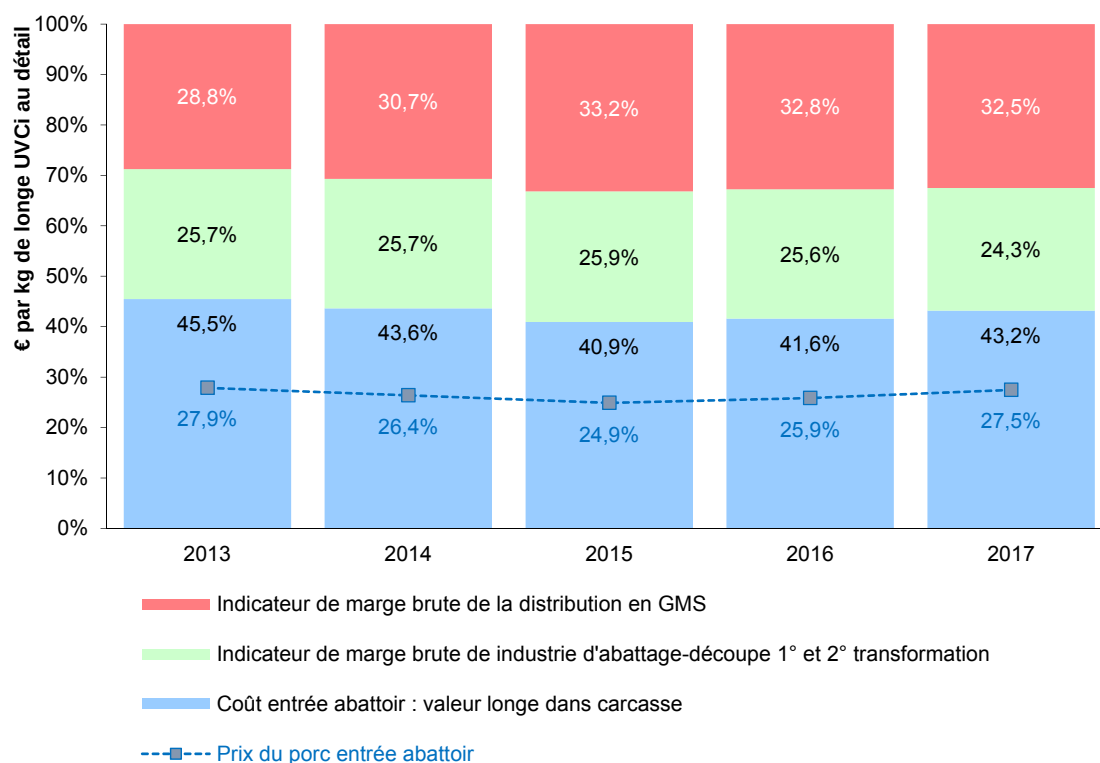
Graphique 27

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'ensemble côte et rôti de porc en UVCI



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

Graphique 28

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de l'ensemble côte et rôti de porc en UVCI

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

Les prix au détail de ces deux articles ont connu sur cinq ans (2012-2016) une tendance à la baisse, avec un amortissement par l'aval (tantôt l'industrie, tantôt la distribution) des incidences des variations du prix du porc à la production. En 2017 en revanche le prix au détail remonte (hausse faible et toutefois peu supérieure à la précision des données).

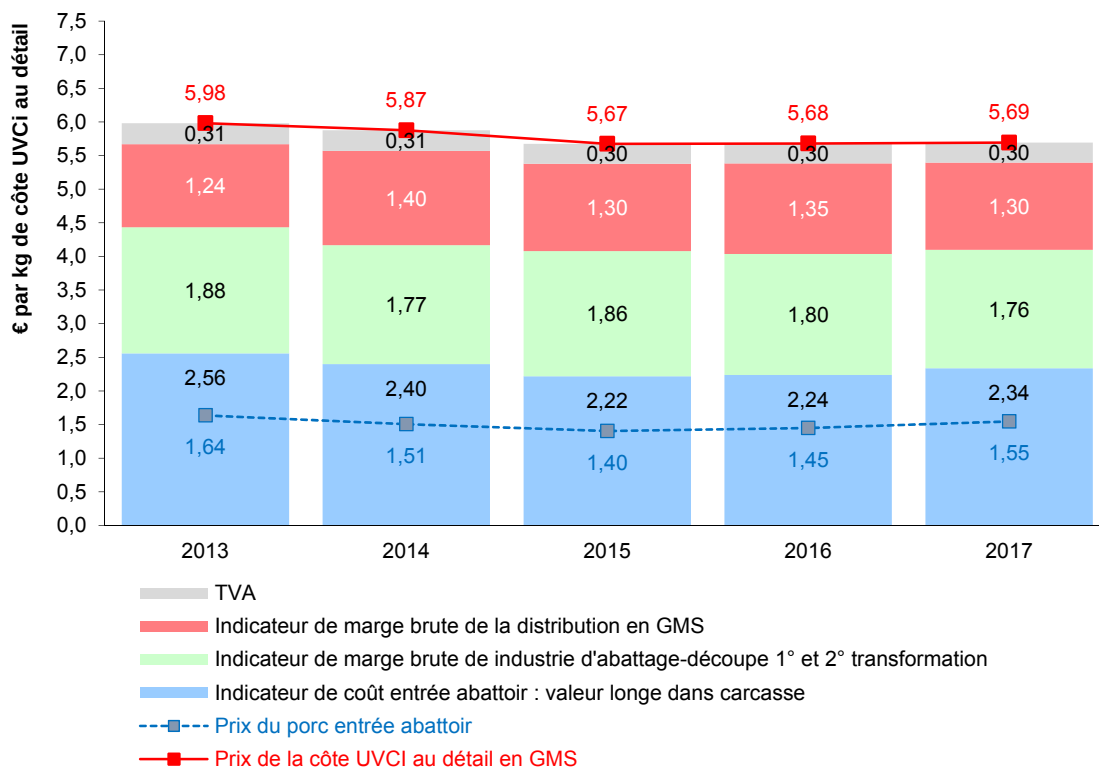
- le prix moyen au détail de la côte de porc UVCI reste à peu près stable depuis 3 ans (variations de 1 à 2 centimes). Le prix sortie industrie varie un peu plus, ce qui se traduit par un indicateur de marge brute de la distribution également plus variable : en hausse en 2016 puis en baisse symétrique en 2017. Évalué par différence entre le prix de vente sortie industrie et le coût calculé de la matière première de la longe, l'indicateur de marge brute de l'industrie enregistre une baisse en 2016 et en 2017.
- le prix moyen au détail du rôti de porc croît très nettement en 2017. La hausse du coût entrée abattoir est amortie par l'industrie, mais une hausse significative de l'indicateur de marge brute de la distribution aboutit à cette croissance du prix au détail.

On remarque la répartition différente des indicateurs de marge brute entre GMS et industrie, selon le produit. Ceci est en partie lié au calcul, inévitablement conventionnel et assez théorique, du coût-matière pour l'industrie. Ce coût est supposé être dans les deux cas la valeur de la quantité de longe incluse dans la carcasse entrée abattoir et nécessaire pour la fabrication d'un kg de côtes ou de rôti en UVCI : il ne diffère, selon l'article, que du rendement de la longe en cet article, rendement plus élevé dans le cas des côtes (vendu avec os) que du rôti (article sans os) : le coût-matière est plus faible pour les côtes que pour le rôti. En outre, il s'avère que le prix moyen de vente du kg d'article UVCI par l'industrie à la GMS (source : enquête Insee pour l'observatoire) est plus faible pour le rôti que pour les côtes. D'où un indicateur de marge brute industrielle plus élevé pour la côte que pour le rôti. Objet de promotions souvent importantes, le prix moyen au détail de la côte de porc est plus faible que celui du rôti, alors que son prix d'achat à l'industrie est plus élevé. D'où un indicateur de marge brute de la distribution plus faible pour la côte que pour le rôti, à l'inverse de l'industrie.

Ceci illustre les péréquations de marges entre produits issus d'une même matière première et les limites de toute conclusion sur le partage des marges qui se fonderait sur le suivi d'un seul article.

Graphique 29

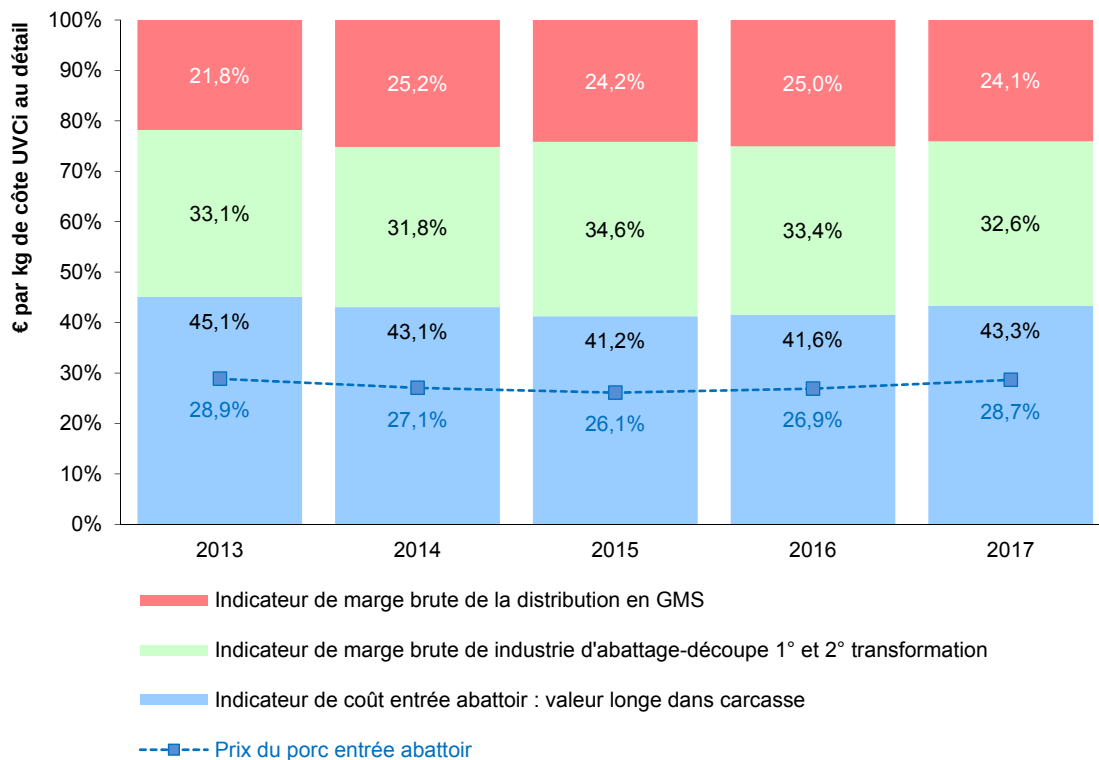
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la côte de porc en UVCI



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

Graphique 30

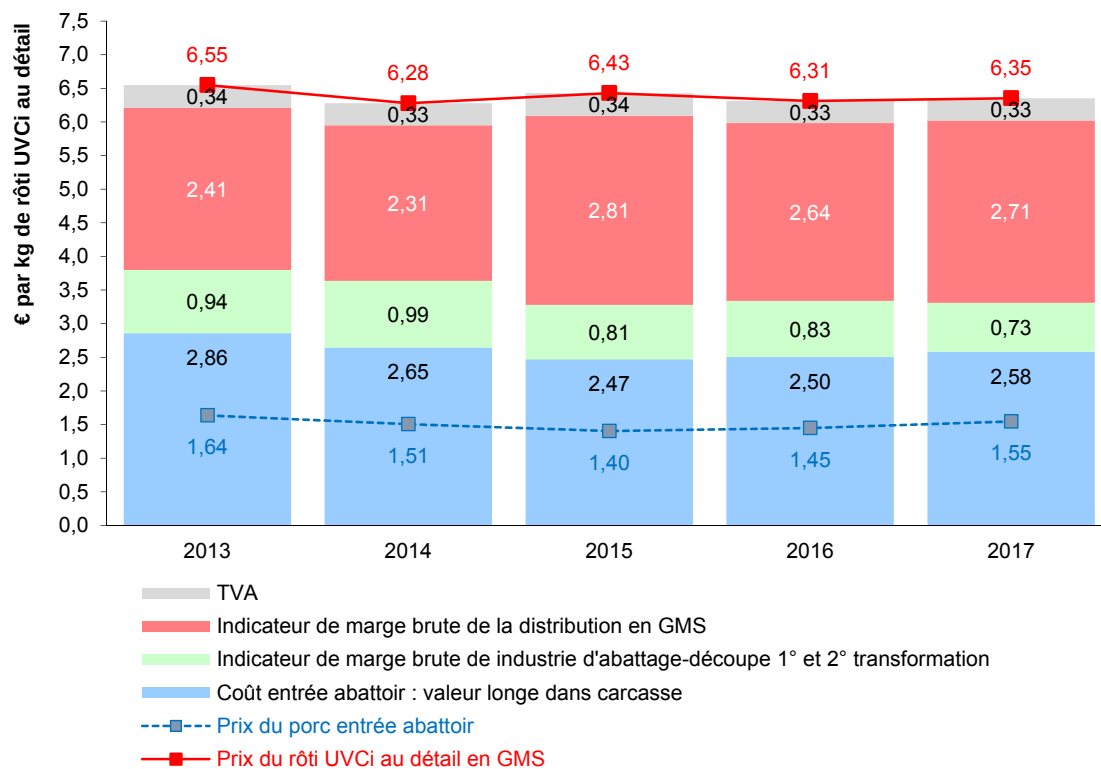
Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de la côte de porc en UVCI



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

Graphique 31

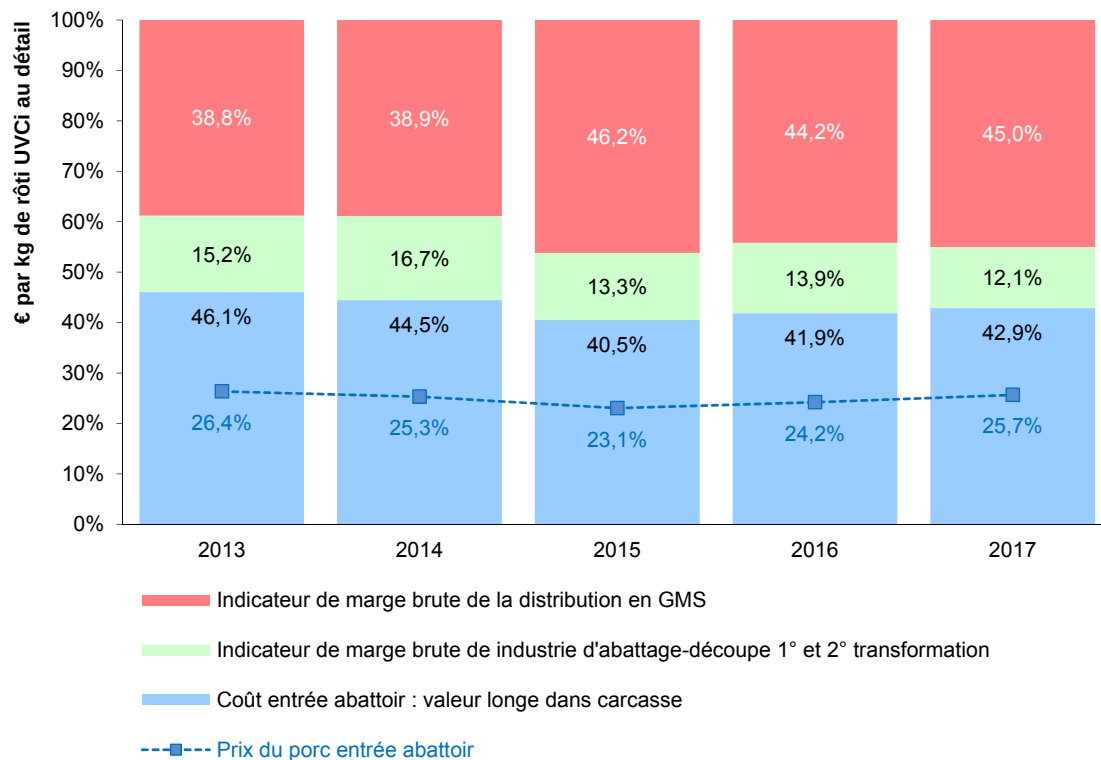
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du rôti de porc en UVCI



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

Graphique 32

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du rôti de porc en UVCI



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

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière charcuterie de porc : le jambon cuit

Le prix du porc se forme avec une fréquence hebdomadaire en fonction de l'offre et de la demande sur les marchés européens et les pays tiers. Le prix de la pièce de jambon sortie découpe, comme celui de la longe, suit tendanciellement le cours du porc et comme lui, subit des variations importantes au cours de l'année. Toutefois, en 2016 et 2017, la hausse du coût moyen calculé entrée abattoir a été plus que répercutée dans la valeur de la pièce sortie découpe. Ces augmentations de l'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe recouvrent, comme on le verra dans l'analyse des comptes de l'activité (paragraphe 5.2.) une progression de certaines charges et une reconstitution de bénéfice, après plusieurs années de résultats négatifs ou nuls.

Les salaisonniers achètent leur matière première - la pièce de jambon sortie découpe - à la semaine. La marge brute de la salaisonnerie peut varier fortement d'un mois sur l'autre, ses prix de vente étant relativement stables – le marché étant devenu très concurrentiel - et le prix de sa matière première étant plus volatil. Sur la période suivie, l'indicateur de marge brute de la charcuterie augmente jusqu'en 2015, diminue en 2016 et reste inférieur en 2017 aux niveaux antérieurs à 2015, sous l'effet de la hausse des prix des pièces de découpe utilisées pour la fabrication des produits charcutiers, hausse induite par la demande asiatique. Les charges à couvrir par la marge brute suivent également une tendance à la hausse, ainsi, le poids du résultat courant dans le chiffre d'affaires a-t-il diminué, notamment de 2010 à 2014, s'améliorant en 2014, diminuant à nouveau en 2016 (cf. plus loin, paragraphe 5.3 sur les comptes du secteur).

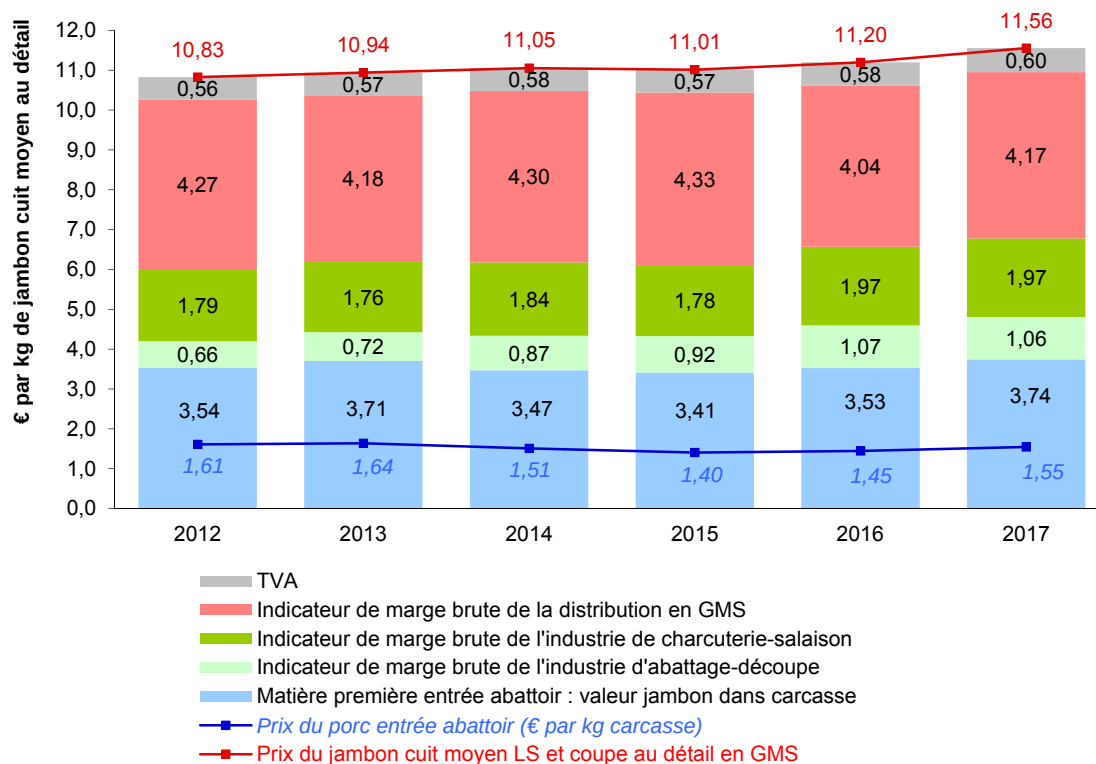
Les GMS négocient avec leurs fournisseurs des contrats où le tarif est fixé pour plusieurs mois, voire à l'année, en fonction de nombreux critères (marque, réputation, concurrence...), aussi le prix du jambon en GMS est-il peu fluctuant. En 2016 et 2017, le prix au détail a cependant été tiré vers le haut par celui de la matière première. L'impact des variations du prix du porc sur le coût-matière du jambon cuit en jambon frais est en effet amplifié par le jeu des rendements (près de 1,8 kg de pièce fraîche sortie découpe par kg jambon cuit). Ainsi, en 2017, suivant en cela la hausse du prix du porc à la production, avec un effet amplifié par les rendements de transformation, le coût *calculé*²¹ de la matière première de la pièce de jambon a progressé (+21 centimes, Graphique 33). L'impact de cette hausse a été répercuté intégralement par les maillons industriels, dont les indicateurs de marge brute sont restés stables. L'indicateur de marge brute de la distribution en GMS, qui de 2010 à 2015 varie autour de 4,40 € (soit de l'ordre de 41% du prix de vente HT), qui s'était réduit en 2016 par rapport à ces niveaux antérieurs de 2014 et 2015, progresse en 2017 sans retrouver les dits niveaux (Graphique 34).

Ainsi, le panier (très composite) tous jambons cuits suivis ici voit-il son prix au détail augmenter encore sensiblement en 2017, après avoir été relativement stable de 2012 à 2015.

Il faut souligner que la composition de cet ensemble tous jambons cuits, toutes gammes confondues, a pu évoluer : les variations de son prix moyen peuvent donc pour partie être dues à ces évolutions de composition, voire à une montée en gamme. Il conviendrait que l'observatoire dispose de données plus précises et plus segmentées, notamment en prix sortie industrie, différenciant notamment marques nationales et marques de distributeurs pour éviter les biais probables dus à l'instabilité du panier.

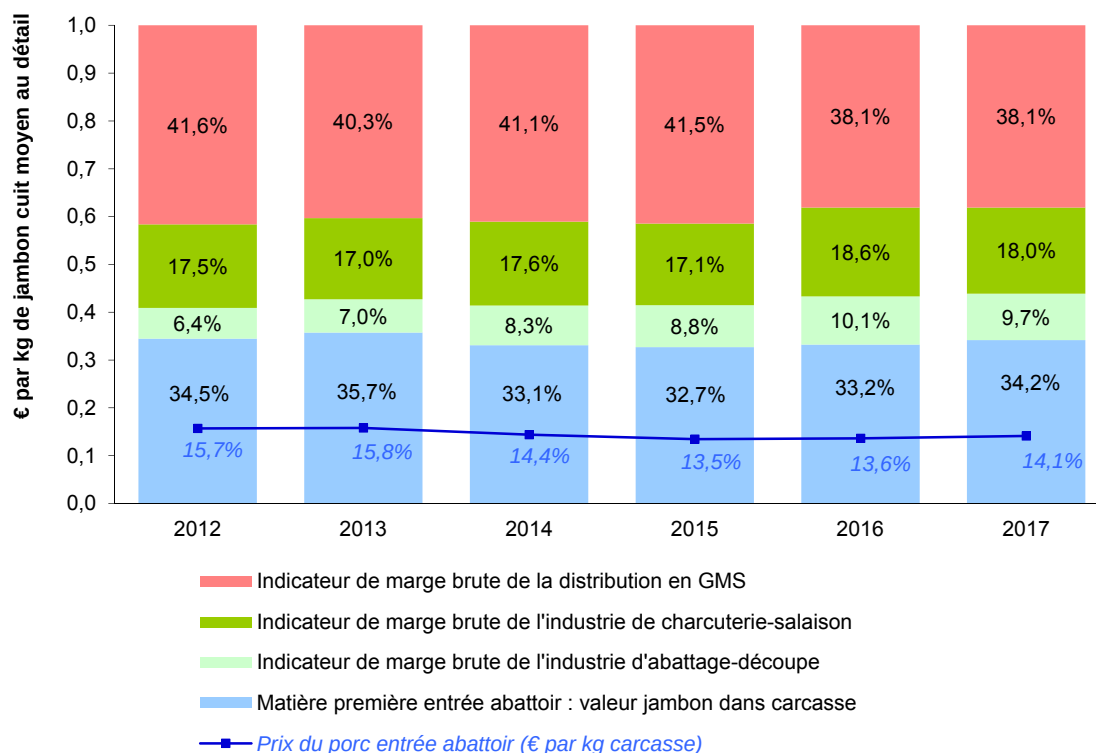
²¹ Rappel : la valeur de matière première d'une pièce issue d'une carcasse ne peut qu'être calculée en faisant l'hypothèse d'un taux de marge de l'abattage-découpe identique pièce par pièce à celui observé sur l'ensemble de la carcasse. Le prix de matière d'une pièce est alors évalué par le produit du prix de la pièce sortie découpe, multiplié par le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la somme des valeurs de toutes les pièces qui en sont issues, pondérées par leur poids dans la carcasse.

Graphique 33

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du jambon cuit (LS et coupe)


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

Graphique 34

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du jambon cuit (LS et coupe)


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

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

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

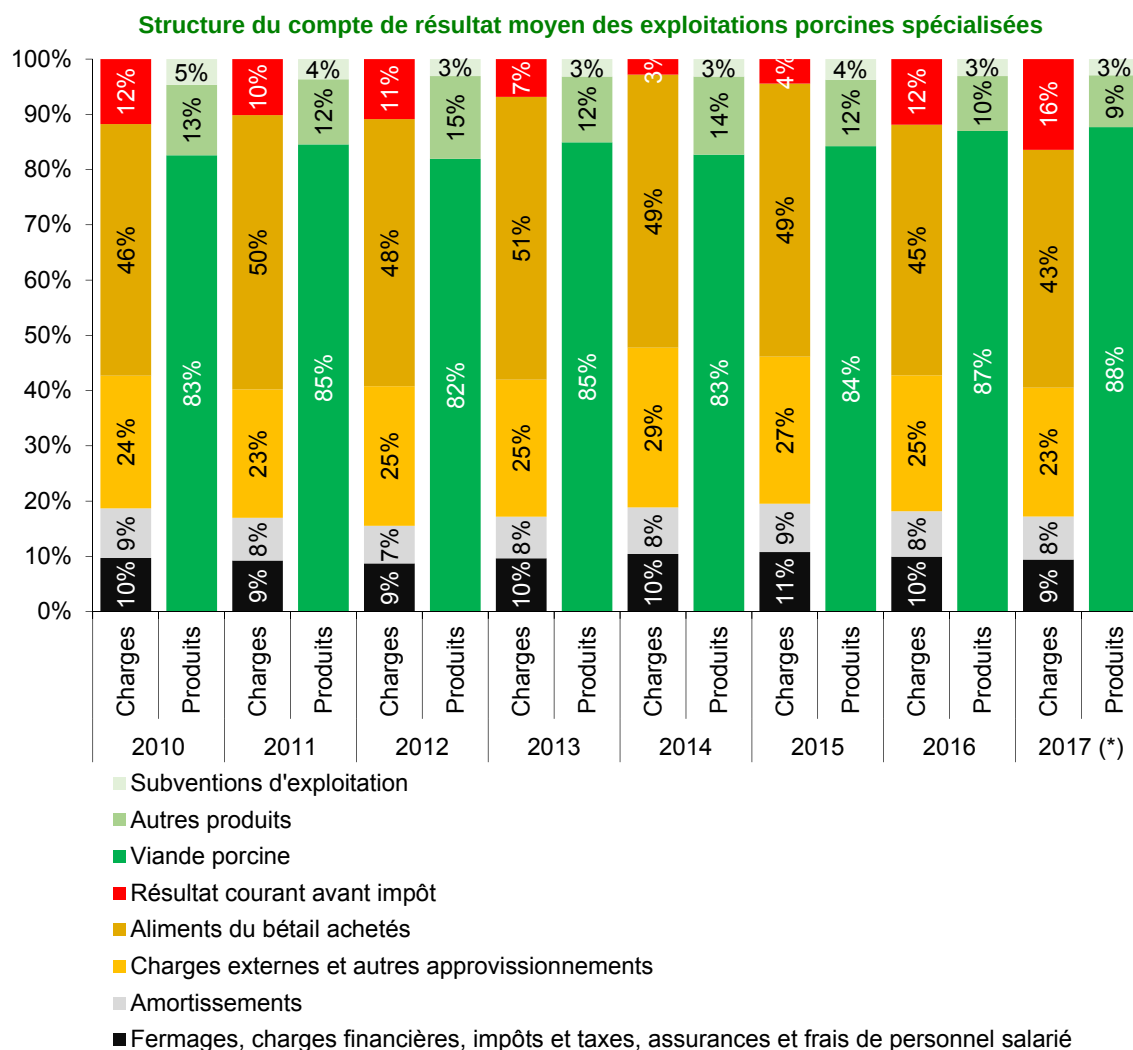
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de porcs, issu du Rica, est constitué de 152 à 197 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 951 à 5 555 exploitations. Dans cet échantillon, la production de porcs constitue plus de 85 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 3 % à 12 %. La part de l'aliment dans les charges est très forte, comprise entre 45 % et 51 %.

Les résultats 2017 sont simulés. L'IPPAP porcins 2016 (Insee) est appliqué au produit 2016 pour calculer le prix des porcs en 2017. L'IPAMPA aliments pour porcins (Insee) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016. En 2016, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 16 % de la totalité des produits, soit 74 871 € pour 629 169 € (Graphique 35). Il est de 52 563 € par unité de travail annuel non salarié. En 2017, le prix des aliments est stable, tandis que le prix de la viande de porc augmente de 6 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt s'améliore (46 % en valeur). Il est de 109 030 € pour 663 838 € et de 76 544 € par travailleur familial en 2017 (Graphique 37).

Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, la valeur de la production de viande porcine serait en hausse, avec des volumes en baisse mais des prix en hausse :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>. Le bilan conjoncturel d'Agreste peut également être consulté : <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

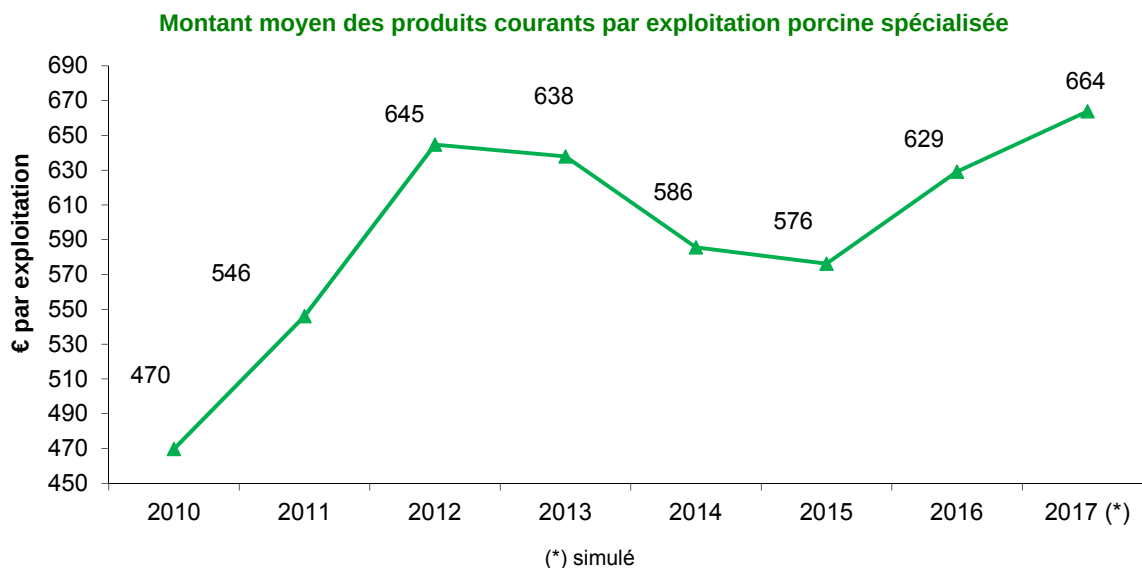
Graphique 35



(*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2017

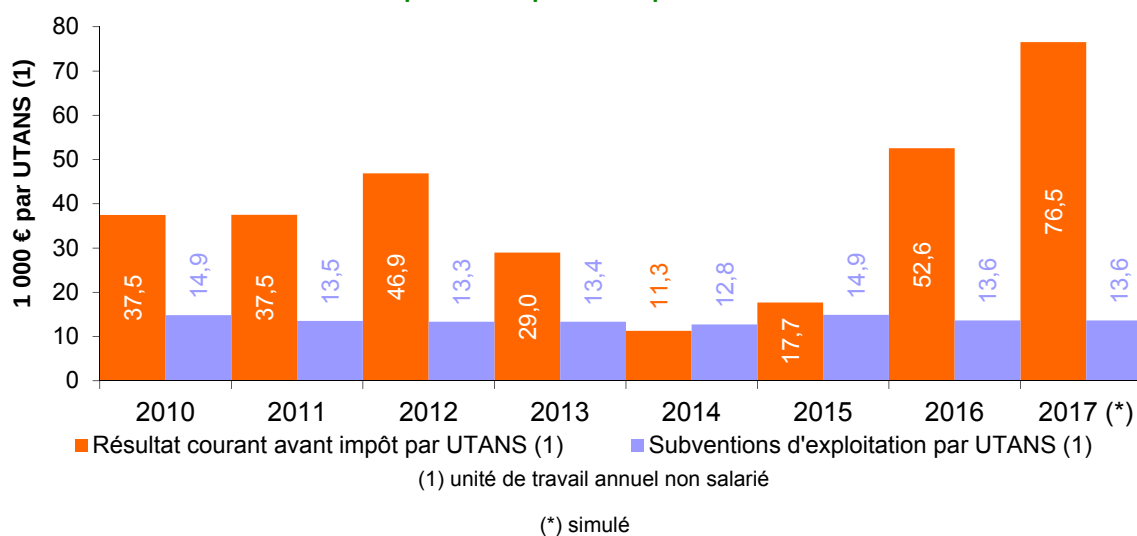
Graphique 36



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2017

Graphique 37

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 2017

4.2. 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 naisseurs-engraisseurs suivis en Gestion Technico-Économique (GTE), représentant 31 % du cheptel de truies des élevages naisseurs-engraisseurs français en 2016,
- les charges de structure d'un échantillon composé du groupe GTE-TB (Tableau de Bord), représentant environ 5 % du cheptel des truies des élevages naisseurs-engraisseurs français, et d'informations complémentaires rendues publiques par les centres comptables et les banques, en particulier en Bretagne.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du RICA, prend en compte :

- une rémunération pour le travail familial simulée à hauteur de 2 SMIC bruts horaires par unité de main d'œuvre (incluant la partie des cotisations sociales de l'exploitant affectée à l'atelier porcin),
- une rémunération simulée des capitaux personnels (au taux d'intérêt du livret A).

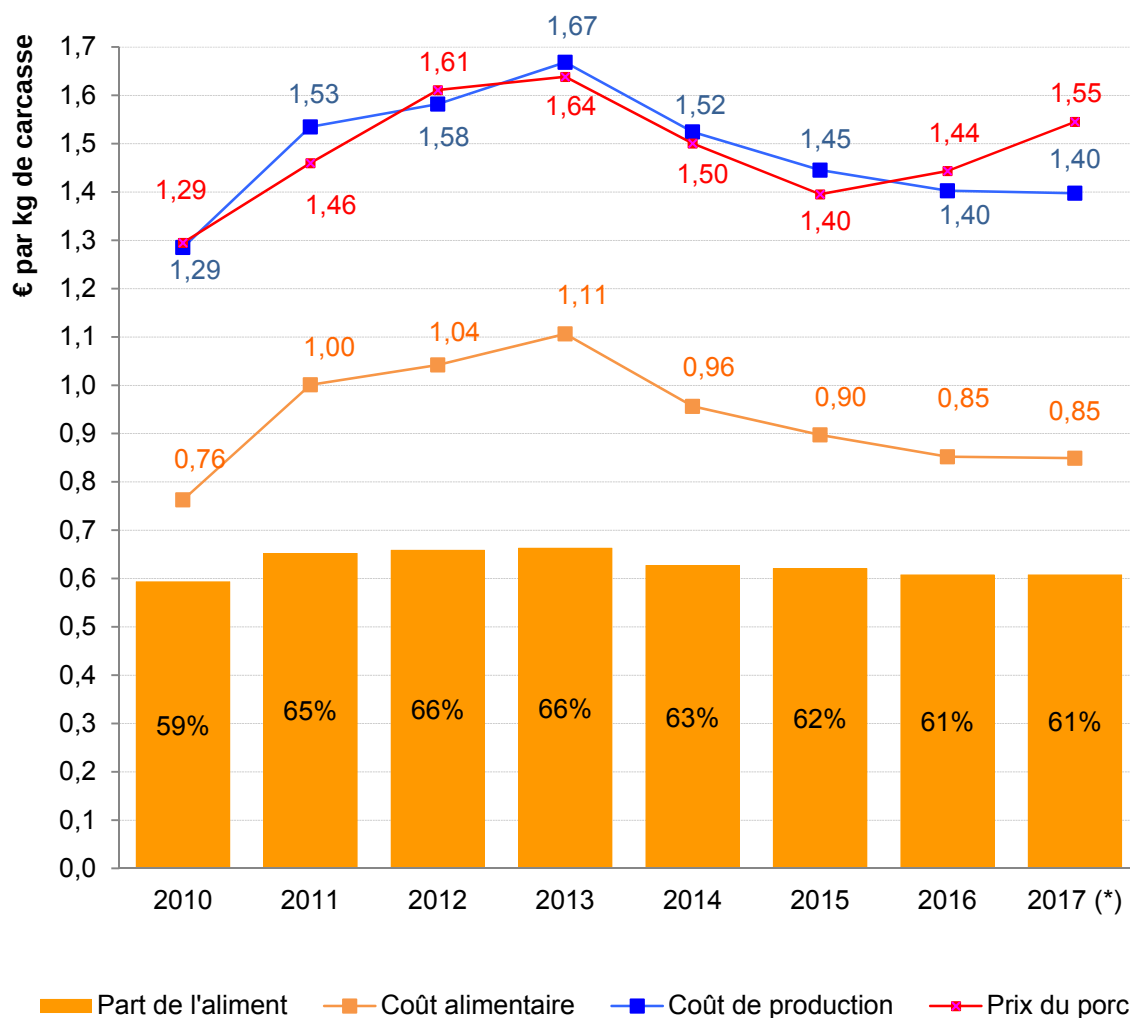
La part de l'alimentation dans le coût de production total varie, sur la période étudiée, de 59 % à 66 %. Cette proportion est supérieure à celle présentée dans l'analyse du RICA (de 45 % à 51 % sur la même période) car seuls les achats d'aliments sont pris en compte dans le RICA alors que le coût alimentaire présenté dans cette approche prend également en compte les intraconsommations de matières premières produites sur l'exploitation. De plus, dans l'analyse faite sur la base du RICA, la part de l'alimentation est rapportée à l'ensemble des produits des exploitations et non au seul produit porcin.

Il est à noter que 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 (les variations des prix des aliments sont donc observées avec un certain décalage).

Le coût de production et le prix du porc à l'élevage varient fortement d'une année à l'autre, ce qui entraîne de fortes variations de rentabilité. En 2017, le produit de la vente de porc, en hausse, est de 1,55 €/kg. Les coûts de production sont stables à 1,40 €/kg permettant ainsi aux exploitations étudiées, un résultat de 14,8 centimes par kg.

Graphique 38

Coût de production moyen du porc en élevage (2010-2017)



(*) prévisions

Source : IFIP d'après GTE, GTE-TB, comptabilités d'exploitations, Ipampa, RNM

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

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

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source.

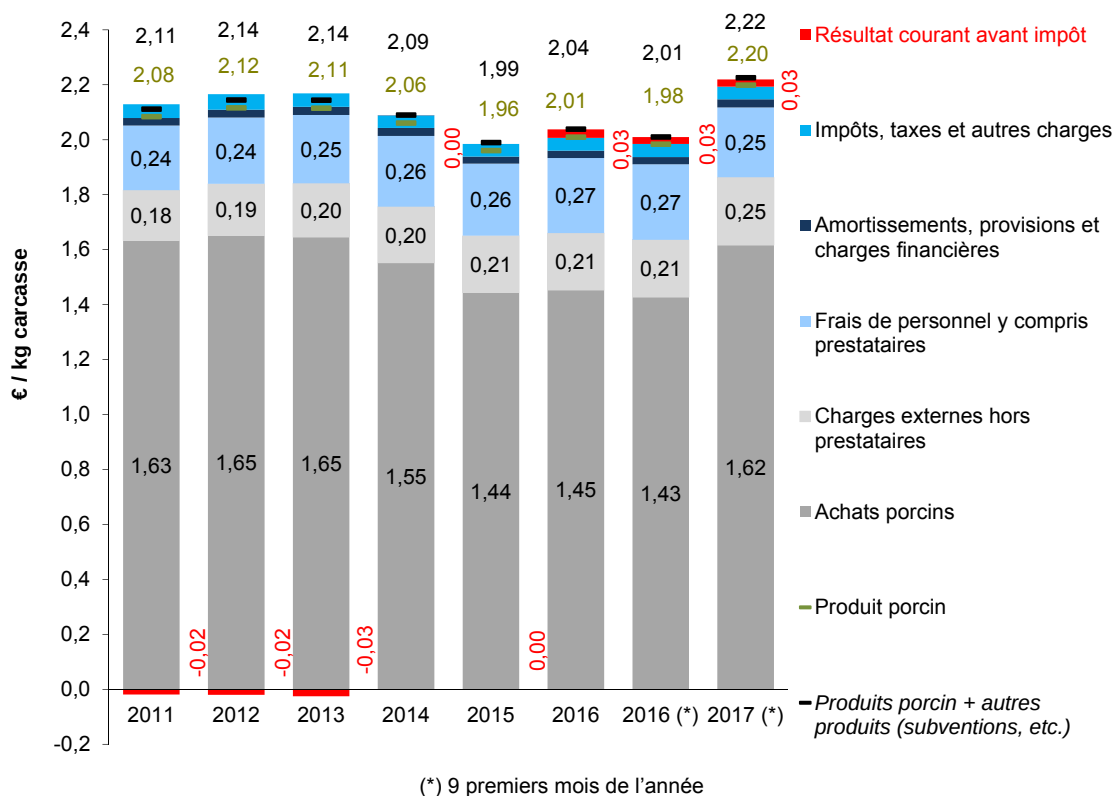
5.2. Coûts par kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe-transformation de viande de porc

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 la conjoncture. L'étude est réalisée auprès de 7 entreprises et groupes d'entreprises ne transformant que des porcins et ayant traité près de 1,3 million de tonnes de viande de porc en 2016, ce qui représente 64% des abattages contrôlés nationaux.

En 2017 (9 premiers mois), le résultat courant, qui s'établit à 3 cts d'€/kg de carcasse, est stable par rapport au résultat sur la même période en 2016 (Graphique 39). Dans un contexte de hausse des cours à la production en 2017, les prix d'achat des entreprises d'abattage-découpe augmentent de 19 centimes par kg de carcasse. Les prix de vente progressent toutefois plus rapidement (+ 22 centimes) notamment grâce à une élaboration plus poussée des produits. Ainsi, la marge brute s'améliore mais ne permet pas l'amélioration du résultat courant avant impôt par kilogramme car les charges (charges externes et des dotations aux amortissements) augmentent, dans un contexte de réduction des tonnages traités. Le résultat courant avant impôt passe de 1,3 % du total des produits en 2016 (9 mois) à 1,2 % du total des produits en 2016 (9 mois).

Graphique 39

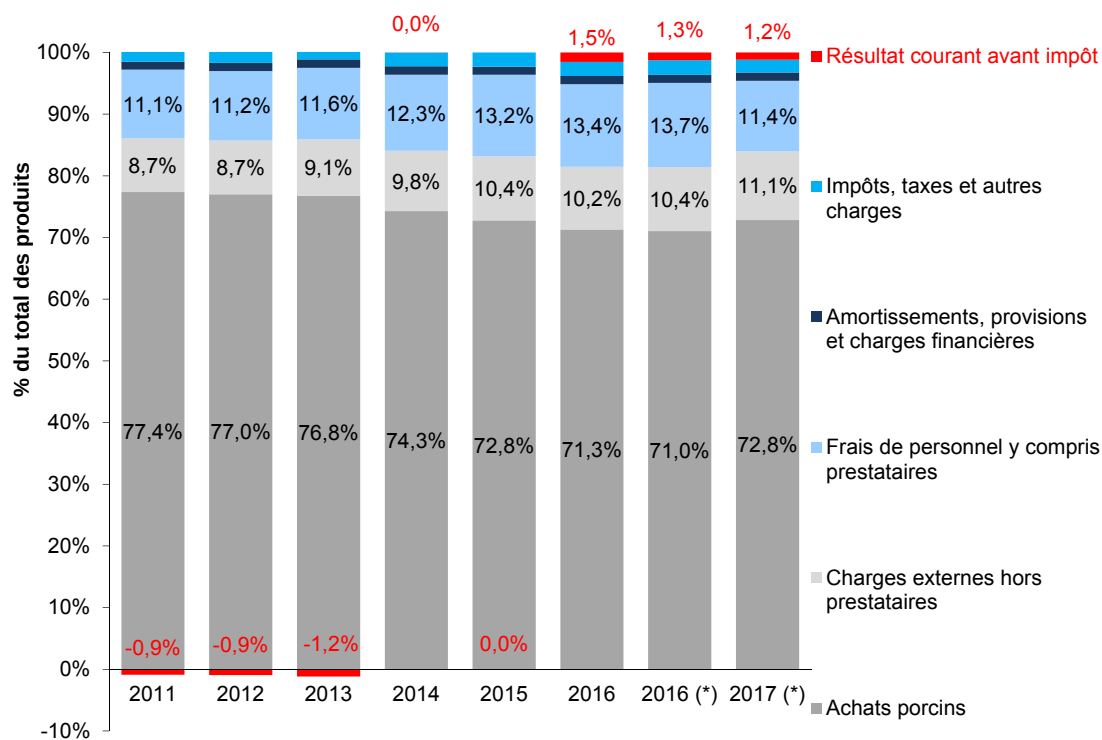
Coûts et résultat courant par €/ kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe de viande porcine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Graphique 40

Coûts et résultat courant en % du produit total dans l'abattage-découpe de viande porcine



(*) 9 premiers mois de l'année

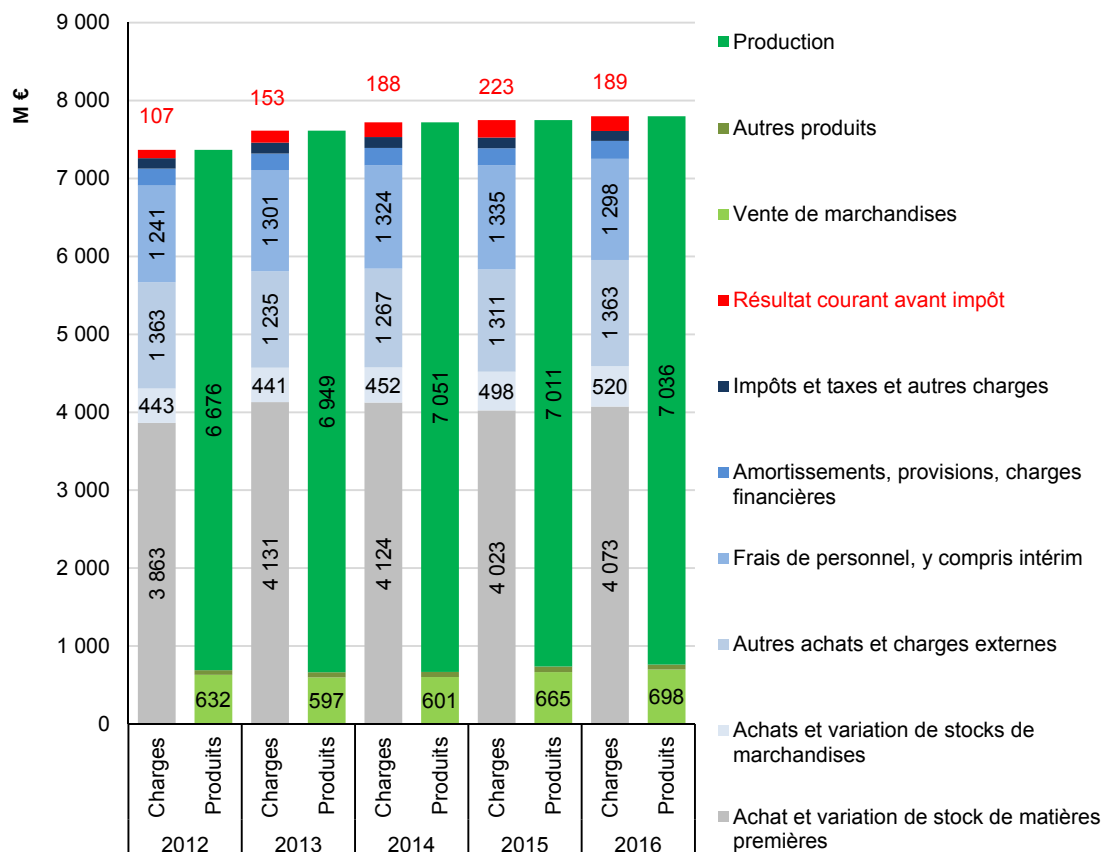
Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

5.3. Compte de résultats et structure des charges des entreprises du secteur de la charcuterie

La hausse des prix du porc en 2016, impactant le prix des pièces à la sortie de l'abattage découpe, a entraîné la hausse des prix d'achat des entreprises du secteur de la 2^{ème} transformation²². Le Graphique 41 portant sur 256 entreprises suivies par la Banque de France pour la Fédération des industriels charcutiers – traiteurs (Fict) montre que le montant des achats de matière première par ce secteur a augmenté de 49,3 M€ en 2016 (+ 1,2 % par rapport à 2015). L'ensemble des produits a également augmenté au cours de cette période (49,2 M€ ; + 0,6 % par rapport à 2015) mais les charges en hausse (34,2 M€ ; + 1 % par rapport à 2015) ont dégradé le résultat des entreprises qui passe de 223 M€ en 2015 à 189 M€ en 2016, soit de 2,9 % du total des produits à 2,4%.

Graphique 41

Compte de résultat des entreprises de charcuterie - salaison (hors artisanat commercial)

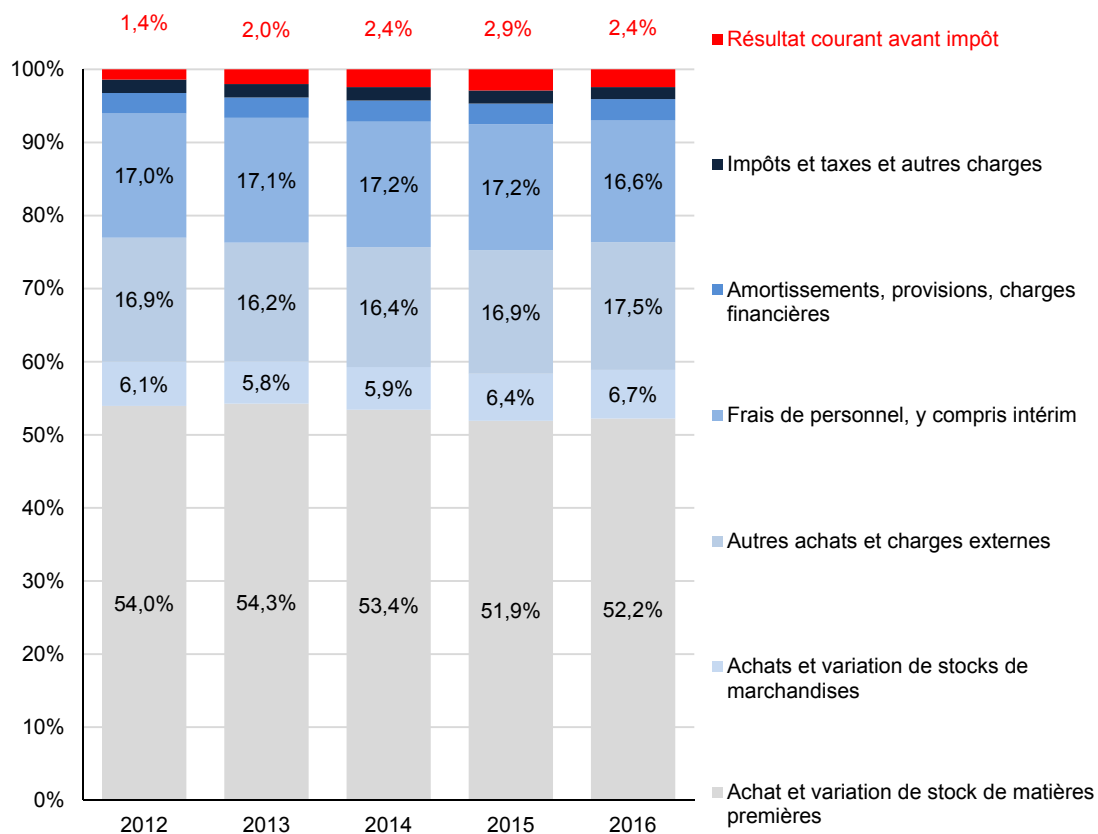


Source : Banque de France, pour Fict

²² On notera que ces désignations 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 désigne aussi la charcuterie, la 1^{ère} transformation étant alors l'ensemble de l'abattage-découpe et production de pièces de viande de porc frais.

Graphique 42

Structure des charges du compte de résultat des entreprises de charcuterie – salaison (hors artisanat commercial)



Source : Banque de France, pour Fict

6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE ET CHARCUTERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

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

Les rayons boucherie et charcuterie ont un poids comparable dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés : 15 % pour la boucherie, 16 % pour la charcuterie en 2016. Le rayon charcuterie se distingue ensuite par une contribution plus importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (18 % contre 12 %) et surtout par sa marge nette, positive qui contribue à 46 % de la marge nette positive des enseignes, alors que celle du rayon boucherie est négative.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCN) 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 de longues, en porc frais. Il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés. En charcuterie, où ce taux est de 12 % ; les personnels dédiés interviennent pour la vente assistée et à la coupe ou pour la préparation des portions préemballées.

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

6.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,9%. Ce taux est inférieur de près de 5 points à la moyenne des rayons étudiés, en partie, probablement, du fait des pertes et freintes dues à la préparation des produits. Sur cette marge brute s'imputent des frais de personnel dédiés importants rapportés au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 12,0 € pour 100 € de CA (9,4 € en moyenne tous rayons étudiés). Ce personnel est nécessité par les activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longues, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (ovins, parfois bovins, rarement porcins), élaboration d'UVCN.

La marge semi-nette est ainsi de 13,0 € en moyenne en 2016, inférieure aux autres rayons (20,3 € en moyenne). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative : -3,4 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de -2,2 € après.

6.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

À la différence du rayon boucherie, le rayon charcuterie présente un taux de marge brute élevé : 33,8% du CA, soit près de 4 points de plus que la moyenne des rayons étudiés, et l'activité de préparation des produits est moins importante (pas de désossage, ni de découpe de grosses pièces). Celle-ci concerne le rayon charcuterie à la coupe, qui représente 20% des volumes vendus, contre 80% pour le libre-service (respectivement 13% et 77% en valeur) selon les données du panel Kantar ; une partie du libre-service pouvant être approvisionné en portions-consommateur élaborées par le rayon à la coupe. Il en résulte que les frais de personnel dédié à ce rayon, rapportés à son chiffre d'affaires, bien que plus faibles qu'en boucherie, représentent néanmoins en moyenne 7,3 € pour 100 € de CA en 2016.

La marge semi-nette est ainsi de 26,5 € en moyenne pour 100 € de CA, supérieure aux autres charges (18,0€). La répartition des charges communes laisse donc une marge nette de 8,5 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires (avant réaffectation de l'IS). Ce résultat, positif dans toutes les enseignes étudiées, présente une dispersion entre enseignes légèrement plus faible ici que dans les autres rayons, hormis dans le rayon fruits et légumes.

Le rayon charcuterie vient au 2^{ème} rang des rayons étudiés classés dans l'ordre décroissant du taux de marge nette, après le rayon volailles.

Tableau 7

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie**

	<i>Boucherie</i>		<i>Charcuterie</i>	
	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		66,2	
Marge brute	24,9	Peu dispersées	33,8	Très peu dispersées
Frais de personnel du rayon	12,0	Sensiblement dispersées	7,3	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	13,0		26,5	
Autres charges	16,4		18,0	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-3,4		8,5	
Impôt sur les sociétés	-1,2		3,1	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,2	Très fortement dispersées, +/- 1,9 €	5,4	Sensiblement dispersées, +/- 1,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

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

6.3.1. Détail des charges en rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 14,2 € de charges directes contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 12,0 € de frais de personnel dédié (contre 9,4 € en moyenne tous rayons) et 2,3 € d'autres coûts directs. Ils recouvrent des approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon « froid »), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération, découpe). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties (hors répartition de l'impôt sur les sociétés), d'un poids dans le CA (14,1%) plus faible qu'en moyenne tous rayons (16,6%).

Au total, le rayon supporte 28,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids légèrement supérieur à la moyenne tous rayons (28,0 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

6.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement 9,0 € de charges directes contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon charcuterie comprennent 7,3 € de frais de personnel dédié (contre 9,4 € en moyenne tous rayons étudiés) et 1,7 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont moins élevés que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, d'un poids dans le CA (16,3%) proche de la moyenne tous rayons (16,6%).

Au total, le rayon supporte 25,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,0 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, et s'impute sur une marge brute nettement plus élevée.

Tableau 8

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>	<i>Charcuterie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	12,0	7,3
	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	0,8	0,7
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	14,2	9,0
Charges communes réparties	Immobilier	1,9	1,8
	Personnel hors rayon	5,9	6,2
	Frais financiers	0,1	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	5,3	7,2
	Impôts et taxes hors IS	0,8	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,2	3,1
	Sous-total : charges communes réparties	12,9	19,4
	Total des charges imputées au rayon	27,1	28,4

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

(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 destinées 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

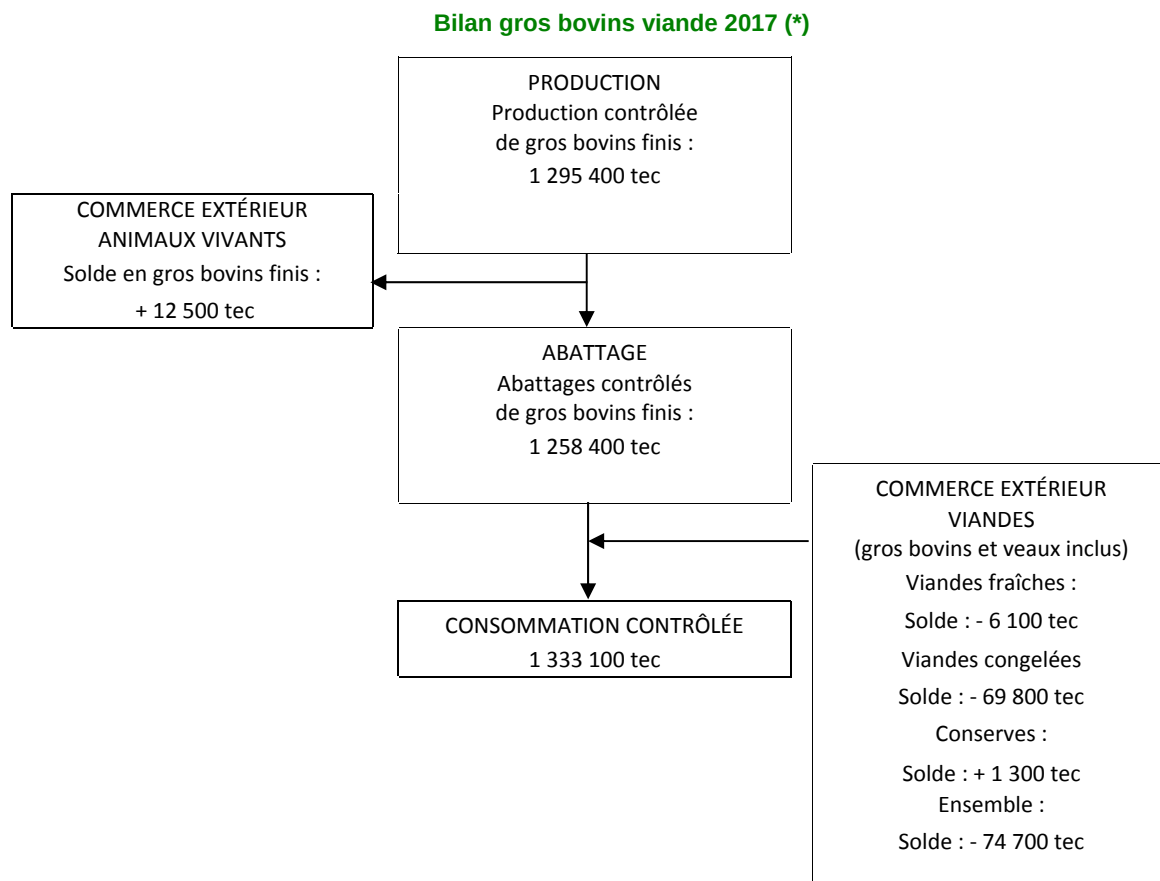
1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION ET ÉLÉMENTS DE CONJONCTURE EN FILIÈRE VIANDE BOVINE

1.1. Traits généraux et bilan des flux dans la filière de la viande bovine de gros bovins

Les « gros bovins », par opposition aux veaux de boucherie âgés au plus de 8 mois, comprennent principalement les « jeunes bovins » : mâles de 12 à 24 mois ; les génisses : femelles de plus de 12 mois n'ayant pas encore fait de veau, les vaches (femelles ayant fait un veau) et les bœufs (mâles castrés).

En 2017, selon l'enquête de mai (SSP, d'après BDN), le cheptel français est composé de 19 864 milliers de bovins dont 7 811 milliers de vaches qui se répartissent entre vaches laitières (45,5%) et allaitantes, ou de race « à viande » (54,5%). 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 du cheptel national de bovins (origine laitière et allaitante), en têtes, comprend les vaches (7 811 milliers), les jeunes bovins de moins d'un an (4 955), les bovins de 1 à 2 ans (3 523) et ceux de plus de 2 ans (2 566). Cette production n'est pas répartie de façon homogène sur l'ensemble du territoire et environ 40 % des volumes totaux est réalisé dans le grand Ouest.

Schéma 4



(*) estimations, tec : tonne d'équivalent carcasse

Sources : FranceAgriMer d'après SSP

Cf. [Données et bilans – Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles. Février 2018 \(FranceAgriMer\)](#)

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* » (broutards), majoritairement mâles et de race allaitante, destinés à l'engraissement en France pour une moitié et, après exportation, pour l'autre moitié en Italie (76 % en têtes du total en bovins vivant de plus de 80 kg exportés en 2017) et en Espagne. De ce fait, la France est un exportateur net de bovins et le principal fournisseur du marché européen en broutards. 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 organisations de production non commerciales et des négociants, certains de ces opérateurs ou les éleveurs eux-mêmes pouvant traiter sur des marchés aux bestiaux (marchés physiques organisés, de gré à gré ou au cadran). Le maillon abattage-découpe constitue l'étape industrielle du circuit.

Dans les entreprises de l'industrie d'abattage-découpe, la transformation, depuis l'abattage, comprend plusieurs étapes qui aboutissent à des produits qui présentent divers degrés de finition à leur sortie usine. 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 (grossistes, 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-consommateurs de morceaux de viande fraîche (« *unité de vente consommateur magasin* » ou UVMC), soit transformés par l'industriel (salles de découpe attenantes ou à proximité des abattoirs) en portions-consommateurs de morceaux de viande fraîche conditionnées ou « *barquettes* » (« *unité de vente consommateur industrielle* » ou UVCI), produits dits de « 3^{ème} transformation ». Une partie des produits issus des 1^{ère} et 2^{ème} transformations 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 UVMC (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 maxi discompte se fournit plutôt en UVCI.

Tableau 9

Types d'approvisionnements en viande de bœuf du rayon boucherie des GMS

Importé	2,4%	Catégoriel importé	2,4%
Catégoriel	16,8%	Catégoriel : JB type viande ou lait	2,9%
		Catégoriel : Femelles ou bœufs type viande	1,2%
		Catégoriel : Femelles type lait	12,8%
Carcasses quartiers, compensé	36,0%	Carcasses quartiers, compensé: JB type viande ou lait	4,3%
		Carcasses quartiers, compensé : Femelles ou bœufs type viande	26,3%
		Carcasses quartiers, compensé : Femelles type lait	5,4%
UVCI hors hachés	4,8%	UVCI hors hachés (Type d'animal non précisé)	4,8%
Haché frais	40,0%	Haché frais (Type d'animal non précisé)	21,0%
Haché surgelé		Haché surgelé (Type d'animal non précisé)	19,0%
	100,0%		100,0%

Source : OFPM d'après Idele « [Où va le bœuf ?](#) »

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.

1.2. Traits généraux et bilan des flux dans la filière de la viande de veau

Cf. « La filière veau de boucherie, un potentiel à maintenir ». Idele, 2012.

En 2017, les abattages de veaux se sont élevés à 177 000 tec pour 1,2 millions de têtes, soit une baisse par rapport à 2009 de -14% en têtes et -8% en tonnes. Selon Interbev, la consommation de viande de veau représente 3,5 kg équivalent carcasse par habitant (contre 25 kg pour l'ensemble de la viande bovine). Faute de statistiques distinguant les échanges en viande de veau de ceux en viande de gros bovins, et de données plus précises et récentes sur la consommation, il est difficile d'établir un bilan des flux.

On estime à 95% la proportion de veaux de boucherie produits dans le cadre de « l'intégration », forme contractuelle associant un éleveur apporteur de son travail et de ses bâtiments et une société fournissant les veaux à engraisser et l'alimentation. Cette société, « l'intégrateur », reprend les veaux finis à l'éleveur, et le rémunère selon des modalités prévues au contrat. Cette rémunération, dite « prestation », comprend en général une part fixe et une part variable indexée sur les performances technico-économiques. L'intégrateur peut avoir lui-même une activité d'abattage-découpe produisant donc de la viande de veau, ou être un négociant, fournisseur de l'abattage-découpe.

La filière de veau de boucherie voit depuis plusieurs années baisser ses effectifs de producteurs et ses volumes de production, elle subit l'érosion de la demande pour une viande relativement chère, ceci malgré certains atouts de cette production : atelier complémentaire permettant de diversifier les sources de revenus de l'exploitation, relative sécurisation des résultats permise par le contrat d'intégration.

Malgré une diminution des abattages, les cours des veaux de boucherie sont restés en 2017 au-dessous des niveaux déjà bas de 2016. En moyenne sur l'année, ils ont été inférieurs de 3,2 % à ceux de 2016 et de 4,5 % à la moyenne 2012-2016 (« [Bilan conjoncturel 2017](#) », Agreste).

1.3. Éléments de conjoncture de la filière viande bovine en 2017

L'indicateur national des prix moyens pondérés des gros bovins entrée abattoir (FranceAgriMer) montre un redressement des cours en 2017, supérieurs en moyenne de 3,2% à ceux de 2016, lesquels étaient très déprimés.

Cette amélioration des prix à la production est due au recul des abattages de vaches laitières ; ceux-ci avaient été importants en 2016 dans le contexte de crise du secteur laitier. Toutefois, l'afflux de vaches allaitantes dans les abattoirs à partir du second semestre 2017 a freiné la hausse des cours.

Des abattages en baisses ne se sont pas traduits par une amélioration des cours des veaux de boucherie, restés inférieurs en 2017 à leurs niveaux de 2016 (-3,2%).

(Cf. Agreste, [Bilan conjoncturel 2017](#)).

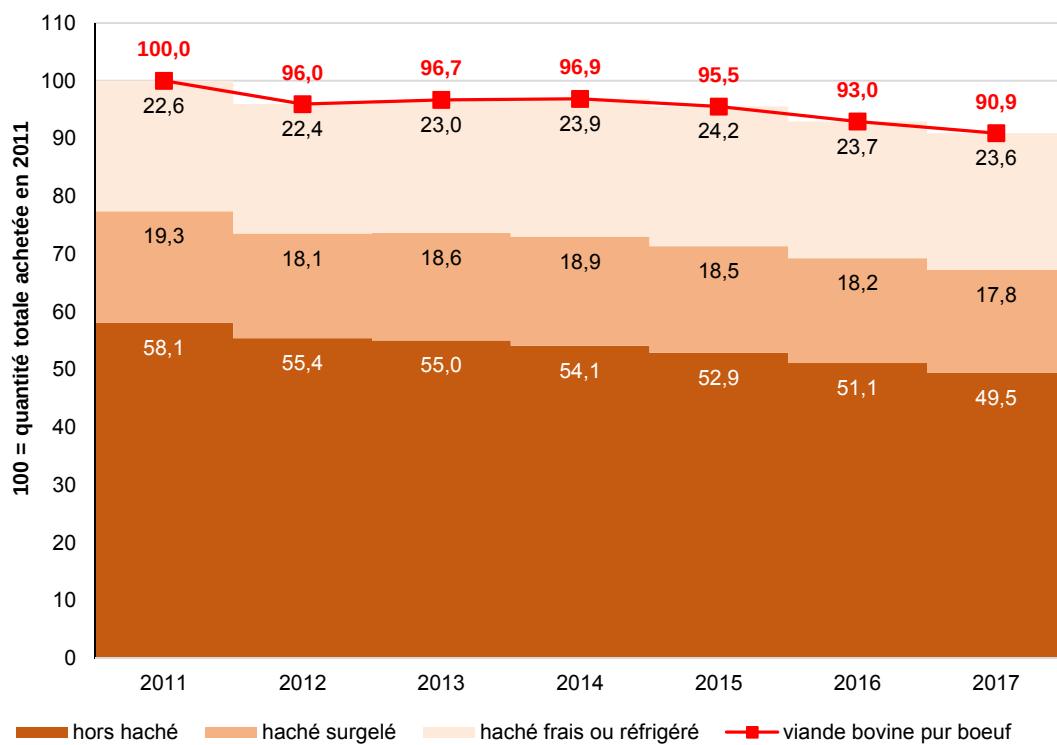
Selon le panel Kantar, la quantité de viande de bœuf achetée en GMS a diminué de 9,1% entre 2011 et 2017 (Graphique 43). La baisse observée en 2017 est de -2,3%. Cette diminution des achats de viande de bœuf en GMS recouvre une diminution encore plus marquée hors viandes hachées, les achats de haché frais ou réfrigéré étant par contre en progression, malgré une inflexion et un tassement en 2016 () ; les achats de viande hachée surgelée en GMS, non représentés sur le Graphique 44, suivent la tendance de l'ensemble de la viande de bœuf.

La diminution est moins marquée pour l'ensemble de la consommation de viande bovine, telle qu'appréhendée par les statistiques de la consommation indigène brute²³ (Graphique 45).

²³ **Consommation indigène brute (CIB)** : la consommation indigène brute de viande dans le pays est obtenue par calcul à partir des abattages, augmentés des importations et diminués des exportations totales de viandes (y c. produits à base de viandes, charcuteries, graisses). Pour certaines espèces (bovins essentiellement), on tient compte en plus des variations des stocks d'intervention. La CIB s'exprime en tonnes-équivalent-carcasse uniquement. Elle diffère de la CIC (consommation indigène contrôlée) par un redressement appliqué aux abattages contrôlés pour tenir compte de l'ensemble des animaux abattus y compris hors abattoirs (abattages à la ferme pour autoconsommation, ventes directes...). C'est une consommation apparente mesurée par bilan.

Graphique 43

Évolution des quantités de viande bovine pur bœuf achetée en GMS (*) par rapport à la quantité totale toutes catégories depuis 2011

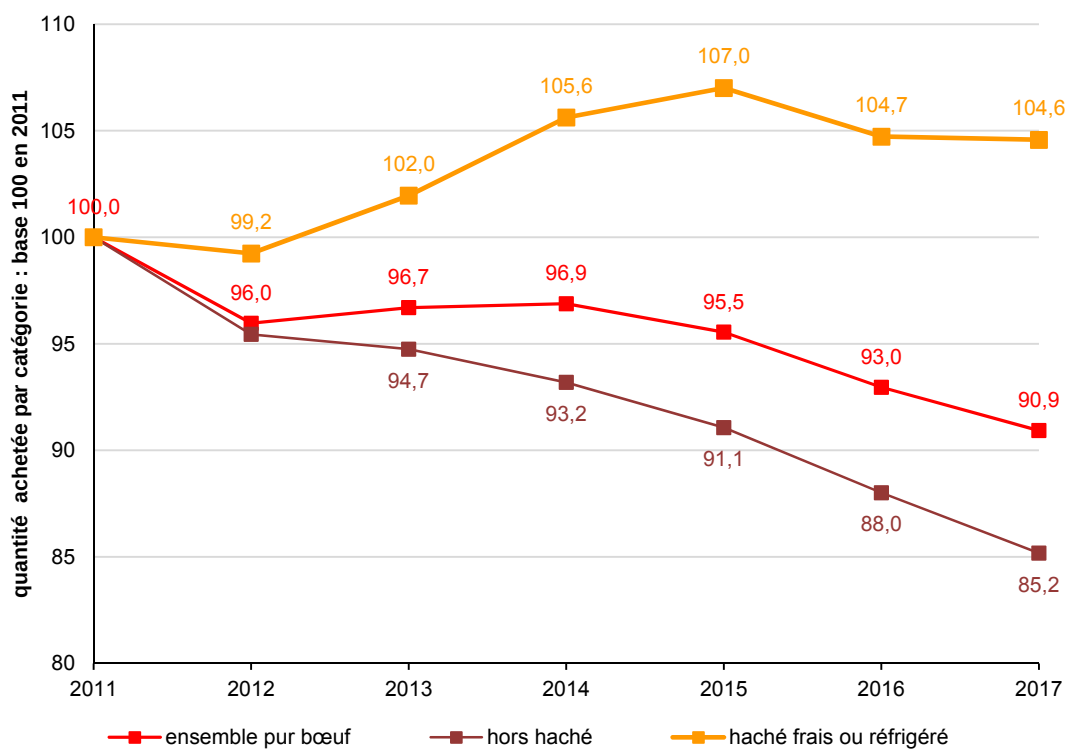


(*) hypermarchés et supermarchés, hors hard discount, hors supérettes

Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 44

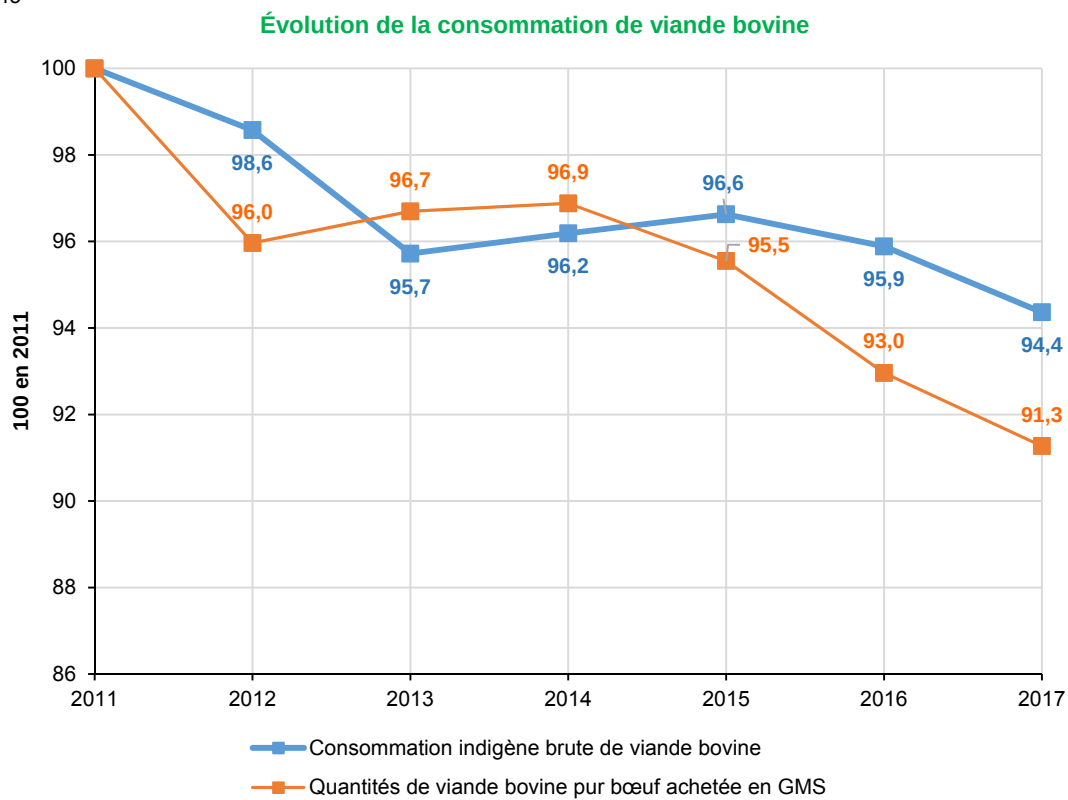
Évolution des quantités de viande bovine pur bœuf achetée en GMS (*) par catégorie depuis 2011



(*) hypermarchés et supermarchés, hors hard discount, hors supérettes

Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 45



Sources : OFPM d'après SSP - [Agreste](#) , Kantar Worldpanel

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

La viande bovine recouvre en boucherie le « bœuf » (viande de vache, de génisse, de jeunes bovins et, marginalement, désormais, de bœuf) et le veau. Outre le suivi global de la viande de « bœuf », cette année sensiblement remanié, le présent rapport actualise pour la 2^{ème} année le focus sur la viande hachée de bœuf et aborde pour la première fois, de façon encore assez sommaire, la décomposition des prix au détail de la viande de veau.

2.1. Données et méthodes pour le « bœuf » : le panier d'achats saisonniers de morceaux de viande de « bœuf » en GMS

Des corrections ont dû être apportées aux séries antérieures, qui ne sont donc plus comparables aux résultats actuels.

Le suivi des prix et marges brutes porte sur un agrégat de produit : le panier d'achats saisonniers de morceaux de viande de « bœuf » en GMS, dont on calcule, par kg vendu au détail en GMS, les valeurs à différents stades (cf. Encadré 4) :

- entrée abattoir,
- 2^{ème} transformation (désassemblage de la carcasse en pièces) et sortie abattage-découpe de produits livrés en GMS (pièces à découper et articles prêts à la mise en libre-service) ;
- vente au détail en GMS,

Ces calculs se font sur la base de références de prix moyens aux stades considérés :

- cotations entrée abattoir,
- prix moyens des produits de boucherie livrés par les industriels aux GMS, issus d'une enquête ad hoc,
- prix moyen d'achat en GMS, issus du panel Kantar.

et mobilisent également des références de rendement de découpe et de proportions des pièces dans la carcasse.

Les morceaux du panier au détail sont ceux de viande fraîche de « bœuf », non transformés, vendus au détail dans le rayon boucherie des GMS, y compris la viande hachée réfrigérée, auxquels ont été adjoints les achats de viande hachée surgelée, produit qui constitue un élément de l'équilibre-matière de valorisation industrielle d'une carcasse et qui, bien que hors rayon boucherie, devait être intégré au suivi des prix tout au long de la filière.

La composition de ce panier au détail est assez fortement saisonnée, on tient compte de cette saisonnalité en appliquant aux différents morceaux une pondération déterminée 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 lors de la dernière année couverte par le présent rapport, soit 2017. Ce parti-pris permet de rendre compte de la saisonnalité des proportions des achats des différents morceaux, tout en faisant abstraction de leurs tendances et de leurs variations conjoncturelles : ceci permet une comparabilité interannuelle des prix pour un panier de composition constante, calée sur la période récente. 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.

Dans le modèle de valorisation de la carcasse défini avec les industriels pour l'observatoire, les articles fournis par l'industrie d'abattage-découpe à la GMS sont des produits déjà élaborés pour le libre-service (UVC1 de viande hachée ou de morceaux spécifiques) ou des pièces de muscles prêtes à découper (PAD) qui seront découpées, conditionnées en « barquettes » par les ateliers de boucherie des points de vente, et mises en rayon ou proposées à la coupe en vente assistée traditionnelle. Ces produits ont été pondérés pour que le panier corresponde à celui défini au détail : on obtient ainsi un prix moyen « sortie usine / entrée en GMS » d'un mix-produit homogène (comparable) avec les achats dont on suit le prix moyen au détail.

On considère que la valeur du kg de matière première entrée abattoir de chacune des pièces de 2^{ème} transformation issue du désassemblage de la carcasse dépend du prix de cette pièce, la somme de ces valeurs unitaires de matière première des pièces au stade entrée abattoir, pondérées par leurs poids dans la carcasse, devant être égale au prix du kg de carcasse entrée abattoir.

Sur ces bases (Mainsant, 2002), on procède donc à un calcul du coût entrée abattoir, au stade carcasse, du panier d'achats en GMS.

Encadré 4

Précision sur la définition du produit de viande bœuf suivi par l'observatoire au travers d'indicateurs de coût entrée abattoir et de marge brutes de l'abattage-découpe et de la distribution en GMS**Le produit final vendu en GMS défini et suivi par l'observatoire**

Panier de morceaux de viande de boucherie de « bœuf », en dont hachés frais réfrigéré, et viande hachée surgelée pur bœuf, dans les proportions quantitatives saisonnières des achats des consommateurs en hyper et supermarchés (source : Kantar Worldpanel). En moyenne annuelle 2017, et en regroupant les morceaux par catégories, ces proportions sont les suivantes :

À rôti, à griller ou à poêler	À braiser ou à bouillir	Haché surgelé	Haché réfrigéré	Total
38,4%	15,7%	19,7%	26,1%	100,0%

Le produit initial entrée abattoir

Carcasses de vaches de type laitier (classe O et P) et de type viande (classe R), dans des proportions qui doivent correspondre à celles des types raciaux des vaches utilisées pour l'approvisionnement des GMS, estimées par l'Idèle dans l'étude « Où va le bœuf ? » (2015), par catégories de morceaux :

Tableau 10

Répartition des volumes de viande « pur bœuf » en GMS par type racial de vache et selon la catégorie de viande

	Vache type laitier	Vache type viande	Vaches tous types
Viande pur bœuf brute	41%	59%	100%
Viandes pur bœuf hachées (VHS et VHR)	70%	30%	100%

Les proportions de la viande brute et hachée au détail en GMS sont les suivantes, en moyenne annuelle 2017 (source : Kantar Worldpanel) :

Tableau 11

Répartition des volumes de viande « pur bœuf » en GMS par catégorie de viande

	Part dans les quantités de viande pur bœuf en GMS
Viande brute	54,2%
Viande hachés (VHS et VHR)	45,8%
Ensemble pur bœuf	100,0%

D'où les proportions par type racial à appliquer pour définir le produit initial entré abattoir (produit des données du Tableau 10 par celles du Tableau 11) :

Tableau 12

Répartition estimée des volumes de viande « pur bœuf » en GMS issus de vache, par type racial et par catégorie de viande

	Vache type laitier	Vache type viande	Vaches tous types
Viande pur bœuf brute	22,2%	32,0%	54,2%
Viandes pur bœuf hachées (VHS et VHR)	32,1%	13,7%	45,8%
Total viande pur bœuf	54,3%	45,7%	100%

Pour ce faire, on dispose du prix du kg de carcasse entrée abattoir (cotations), de ceux des pièces issues de son désassemblage, ou de sa 2^{ème} transformation pour les GMS, (enquête de l'observatoire auprès des industriels) et de leurs proportions dans la carcasse (idem), donc du prix moyen du kg de carcasse désassemblée.

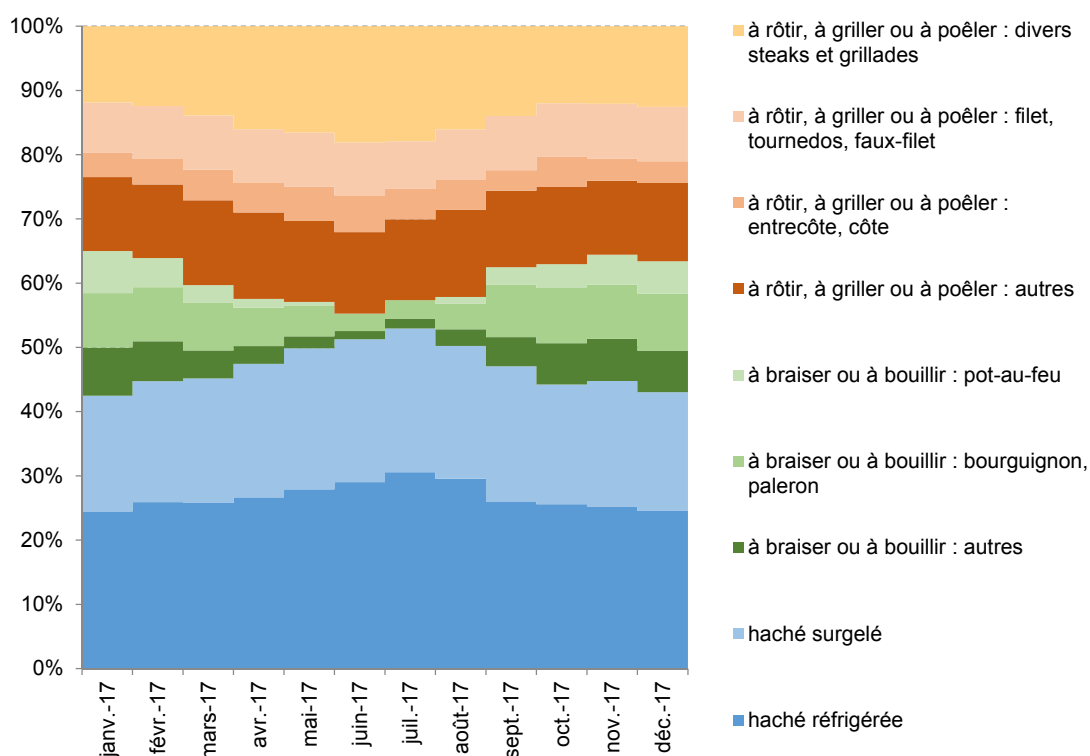
Sous l'hypothèse de l'égalité des taux de marge pour chaque pièce de découpe et pour leur ensemble, on en tire la valeur entrée abattoir de chaque pièce. On tient compte en outre dans ces calculs des rendements, freintes et coproduits.

Les carcasses prises en compte dans ce modèle sont des carcasses de vaches d'état d'engraissement R3 (assimilées à des carcasses de type racial viande, ou allaitant), O3 et P3 (assimilées à des carcasses de type racial laitier). Une valorisation industrielle-type en 2^{ème} et 3^{ème} transformation, à destination des GMS, a été définie pour chaque type de carcasse. Les valeurs moyennes entrée abattoir et sortie industrie, par kg de viande vendu au détail, sont calculées en pondérant les données de chaque type racial de façon à obtenir, une fois pris en compte les rendements de découpe et les proportions des différents morceaux dans la carcasse, une répartition de l'offre en GMS par type racial de vache et catégorie de morceaux conforme à celle présenté dans l'Encadré 4.

Le graphique ci-après représente la structure (en poids des achats de viande) du panier saisonnier, mois par mois.

Graphique 46

Structure du panier d'achats saisonnier de viande de de bœuf



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Culture Viande et Fedev

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 diminuant forfaitairement de 0,10 € le coût entrée abattoir par kg de carcasse.

Faute de données précises, il n'est pas tenu compte, dans les calculs des indicateurs 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 (freinte à la découpe des pièces de PAD en UVCI et au hachage) et en GMS (freinte à la découpe des pièces de PAD en UVCM).

Ne sont donc pas pris en compte, par exemple, dans l'indicateur de marge brute en GMS, la « démarque inconnue » et les éliminations de produit pour cause de dépassement de date limite de consommation. Cet indicateur en est donc majoré, par rapport à une approche strictement comptable.

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 théoriquement 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 proche de celle 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 viande vendue au détail** (ou d'équivalent viande au détail). Compte tenu du rendement moyen de la carcasse en viande (environ 70%), les valeurs ramenées au kg équivalent carcasse seraient inférieures d'environ 30%.

2.2. Données et méthodes pour la viande hachée de bœuf en GMS

Le poids important et croissant de la viande hachée dans la consommation de viande bovine a suscité, au cours de l'année 2015, des interrogations exprimées par les éleveurs spécialisés dans la production de bovins-viande confrontés à un nouveau repli des cours. Ces interrogations ont trait à l'impact éventuellement négatif sur les cours à la production (notamment sur ceux des animaux de bonne conformation bouchère issus du troupeau allaitant) de la croissance du débouché offert par la demande en hausse de steak haché. Cette demande s'exercerait aux dépens de morceaux plus valorisés. Les interrogations portaient en outre sur la répartition de la valeur ajoutée entre éleveurs, industriels et GMS dans ce contexte de développement de la demande de viande hachée et de segmentation croissante du produit (en termes de taux de matière grasse, de grain de hachage, d'origine raciale...). Les organisations agricoles avaient ainsi demandé au ministre de l'agriculture d'alors la mise en place et le suivi « *d'indicateurs* » susceptibles d'apporter des éclairages sur ces questions.

2.2.1. Le poids de la viande hachée dans la consommation de viande bovine

Les volumes d'achats de viande bovine hachée présentent une dynamique plus soutenue que celle de l'ensemble des autres morceaux de viande bovine. La part du haché dans les achats de viande bovine en GMS (hypermarchés et supermarchés) est ainsi passée de 38% à 45% entre 2008 et 2017, tandis que les quantités d'achats de viande bovine sous d'autres présentations dans le rayon boucherie déclinaient, à des rythmes variables (d'après Kantar Worldpanel). Cette dynamique particulière des viandes hachées en a fait un débouché à part entière, au-delà de leur fonction, toujours essentielle, de gestion de l'équilibre-matière²⁴ pour les abatteurs-découpeurs (« [Où va le bœuf ?](#) », Institut de l'élevage, 2015).

L'étude de la saisonnalité du poids des achats de viande hachée réfrigérée (VHR) et surgelée (VHS) a montré (cf. rapport 2016 de l'observatoire) que le coefficient saisonnier maximum intervient en septembre pour les deux types de viande hachée (réfrigérée et surgelée), tandis qu'il est plus tardif pour les autres morceaux. En outre, l'ampleur de l'effet saisonnier est moindre pour les viandes hachées que pour l'ensemble des autres morceaux. Les viandes hachées se caractérisent ainsi par une consommation relativement moins dépendante de la saison que les autres viandes bovines, ce qui participe à leur fonction d'équilibre-matière pour la valorisation de la carcasse.

2.2.2. Viande hachée réfrigérée ou viande hachée surgelée : deux produits très différents

VHR et VHS sont deux produits très différents, à plusieurs points de vue. Ainsi, en GMS, la VHR est vendue au rayon boucherie tandis que la VHS relève de celui des produits surgelés, davantage caractérisés, en termes de gestion de rayon et de logique ou de déterminants d'achat, par leur caractère de « *produits-services* » que par leur appartenance à une filière. À chacun des deux types de viande hachée correspondent des ressources en matière première qui lui sont spécifiques et qui sont transformées par des *process* propres : un steak haché surgelé n'est pas un steak haché frais qui a été surgelé.

Ainsi, la VHS est fabriquée à partir de viandes réfrigérées associées à des viandes surgelées stockées de façon à en réguler la disponibilité tout au long de l'année, et pouvant être issues des carcasses d'animaux non adaptées à une valorisation satisfaisante sur le marché du piécé.

On retrouve la fonction d'équilibre-matière, ici gérée sur une période longue *via* la surgélation. Le marché de la VHS (200 000 tonnes) est aujourd'hui très concurrentiel et de plus en plus ouvert aux importations. Il s'agit d'un produit d'appel en GMS, qui constitue aussi la ration protéique de base en RHD, et pour lequel la notion

²⁴ Équilibre-matière : nature et proportion des différents articles issus du désassemblage d'une carcasse visant la meilleure valorisation possible par la demande à un moment donné, ceci sous contrainte des caractéristiques différentes des pièces et des qualités et conformations différentes des carcasses.

de prix est donc très importante. En GMS, la VHS se décline en plusieurs articles, dont le « *produit phare* » : le steak haché à 15% de MG, les steaks premiers prix à 20% de MG, les préparations à base de viande (protéiné économique à 51% de viande, incluant des protéines d'origine végétale). Toutes les pièces d'une carcasse n'ayant pas le même taux de MG, cette segmentation impose à l'industriel des contraintes quant à la valorisation des pièces en VHR pour parvenir au taux de MG recherché par le client. Les marques de distributeurs pèsent environ 65% de ce segment. La VHS en GMS n'est pas exclusivement de fabrication française, contrairement à la VHR.

Encore principalement fabriquée à partir de pièces d'avant, surtout de femelles laitières, la VHR est néanmoins de plus en plus segmentée. La race bovine, notamment de type « *viande* » (par exemple : charolais, limousin) est mise en avant par des fabricants pour certaines de leurs VHR, mais la demande pour ce segment, assorti d'un prix d'achat en rapport avec la ressource, est encore faible pour assurer à grande échelle une valorisation différenciée de ce type d'animaux. La segmentation s'opère donc encore essentiellement sur des critères techniques ou technologiques intervenant dans les qualités organoleptiques, tel que le taux de MG, la consistance, la granulométrie (Institut de l'élevage, 2015). S'y ajoutent le conditionnement, la forme (vac ou en steak rond ou ovale...), les marques (nationales, de distributeurs), et parfois, outre le critère racial déjà évoqué, d'autres attributs spécifiques : préparation pour hamburgers, pour steaks tartares, etc. Ces segmentations ont pour objectif de répondre à la demande des consommateurs, tout en valorisant au mieux les carcasses.

2.2.3. Les indicateurs de prix dans le circuit de la viande bovine hachée

Les prix moyens [au détail](#) de la viande de bœuf hachée réfrigérée sont suivis par le Réseau des nouvelles des marchés (RNM) qui relève en rayon des GMS les prix des steaks hachés réfrigérés à 15 % de MG (conditionnés par 2), par l'Insee, qui diffuse sur son site un prix moyen des steaks hachés réfrigérés, et Kantar Worldpanel. Cette dernière source est celle retenue par l'Observatoire. L'article retenu est la viande hachée réfrigérée à 15% de MG, celle-ci représentant près de 40% des quantités de viande hachée de bœuf réfrigérée en GMS (Kantar Worldpanel).

Les prix moyens [sortie usine](#) de la viande de bœuf hachée sont fournis à l'observatoire par les industriels, d'une part, via l'Insee : prix moyen de la viande hachée réfrigérée à 15% de MG ; et d'autre part, directement pour le suivi du panier saisonnier : prix moyens de vente aux GMS, franco de port et après rabais, ristournes et remises, des viandes hachées réfrigérées à 15% de MG, et valeur de la ressource correspondante au stade de la 2^{ème} transformation, soit les pièces de la carcasse désassemblée destinées au hachage.

Ces données de valeurs industrielles à la 2^{ème} transformation, les cotations des bovins à l'entrée de l'abattoir et les rendements afférents aux différents stades, permettent de calculer la [valeur de la matière première](#) (sous forme de carcasse) nécessaire par kg de viande hachée à 15% présente au détail, en supposant l'homogénéité des taux de marge de 2^{ème} transformation de chaque pièce et de l'ensemble de la carcasse (cf. Mainsant, 2002).

2.3. Données et méthodes pour l'ensemble « *viande de veau de boucherie* » en GMS

Le suivi de ce produit par l'observatoire est pour l'instant approximatif car on ne dispose pas encore de données de prix sortie industrie pour GMS d'articles issus de l'abattage-découpe de veaux de boucherie, ni d'un « modèle » représentatif de la valorisation des carcasses. Au stade de la vente au détail en GMS, le panel Kantar fournit les quantités achetées, les dépenses d'achat (et donc les prix moyens pondérés) des morceaux de viande de veaux du rayon boucherie (i.e., produits non élaborés) sous la nomenclature suivante :

- à griller, rôti ou poêler : escalope, côtes, rôti, autres à griller, etc., non précisés ;
- à braiser ou bouillir : jarret, blanquette, sauté, autres à bouillir ou braiser non précisés ;
- viande hachée de veau : essentiellement à 15% de MG (quantités relativement faibles : environ 2% des volumes annuels d'achat de viande de boucherie de veau) ;
- abats de veau : foie (principal abat acheté), ensemble cœur-langue-rognons, autres abats non précisés

On a considéré, au vu des sources disponibles, que les proportions des quantités achetées de ces morceaux (en moyenne annuelle comme en données saisonnières) restaient suffisamment proches des proportions anatomiques moyennes des pièces d'origine dans la carcasse pour considérer que la carcasse entière pouvait être prise, sans correction particulière, comme « *matière première* » au stade entrée abattoir du panier effectif de viande de veau de boucherie en GMS.

Faute de données de valeurs sortie industrie, pour l'instant, on estime un « *indicateur de marge brute agrégée industrie + distribution* » par simple différence entre le prix au détail du panier de morceaux de viande de veau,

exprimé en € par kg d'équivalent carcasse, et le prix du kg de carcasse entrée abattoir des veaux de boucherie (moyenne des cotations sur les marchés de référence, source : site Agreste d'après FranceAgriMer).

On a gardé la saisonnalité des quantités achetées tout en évacuant une éventuelle tendance à la modification des proportions des différents morceaux dans le panier acheté : les proportions des différents morceaux, pondérant leurs prix pour le calcul des prix moyens mensuels et annuels du panier sont celles de 2017. Ceci permet de suivre les évolutions d'un prix « *pur* » du panier, sans interférences des variations de consistance du panier, autres que celles déterminées par la saisonnalité.

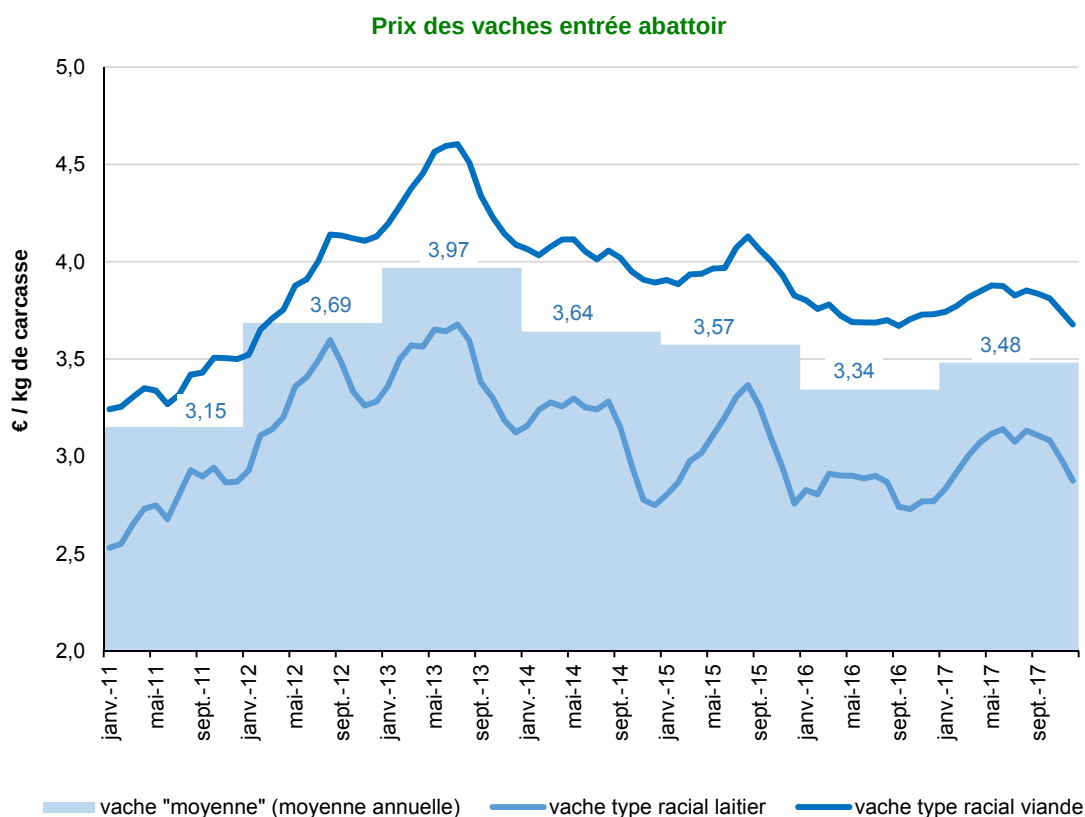
3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DE LA VIANDE BOVINE

Cette partie présente la composition des prix au détail du panier saisonnier des achats de « bœuf », paragraphe 3.1), de la viande de « bœuf » hachée réfrigérée (paragraphe 3.2.) et de l'ensemble « viande de veau de boucherie ».

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : panier saisonnier de viande de « bœuf »

En 2017, par rapport à 2016, l'élevage bovin viande a bénéficié d'un redressement des cours des gros bovins entrée abattoir, dû au recul des abattages de vaches laitières qui avaient pesé sur les prix à la production l'année précédente. Le prix moyen annuel du kg de carcasse de la « vache moyenne » prise par l'observatoire comme référence pour le calcul du coût entrée abattoir du panier saisonnier de viande de bœuf en GMS s'établit ainsi à 3,48 € en 2017 au lieu de 3,34 € l'année précédente (Graphique 47).

Graphique 47



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, cotations

Encadré 5

Passage du prix du kg de carcasse entrée abattoir au coût entrée abattoir par kg de panier au détail

Comme expliqué plus haut, le coût entrée abattoir d'un kg de panier de viande de bœuf vendu au détail n'est pas égal au prix du kg de carcasse de vache moyenne, principalement du fait des rendements de découpe qui majorent ce coût :

- rendement de 2^{ème} transformation (transformation de la carcasse en pièces désossées dans les proportions correspondant à celles des morceaux du panier : rendement d'environ 70%) ;
- rendement de 3^{ème} transformation (transformation de pièces en UVC, rendement de 95% à 98,5% selon les articles concernées) ;
- et des gains réalisés sur les coproduits qui minore ce coût d'environ 3%.

Soit, par exemple, le coût entrée abattoir par kg de panier au détail pour 2017 :

(1) Prix moyen annuel du kg de carcasse :	3,48 € / kg carcasse
(2) Rendement 2 ^{ème} transformation :	0,70
(3) = (1) / (2) : Prix moyen annuel par kg sortie 2 ^{ème} transformation :	4,93 € / kg désossé
(4) Gain sur coproduits / prix kg désossé :	0,03
(5) = (3) x [1 – (4)] : Prix moyen annuel par kg sortie 2 ^{ème} transformation, gains sur coproduits déduit :	4,78 € / kg désossé
(6) Rendement moyen du désossé en UVC (ramené à l'ensemble du panier) :	0,967
(7) = (5) / (6) : Coût entrée abattoir par kg de panier au détail :	4,94 € / kg viande au détail

Le « ciseau des prix » entre le prix des bovins viande à la production et celui des consommations intermédiaires (aliment, notamment) de cet élevage s'est amélioré (cf. chapitre 3, cf. également l'évolution du « [prix de compensation](#) » défini et suivi par le Service de la statistique et de la prospective).

Le prix moyen au détail de la viande « de bœuf » hors haché surgelé est marqué par une nette saisonnalité (Graphique 48), liée à la proportion plus importante en été des achats de morceaux à griller, plus chers. Il s'est inscrit dans une tendance à la hausse d'environ 2% par an sur la période 2011-2017.

Le prix moyen au détail du haché réfrigéré à 5% de MG présente une relative stabilité, avec, en tendance, une hausse de 1% par an sur 2011-2017, mais essentiellement concentrée sur 2011-2013. Le taux de hausse est plus sensible pour le haché réfrigéré à 15% (1,6% par an sur 2011-2017) et surtout, pour le haché surgelé : 3,9% par an, taux s'appliquant toutefois à l'un des produits les moins chers (5,05 € / kg en moyenne en 2011, 6,16 € en 2017).

On notera l'écart important entre les prix des morceaux « chers » et « bon marché ». Le prix au détail du filet, morceau qui représente environ 2% dans une carcasse, varie fortement de façon saisonnière autour d'une moyenne de 26,7 € / kg en 2017, soit 4 fois plus que le prix du kg de carcasse entrée abattoir exprimé en équivalent viande (une carcasse contient environ 70% de viande). Le prix au détail du pot-au-feu se situe autour de 6 € / kg en moyenne soit en dessous du prix moyen du kg de carcasse entrée abattoir exprimé en équivalent viande.

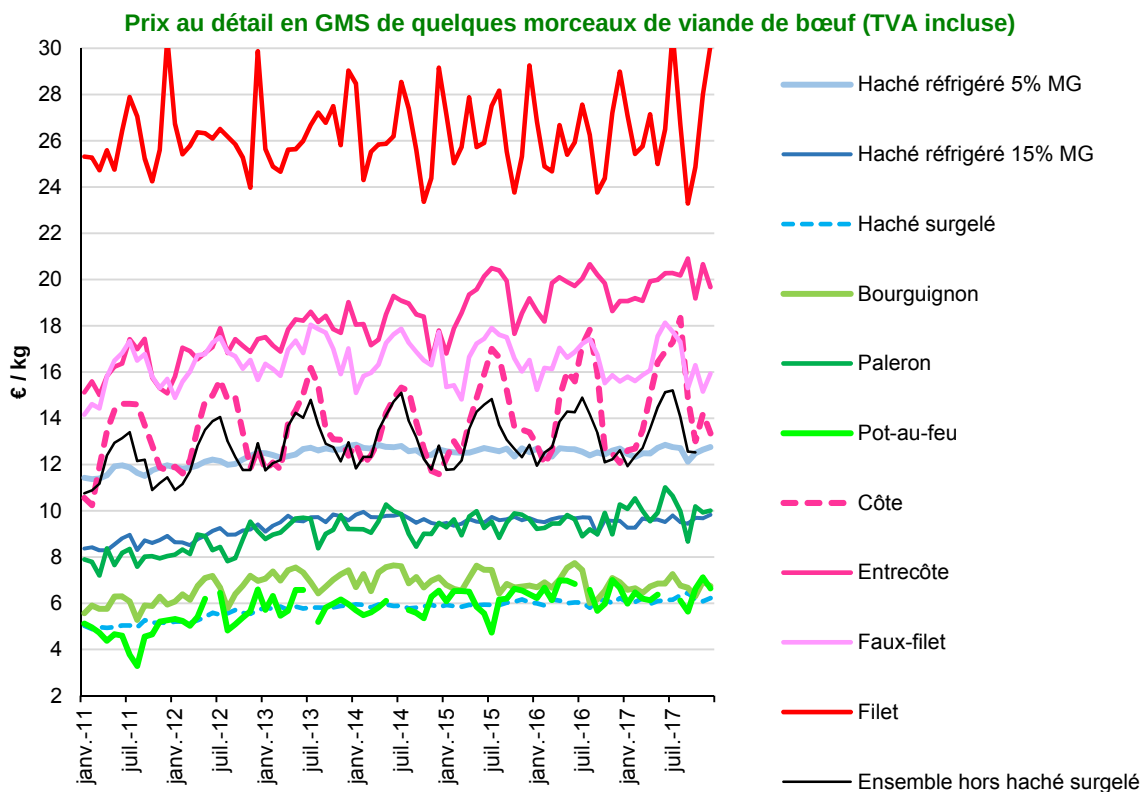
En évolution relative (et corrigée des variations saisonnières), on remarquera (Graphique 49) la relative stabilité des prix de certains morceaux (filet, haché réfrigéré à 5% depuis 2014...) tandis que d'autres s'inscrivent dans une tendance marquée à la hausse (entrecôte, surgelé) ou connaissent une baisse prononcée (bourguignon).

La hausse du coût entrée abattoir par kg de produit au détail en 2017 (+24 centimes) ne paraît que très partiellement répercutée dans le prix moyen du panier saisonnier au détail en GMS (+8 centimes), le maillon industriel amortissant l'impact de la remontée des cours entrée abattoir. Le niveau de l'indicateur de marge de l'abattage-découpe estimé par l'Observatoire diminue donc en 2017, après avoir progressé les 2 années précédentes, celui de la distribution reste pratiquement à son niveau de 2016.

Le prix moyen au détail en GMS de ce panier progresse donc très peu légèrement en 2017 (moins de 1% de hausse).

Exprimés non plus en niveau (€ / kg) mais en pourcentage du prix au détail, les indicateurs de marge brute de l'aval diminuent, surtout dans l'industrie, sous l'effet de la hausse de la part du coût entrée abattoir et de la quasi stabilité du prix au détail.

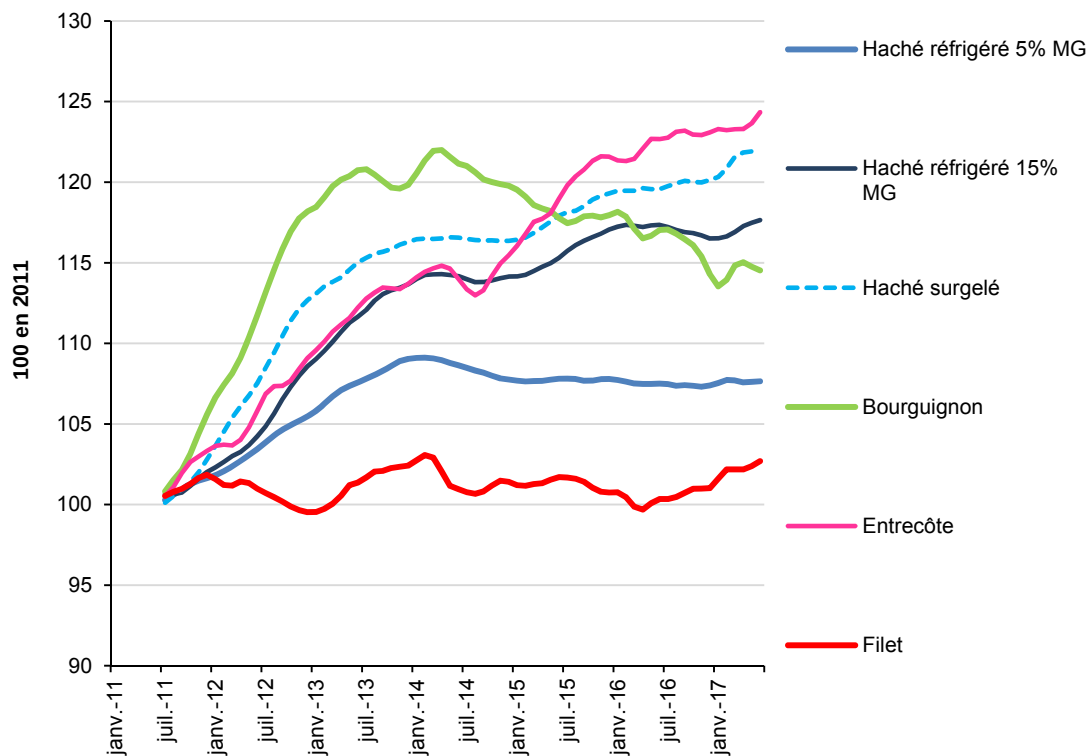
Graphique 48



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 49

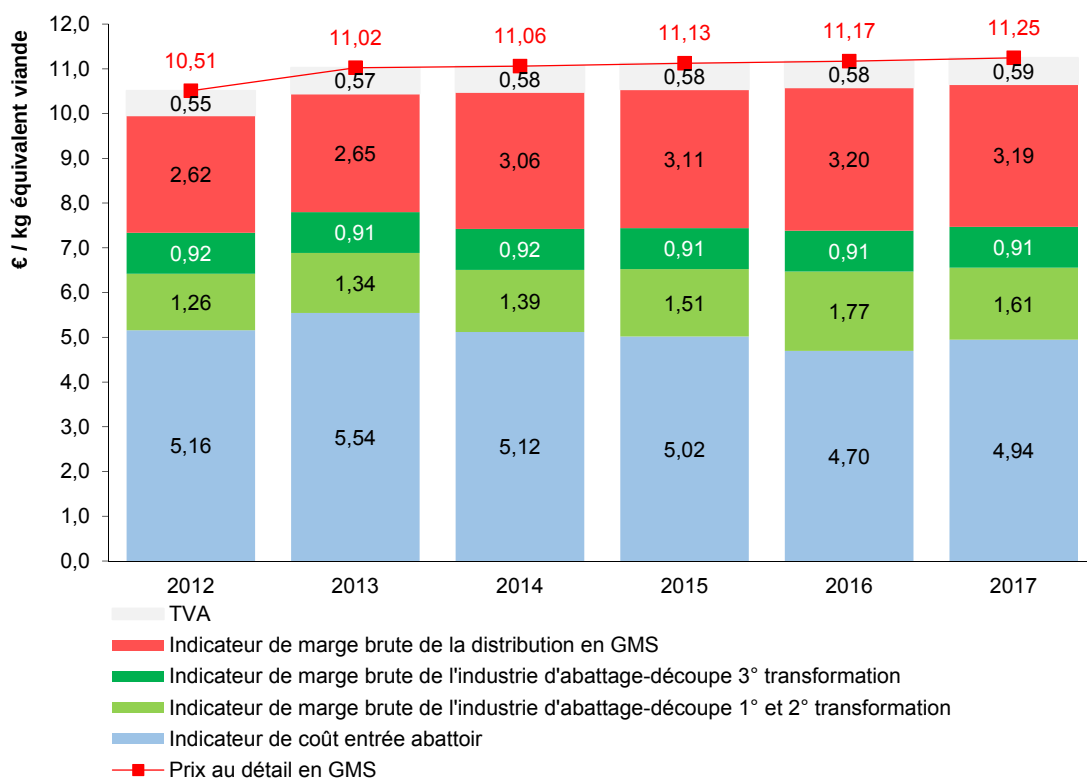
Tendance dé-saisonnée des indices des prix au détail en GMS de quelques morceaux de viande de bœuf



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 50

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du panier saisonnier de viande de bœuf

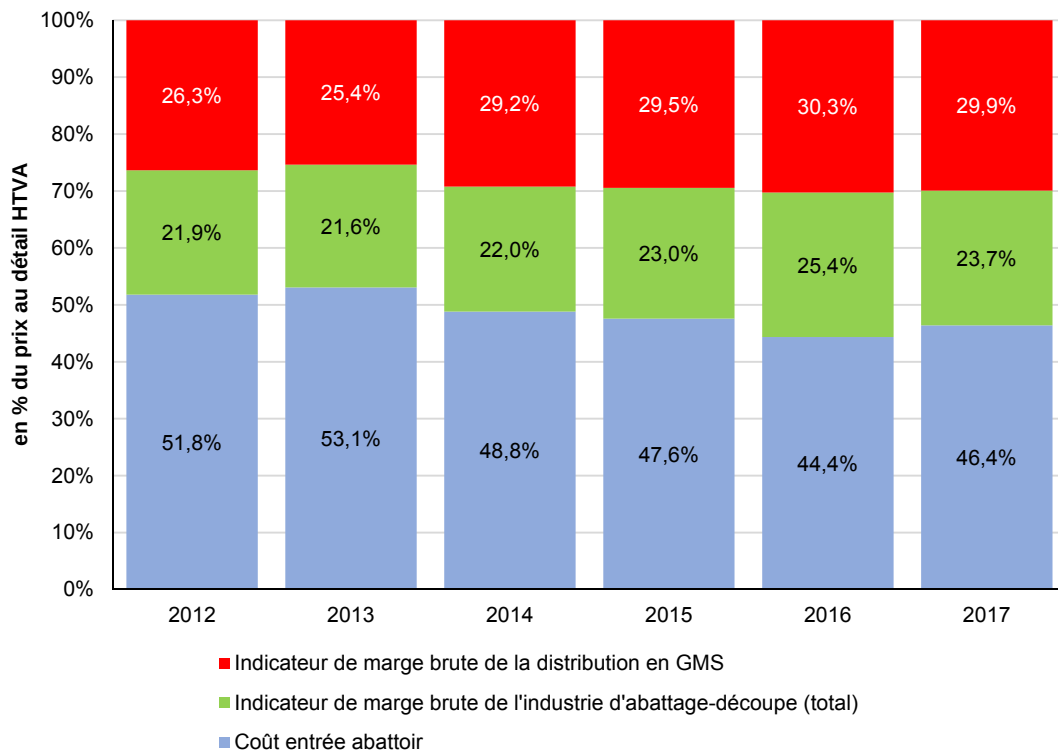


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Culture Viande, Fedev, Kantar Worldpanel

Attention : valeurs en € par kg de viande ou d'équivalent viande présent au détail, les valeurs entrée abattoir sont habituellement exprimées en € par kg de carcasse, d'environ 30% inférieur à leur expression en équivalent viande.

Graphique 51

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du panier saisonnier



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Culture Viande, Fedev, Kantar Worldpanel

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : viande hachée fraîche réfrigérée

La valeur de la matière première entrée abattoir utilisée pour la fabrication de viande hachée réfrigérée est estimée de façon conventionnelle à partir de la valeur des pièces issues de la 2ème transformation destinée à cet usage, dans le modèle de valorisation-type de la carcasse utilisé par l'Observatoire. On considère que ces deux valeurs (entrée abattoir : à calculer, et sortie 2ème transformation : connue via l'enquête de l'observatoire auprès des industriels) sont dans le même rapport que celui entre la valeur de l'ensemble de la carcasse entrée abattoir (connue par les cotations) et celle de l'ensemble des pièces issues de la 2ème transformation (connue via l'enquête susmentionnée).

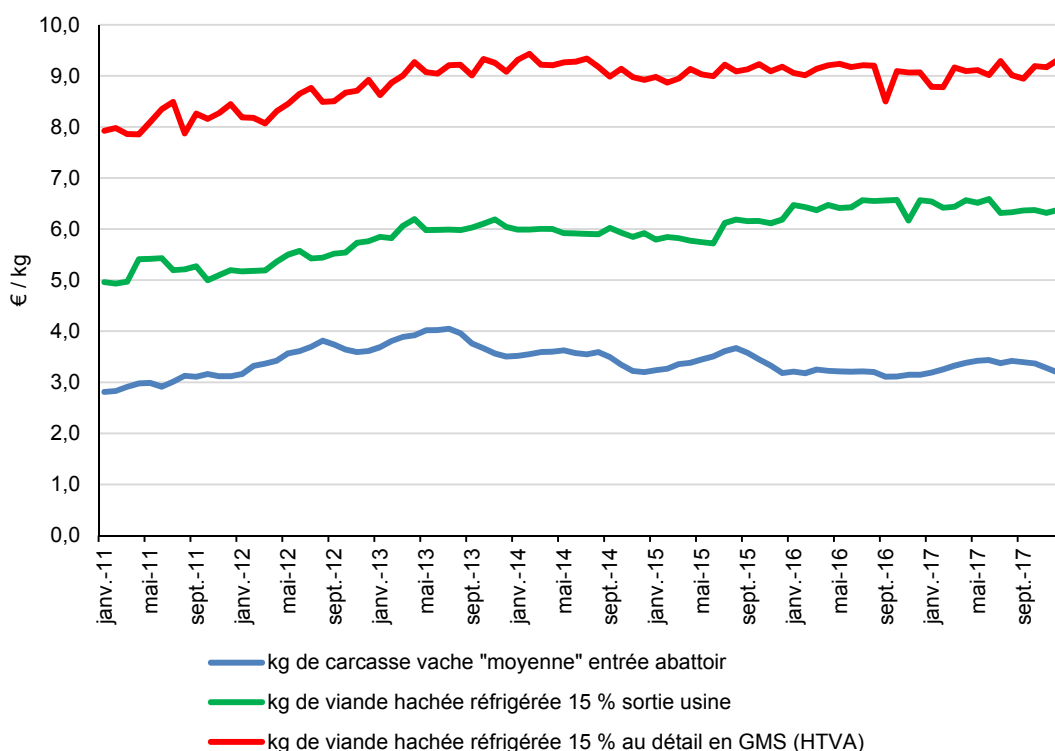
Cette valeur entrée abattoir de la matière première de la viande hachée dépend donc des cotations entrée abattoir, en hausse en 2017 par rapport à 2016, mais aussi de la valorisation en pièces destinées au hachage (valeur estimée en déduisant du prix de vente de la viande hachée par l'industrie les coûts unitaires moyens de hachage des pièces et conditionnement du produit fini), plutôt stable en 2017.

Malgré la hausse du coût entrée abattoir, le prix moyen sortie usine de la viande hachée est en légère baisse 2017 après avoir augmenté en 2016 ; ainsi, le niveau de l'indicateur de marge brute de ce maillon diminue. Le prix au détail étant quasi stable, le niveau de l'indicateur de marge brute de la distribution progresse très légèrement, à hauteur de la baisse du prix sortie industrie.

En pourcentage du prix au détail, la part du coût entrée abattoir progresse de 1,4 point et celle de l'indicateur de marge brute de l'industrie baisse de 1,8 point, d'où une petite progression de l'indicateur de marge brute de la distribution de 0,3 point.

Graphique 52

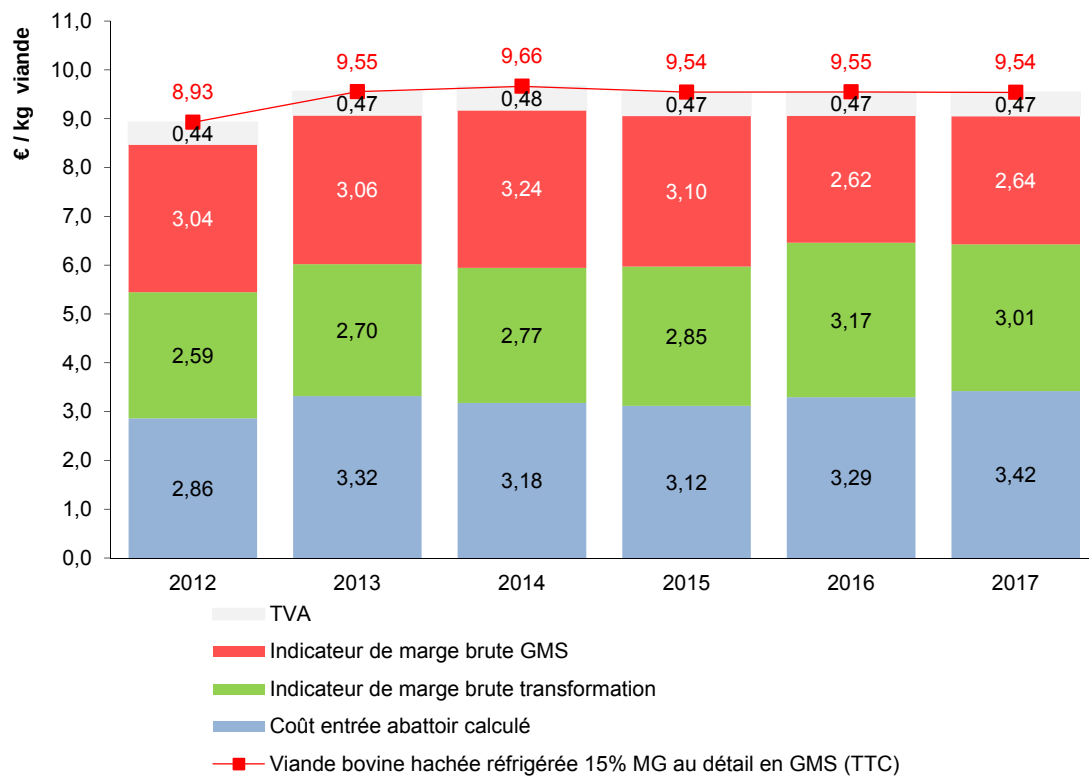
Coût entrée abattoir calculé et prix moyens mensuels sortie usine et au détail (hors TVA) de la viande de bœuf hachée à 15 % de MG



Sources : OFPM d'après Insee, Kantar Worldpanel, Culture Viande, Fedev

Graphique 53

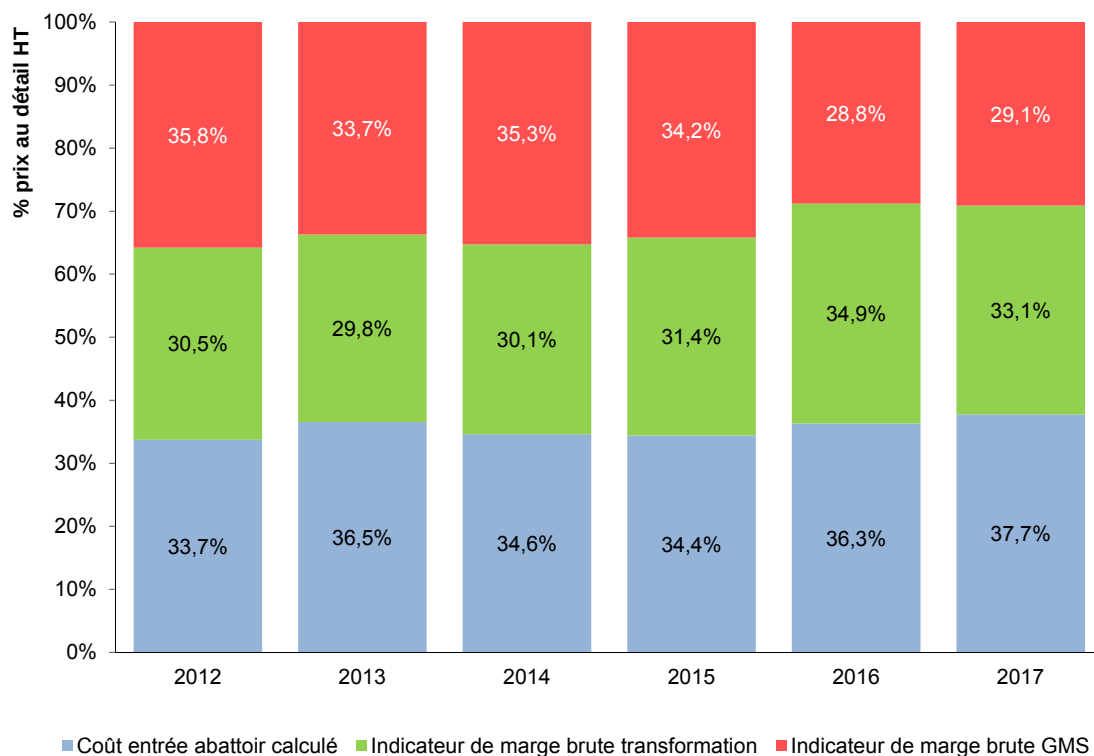
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande de bœuf hachée réfrigérée à 15% de MG



Sources : OFPM d'après Insee, Kantar Worldpanel, Culture Viande, Fedev

Graphique 54

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande de bœuf hachée réfrigérée à 15% de MG



Sources : OFPM d'après Insee, Kantar Worldpanel, Culture Viande, Fedev

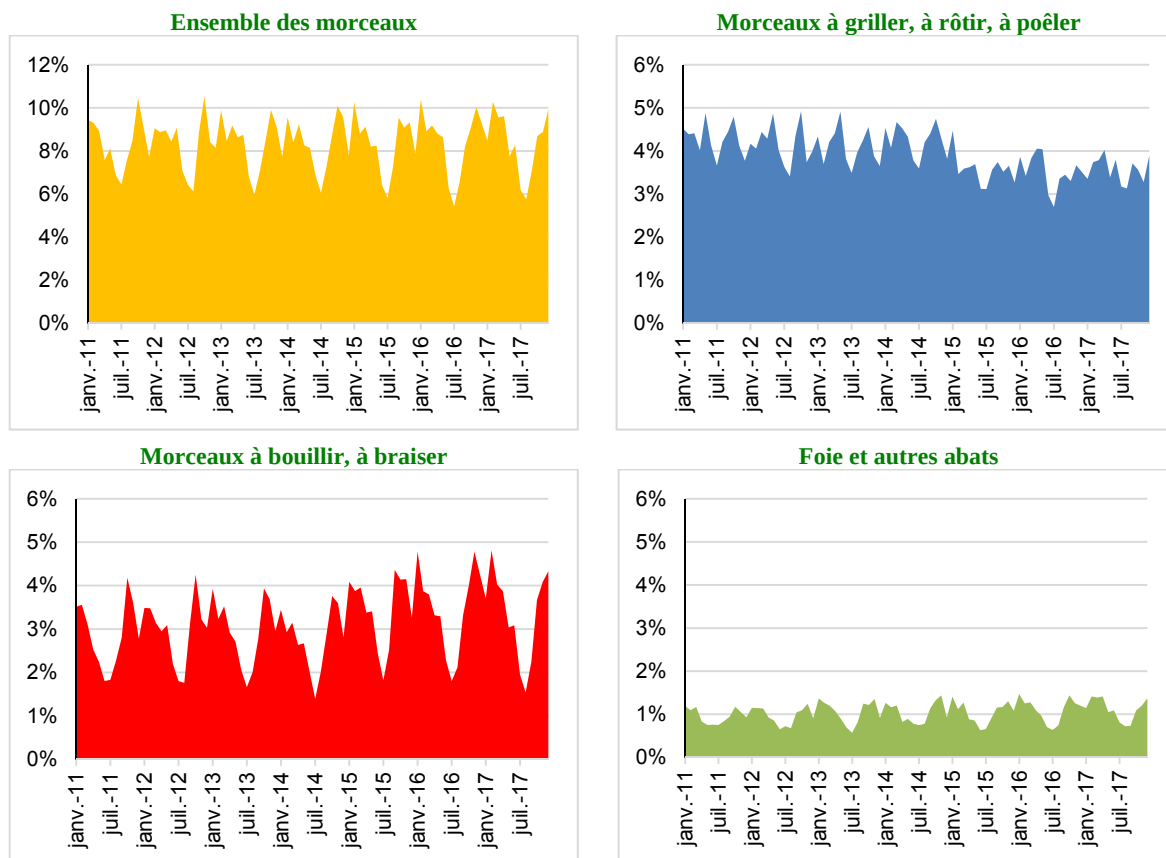
3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : viande de veau de boucherie

3.3.1. Saisonnalité et niveaux des prix

Les achats de viande de veau en rayon boucherie des GMS ont un caractère saisonnier représenté sur le Graphique 55.

Graphique 55

Proportions des quantités de morceaux de veau achetées par mois dans la quantité annuelle tous morceaux en GMS



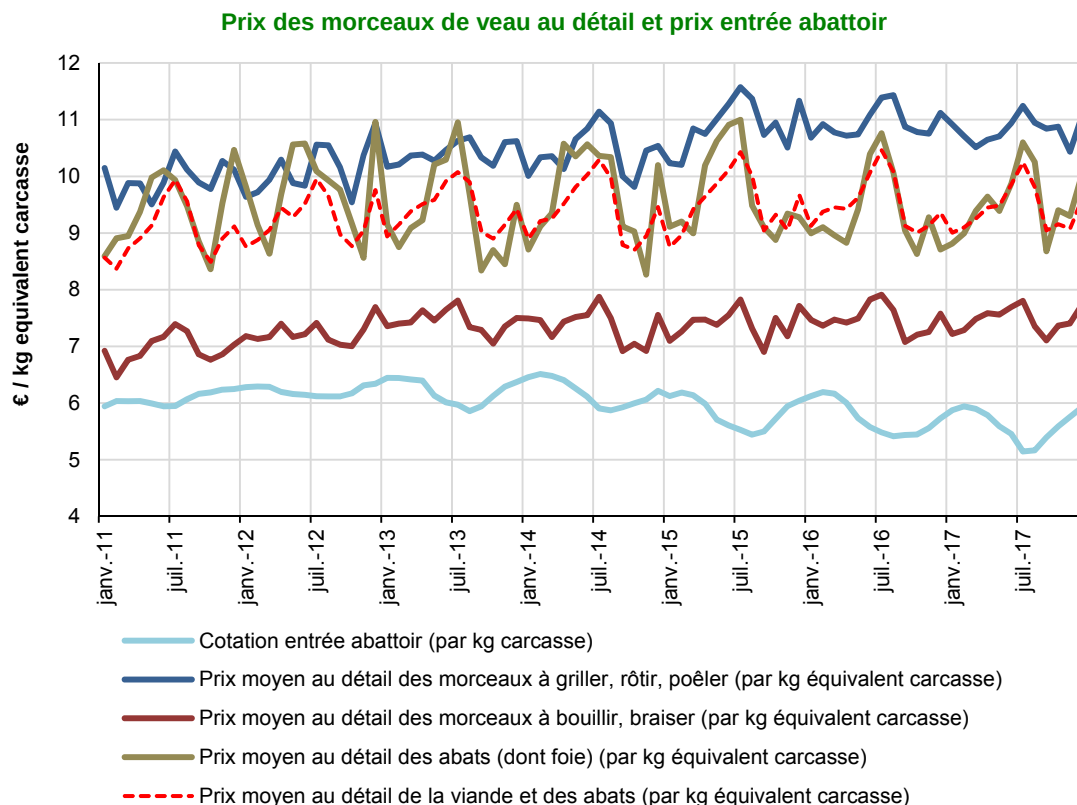
Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

La quantité achetée tous morceaux confondus présente généralement une phase haute d'octobre à mars, avec des pics en octobre (parfois septembre), janvier et mars, et un creux estival (minimum en juillet). S'agissant des morceaux à griller, à rôtir ou à poêler, on observe jusqu'en un pic en octobre et un autre en mai, ainsi que le creux estival de juillet-août²⁵. Pour les morceaux à bouillir ou à braiser, on retrouve les pics de septembre ou octobre, janvier ou février et le creux estival (juillet). Les abats présentent également une baisse de consommation en été et des maxima en octobre et janvier.

Le Graphique 56 présente les évolutions des prix au détail des morceaux et du prix du kg de carcasse entrée abattoir. Le prix amont apparaît en léger déphasage avec les prix aval : la cotation entrée abattoir remontant plus tôt que le prix moyen au détail tous morceaux ; en revanche, les deux prix présentent un minimum estival. Le prix moyen tous morceaux présente une opposition de phase avec les quantités achetées : le prix est au maximum en juillet-août, alors que les volumes achetés sont au minimum. On remarque les très fortes variations saisonnières du prix moyen pondéré des abats (foie et autres).

²⁵ À partir de 2015, la consommation mensuelle de ces morceaux, telle que retracée par Kantar, paraît présenter une rupture à ce stade inexpliquée (extrapolation ou échantillonnage différents ?) : les quantités achetées diminuent globalement quel que soit le mois par rapport au même mois des années antérieures ; la saisonnalité précédemment observée paraît atténuée. Toutefois, une rupture parallèle s'observe sur la série des dépenses : en conséquence la série des prix moyens ne paraît pas perturbée. Cf. plus loin.

Graphique 56



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Agreste, FranceAgriMer

3.3.2. Décomposition des prix au détail

On rappelle qu'afin de suivre des évolutions de prix moyens « purs », hors effet des changements de composition du panier d'achat, la composition du panier de morceaux a été fixée chaque mois aux niveaux observés en 2017 (au demeurant, sur la période étudiée, la composition du panier évolue peu d'une année sur l'autre).

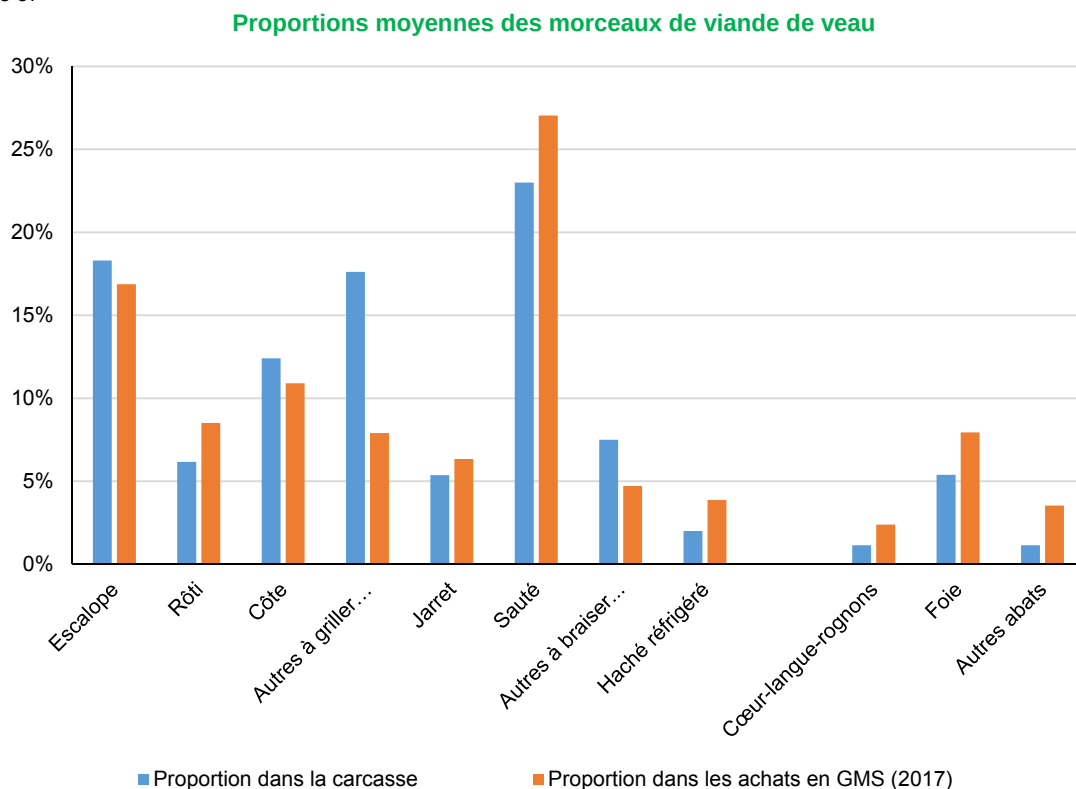
Les proportions des quantités achetées des différents morceaux sont assez proches de celles qui découleraient de la transformation intégrale de la carcasse en morceaux (d'après des résultats moyens de découpe), comme l'illustre le Graphique 57. Pour cette raison, de façon certes approximative, on assimilera à la valeur de la matière entrée abattoir du panier des achats au détail celle de la carcasse entière, sans retraitement pour tenir compte d'une gestion plus complexe de l'équilibre-matière. De même, faute de données précises à ce stade, les freintes de découpe et autres pertes physiques dans l'industrie et dans la distribution ne sont pas prises en compte.

Selon le panel Kantar, le prix moyen annuel à composition constante du panier de morceaux de viande de veau au détail a progressé de 40 centimes soit moins de 3% entre 2012 et 2016, puis diminué en 2017 (Graphique 58). Cette augmentation du prix au détail s'opère malgré la stabilité (de 2012 à 2014) puis la baisse (de 2014 à 2017) du coût moyen veau entrée abattoir. La baisse des cours du veau à la production en 2015 et 2016 ne s'accompagne pas par d'une baisse du prix au détail, l'indicateur de marge brute agrégée augmente. En 2017, le cours moyen des veaux de boucherie baisse de nouveau, baisse cette fois répercutée dans le prix au détail.

En proportion du prix au détail, sur la période étudiée, la part de la valeur entrée abattoir a nettement diminué, celle de l'indicateur de marge brute de l'ensemble de l'aval augmentant d'autant (Graphique 59).

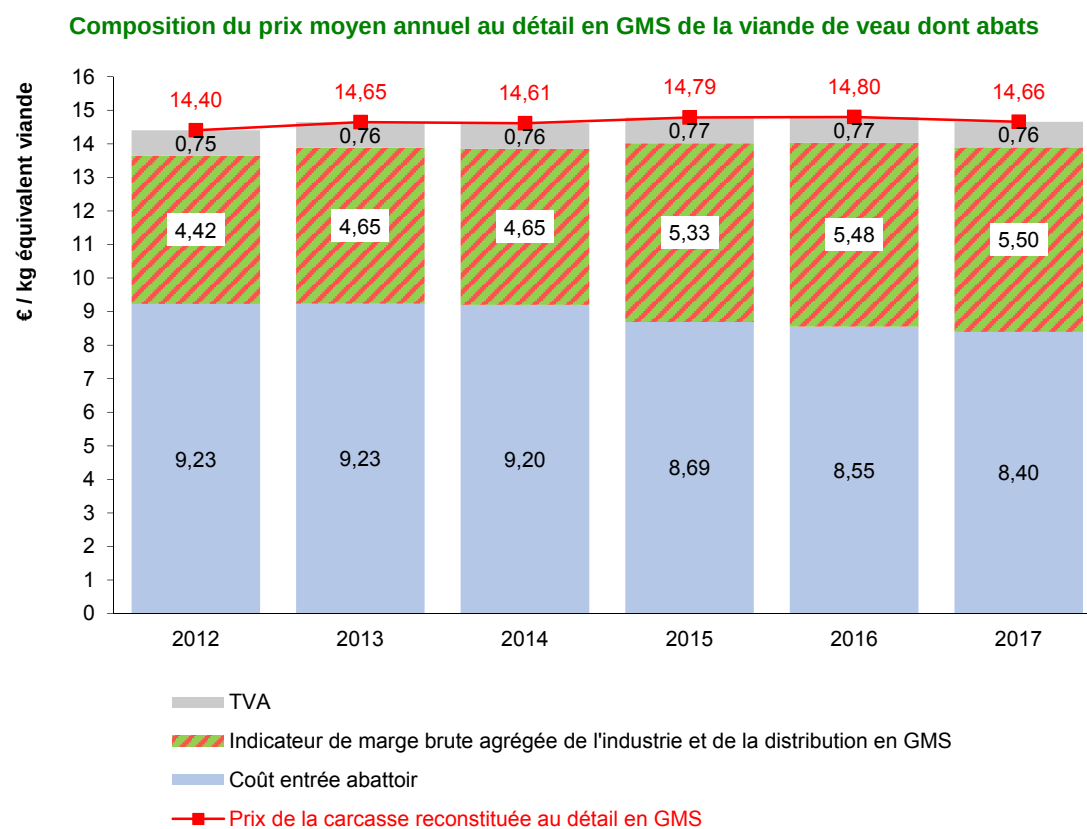
On rappelle qu'un suivi amélioré de la formation du prix du veau par l'observatoire nécessiterait des données de base plus adaptées, s'agissant des coûts entrée abattoir (prise en compte de l'intégration), des types de produits (carcasse, PAD, UVCI...) et des prix sortie abattage-découpe pour GMS.

Graphique 57



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Chambre d'Agriculture Languedoc-Roussillon

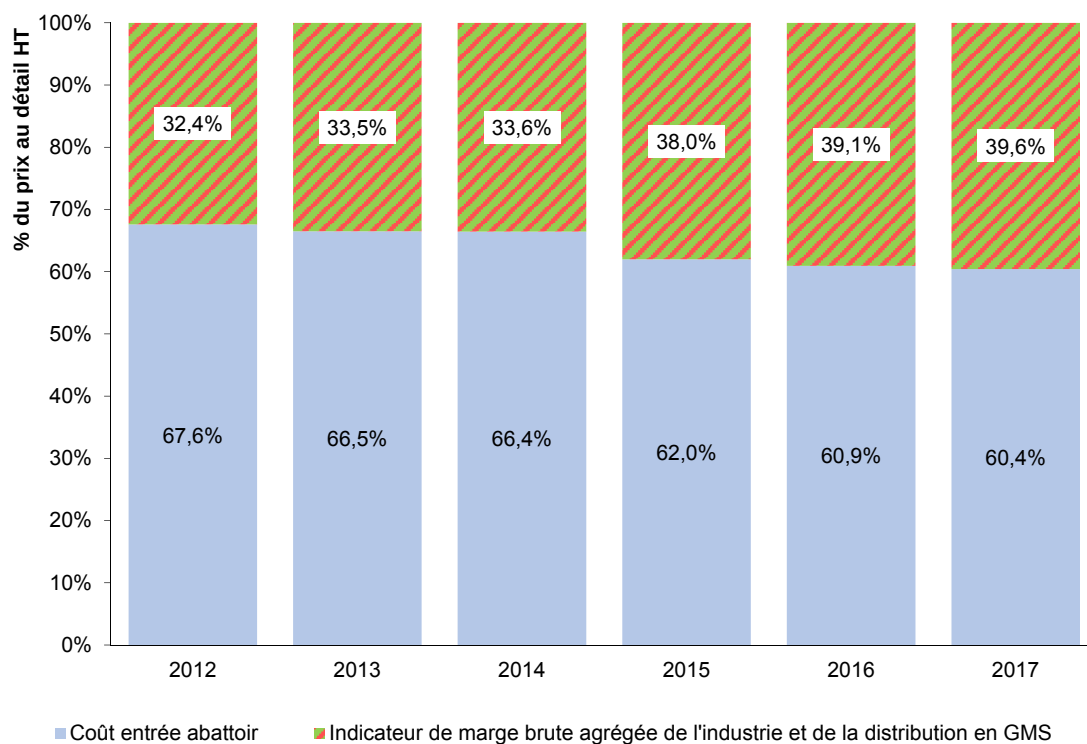
Graphique 58



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Agreste, FranceAgriMer

Graphique 59

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande de veau dont abats



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Agreste, FranceAgriMer

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN VIANDE ET COÛT DE PRODUCTION DES BOVINS VIANDE EN ÉLEVAGE

4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine

L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage de bovins viande, issu du Rica, est constitué de 467 à 519 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 19 528 à 24 460 exploitations. Dans cet échantillon, la production de bovins viande (bovins maigres, bovins gras) constitue plus de 78 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Les résultats 2017 sont simulés. L'IPPAP bovins de boucherie 2017 (Insee) est appliqué au produit 2016 pour calculer le prix de la viande en 2017. L'IPAMPA bovins viande (Idele) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment ainsi que celui des charges externes et autres approvisionnement. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016.

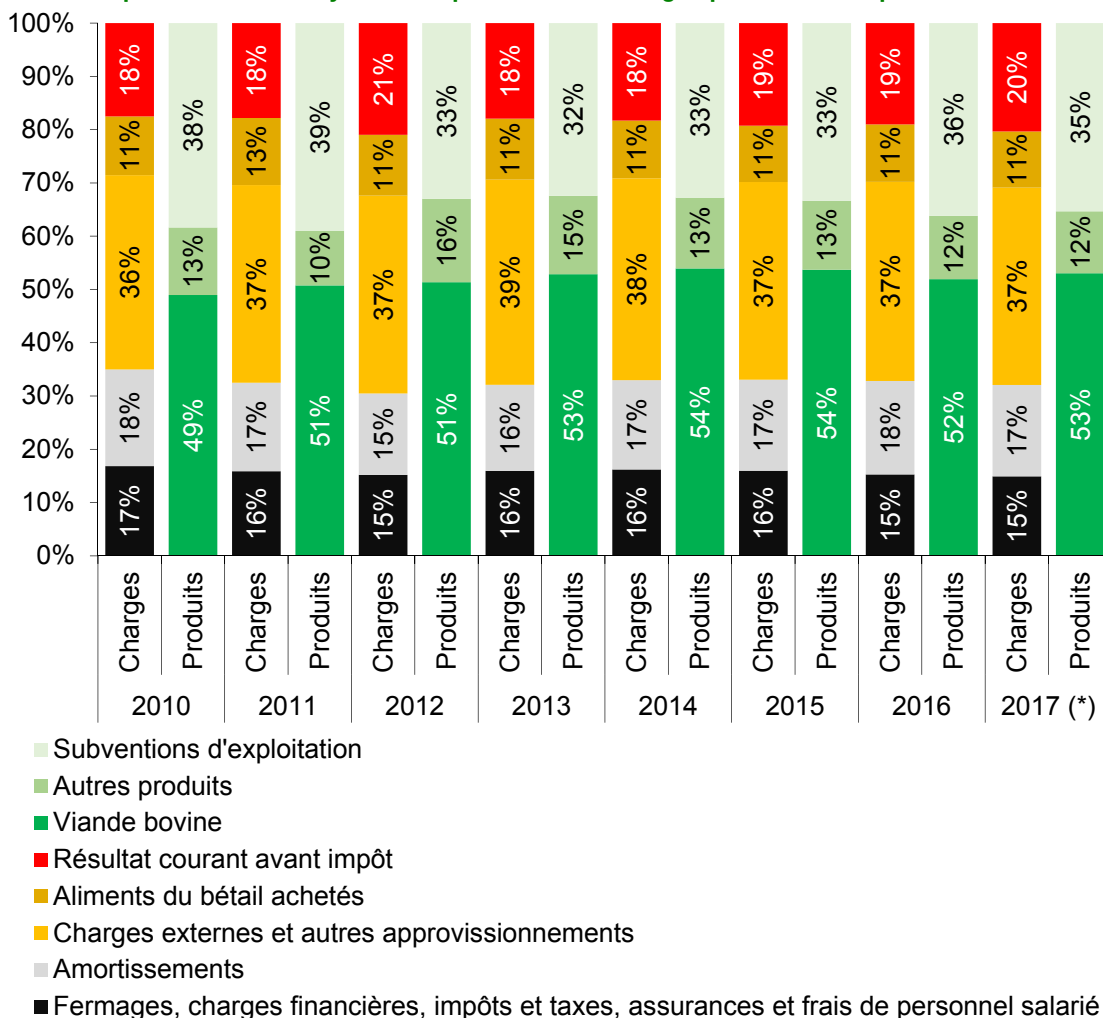
En 2016, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 19 % de la totalité des produits, soit 25 265 € pour 132 790 € (Graphique 60). Il est de 19 840 € par unité de travail annuel non salarié. En 2017, le prix des aliments est stable, celui des charges externes et autres approvisionnements augmente de 1 % tandis que le prix de la viande bovine augmente de 5 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt s'améliore (9 % en valeur). Il est de 27 633 € pour 135 907 € et de 21 700 € par travailleur familial en 2017 (Graphique 62). Les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017 et le bilan conjoncturel d'Agreste peuvent être consultés :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjibilan2017.pdf>

Graphique 60

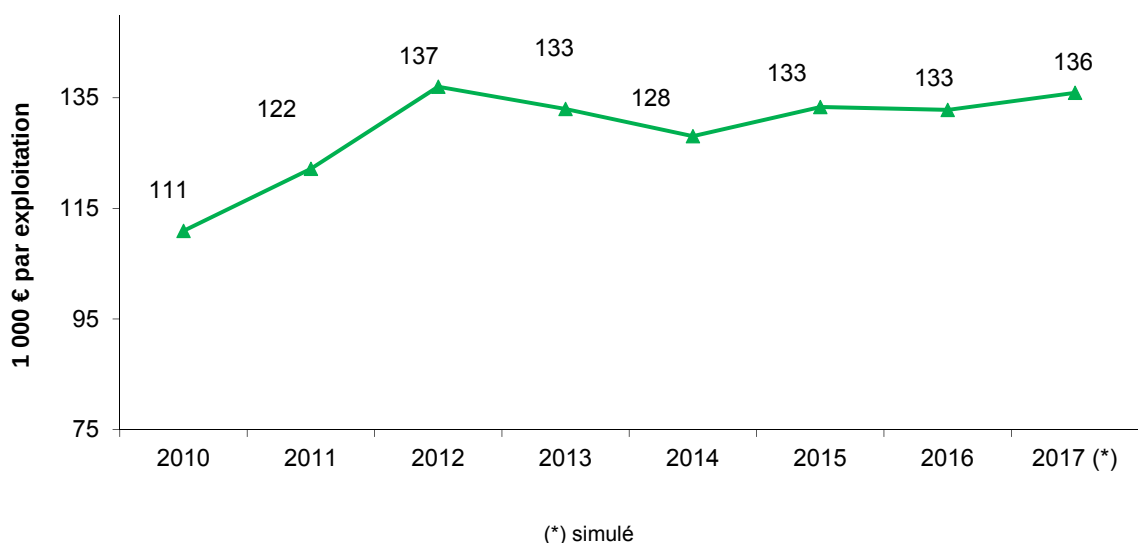
Structure du compte de résultat moyen des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine



(*) simulé

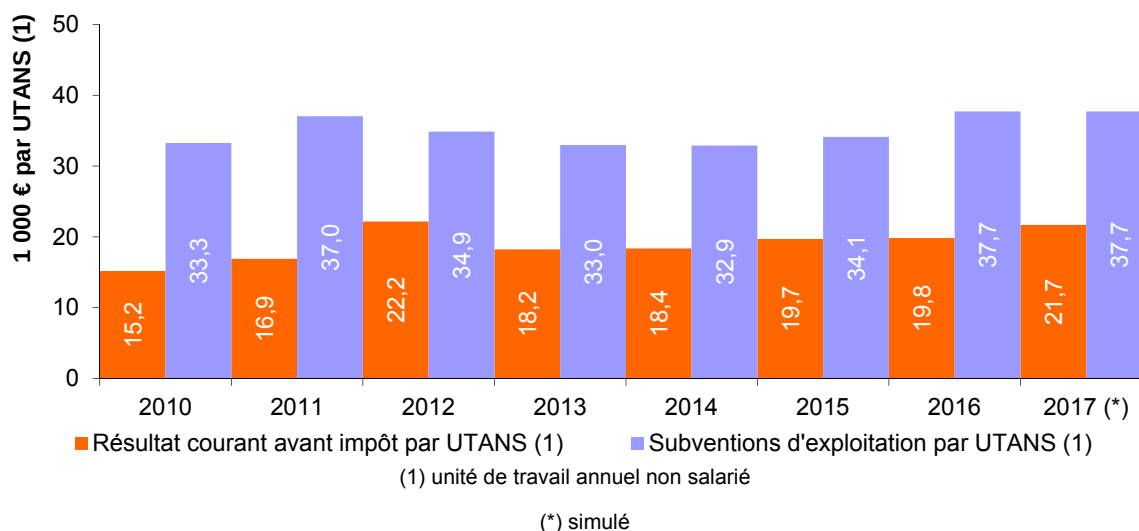
Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 61

Montant moyen des produits courants par exploitation spécialisée en production de viande bovine

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 62

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

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

4.2. Coûts de production dans les élevages bovin viande, par système

Cette estimation pour la campagne 2017 des coûts de production exprimés en euro par kg de viande vive, 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. Trois systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

- **« Naisseur »** : 125 exploitations. 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-engraisseur de jeunes bovins »** : 48 exploitations. 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).
- **« Engraisseur de jeunes bovins »** : 11 exploitations. Système engraisseur 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'Élevage 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 2 SMIC bruts 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 de l'exploitation.

Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts cultureux (de même que pour les fourrages) et non sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2016, dans le système « *Naisseur* », le coût de production s'élève à 445 € pour 100 kg vif. L'ensemble des produits (vente des bovins, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 397 € pour 100 kg vif, soit 48 € de moins que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,2 SMIC brut.

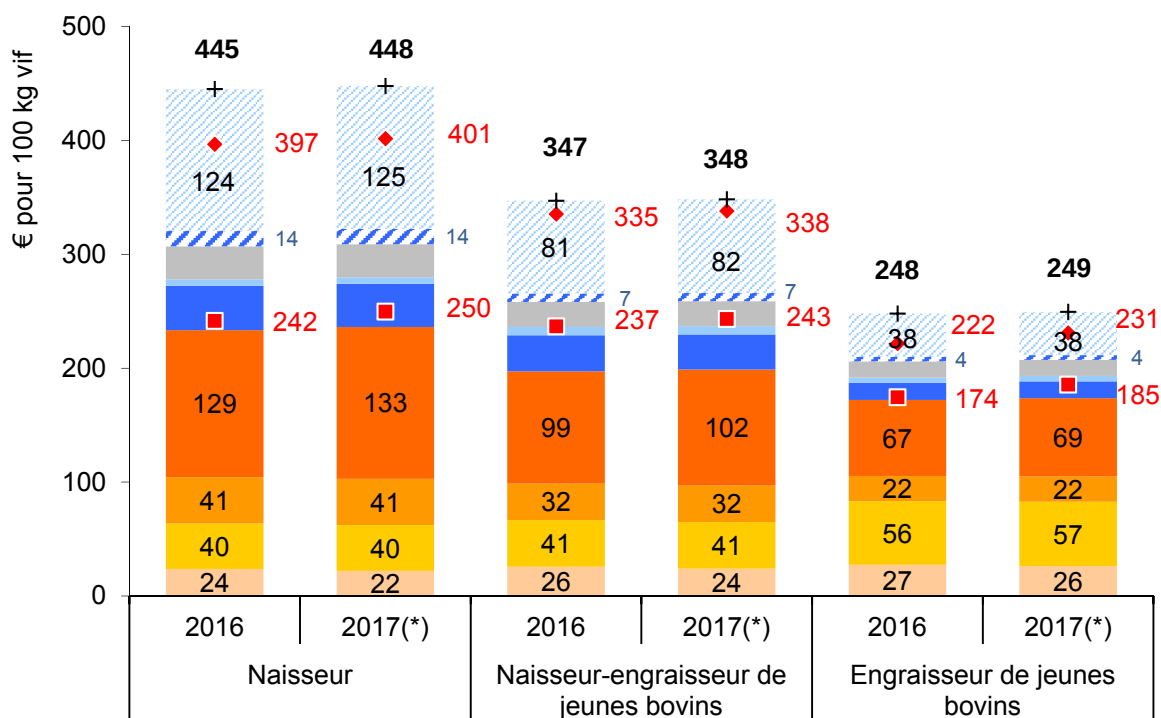
Dans le système « *Naisseurs-engraisseurs de jeunes bovins* », le coût de production s'élève à 347 € pour 100 kg vif. L'ensemble des produits (vente des bovins, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 335 € pour 100 kg vif, soit 12 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,7 SMIC brut.

Dans le système « *Engraisseur de Jeune bovins* », le coût de production s'élève à 248 € pour 100 kg vif. L'ensemble des produits (vente des bovins, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 222 € pour 100 kg vif, soit 26 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et les terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 0,6 SMIC brut.

En 2017, selon les systèmes, les charges augmentent légèrement (de + 0,4 % à + 0,6 % selon les systèmes étudiés), tandis que le prix de la viande bovine augmente de 3,4 % à 6,4 %. Ainsi, par rapport à 2016, la rémunération permise s'améliore dans les systèmes « *Naisseur* » et « *Engraisseur de Jeune bovins* ». Elle est stable pour les « *Naisseurs-engraisseurs de jeunes bovins* ».

Graphique 63

Coûts de production par système d'élevage bovin viande



- ▨ Charges supplétives : travail (base : 2 SMIC brut / UMO exploitant)
- ▨ 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
- Prix de vente des bovins
- ◆ Prix de vente des bovins + produits joints + aides
- + Total coût de production

(*) estimation

Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

4.3. Coût de production dans les élevages naisseurs-engraisseurs de veaux

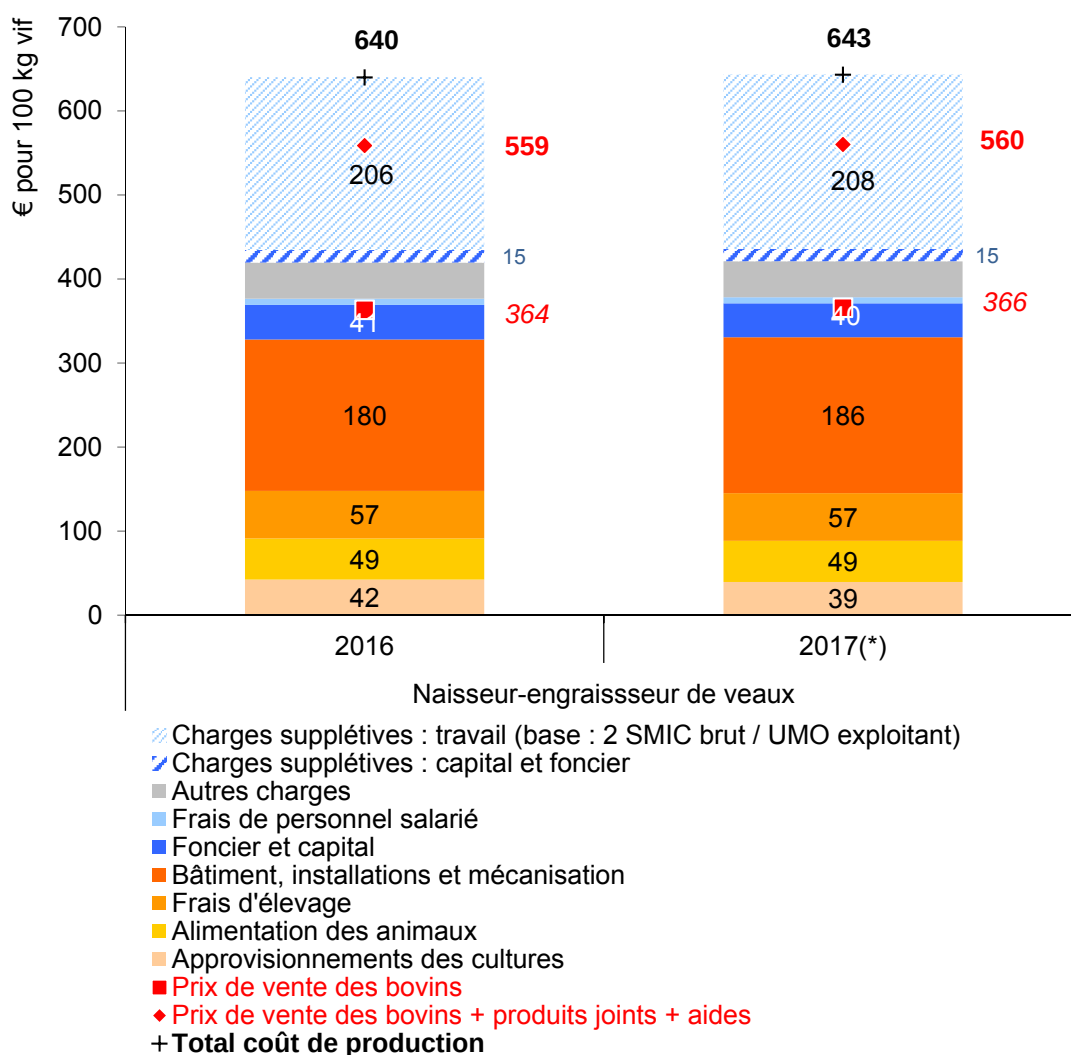
L'échantillon « **Naisseur-engraisseur de veaux** » est composé de 17 exploitations d'élevage de veaux sous la mère localisées dans le Limousin et le Sud-Ouest. Ces exploitations produisent des veaux finis de 130 à 160 kg de carcasses valorisées en Label rouge. L'alimentation des bovins est principalement basée sur l'herbe dans ces élevages traditionnels.

Les « *Naisseur-engraisseurs* » de veau (élevage de veau sous la mère) connaissent une situation similaire à celle des autres éleveurs de bovins. En 2016, le coût de production total s'établit à 640 € pour 100 kg vif alors que l'ensemble des produits (vente de bovins, produits joints, aides) s'élève à 559 €, soit 81 € de moins que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des terres utilisées et des capitaux investis et une rémunération de l'éleveur s'élevant à 1,2 SMIC brut.

En 2017, le coût de production total augmente légèrement (+ 0,5 %), il s'établit à 643 € pour 100 kg vif. L'ensemble des produits (vente de bovins, produits joints, aides) s'élève à 560 €, en hausse de 0,2 %. La différence est de 83 € pour 100 kg vif produit. Comme en 2016, ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des terres utilisées et des capitaux investis et une rémunération de l'éleveur s'élevant à 1,2 SMIC brut.

Graphique 64

Coût de production dans les élevages naisseurs-engraisseurs de veaux



(*) estimation

Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DES FILIÈRES VIANDE BOVINE ET COÛT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DÉCOUPE DE BOVINS

5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la conservation des viandes de boucherie spécialisées en viande bovine

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source.

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

Avertissement : les résultats présentés en 2017 sont issus d'un échantillon partiel. Afin de permettre les comparaisons, les données de l'année 2016 (9 mois) sont présentées pour le même échantillon partiel.

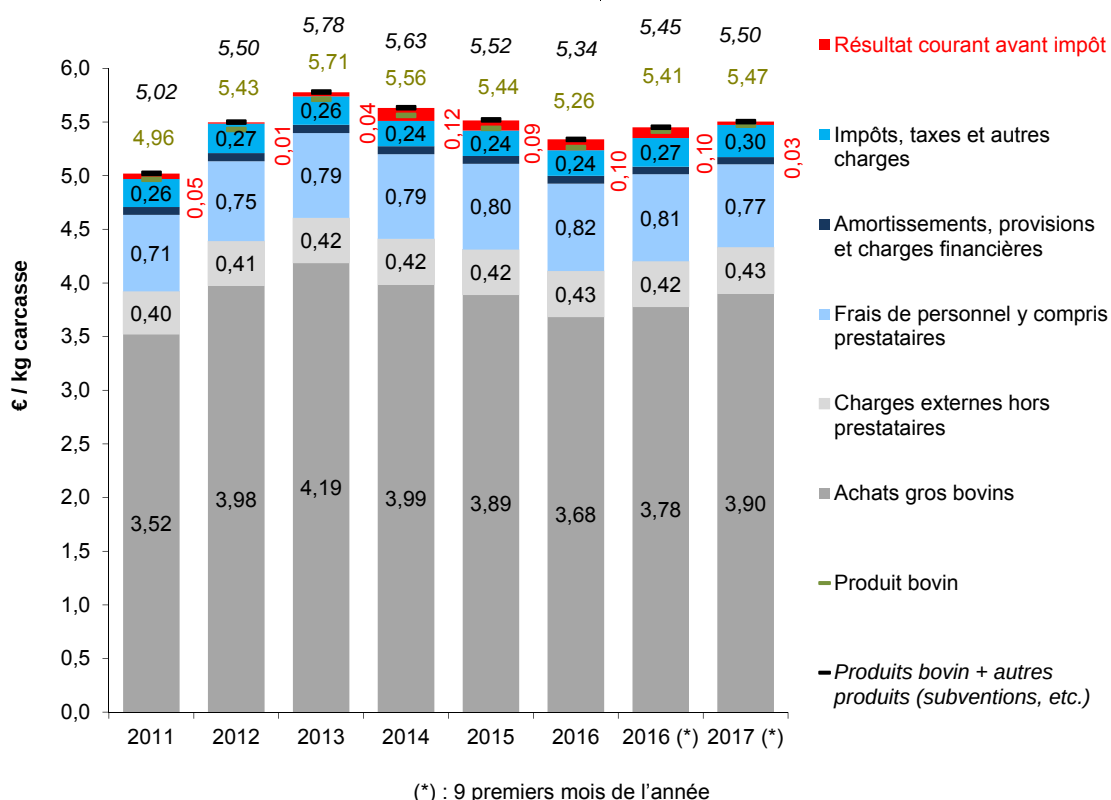
FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts, des marges et des résultats des entreprises d'abattage-découpe et de transformation des gros bovins, en relation avec la conjoncture.

L'étude est réalisée auprès de 10 entreprises de 2011 à 2015 puis auprès de 9 entreprises et groupes d'entreprises spécialisées gros bovins ensuite (99 % des volumes traités totaux sont des gros bovins). Ces entreprises ont transformé plus 920.000 tonnes équivalents carcasses en 2016, ce qui représente 72% des abattages contrôlés nationaux.

En 2017 (9 premiers mois), dans un contexte de hausse des cours à la production, le prix d'achat des entreprises augmente de 12 centimes par kilogramme de carcasse. Dans le même temps, les prix de vente augmentent de 5 centimes par rapport à la même période en 2016. La marge brute s'érode. Ainsi, malgré la stabilité des charges au kilogramme de carcasse traité, le résultat des entreprises baisse fortement : il passe de 10 centimes par kilogramme de carcasse en 2016 (3 premiers trimestres) à 3 centimes par kilogramme de carcasse en 2017 (même période). Le résultat courant avant impôt passe de 1,8 % du chiffre d'affaires en 2016 (9 mois) à 0,6 % en 2017 (9 mois).

Graphique 65

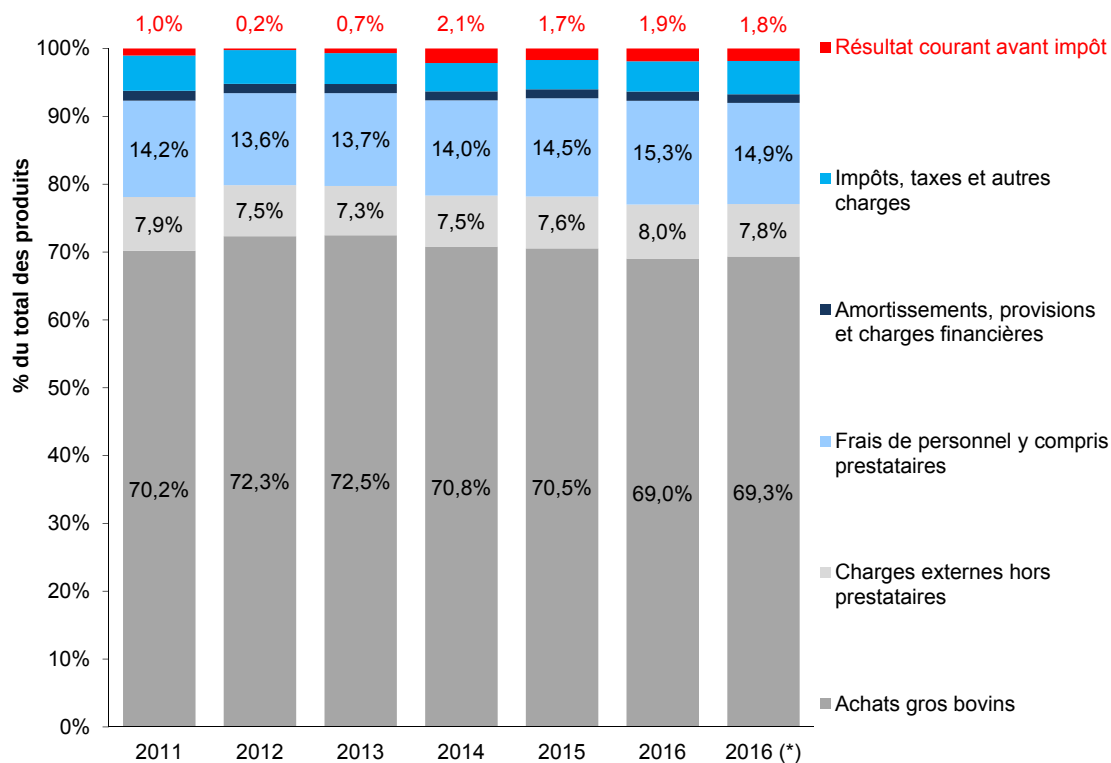
Coûts et résultat courant par € / kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe de viande bovine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Graphique 66

Coûts et résultat courant en % du produit total dans l'abattage-découpe de viande bovine



(*) : 9 premiers mois de l'année

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie contribue pour 15 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 12 % à leur marge brute, pour 19 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente : découpe, l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle dans certains hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

6.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,9%. Ce taux est inférieur de près de 5 points à la moyenne des rayons étudiés, en partie, probablement, du fait des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié assez importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 12,0 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 3^{ème} rang après les rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie et marée.

La marge semi-nette est ainsi de 13,0 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (16,4 €). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative, de - 3,4 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 2,2 € après.

6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 14,2 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 12,0 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 2,3 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également un peu plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,1 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 28,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,0 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

Tableau 13

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
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	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	12,0	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	13,0	
Autres charges	16,4	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-3,4	
Impôt sur les sociétés	-1,2	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,2	Très fortement dispersées, +/- 1,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

Tableau 14

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	12,0
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	14,2
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,9
	Frais financiers	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	5,3
	Impôts et taxes hors IS	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,2
	Sous-total : charges communes réparties	12,9
Total des charges imputées au rayon		27,1

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

(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 destinées 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 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, 037 millions de têtes en 2016, dont 4,64 millions de brebis-mères et 1,23 millions de brebis laitières, ce qui place la France au cinquième rang européen. Avec des variations interannuelles assez irrégulières mais s'inscrivant dans une tendance longue à la baisse, les abattages d'agneaux de boucherie ont diminué de 30% en tonnages entre 2000 et 2017.

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 2017, la production de viande ovine des élevages français s'élève à 82 748 tec pour une consommation intérieure de 163 475 tec ; ainsi, les importations de viande ovine, de 91 809 tec, assurent plus de 50% des utilisations finales (consommation et exportation). Cet approvisionnement provient de l'Union Européenne, du Royaume-Unis et de l'Irlande principalement, et de manière moindre, d'Océanie (Nouvelle-Zélande). À noter également des échanges d'animaux vivants, plus modestes, mais également très déficitaires.

Une deuxième particularité de la filière est la **part encore importante du commerce de détail spécialisé** : en 2017, 20% volumes d'achats viande ovine non surgelé est effectué en boucherie spécialisée contre 60% en GMS hors « EDMP »²⁶ (Kantar Worldpanel).

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%), non surgelée (le surgelé représente environ 2% des ventes au détail en valeur comme en volume, selon le panel Kantar) et sa saisonnalité est très marquée : les achats de viande ovine dans le mois de Pâques s'élèvent à environ 8 000 tonnes en 2017 d'après le panel Kantar, et 4 000 à 5000 tonnes pour tout autre mois. Ce profil saisonnier s'observe chaque année (cf. plus loin).

Plus de 30% des achats 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.

La consommation (approché par bilan : production + importations – exportations) s'inscrit dans une tendance à la baisse, baisse presque linéaire avec environ 7 000 tec de moins par an depuis 2000, soit - 40% en moins de 20 ans (275 000 tec en 2000, 164 000 tec en 2017)

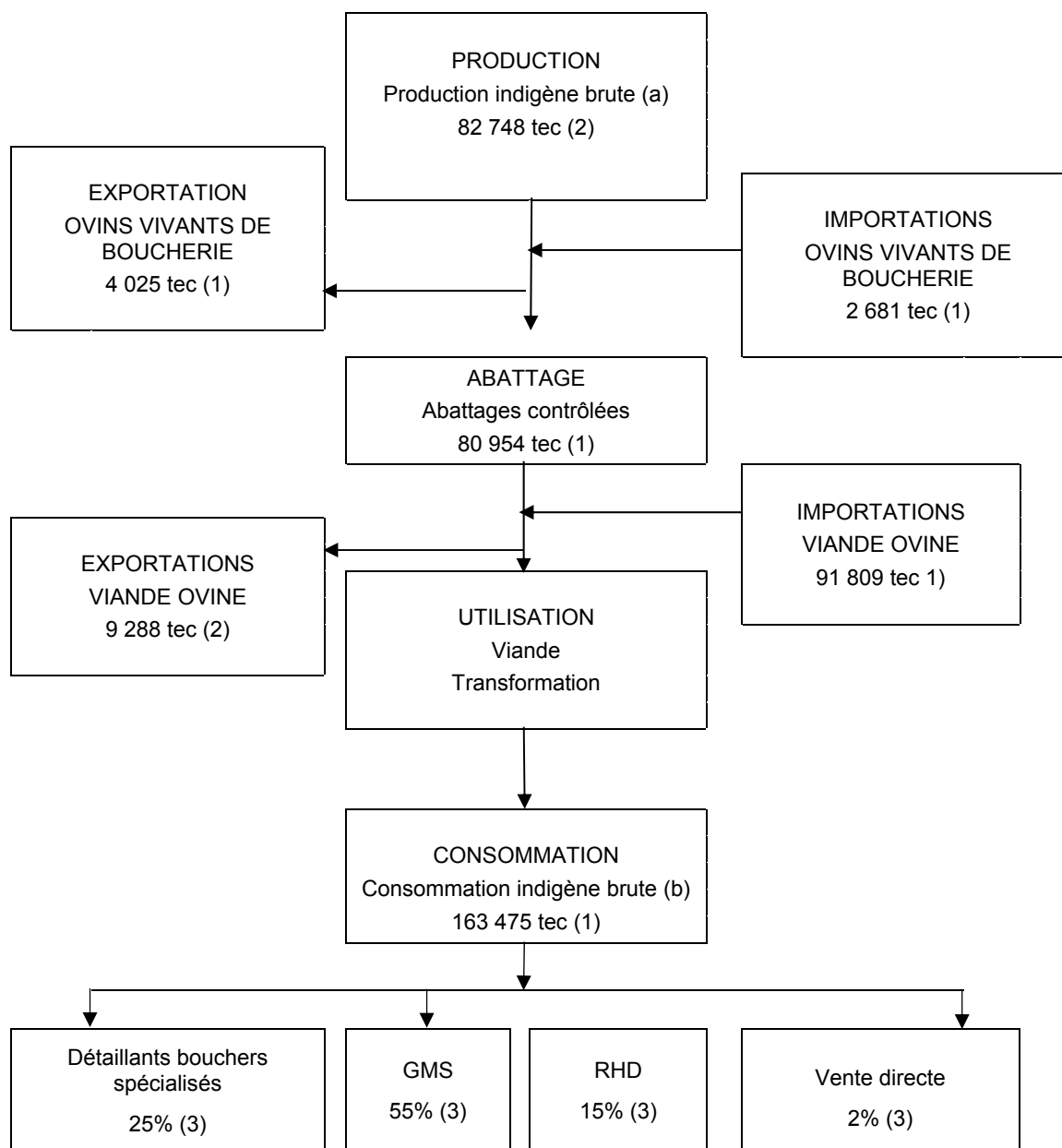
Hors circuit d'achat proprement dit, la restauration hors foyer représente 15% de la consommation de viande ovine, dont 63% en restauration commerciale et 37% en restauration collective (Institut de l'élevage, GEB, « [Où va l'agneau ?](#) »).

²⁶ « Enseignes à Dominante Marque Propre », auparavant désigné par « hard-discount » ou maxi discompteurs, qui pèsent assez peu dans l'offre de viande ovine.

1.2. Bilan des flux de la filière viande ovine

Schéma 5

Bilan des flux dans la filière viande ovine en 2017



(a) la production indigène brute d'animaux vivants du pays est obtenue par calcul à partir des abattages augmentés des exportations et diminués des importations totales d'animaux vivants. Elle s'exprime en têtes ou en tonnes-équivalent-carcasse. Elle diffère de la PIC (production indigène contrôlée) par un redressement appliqué aux abattages contrôlés pour tenir compte de l'ensemble des animaux abattus y compris hors abattoirs (abattages à la ferme pour autoconsommation, ventes directes,...). Elle s'oppose à la « production nette » de viande qui correspond en fait aux abattages et peut donc inclure des animaux non « indigènes » importés vivants pour être abattus.

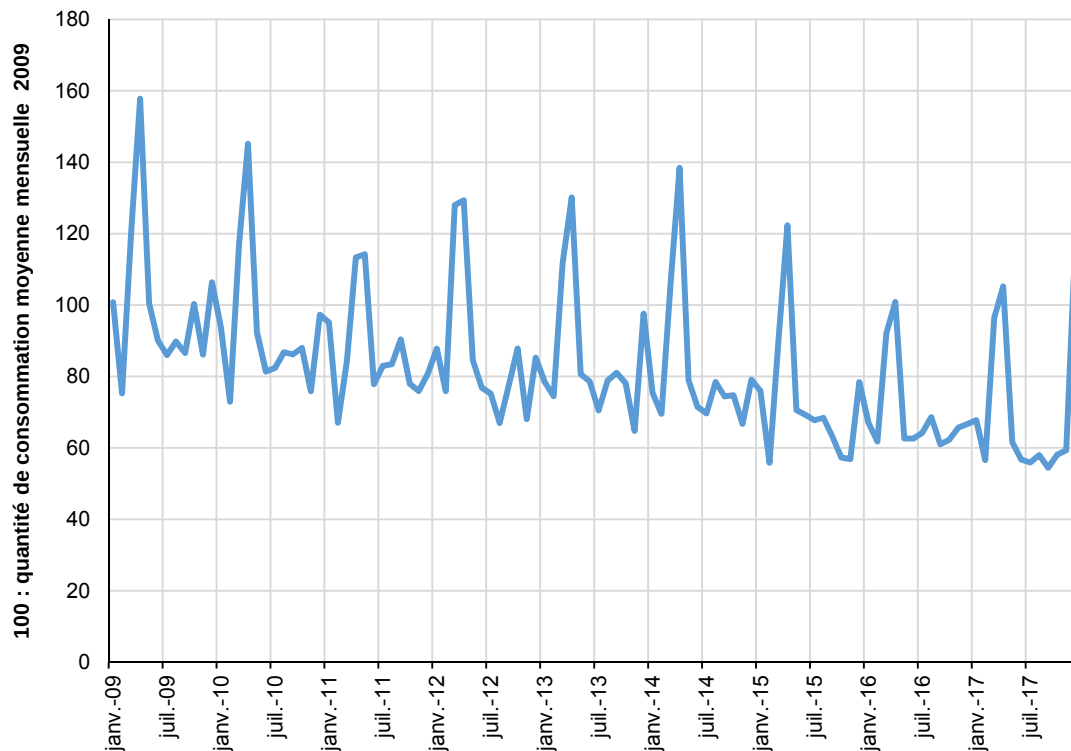
(b) consommation indigène brute (CIB) : la consommation indigène brute de viande dans le pays est obtenue par calcul à partir des abattages, augmentés des importations et diminués des exportations totales de viandes (y c. produits à base de viandes, charcuteries, graisses). C'est une consommation apparente mesurée par bilan.

Source : Agreste (SSP) ; (1) : séries mensuelles du [bulletin de conjoncture](#), (2) : données en ligne/[conjoncture animaux de boucherie](#)

(3) : Institut de l'élevage _ GEB « Où va l'agneau ? »

Graphique 67

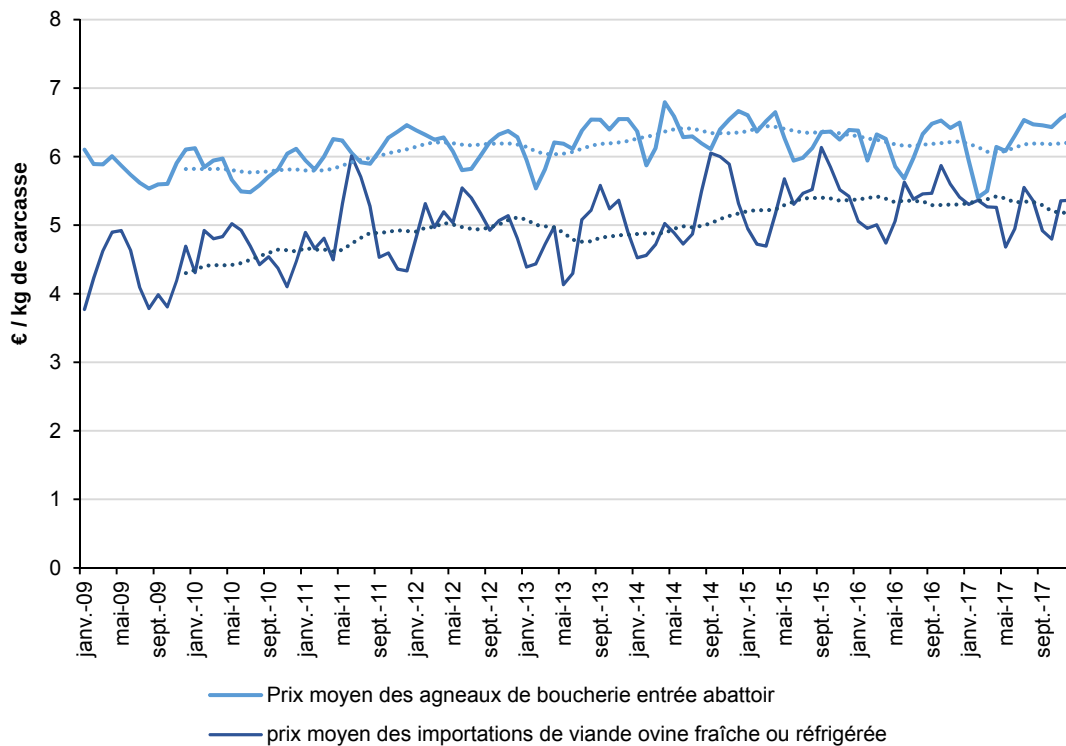
Évolution des quantités achetées de viande ovine fraîche en GMS



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 68

Prix entrée abattoir des agneaux et prix à l'importation des viandes ovines



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, Douanes

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

Compte-tenu :

- du poids important des importations (Cf. Graphique 69), 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,
- de la quasi absence d'achat de viande ovine surgelée en GMS relevé par le panel Kantar depuis 2016.

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 :

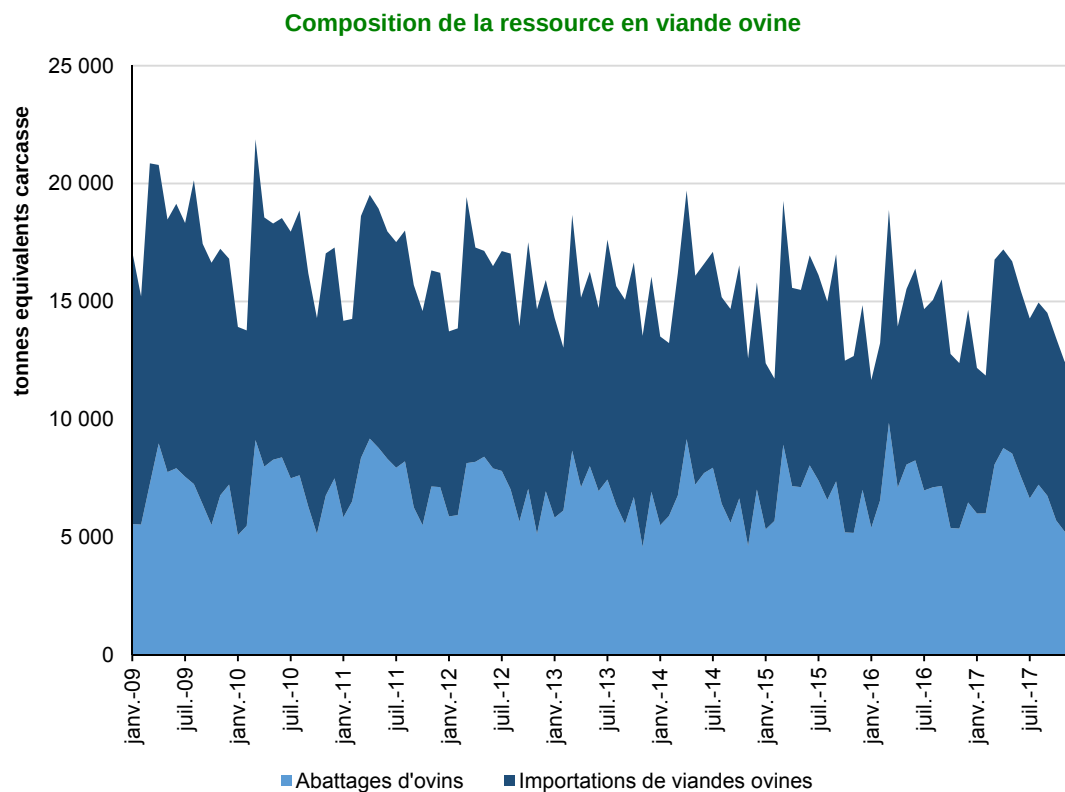
- la ressource à l'amont du circuit est composite et comprend les **produits de l'élevage français** (agneaux, principalement, et animaux de réforme), les **animaux vifs importés** (pour une part relativement limitée) et les **viandes importées** (part importante). On se limite aux viandes importées *fraîches ou réfrigérées, et non congelées ni surgelées*, car la viande ovine surgelée est quasi absente des relevés d'achat au détail en GMS par le panel Kantar, et on suppose qu'il n'y a pas de vente au détail en rayon boucherie de viandes décongelées. 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, 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 pas 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 de viande ovine²⁷, 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* » de morceaux de viande fraîche (côtelettes, gigots, morceaux à braiser ou à bouillir...). Sa composition présente des variations saisonnières et des tendances de long terme. Les variations saisonnières ont été dans cette analyse volontairement figées, quelle que soit l'année, à celles observées en 2017 (Graphique 70) : le prix moyen du « *panier* » varie donc uniquement sous l'effet des variations de prix de ses composants et sous l'effet des variations saisonnières de sa composition du panier, mais pas sous l'effet des modifications de cette saisonnalité.

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 par kilogramme de viande au détail s'en trouve probablement majoré.

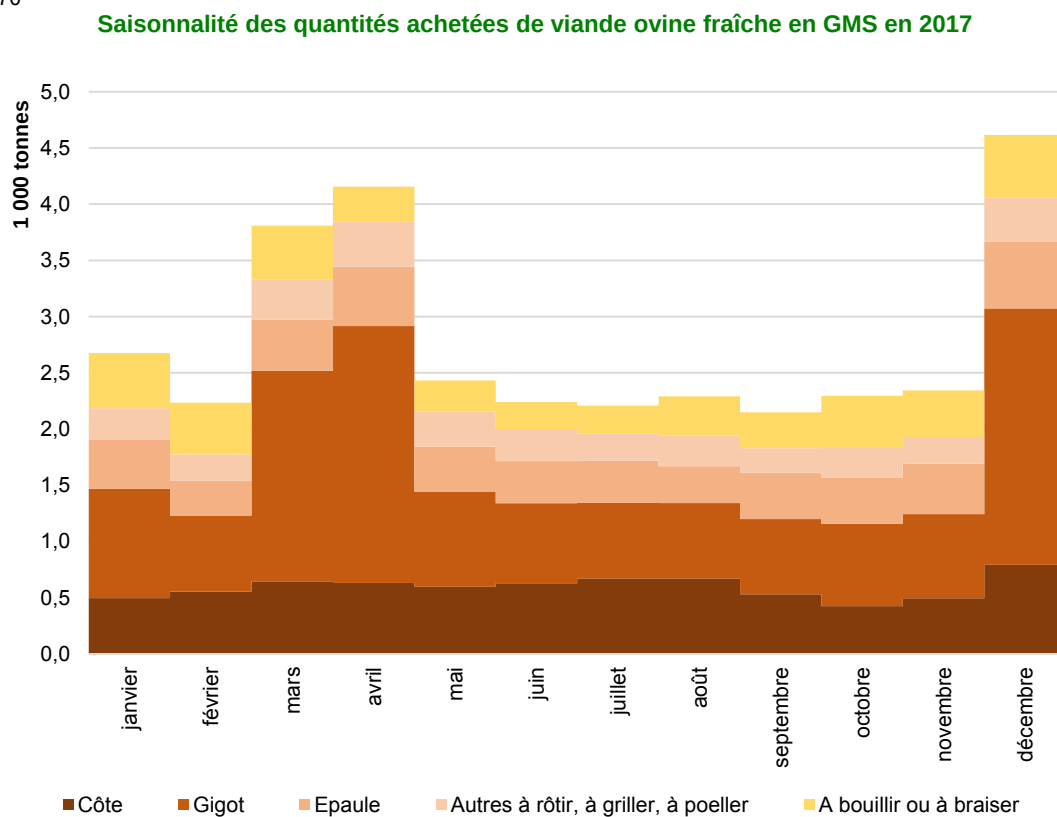
²⁷ Rappel : afin de tenir compte du rendement en viande de la carcasse, les valeurs de tous les produits aux différents stades de la filière doivent être exprimées dans la même unité, soit le kg de carcasse (option retenue ici), soit le kg de viande telle que vendue au détail. Le rendement de carcasse 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, ...) sont prises en compte forfaitairement par un taux global de 95%.

Graphique 69



Source : OFPM d'après SSP, Douanes

Graphique 70



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

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* »²⁸.

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), sont fournis par la même source.

Le prix moyen de vente au détail en GMS (hypermarchés et supermarchés, hors maxi discompte) des viandes ovines fraîches, hors surgelés, 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 saisonnière (achats traditionnellement plus importants de certains morceaux à certaines saisons : gigot à Pâques, par exemple) fixée sur celle de l'année 2017.

²⁸ 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 carcasses, découpes, pièces fraîches ou réfrigérées.

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.

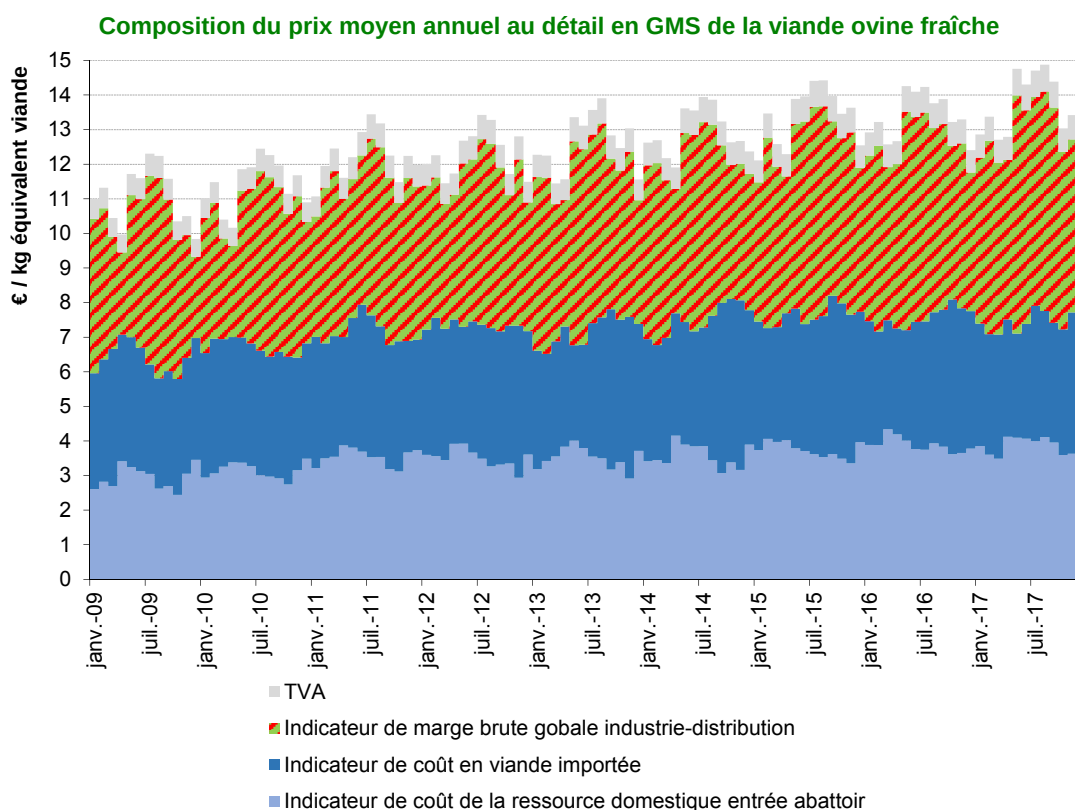
La part de la matière première est supérieure à la part de la marge brute agrégée de l'aval. Celle-ci a augmenté entre 2009 et 2017, davantage en valeur absolue qu'en pourcentage, amplifiant ainsi la hausse du coût de la ressource, indigène et importée.

Jusqu'en 2015, 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 a accentué la pression sur les prix.

En 2016 et 2017, le coût en ressource domestique continue de progresser mais celui de la viande importée diminue et cette baisse conduit à celle du coût total de la ressource.

Le prix moyen au détail, pour un panier dans la composition observé en 2017 progresse à nouveau en 2017.

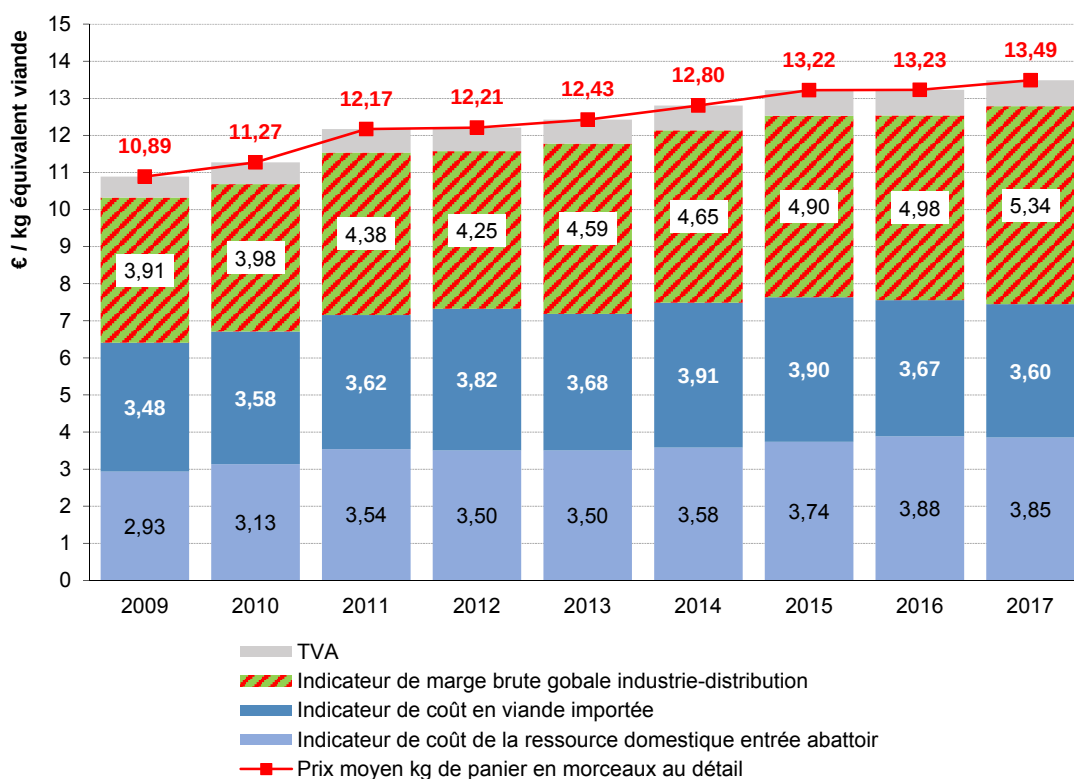
Graphique 71



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Graphique 72

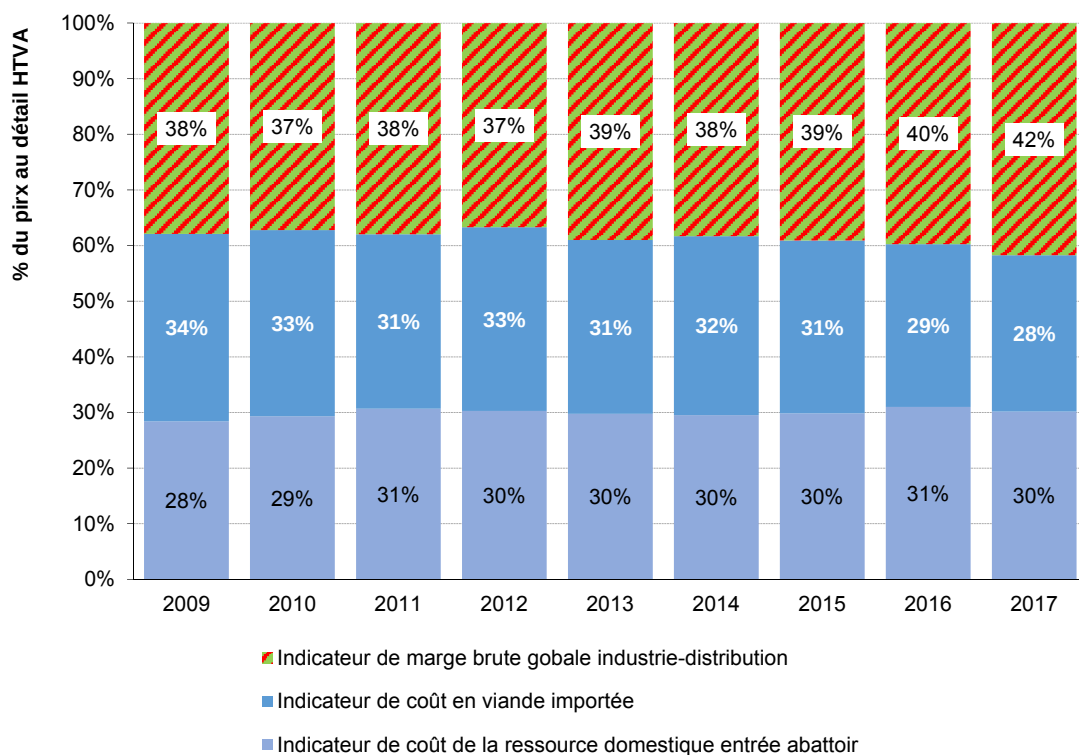
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande ovine fraîche



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Graphique 73

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande ovine fraîche



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

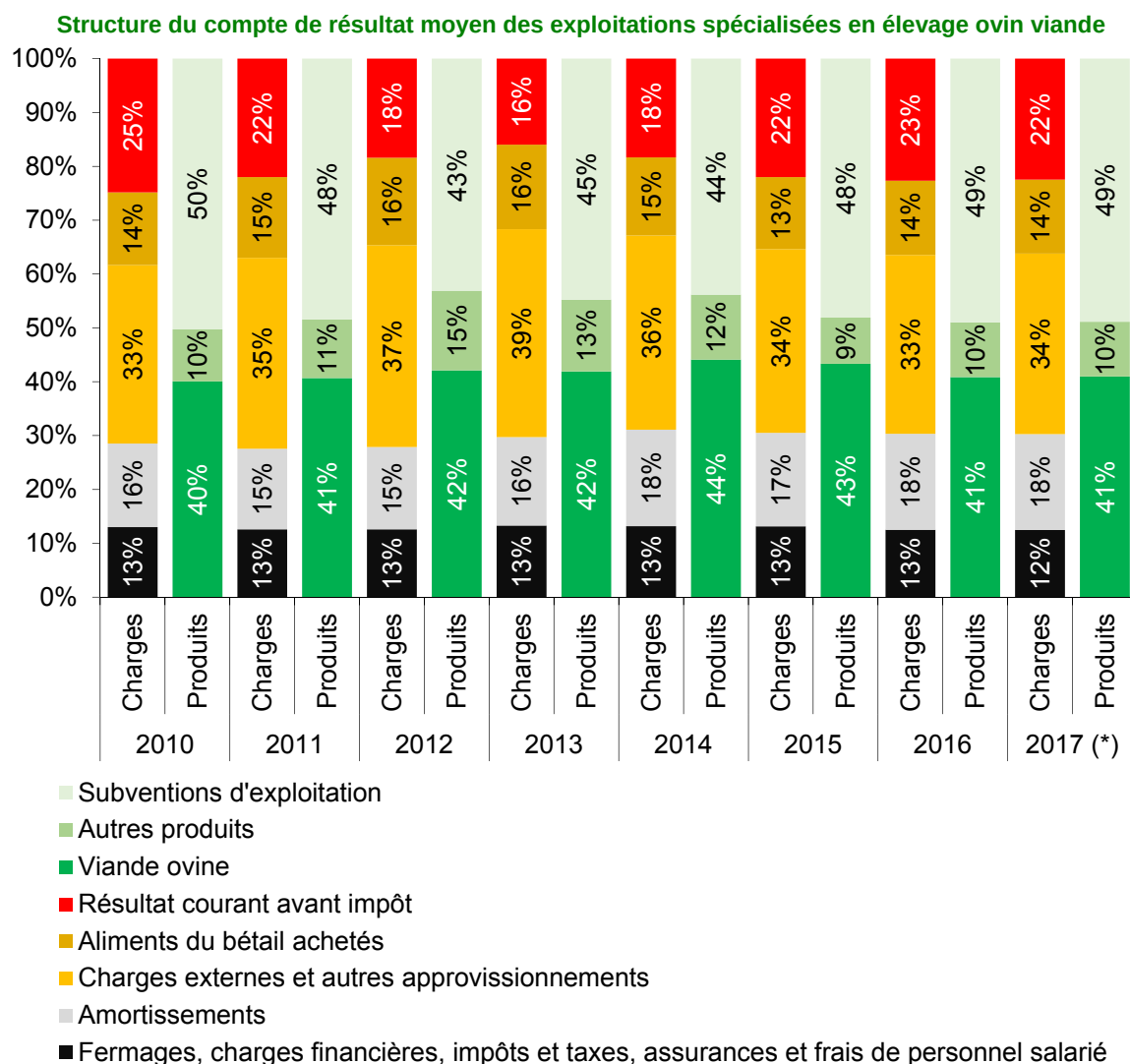
L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage d'ovins viande, issu du Rica, est constitué de 137 à 143 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 879 à 6 030 exploitations. Dans cet échantillon, la production d'ovins viande constitue plus de 75 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Les résultats 2017 sont simulés. L'IPPAP ovins 2017 (Insee) est appliqué au produit 2016 pour calculer le prix de la viande en 2017. L'IPAMPA ovins viande (Idele) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment ainsi que celui des charges externes et autres approvisionnement. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016. En 2016, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 22 % de la totalité des produits, soit 25 343 € pour 111 832 € (Graphique 74). Il est de 20 351 € par unité de travail annuel non salarié. En 2017, le prix des aliments est en très légère baisse (-0,3 %) celui des charges externes et autres approvisionnements augmente de 1,2 % tandis que le prix de la viande ovine augmente de 0,5 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt diminue légèrement (-0,7 % en valeur). Il est de 25 172 € pour 112 070 € et de 20 213 € par travailleur familial en 2017 (Graphique 76). Les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017 et le bilan conjoncturel d'Agreste peuvent être consulté :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 74

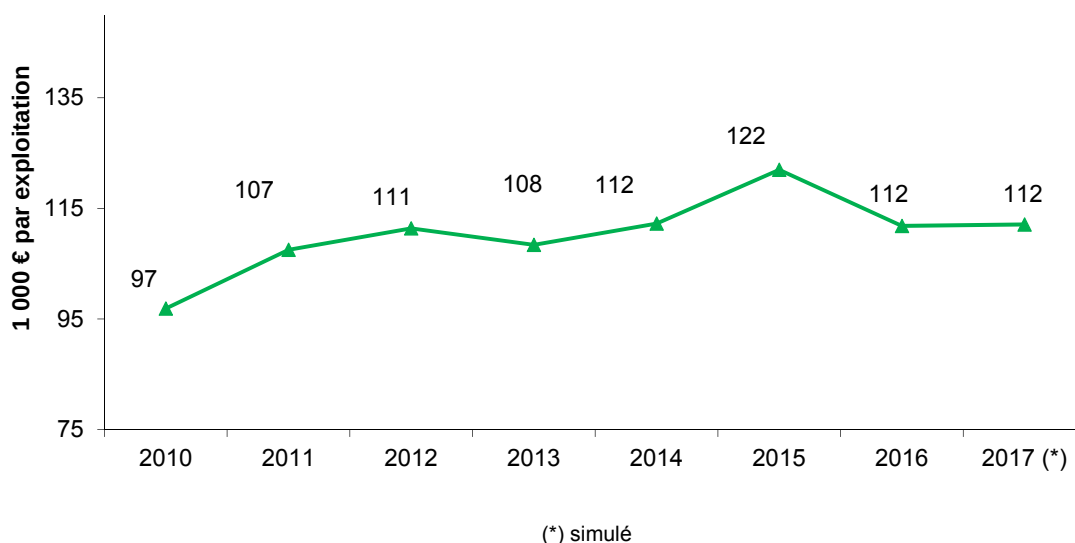


(*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 75

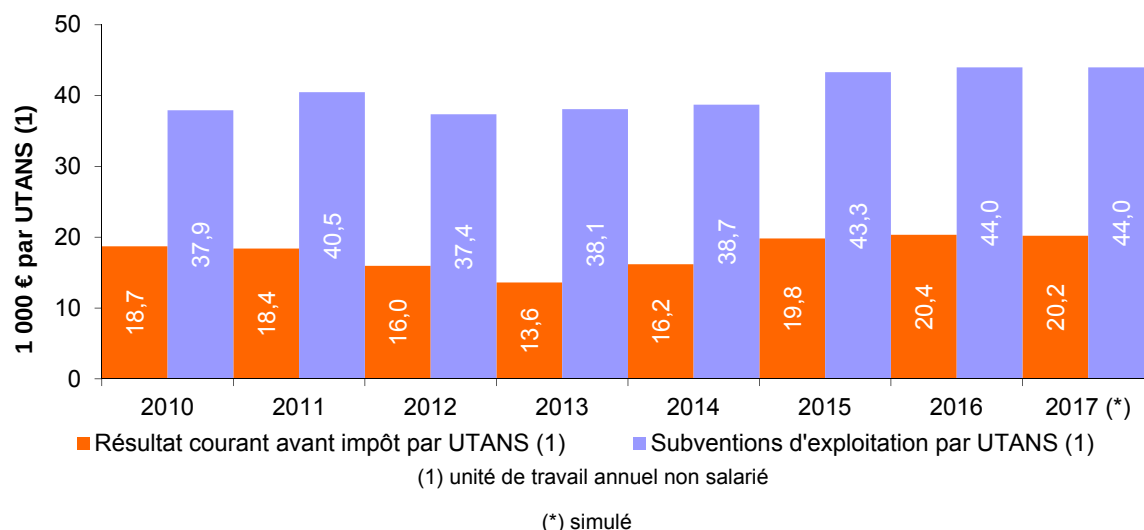
Montant moyen des produits courants par exploitation spécialisée en élevage ovin viande



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 76

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 2017

4.2. Coûts de production dans les élevages ovin viande, par système

Cette estimation pour la campagne 2017 des coûts de production exprimés en euro par kg de carcasse d'agneau vendu, 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. Quatre systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

- **« Fourrager »** : 39 exploitations. Systèmes sans parcours, intensifiés (chargement > 1,4 UGB/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).
- **« Herbagers »** : systèmes sans parcours et peu intensifiés (chargement < 1,4 UGB/ha) et systèmes peu dépendants des parcours (chargement < 2,5 UGB/ha) et localisés en zone d'élevage des montagnes humides ou en zone non défavorisée, défavorisée simple ou piémont, distingués en deux sous-groupes, en fonction des zones d'élevage :

- 80 exploitations en zones de plaines ou herbagères : zones de cultures dominantes ou mixtes cultures-élevages, zones de cultures fourragères, zones herbagères
- 35 exploitations en zones pastorales ou de montagne : zones pastorales, des montagnes humides ou de hautes montagnes.
- « **Pastoraux** » : 45 exploitations. Systèmes fortement dépendants des parcours (chargement < 2,5 UGB/ha) ou localisés en zone de handicap montagne ou haute montagne et hors zones d'élevage des montagnes humides.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage 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 2 SMIC bruts 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 de l'exploitation.

Le coût des aliments pour ovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts cultureux (de même que pour les fourrages) et non sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2016, dans le système « *Fourrager* », le coût de production s'élève à 10,79 € par kilogramme de carcasse. L'ensemble des produits (vente des agneaux, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 10,44 € par kilogramme de carcasse, soit 36 centimes de moins par kilogramme que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés, des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,7 SMIC brut.

Dans le système « *Herbagers en zone de plaines ou herbagères* », le coût de production s'élève à 14,38 € par kilogramme de carcasse. L'ensemble des produits (vente des agneaux, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 12,70 € par kilogramme de carcasse, soit 1,68 € de moins par kilogramme que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés, des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,3 SMIC brut.

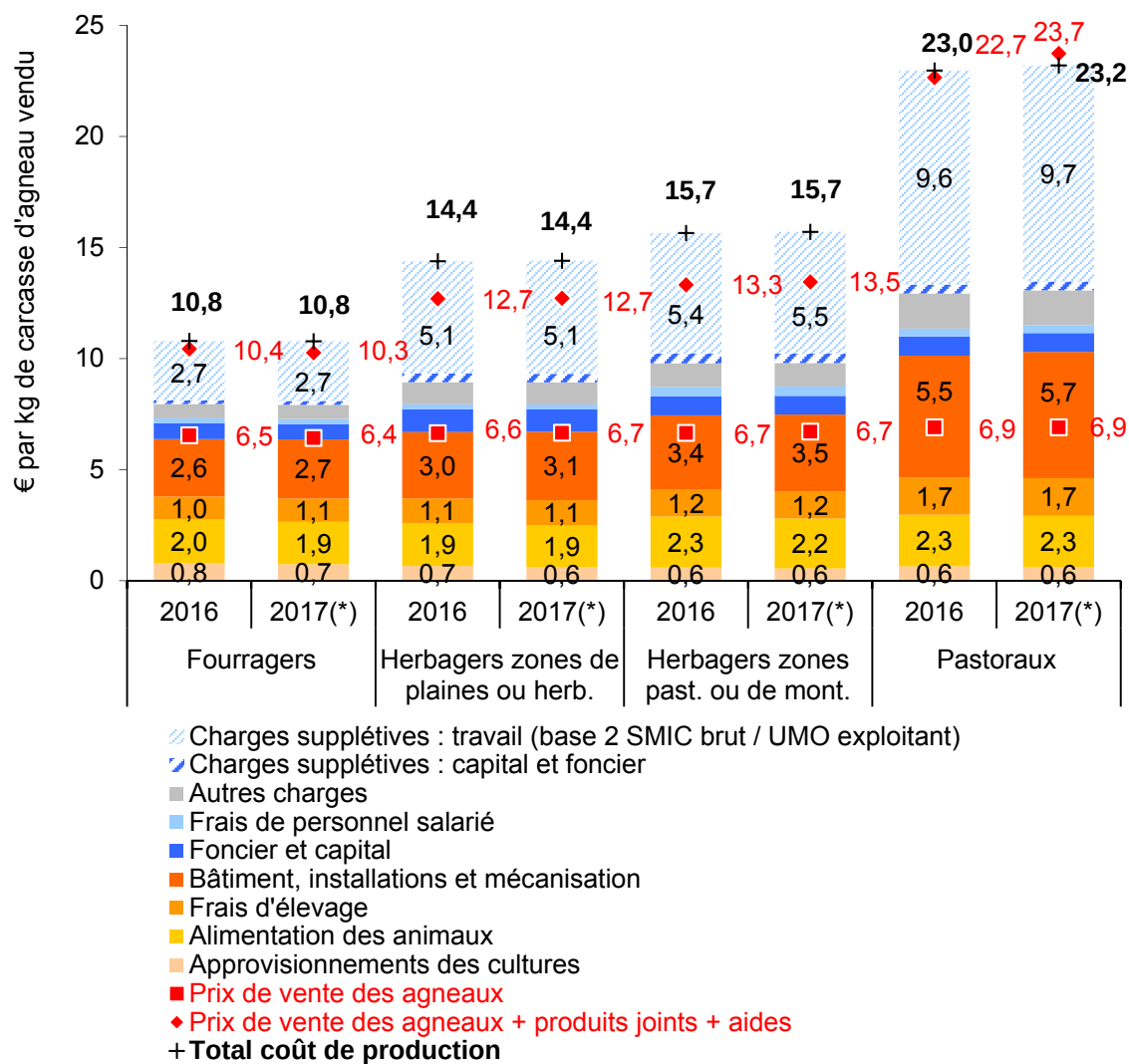
Dans le système « *Herbagers en zone pastorales ou de montagne* », le coût de production s'élève à 15,66 € par kilogramme de carcasse. L'ensemble des produits (vente des agneaux, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 13,32 € par kilogramme de carcasse, soit 2,33 € de moins que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés, des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,1 SMIC brut.

Dans le système « *Pastoraux* », le coût de production s'élève à 22,97 € par kilogramme de carcasse. L'ensemble des produits (vente des agneaux, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 22,66 € par kilogramme de carcasse, soit 32 centimes de moins par kilogramme que le coût de production. Les produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés, des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,9 SMIC brut.

En 2017, selon les systèmes, les charges sont stables ou augmentent légèrement (de + 0,2 % à + 1 % selon les systèmes étudiés), tandis que le prix des agneaux baisse de 1,8 % pour les exploitations en système « *Fourragers* » (forte part d'agneaux de contre-saison), est stable pour le système pastoral et augmente de 0,3 % et 0,8 % pour les exploitations du système « *Herbagers* » (forte part d'agneaux de saison). Ainsi, par rapport à 2016, la rémunération permise s'améliore pour les systèmes « *Pastoraux* » et « *Herbagers en zone pastorales ou de montagne* ». Elle est stable pour les « *Herbagers en zone de plaines ou herbagères* » et se dégrade pour les « *Fourragers* ».

Graphique 77

Coûts de production par système d'élevage ovin viande



(*) estimation

Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE VIANDE OVINE ET COÛT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DÉCOUPE D'OVINS

Données non disponibles en 2017

6. COMPTE DU RAYON BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie contribue pour 15 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 12 % à leur marge brute, pour 19 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente : découpe, l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle dans certains hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

6.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,9%. Ce taux est inférieur de près de 5 points à la moyenne des rayons étudiés, en partie, probablement, du fait des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié assez importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 12,0 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 3^{ème} rang après les rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie et marée.

La marge semi-nette est ainsi de 13,0 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (16,4 €). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative, de - 3,4 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 2,2 € après.

6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 14,2 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 12,0 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 2,3 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également un peu plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,1 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 28,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,0 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

Tableau 15

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
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	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	12,0	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	13,0	
Autres charges	16,4	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-3,4	
Impôt sur les sociétés	-1,2	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,2	Très fortement dispersées, +/- 1,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

Tableau 16

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

	<i>Boucherie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon
	12,0
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon
	0,5
	Eau, gaz, électricité pour le rayon
	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon
	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon
	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon
	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon
	14,2
Charges communes réparties	Immobilier
	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)
	5,9
	Frais financiers
	0,1
	Autres charges communes réparties (1)
	5,3
	Impôts et taxes hors IS
	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés
	-1,2
	Sous-total : charges communes réparties
	12,9
	Total des charges imputées au rayon
	27,1

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

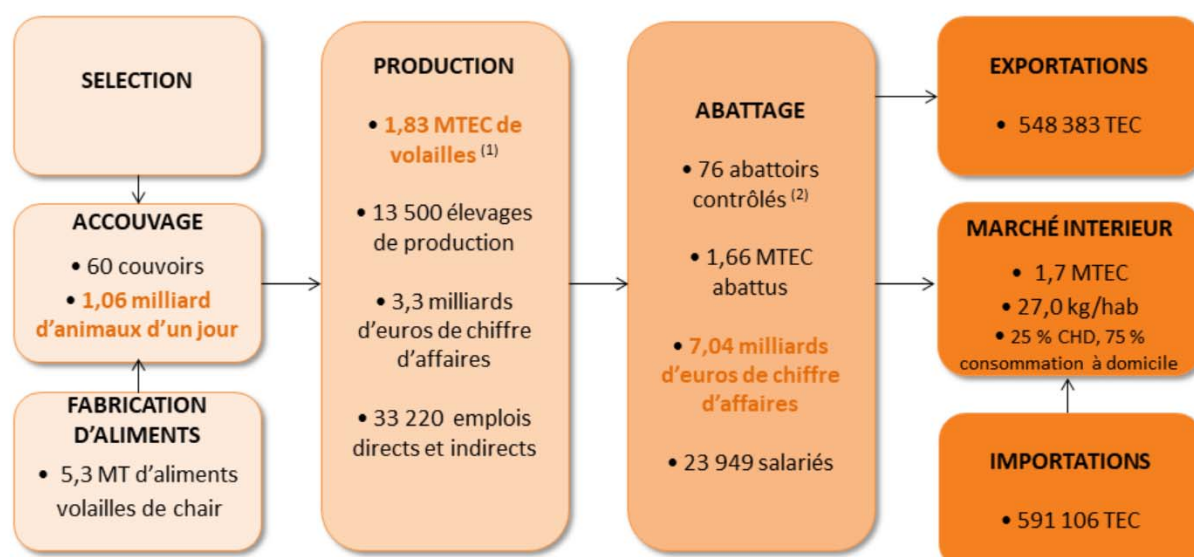
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées 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 4 – Volailles de chair et lapins

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR ET LAPINS

Schéma 6

Cartographie des flux dans la filière volailles de chair en 2016



(1) Y compris canards gras, (2) Abattoirs traitant plus de 2,5 millions de têtes / an
TEC : tonnes d'équivalent carcasse, MTEC : million de tonnes d'équivalent carcasse, MT : millions de tonnes.
Produits élaborés crus et cuits inclus.

Sources : Itavi, d'après SSP, Insee, Coop de France

Encadré 6

Une filière intégrée dans les échanges internationaux

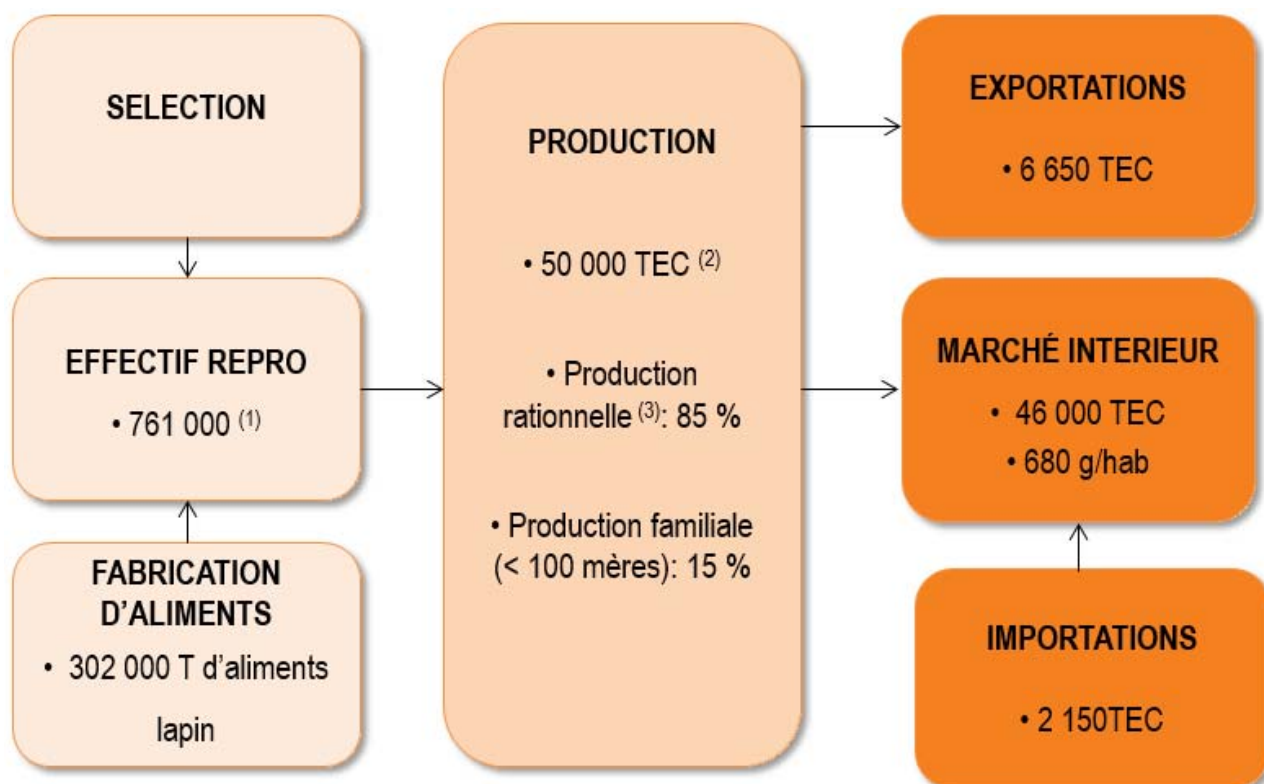
Alors que l'Observatoire privilégie l'analyse du circuit de distribution des produits au détail en GMS censés provenir de l'élevage français, ce schéma montre que l'export est un débouché important pour la filière (lequel a d'ailleurs rencontré des difficultés spécifiques) et l'import une source également importante d'approvisionnement du marché intérieur. Ainsi, les représentations de la décomposition des prix au détail qui vont suivre (partie 3) d'une part, n'illustrent qu'un aspect de la valorisation industrielle, d'autre part, peuvent présenter un biais lié aux importations de volailles destinées à la distribution (non négligeables s'agissant des découpes). En outre, la restauration hors domicile – débouché important pour la volaille – n'est encore pas dans le champ de l'Observatoire. Enfin, les comptes de l'industrie des viandes de volailles présentés dans la partie 5 retracent l'ensemble de l'activité du secteur, tous débouchés compris (GMS, RHD, export).

Pour plus d'informations :

- <http://www.itavi.asso.fr/content/les-volailles-de-chair>
- « [Les mutations des filières avicoles européennes depuis 2000. Les filières françaises face à l'émergence de nouveaux concurrents](#) » (FranceAgriMer), décembre 2015.
- « [Actualité des relations commerciales entre industriels de la volaille et grande distribution](#) », présentée par l'Itavi (P. Magdelaine) lors des 2èmes Entretiens de l'Observatoire (26 octobre 2016).
- « [Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles. Bilan 2017, perspectives 2018](#) » (FranceAgriMer), février 2018.

Schéma 7

Cartographie des flux dans la filière lapins en 2017



(1) SSP : statistique agricole annuelle 2016, (2) Recensement agricole 2010 et Gestion technico-économique, (3) Recensement agricole 2010

TEC : tonnes d'équivalent carcasse, T : tonnes

Sources : Itavi, d'après SSP, Insee, Coop de France

En 2017, les abattages français de volaille ont encore diminué (-1,3% en têtes, abattages contrôlés CVJA), mais moins qu'en 2016 (-3,7%), dans le contexte de l'épizootie d'influenza aviaire. Les tonnages de poulets se sont accrus (+2,2% en tonnes, abattages contrôlés CVJA) alors que ceux de dinde et de canards reculaient (-6,6%).

Le déficit commercial des viandes et préparations de volaille s'est creusé, passant, pour les 11 premiers mois de l'année, de 200 M€ en 2016 à 221 M€ en 2017 (Douanes) sous l'effet de la dégradation des échanges de viande de poulet type « export », malgré une amélioration de l'excédent des viandes de dinde et de canard. Les prix à la production des deux principales espèces (poulet, dinde) se sont maintenus, dans des filières très intégrées.

Cf. « [Bilan conjoncture 2017](#) », Agreste Panorama. Service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

D'après les résultats du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, l'année 2017 a été marquée par un recul des achats de viandes de volailles et élaborés frais en volume (- 0,8 %), toutefois moins important que pour le bœuf (-3,2 %) et le porc (-4,7 %). Les achats de viande de poulet sont restés stables, avec un repli de la consommation de poulet PAC (-4,7 %) au profit de la découpe (+2,3 %). Les achats de dinde sont en repli de 3,3 % de même que ceux du canard de 6,2 %. Les élaborés de volailles sont quant à eux en hausse de 3,4 %, ainsi que les charcuteries à base de volaille (+3,6 %) et les volailles surgelées (+6,3 %).

La consommation française totale de viandes de volailles, calculée par bilan, est stable par rapport à 2016 (+0,2 %), avec des substitutions entre espèces : le poulet est en progression de 4,7 % tandis que la consommation de dinde est en repli de 10,2 % et celle de canard de 13,3 %. Les hausses de consommation observées en poulet (+59 700 tec) comparées à la stabilisation des achats des ménages suggèrent que la progression de la demande provient surtout de la restauration hors domicile.

Les importations représentent 41 % de la consommation de poulet en 2017. Pour l'ensemble des volailles, les importations représentent 34 % de la consommation.

Cf. « [Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles. Bilan 2017, perspectives 2018](#) » FranceAgriMer, février 2018.

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR ET LAPINS

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). C'est un 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 et lapins. Ces données sont fournies en niveau à l'observatoire pour les agrégats suivants : dindes et dindons, poulets (label et standard), et lapins. 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 de prix moyens industriels relevés par l'Insee auprès des principaux opérateurs pour quatre ensembles de produits : poulet entier prêt-à-cuire standard, escalope de filet de poulet standard, escalope de filet de dinde standard et cuisse de poulet standard. Il s'agit de prix « deux fois nets », desquels sont déduits les remises, rabais et ristournes conditionnels aux quantités vendues, la notion de prix est homogène au chiffre d'affaires du fournisseur, mais n'incluant pas la coopération commerciale. On dispose des données des douanes françaises pour estimer les prix industriels des ailes de poulet et de dinde fraîches, les prix industriels des cuisses de dinde medium étant connus par une enquête du réseau des nouvelles des marchés de FranceAgriMer. Ces données sur les valeurs sortie abattage-découpe des principales pièces issues d'une carcasse de volailles, complétées par leurs poids moyens, permettent d'estimer la valeur de matière première entrée abattoir des découpes de cuisses de poulet et d'escalopes de poulet et de dinde, en considérant que le rapport entre valeur entrée abattoir et valeur sortie abattage-découpe est identique quelle que soit la pièce, et égal à celui de l'ensemble de la carcasse (Mainsant, Porin, 2002). Une enquête conduite en 2014 auprès des industriels a permis de recueillir des références sur la valorisation des abats (gésiers, foie), de certaines viandes secondaires (*trimming*) et autres coproduits, ce qui a ainsi permis de préciser les estimations des indicateurs de marges brutes industrielles sur les produits de consommation étudiés (cf. encadré ci-après).

L'observatoire suit trois catégories de viande de lapins : le lapin entier présenté non découpé, le lapin entier découpé et un ensemble composite : morceaux de lapin. On ne dispose pas de prix moyen sortie usine pour les poulets de label, le lapin entier et les découpes de lapin pour lesquels seul un indicateur de « *marge brute agrégée* » (industrie et distribution confondues) peut donc être estimé²⁹.

Les références de prix des volailles et lapins au détail sont les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel. La nomenclature du panel permet d'estimer les dépenses et les volumes d'achat en poulet standard (i.e. sans label rouge ni mention d'agriculture biologique), donc le prix moyen de cette catégorie, en soustrayant aux volumes et dépenses en poulets toutes catégories celles en poulets sous label rouge et en poulets biologiques (les séries antérieurement utilisées par l'observatoire pouvaient inclure les poulets biologiques). Pour établir des valeurs moyennes annuelles composant le prix au détail (coût entrée abattoir, marges brutes de l'aval), les données de base, mensuelles, sont pondérées quel que soit le stade (production, industrie, GMS) par les quantités achetées mensuellement en GMS en année de référence (2017, actuellement), ceci pour garantir que les évolutions de ces valeurs annuelles sont uniquement dues aux évolutions des prix et non influencées par d'éventuelles variations interannuelles de la répartition de achats dans l'année.

²⁹ Un projet d'enquête sur les prix sortie usine du lapin est en cours d'étude avec l'interprofession.

Encadré 7

Impact de la valorisation des coproduits de l'abattage-découpe de volailles

Après échanges avec les représentants des industriels, l'observatoire a conduit en 2014-2015, une enquête sur les résultats 2014 de la valorisation des coproduits et viandes secondaires pour le poulet et la dinde, auprès d'un panel de 6 sociétés représentant 89 % des abattages de poulet standard (hors poulet « export ») en 2014. À noter que les réponses pour la dinde ne se sont pas avérées exploitables faute de réponses suffisantes.

Quatre catégories de produits ont été suivies dans l'enquête :

- les viandes secondaires : ailes de poulet
- les abats : cœur, foie, gésier
- les extrémités : tête, cou, pattes, croupion
- les coproduits : plumes, sang, peau, graisses, chutes de parage, restes de carcasses et divers produits de catégorie C3 (pour l'alimentation animale).

Prise en compte de la valorisation des abats et coproduits dans le calcul des marges brutes sur les découpes principales (filets et cuisses).

La marge nette sur coproduits, abats, et après saisie diminue (si elle est positive) ou augmente (dans le cas contraire) le coût d'achat de la matière première commune aux produits principaux et aux coproduits (i.e. la valeur de la carcasse de poulet entrée abattoir).

Le tableau suivant présente les résultats ramenés aux quantités valorisées par kilo de pièce ou coproduits :

Tableau 17

Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard en 2014

Libellés articles : abats, coproduits, saisie	Chiffres d'affaires HT des quantités valorisées (1)	Coûts spécifiques (2)	Marge nette (3) = (1) - (2)
	centimes / kg article	centimes / kg article	centimes / kg article
Abats	152,6	-139,3	13,3
Coproduits, extrémités, reste de la carcasse	10,6	-2,7	7,9
Saisies	0,5	-10,2	-9,7
Abats et coproduits non valorisés		-7,0	-7,0
MOYENNE pour l'ensemble des articles	12,8	-6,8	6,0

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Les résultats précédents ramenés aux quantités de poulets traités et divisés par le rendement du vif en carcasse (67 % pour un poulet standard, source SSP pour OFPM) donnent les valeurs par coût unitaire d'achat. Abats et coproduits sont considérés comme des produits joints des PGC : leur valorisation nette vient diminuer le coût d'achat de la matière première (poulet entrée abattoir) d'environ 4 centimes / kg carcasse (ou 2,7 centimes / kg vif) sur la base de ces résultats 2014. Le tableau suivant ci-après présente les résultats précédents exprimés en % du prix moyen de la matière première entrée abattoir.

Tableau 18

Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard, ramenée au prix d'achat entrée abattoir en 2014 (en %)

Libellés articles : abats, coproduits, saisie	Chiffres d'affaires HT des quantités valorisées (1)	Coûts spécifiques (2)	Marge nette (3) = (1) - (2)
	% prix achat vif	% prix achat vif	% prix achat vif
Abats	1,8%	-1,6%	0,2%
Coproduits, extrémités, reste de la carcasse	4,1%	-1,1%	3,1%
Saisies	0,0%	-0,2%	-0,2%
Abats et coproduits non valorisés		-0,2%	-0,2%
MOYENNE pour l'ensemble des articles	6,0%	-3,2%	2,8%

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Encadré 8

Les références de prix moyen de vente par l'industrie aux enseignes de GMS

Pour plusieurs produits (liste ci-dessous), la référence de prix moyens mensuels de vente par l'industrie aux centrales d'achat des GMS est fournie à l'Observatoire par l'Insee. Ces prix moyens sont recueillis spécifiquement pour l'Observatoire par l'Institut auprès des entreprises qu'il interroge pour élaborer ses [indices de prix de production de l'industrie](#). L'enquête est conduite auprès des principaux opérateurs du secteur, elle porte sur un ensemble de produits, précisément défini (les « transactions-témoins »).

Les articles dont les prix sont relevés pris en compte pour établir le prix moyen d'un « produit » (ensemble d'articles) sont précisément définis dans leur nature (dénomination, qualité, marque, conditionnement...) et leur proportions pour assurer l'homogénéité dans le temps du « produit » suivi.

Pour un produit industriel donné destiné à la revente au détail en GMS, l'ensemble d'articles suivi par l'Insee n'est pas nécessairement homogène à celui suivi par l'observatoire au stade de la vente au détail en GMS, via le panel Kantar, notamment. Par exemple, les prix moyens mensuels sortie industrie du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » sont établis sur des ensembles d'articles de nature et de composition éventuellement différente de celles du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » dont on relève les prix au détail en GMS dans le panel Kantar.

Lever complètement le biais éventuel qui en résulte sur le calcul des « indicateurs de marge brute » nécessiterait de disposer de données de prix élémentaires portant sur des références exactement identiques sortie usine et en GMS, et en nombre potentiellement très important pour assurer en outre la représentativité des résultats.

Par ailleurs, les prix moyens fournis l'Insee sont des prix dits « trois fois nets », homogènes au chiffre d'affaires du fournisseur, intégrant les remises, rabais et ristournes conditionnelles aux quantités (sauf certaines remises connues en fin d'année), mais n'intégrant pas la coopération commerciale (financement par le fournisseur d'opérations visant le développement des ventes) ni tout autre éventuel mécanisme de « dégradation » du prix.

Les produits pour lesquels les références de prix industriels utilisées par l'observatoire proviennent de la source Insee précitée sont :

- en viande porcine : les UVCI de porc frais,
- en viandes de volailles : les UVCI de poulet entier PAC standard et de découpes de poulet standard,
- en produits laitiers : tous les PGC suivis par l'observatoire ;
- et, en filière céréalière, mais s'agissant de produits intermédiaires non destinées à la vente au détail : les prix des farines boulangères.

Les autres sources de prix industriels mobilisées pour d'autres produits sont :

- en filière viande « de bœuf » : une enquête *ad hoc* de l'observatoire auprès des industriels ;
- pour les pièces de porc (produits intermédiaires pour l'industrie de la charcuterie ou la découpe de viande de boucherie de porc en GMS) : les cotations sur le MIN de Rungis ;
- pour le jambon cuit, les pâtes alimentaires, le saumon fumé : le calcul de prix moyen annuel à partir des données de tonnages et de chiffre d'affaires par produit dans l'industrie fournies par l'enquête statistique Prodcom (SSP, Insee).

L'amélioration des sources de prix industriels est un enjeu important pour l'OFPM mais elle nécessiterait des moyens statistiques considérables.

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

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : poulet entier standard

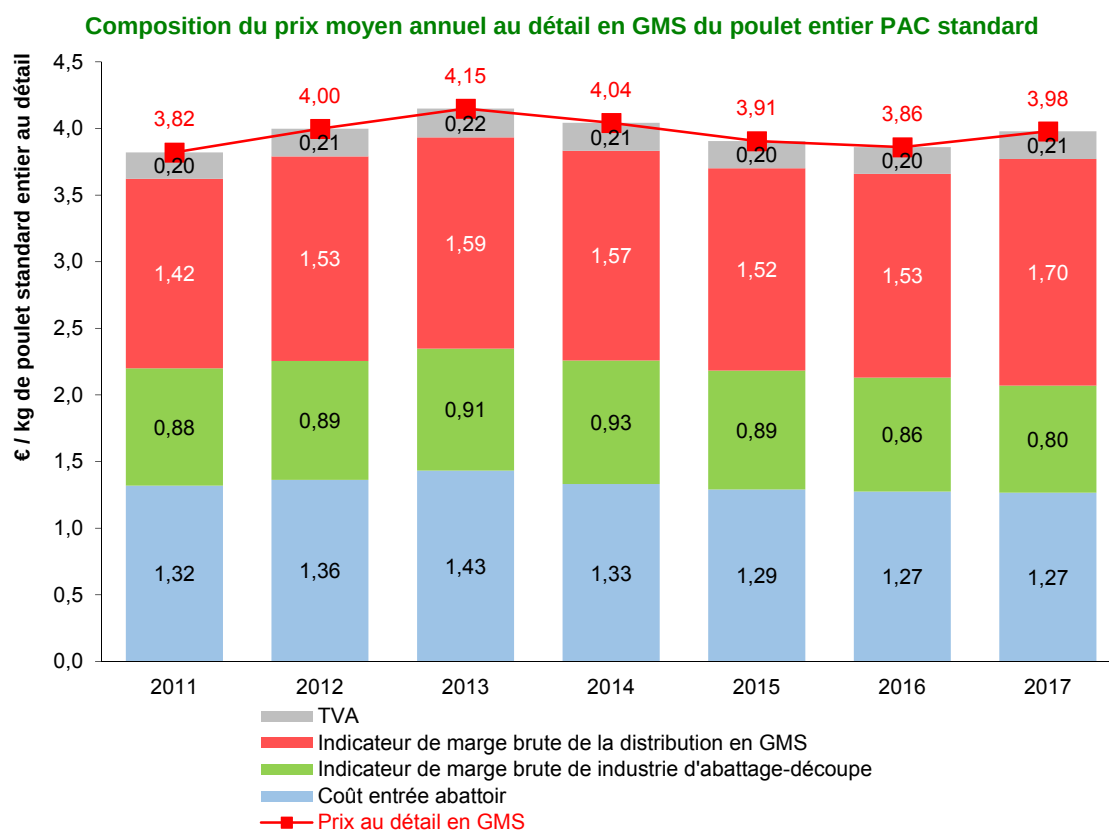
Le prix moyen annuel au détail a progressé significativement de 2011 à 2013, période durant laquelle les cours des matières premières destinées à l'alimentation animale ont fortement augmenté.

Le prix moyen au détail diminue ensuite jusqu'en 2016 sous l'effet du reflux du coût entrée abattoir et du resserrement des marges brutes de l'aval. En 2017, le prix moyen au détail en GMS suivi par le panel Kantar augmente nettement pour un prix moyen sortie abattage-découpe (source Insee) et un indicateur de marge brute de ce maillon en baisse, d'où une progression de l'indicateur de marge brute en GMS.

NB :

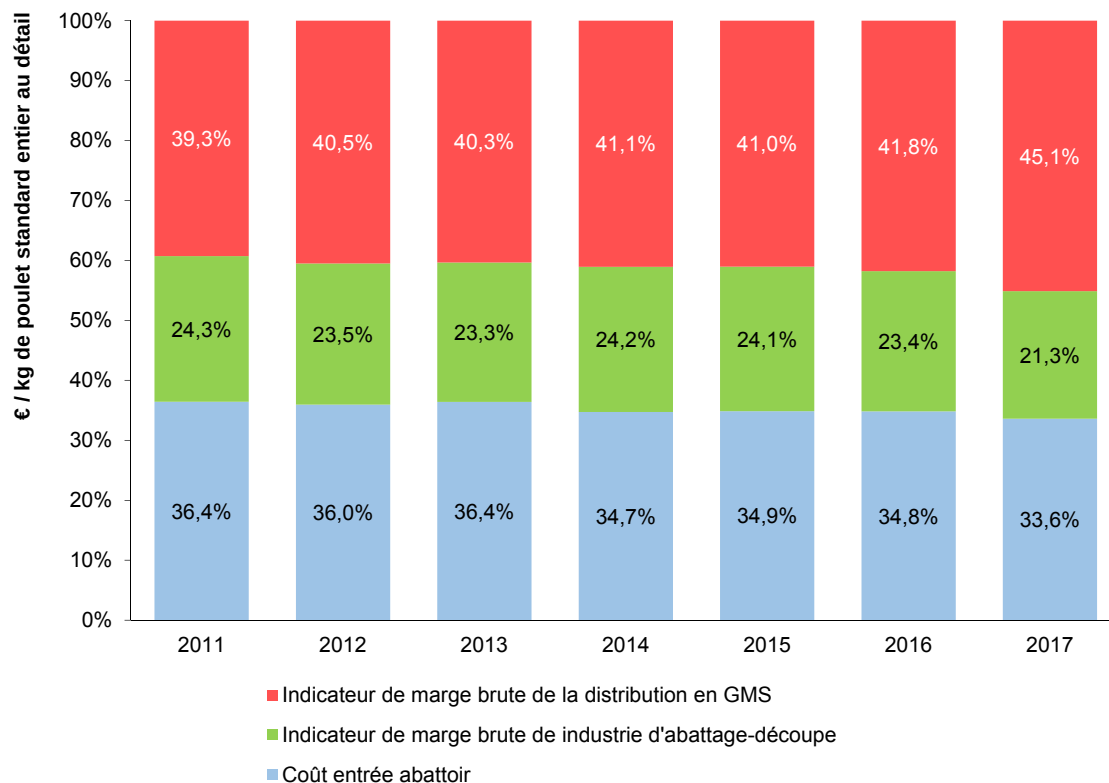
Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence 2017.

Graphique 78



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 79

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du poulet entier PAC standard

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : découpes de poulet standard

L'observatoire suit les deux principales découpes de poulet standard, à savoir les escalopes et les cuisses (désossées ou non, gigues incluses) représentant respectivement 38 % et 45 % des volumes de découpes fraîches de poulet achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2015 (52 % et 30 % en valeur).

NB :

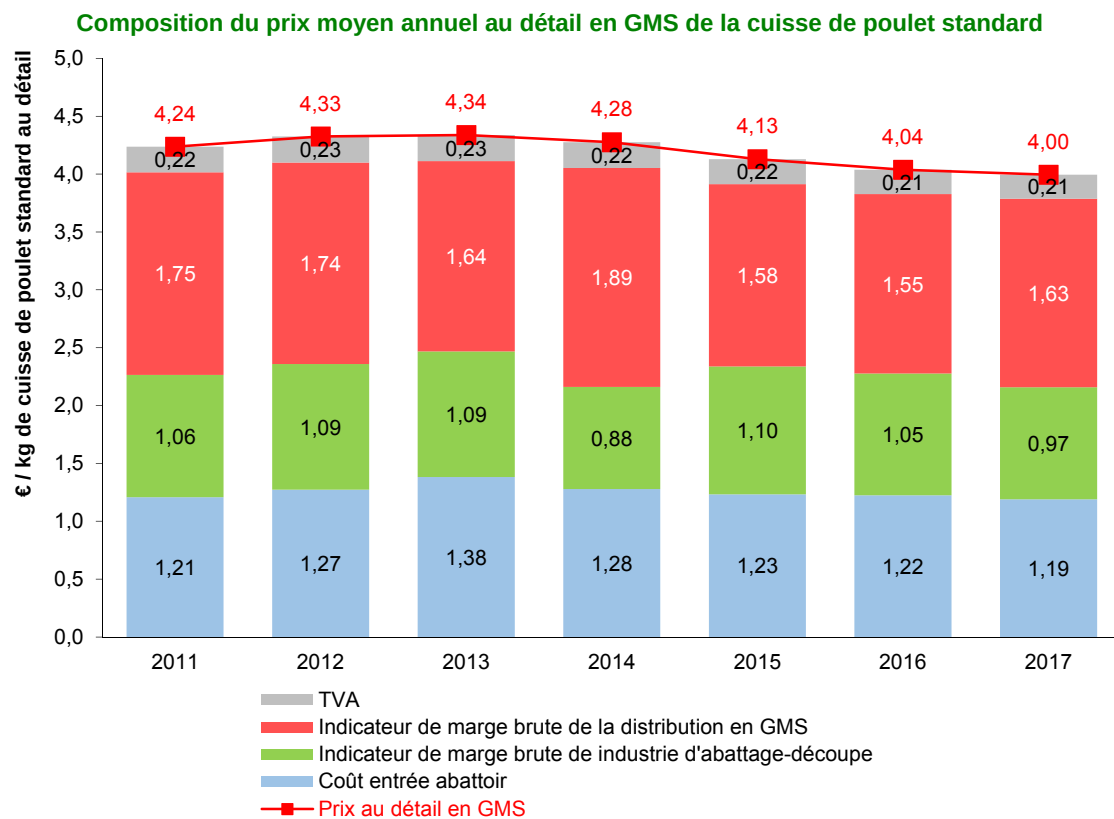
Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, sortie industrie, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence : 2017.

3.2.1. Cuisses de poulet standard

Les **cuisses de poulet standard** enregistrent une baisse marquée de leur prix moyen annuel en GMS depuis 2015 : - 28 centimes. Sur cette période, les indicateurs de marge brute de l'industrie et de la distribution diminuent jusqu'en 2016. En 2017, celui de l'abattage-découpe continue de baisser tandis que celui de la distribution progresse (Graphique 80).

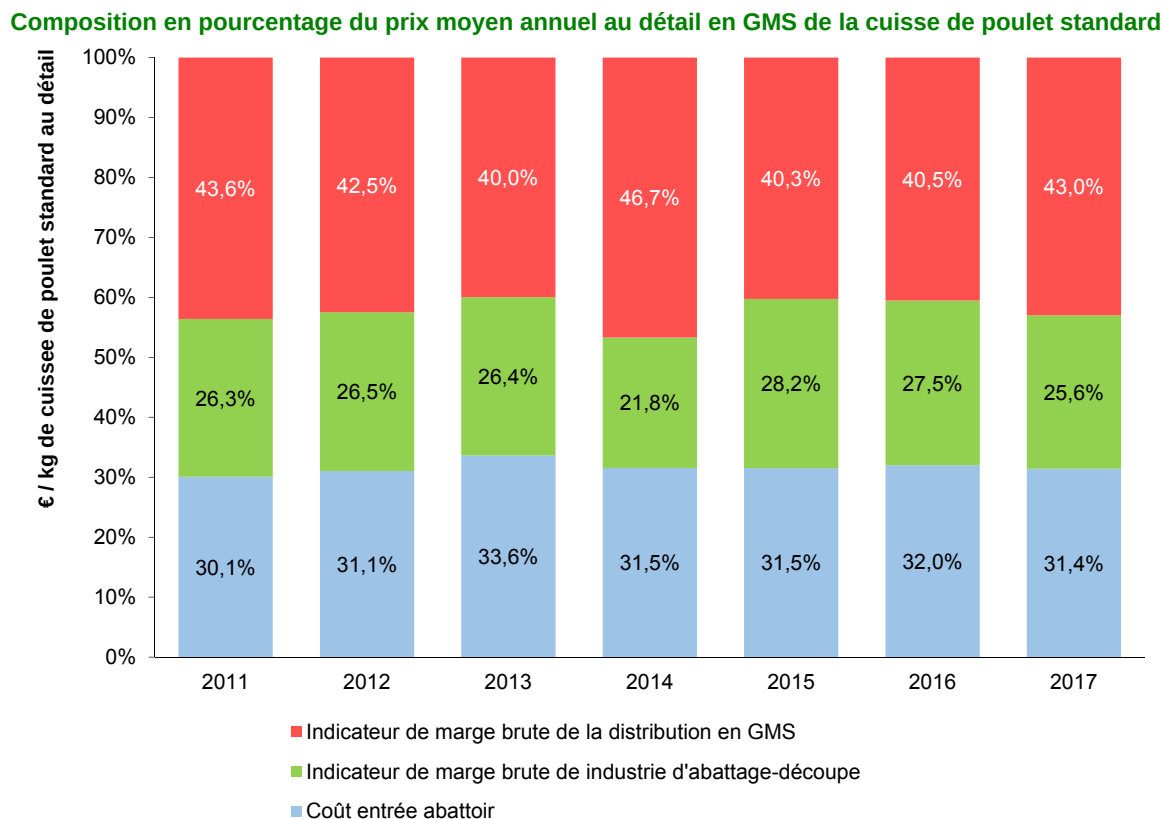
Ces baisses de prix moyen au détail (à saisonnalité des achats constante), relativement importantes, conduisent à s'interroger sur une éventuelle modification du panier de produits suivis en GMS et regroupés sous l'intitulé « *cuisses de poulets standard* » dans le panel Kantar. Il est possible que la part des importations se soit accrue. Ceci compromettrait alors l'homogénéité du suivi des valeurs aux différents stades, le coût entrée abattoir (source SSP-Insee) et le prix sortie usine (source Insee) portant eux sur des produits français.

Graphique 80



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 81



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

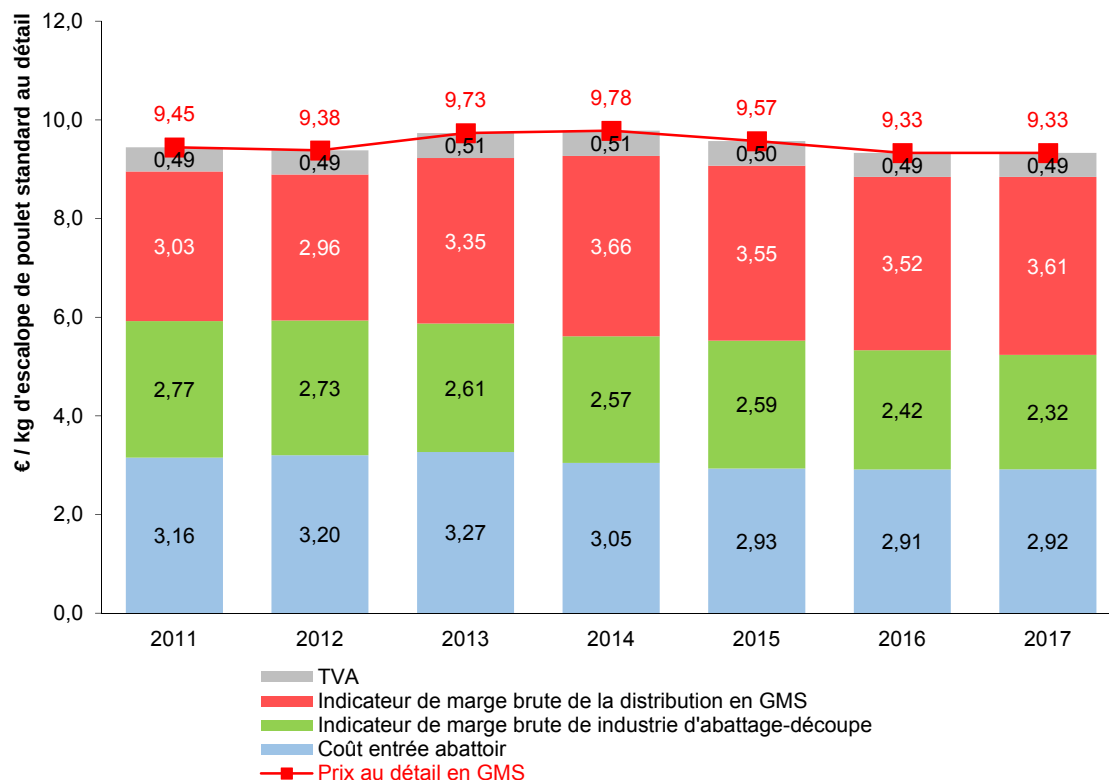
3.2.2. Escalopes de poulet standard

Le prix moyen annuel au détail des **escalopes de poulet** (Graphique 82) recule de 45 centimes entre 2014 et 2016 après une phase de hausse en 2011-2013 concomitante à celle du coût entrée abattoir. Ce prix au détail se stabilise en 2017 mais avec une redistribution des indicateurs de marge brute entre distribution (en hausse) et industrie (en baisse).

La baisse de prix au détail depuis 2015, relativement importante, conduit à s'interroger sur une éventuelle modification du panier de produits suivis en GMS et regroupés sous l'intitulé « *escalopes de poulet standard* » dans le panel Kantar. Il est possible que la part des importations se soit accrue. Ceci compromettrait alors l'homogénéité du suivi des valeurs aux différents stades, le coût entrée abattoir (source SSP-Insee) et le prix sortie usine (source Insee) portant eux sur des produits français.

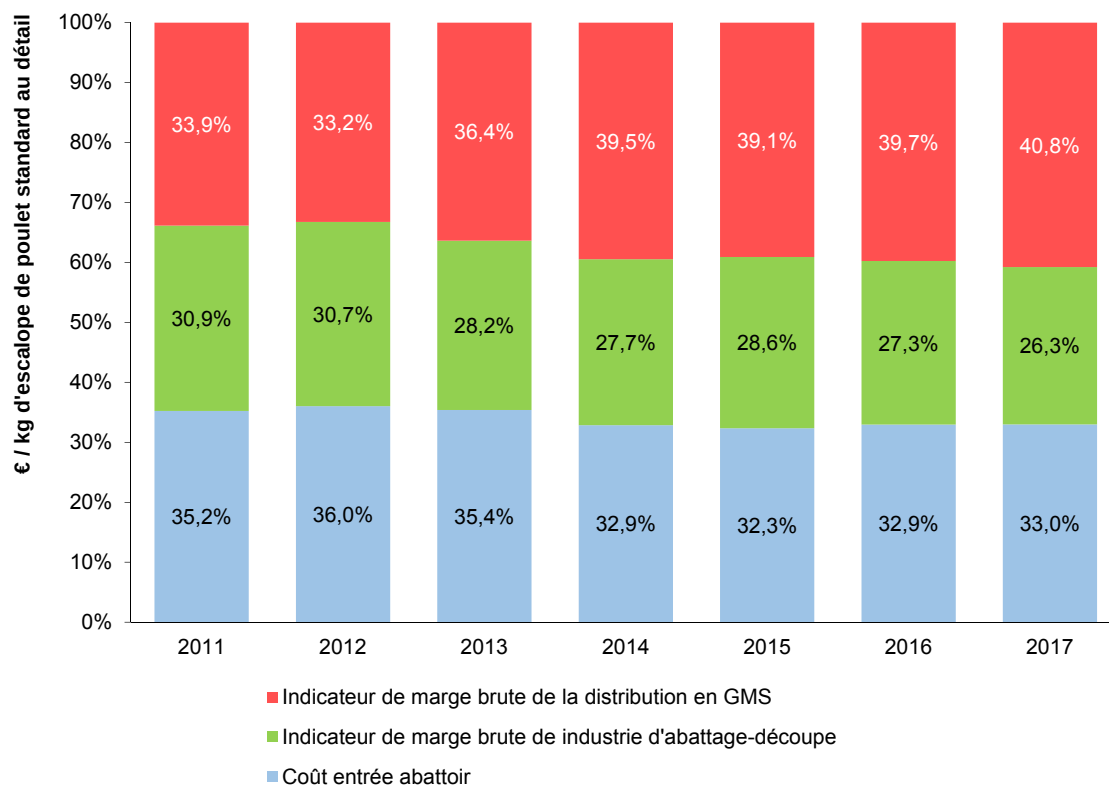
Graphique 82

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'escalope de poulet standard



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 83

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de l'escalope de poulet standard

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : poulet entier de label rouge

On observe la même évolution générale à deux phases observée sur les produits évoqués plus haut : hausse du prix au détail concomitante de celle du coût entrée abattoir jusqu'en 2013, puis baisse de ces valeurs de 2013 à 2016 (Graphique 84 page suivante).

De 2015 à 2017, le prix moyen au détail baisse trois années de suite (-14 centimes) sous l'effet de la diminution du coût entrée abattoir (-14 centimes).

NB :

Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence 2017.

3.4. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : escalope de dinde

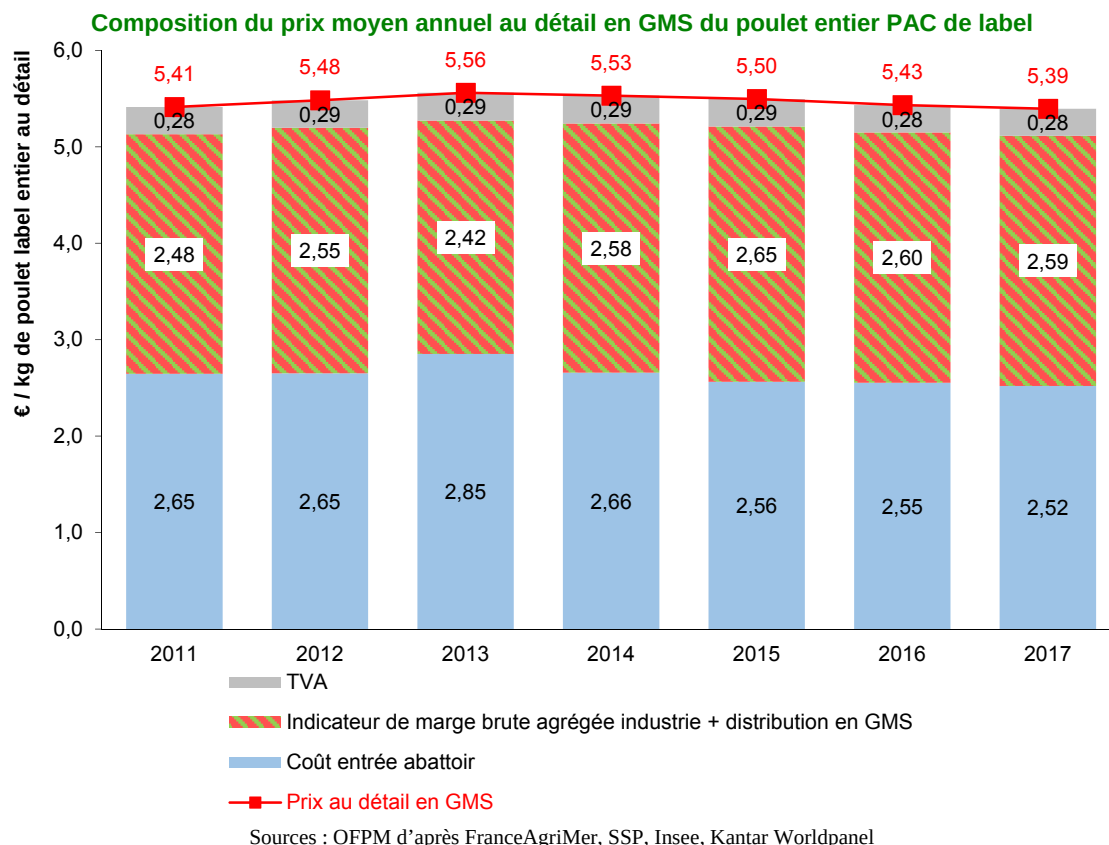
Le panel Kantar donne un prix moyen pondéré au détail en GMS de l'escalope de dinde en baisse depuis 2016 (Graphique 86).

Le coût calculé en matière première, dépendant de la valeur de la carcasse entrée abattoir, est également en baisse, baisse dont l'impact sur le prix au détail en 2017 paraît amplifié par la diminution des indicateurs de marges brute de l'aval.

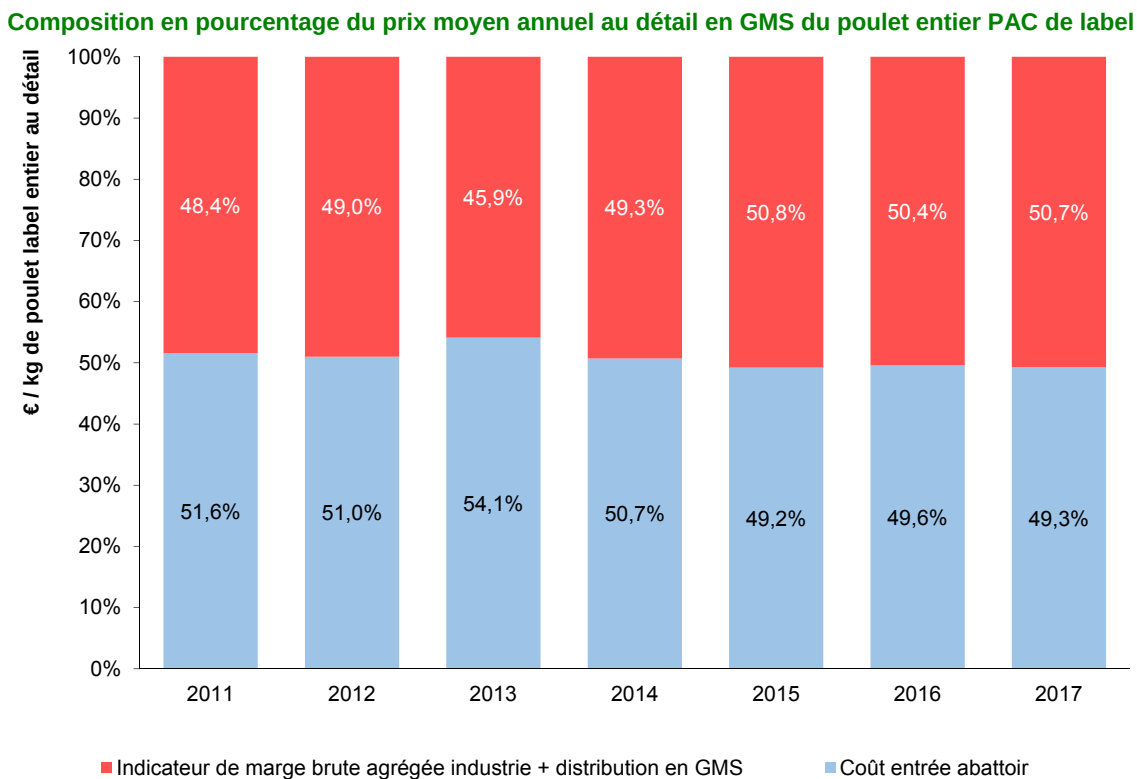
NB :

Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence 2017.

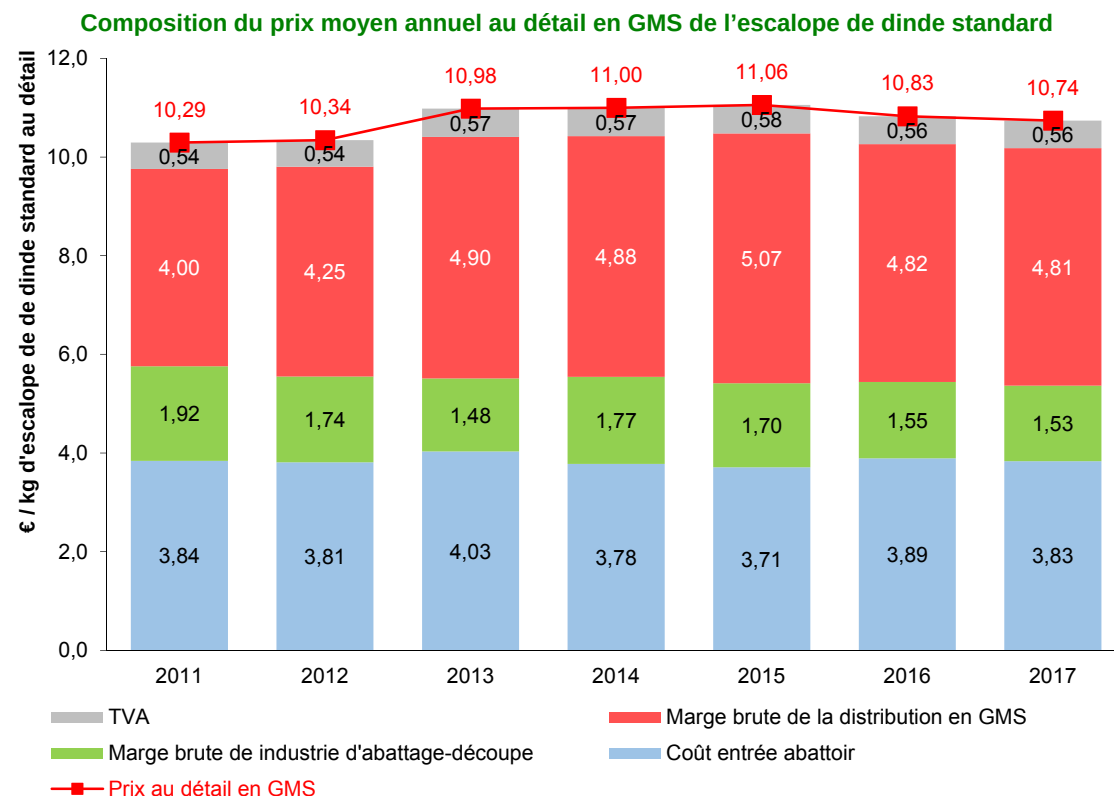
Graphique 84



Graphique 85

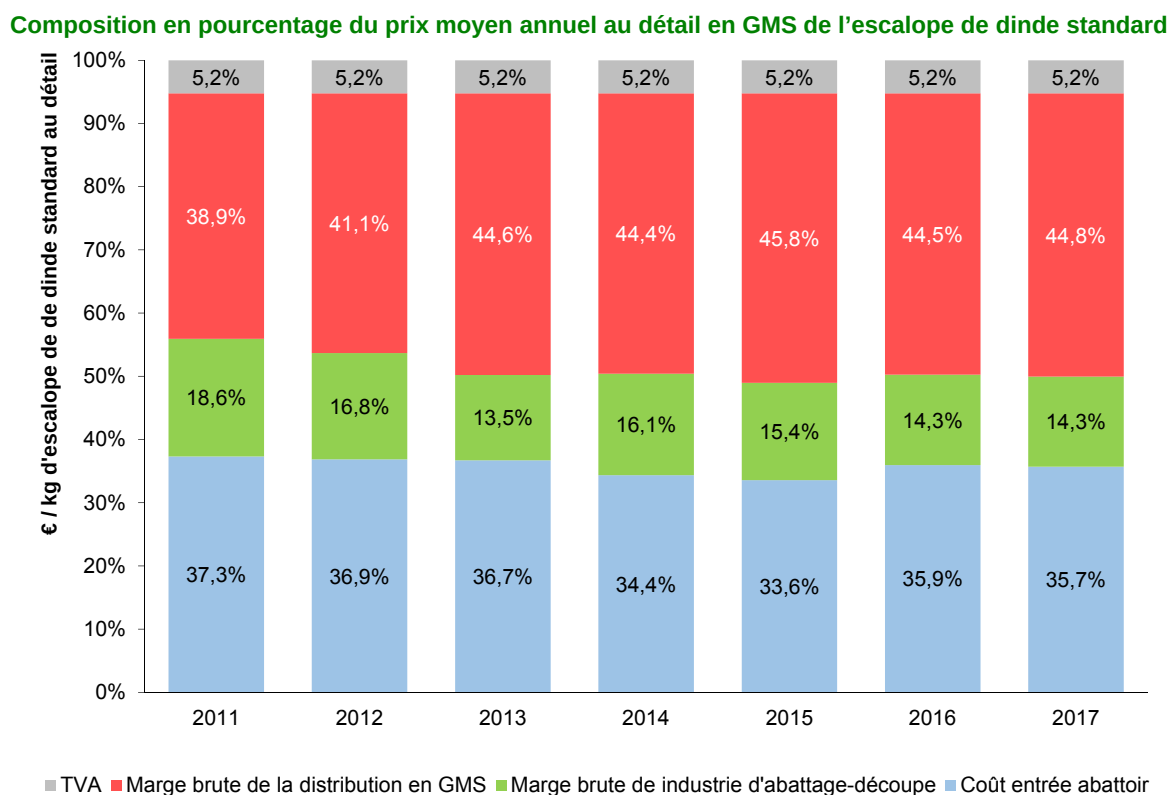


Graphique 86



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 87



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.5. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : lapin entier et morceaux de lapin

En suivi mensuel, non représenté ici, on constate une forte saisonnalité des prix du lapin entrée abattoir, atténuée dans le prix au détail.

L'observatoire suit trois articles : le lapin entier vendu non découpé, le lapin entier vendu découpé et un ensemble de morceaux (non spécifiés dans la nomenclature du panel Kantar) de lapin.

NB :

Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, sortie industrie, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS observée en année de référence : 2017.

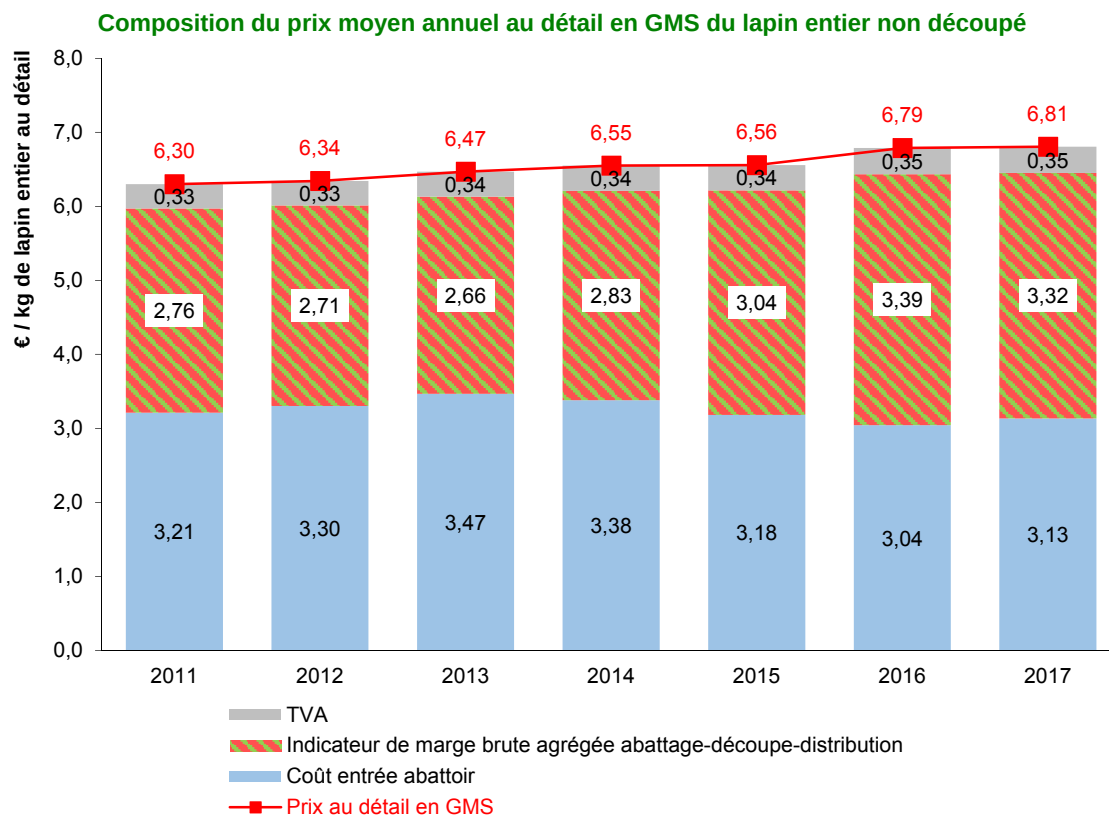
Le coût moyen annuel entrée abattoir a été estimé sur la base du prix du kg de carcasse entrée abattoir, il est identique pour les 3 articles car : 1°) on a considéré qu'ils étaient homogènes à la carcasse (même proportion d'os, par exemple) et 2°) on a négligé – faute de données précises - les rendements de découpe.

Pour autant, le coût moyen annuel entrée abattoir pour une année donnée varie selon les produits sous l'effet de pondérations mensuelles différentes des quantités achetées, selon les produits.

3.5.1. Lapin entier non découpé

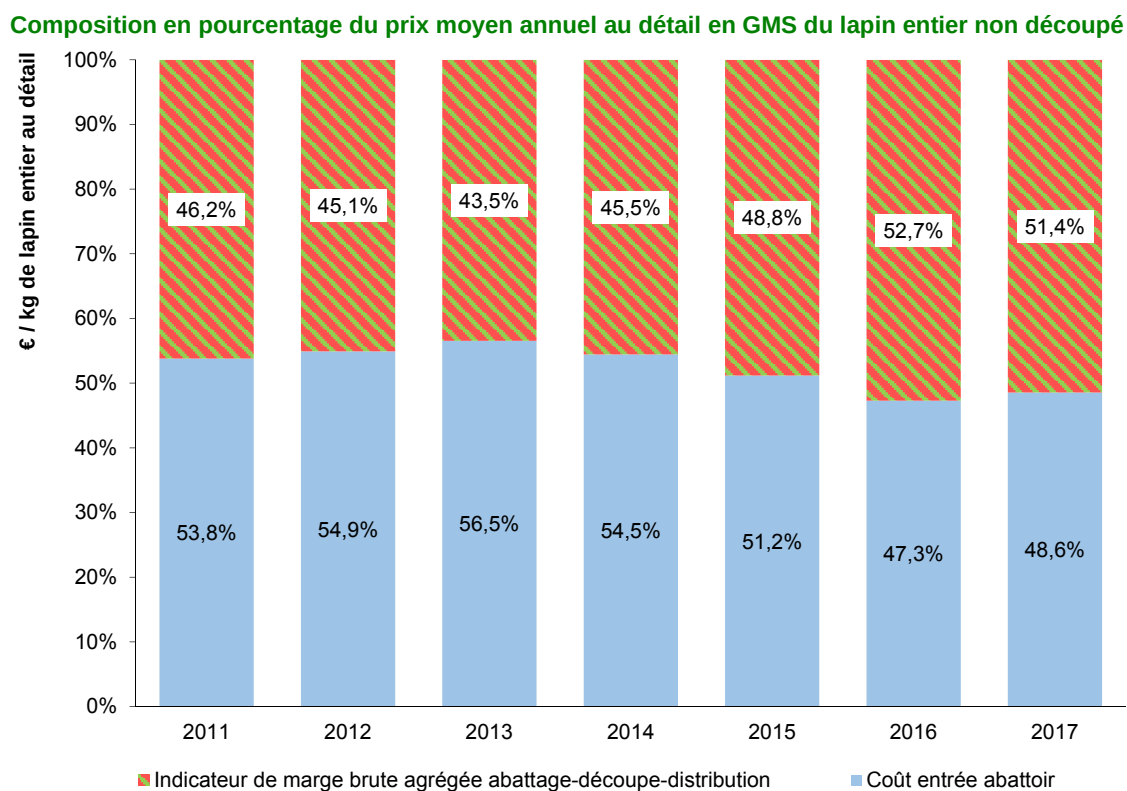
Le prix moyen annuel au détail du **lapin entier non découpé** en GMS (Graphique 88) est quasi stable en 2014 et 2015, après avoir progressé depuis 2010. Il progresse à nouveau en 2016 alors que le prix entrée abattoir est en diminution, et, en conséquence, l'indicateur de marge brute de l'aval augmente. En 2017, le prix au détail augmente légèrement malgré une augmentation plus importante du coût entrée abattoir, l'indicateur de marge brute de l'aval diminuant.

Graphique 88



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 89

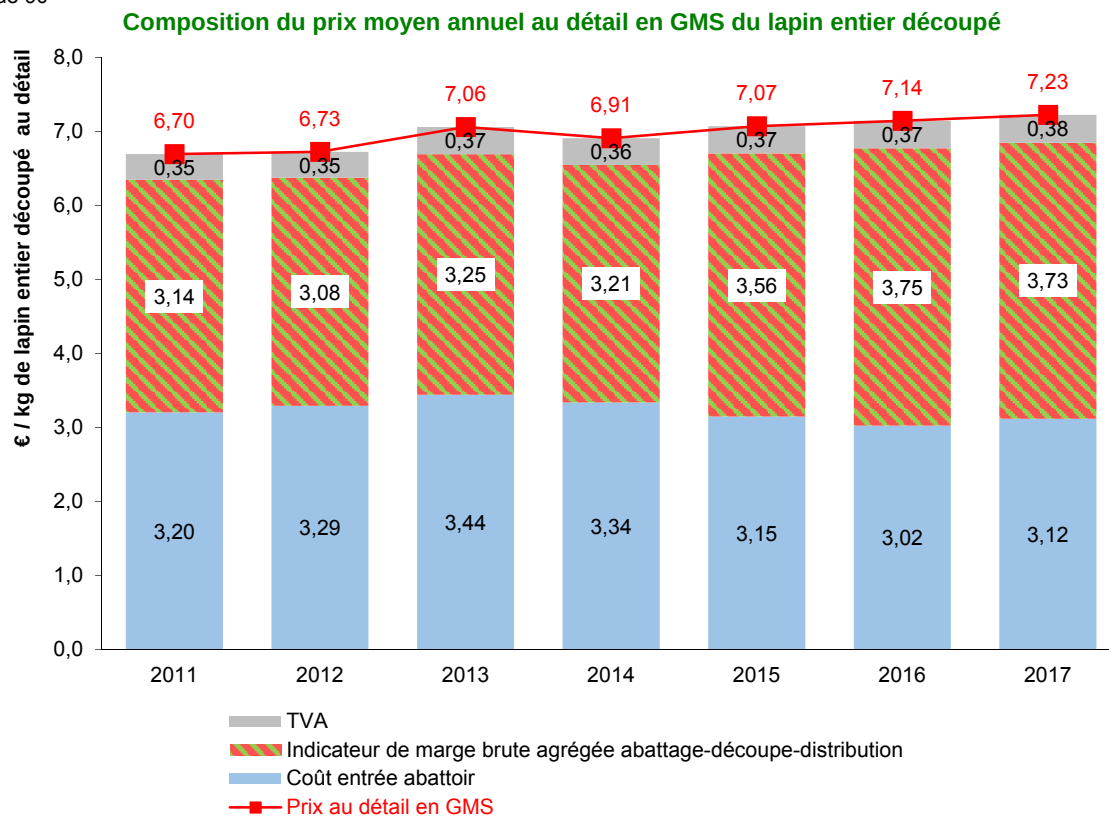


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.5.2. Lapin entier découpé

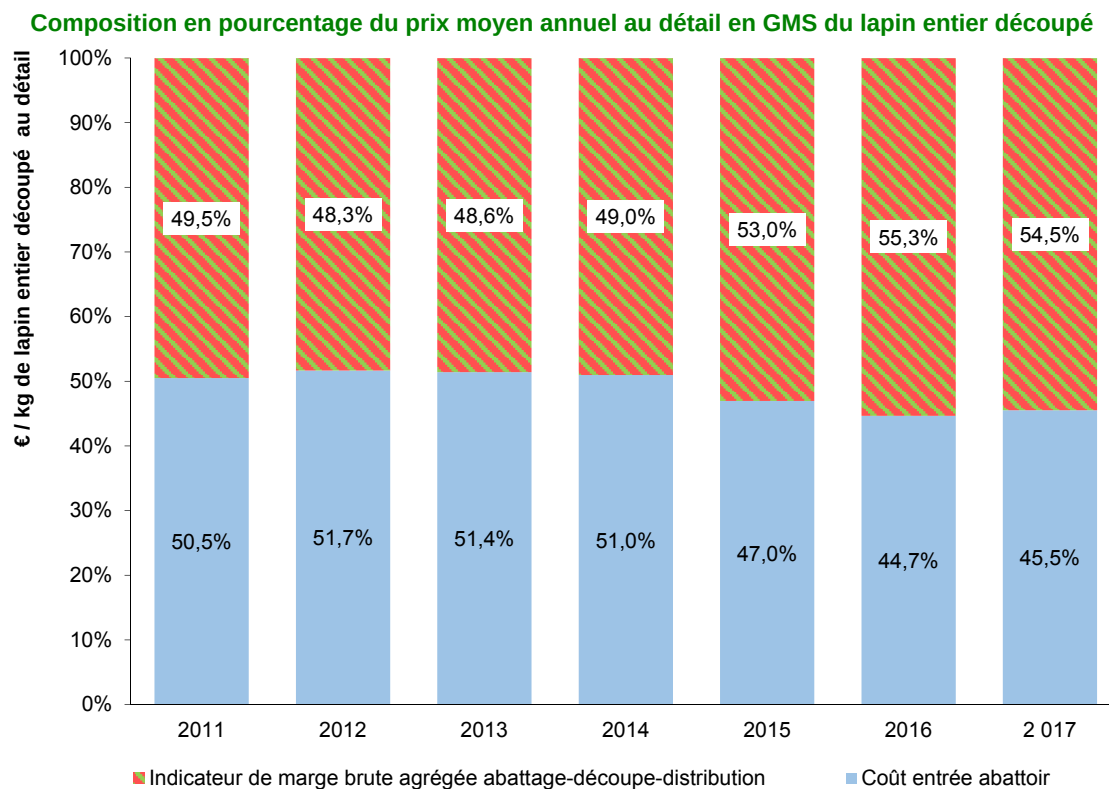
Le prix du **lapin entier découpé** en GMS présente des évolutions similaires à celui du lapin entier non découpé.

Graphique 90



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 91

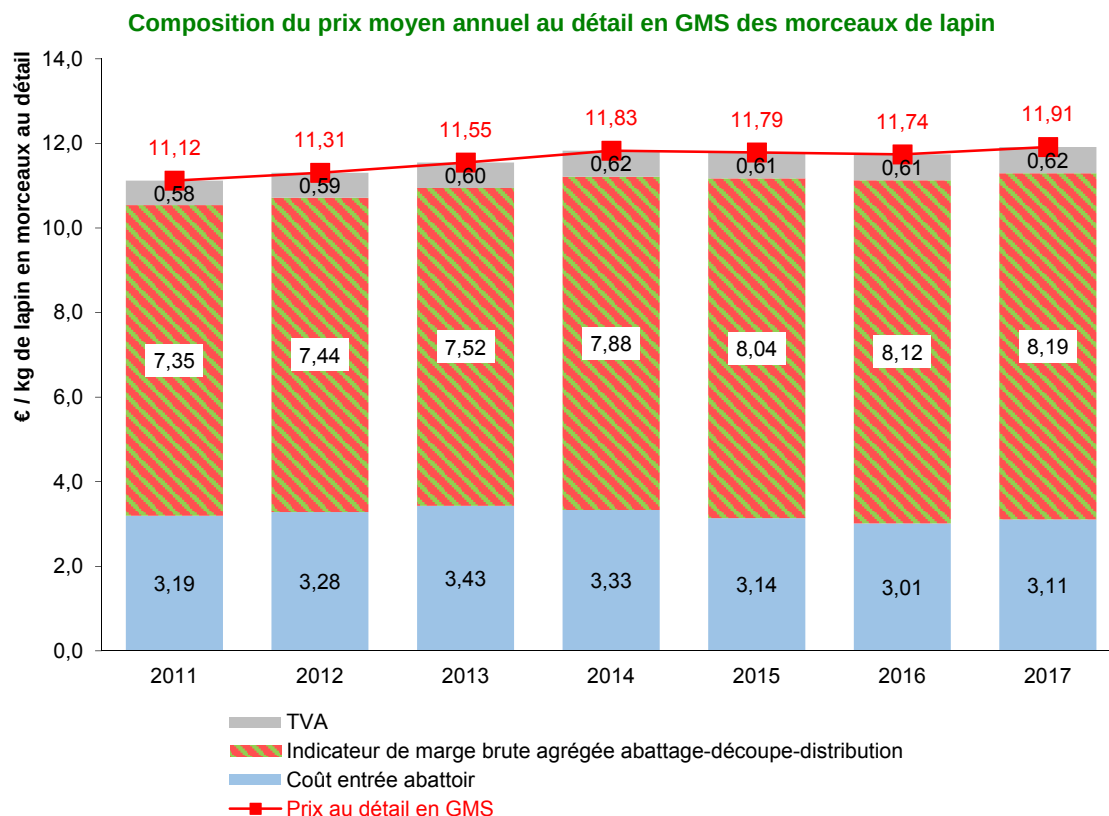


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.5.3. Morceaux de lapin

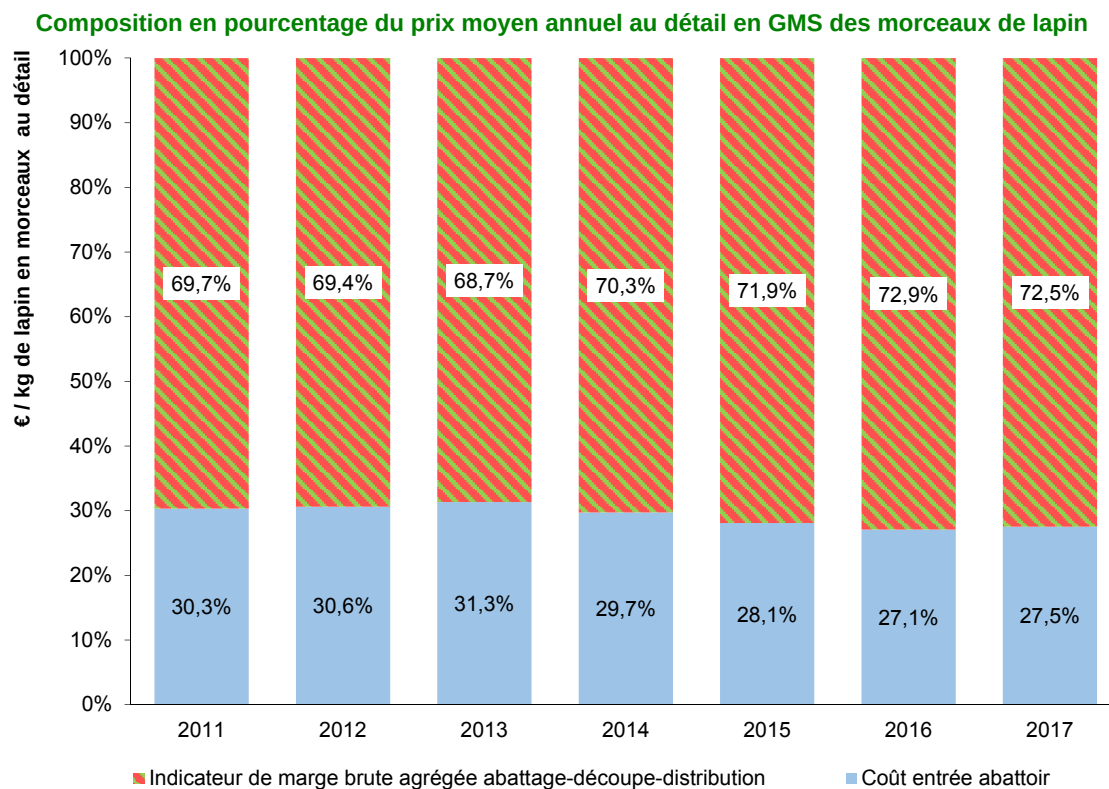
Le prix moyen annuel au détail des **morceaux de lapin** progresse en 2017.

Graphique 92



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 93



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

4. COÛT DE PRODUCTION DES VOLAILLES ET LAPINS EN ÉLEVAGE

La présentation suivante des coûts de production par kilogramme de carcasse est permise par la combinaison de trois sources de données :

- les coûts de production « en vif » produit par l'Itavi (Institut technique de l'aviculture) et ce pour trois catégories de volailles : poulet standard, poulet Label Rouge et dinde et pour le lapin. Ces coûts de production s'appuient sur les résultats technico-économiques moyens des exploitations appartenant aux organisations de production suivies par l'institut,
- d'un prix entrée abattoir « en vif » suivi par le SSP pour l'ensemble de ces productions,
- de taux de conversion moyens carcasse / vif admis dans la filière et présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 19

Taux de conversion vif / carcasse pour les différentes productions de volailles et le lapin

Ces taux de conversion permettent d'exprimer le poids en carcasse obtenu après l'abattage d'un animal et ceci par kilogramme d'animal vif.

Production	Taux de conversion carcasse / vif
Poulet standard	0,671
Poulet label	0,658
Dinde standard	0,724
Lapin	0,550

4.1. Coût de production des volailles

La représentativité de l'échantillon 2016 est la suivante :

Tableau 20

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) ⁽¹⁾
Poulet standard	125 000 000	environ 35 %
Poulet label	64 900 000	environ 65 % des volailles sous label
Dinde standard	22 000 000	environ 50 %

(1) en pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

Source : Itavi

Les coûts des années 2010 à 2016 fournis par l'Itavi proviennent du recueil des données déclaratives et, pour certains postes, de simulations (voir ci-dessous). Le coût de production 2017 a été calculé sur la base des données 2016, seuls les coûts de l'aliment et du poussin (principales charges) ont été actualisés.

- **L'aliment** : le prix de l'aliment (et des poussins) est fixé par contrat entre intégrateur et éleveur. Ce prix de contrat peut être artificiel et biaiser le réel coût de production. Ainsi, l'Itavi calcule un coût de production de l'aliment (par l'intégrateur), évoluant selon l'indice « coûts matières premières » (établi par l'Itavi³⁰) et selon l'inflation.
- **Les poussins** : prix estimés à dire d'experts.

³⁰ 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 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. L'Itavi a choisi d'indexer les valeurs disponibles sur l'indice du coût de la construction. Les bâtiments d'élevage sous label font l'objet d'une estimation de coût sur la base d'une enquête auprès des organisations de production.
- **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 3,0 % (moyenne des 5 dernières années) et une durée d'amortissement de 10 ans.
- **Les autres charges variables** : elles sont issues de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standards et certifiées, et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.
- **Les charges de structure** : les charges concernant l'amortissement des bâtiments et du matériel et les frais financiers sont simulées par l'Itavi (sur la base de données actualisées de coûts de bâtiments). Les autres charges fixes (assurance, entretien et réparation, terme fixe de la cuve, frais de gestion) sont issues de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standard et CCP et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.
- **Le travail** : le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est fixé forfaitairement à 2 SMIC bruts par UTH. 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 ce type de charge soit pris en compte dans des calculs de coût de production moyen. Pour les poulets label, 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, n'a pas été prise en compte. Pour information, le pourcentage moyen de déclassés est de 5,7 % en poulet en 2014. Le coût du foncier engendré par la présence de parcours dans les productions sous label et « *biologiques* » n'est également pas pris en compte.

4.2. Coût de production des lapins

La représentativité de l'échantillon étudié en 2016 est la suivante :

Tableau 21

Échantillon des exploitations appartenant aux organisations de production de lapins suivies par l'ITAVI

Réseau	Taille de l'échantillon en 2015 (nombre d'ateliers)	Part dans la production nationale (en têtes)
RENACEB - GTE	797	environ 70 %
Cunimieux ³¹	58	

Source : Itavi

Le coût de production du vif s'appuie sur deux principales sources de données :

- Le réseau RENACEB, centralisant les données de gestion technico-économique (GTE), qui permet de fournir les données techniques, le coût de l'aliment, ainsi que les prix de vente moyen du kg vif.
- Le réseau d'élevage CUNIMIEUX d'où sont issues les données sur la productivité de la main d'œuvre et l'ensemble des charges hors aliment :
 - les frais d'insémination artificielle et de renouvellement,

³¹ Le réseau de fermes de références CUNIMIEUX de l'ITAVI centralise depuis 1997 des données d'un échantillon représentatif d'exploitations cunicoles à l'échelle nationale. Les conduites d'élevage, les principales performances techniques et les résultats économiques sont recensés, traités et analysés chaque année de manière détaillée. Cette analyse à partir du grand livre comptable des exploitations impose un décalage de 2 ans entre l'exercice et la publication des résultats ; c'est pourquoi les données du réseau GTE RENACEB, plus réactif, sont mobilisées pour simuler le coût de production en 2017.

- les dépenses de santé,
- les frais d'élevage incluant le nettoyage et la désinfection, la litière, les fournitures, les entretiens et les réparations, l'énergie destinée à l'atelier cunicole, l'eau, les carburants, les frais postaux et la main d'œuvre extérieure y compris les remplacements de l'éleveur si nécessaire,
- les cotisations, les impôts et les taxes,
- les amortissements et les frais financiers.

Enfin, le coût du travail est estimé par l'ITAVI sur la base suivante :

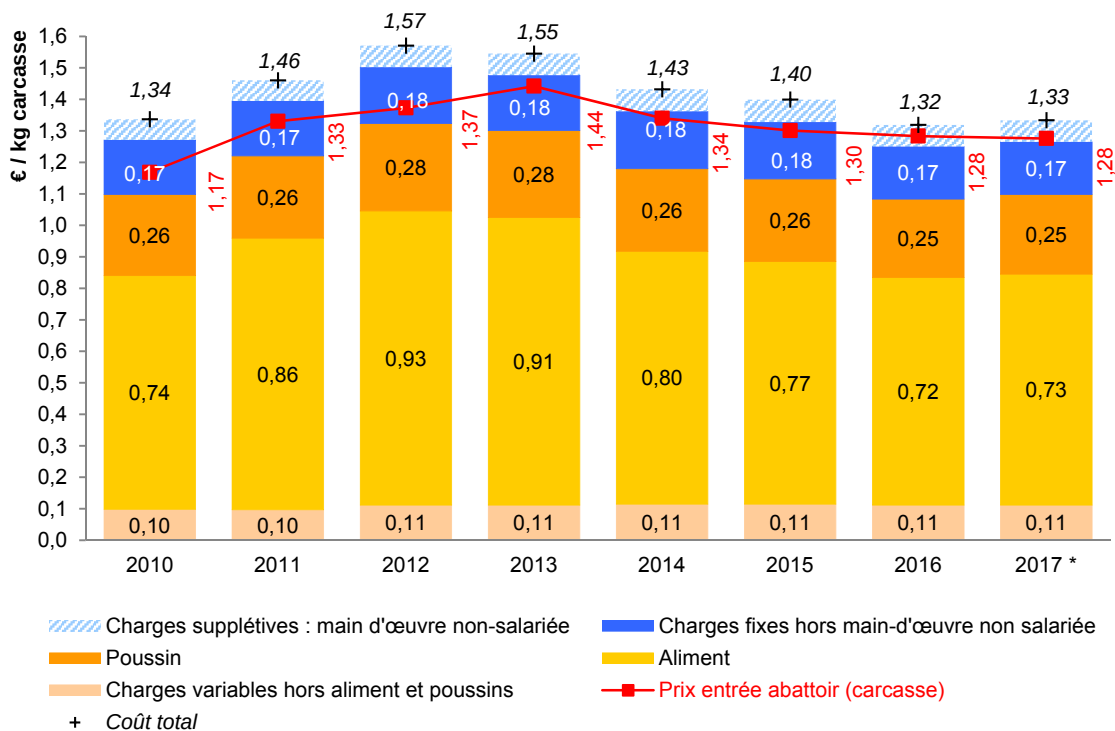
- le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est fixé forfaitairement à 2 SMIC brut par UTH. Il est à noter que la productivité du travail n'est pas simulée (contrairement à ce qui est fait dans les filières volailles) mais observée dans les exploitations du réseau CUNIMIEUX. Sur la période étudiée, elle varie de 361 à 695 femelles par UTH.

En 2017, le coût de production a été simulé à performances techniques égales, en faisant varier le prix de l'aliment selon l'IPAMPA Aliments pour lapins et en maintenant les autres charges à leur niveau de 2016. Le prix de vente 2017 résulte du prix de vente 2016 auquel ont été appliqués les évolutions des cotations du vif au cours de l'année.

Comme indiqué en début de chapitre, à ces coûts de production en vif est appliqué un taux de conversion permettant la présentation de coûts de production en carcasse.

Graphique 94

Coût de production moyen du poulet standard avec charges supplétives (2010-2017)

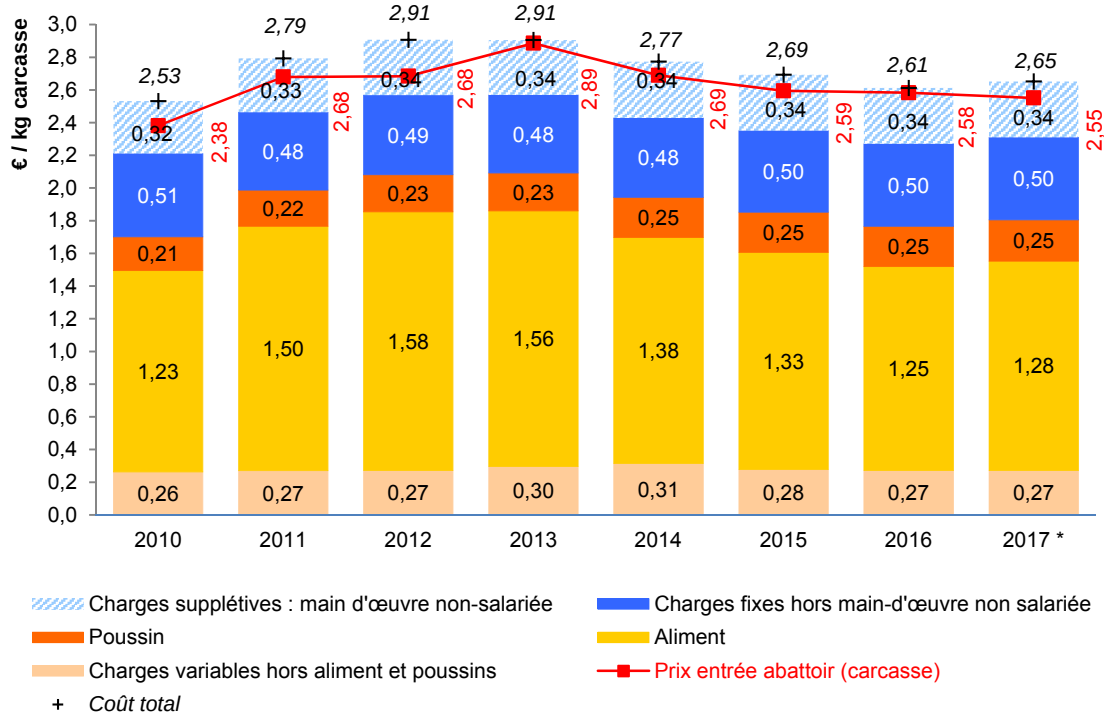


(*) projeté

Source : Itavi, SSP

Graphique 95

Coût de production moyen du poulet de label rouge avec charges supplétives (2010-2017)

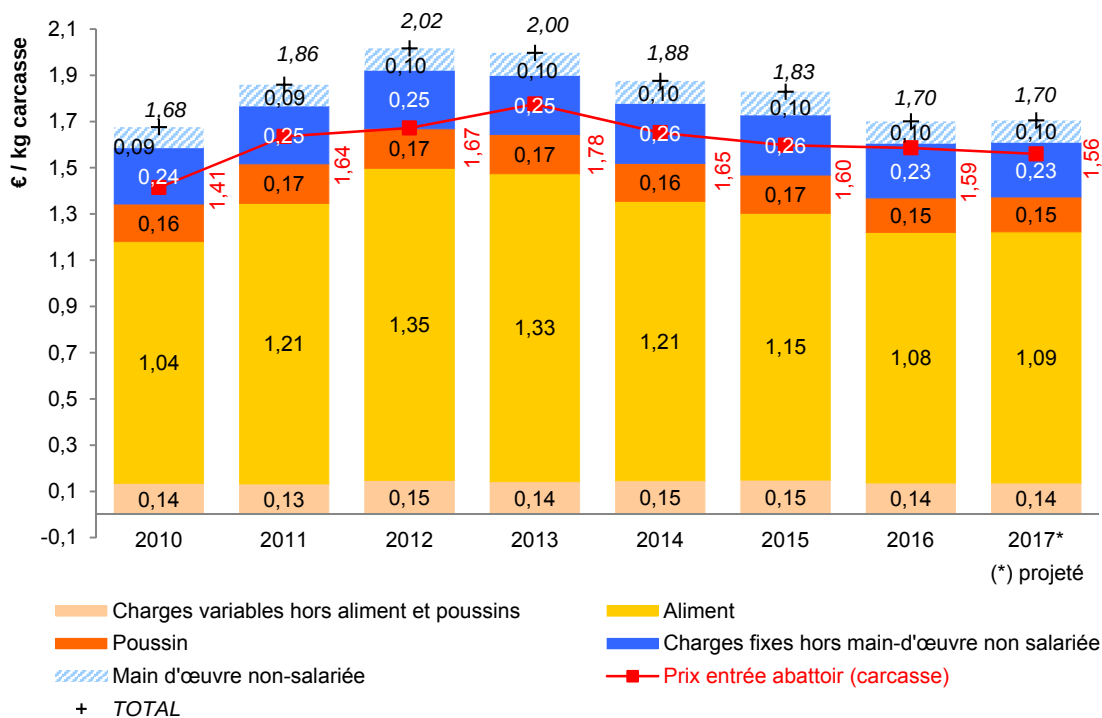


(*) projeté

Source : Itavi, SSP

Graphique 96

Coût de production moyen de la dinde medium avec charges supplétives (2010-2017)

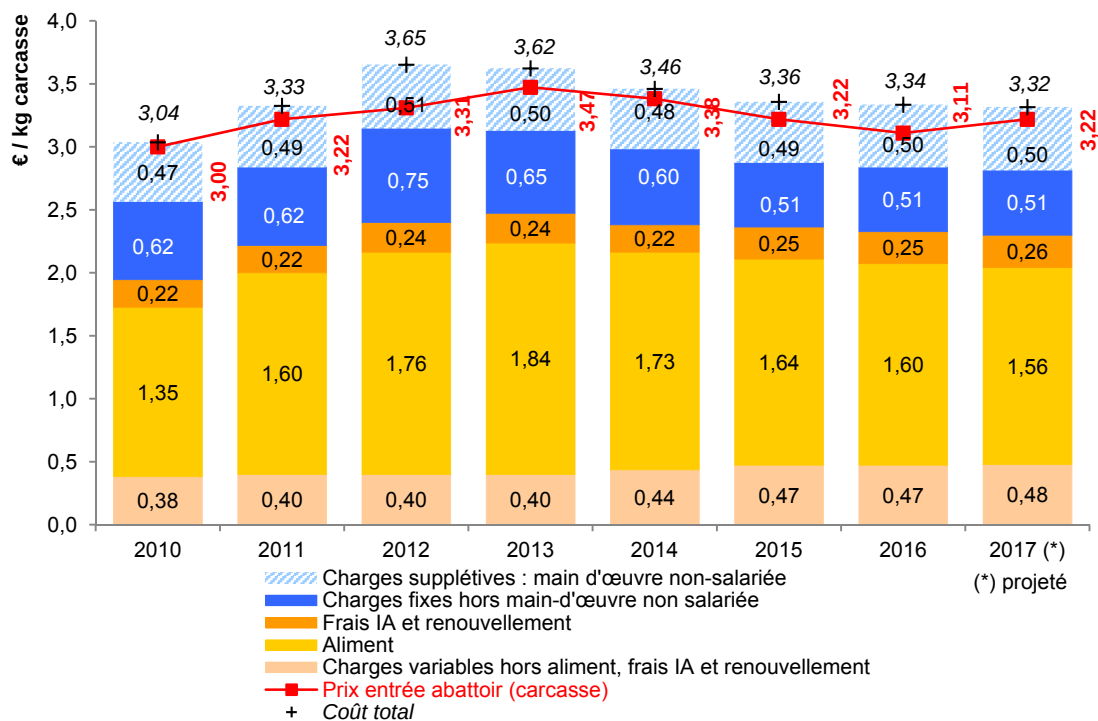


(*) projeté

Source : Itavi, SSP

Graphique 97

Coût de production moyen du lapin avec charges supplétives (2010-2017)



(*) projeté

Source : Itavi, SSP

5. STRUCTURE DES CHARGES DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION ET DE LA CONSERVATION DES VIANDES DE VOLAILLES ET DES ENTREPRISES D'ABATTAGE DE LAPINS

5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles

Remarque importante :

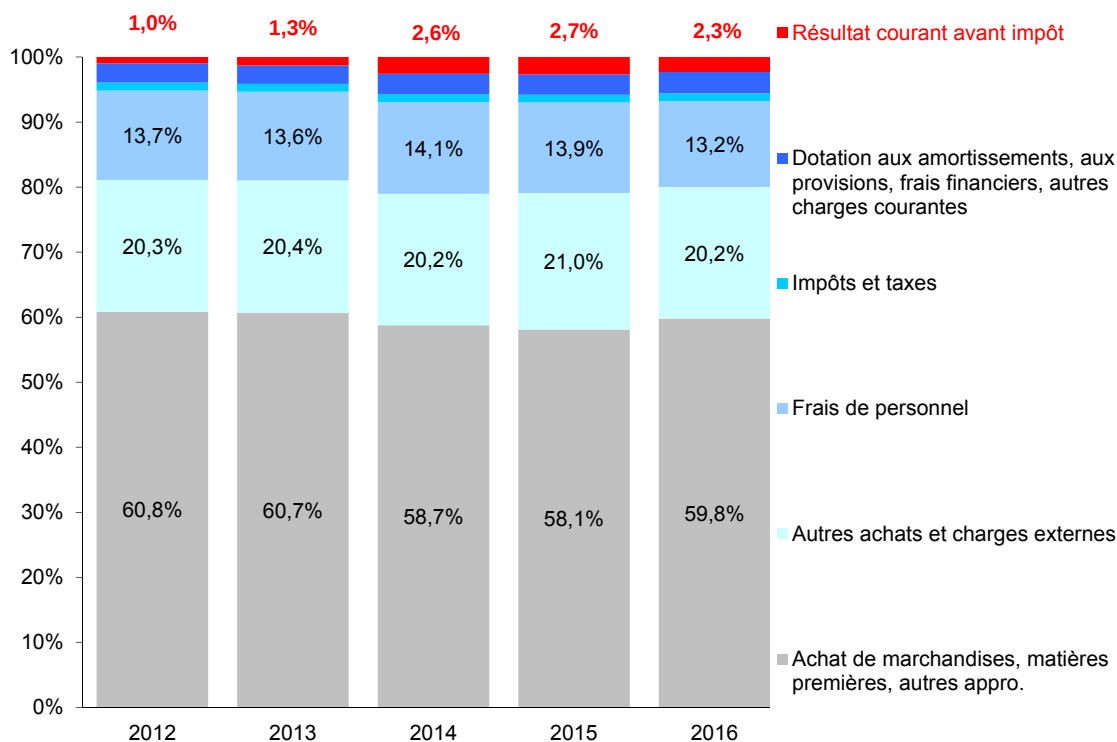
Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source. Sur avis du groupe de travail « Viande de volailles », il a été décidé d'utiliser les comptes des entreprises du secteur de la transformation et conservation de la viande de volaille (code N.A.F. 10.12 Z) déposés aux greffes des tribunaux de commerce et publiés sur la base Diane (Bureau Van Dijk).

Selon les années, l'échantillon présenté est composé de 134 (2016) à 211 entreprises abattant toutes espèces de volailles (sans distinction d'espèces). Le chiffre d'affaires de cet échantillon varie de 4 555,9 millions à 5 228,6 millions d'euros sur la période étudiée. En 2013, il représente 71,5 % du chiffre d'affaires du secteur (source : Esane – Données 2013).

La structure du compte montre la part prépondérante (59,8 % en 2016) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Les « autres achats et charges externes » comprennent des charges de sous-traitance, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim), des consommations intermédiaires et des services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels... Le poids des frais de personnel varie entre 13 % et 14 % de l'ensemble des charges sur la période étudiée. La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 98. Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), varie de 18,9 % à 21,0 % sur la période. La part du résultat courant avant impôt est de 2,3 % de l'ensemble des produits en 2016. Sur la période précédente, elle était passée de 1,0 % de la valeur produite en 2012 à 2,7 % en 2015. On ne dispose pas encore des résultats des entreprises pour 2017 (délais de traitement et de dépôt des comptes).

Graphique 98

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles



Source : comptes des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles (N.A.F. 10.12 Z) publiés sur la base Diane

5.2. Structure des charges des entreprises du secteur de l'abattage de lapins

Remarque importante :

Les entreprises du secteur de l'abattage de lapins sont répertoriées sous le code N.A.F. 10.11Z « Transformation et conservation de la viande de boucherie » qui est celui des entreprises abattant notamment des bovins, des ovins, des porcins. Il a été nécessaire d'identifier les entreprises spécialisées dans l'abattage de lapins dont toutefois certaines abattent également d'autres espèces.

Comme dans les autres secteurs, des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et sa non-diffusion à un niveau de nomenclature fin en 2017 (pour les données 2015) ne permettent pas l'analyse et la publication de résultats dans ce rapport. Sur avis du groupe de travail « Viande de volailles », il a été décidé d'utiliser un échantillon des comptes des entreprises du secteur de la transformation et conservation de la viande de boucherie (code N.A.F. 10.11 Z) abattant des lapins, déposés aux greffes des tribunaux de commerce et publiés sur la base Diane (Bureau Van Dijk).

Selon les années, l'échantillon présenté est composé de 5 (2016) à 9 entreprises. Le chiffre d'affaires de cet échantillon varie de 176,4 millions à 703,0 millions d'euros sur la période étudiée.

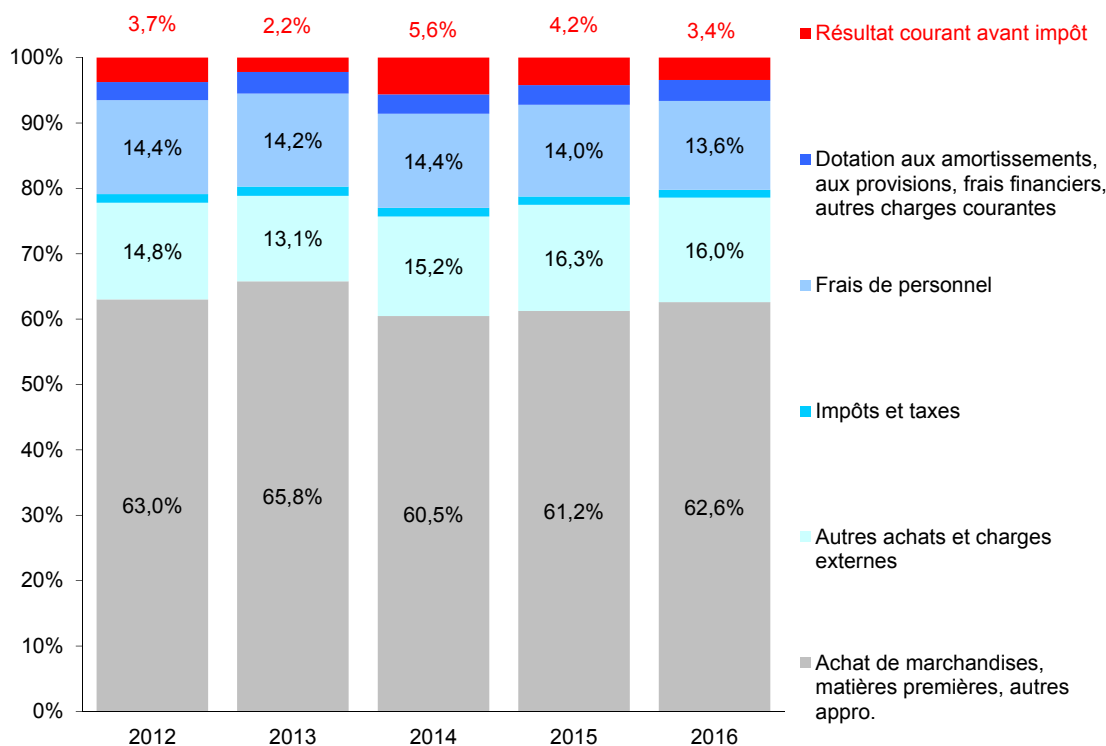
La structure du compte montre la part prépondérante (62,6 % en 2016) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Les « autres achats et charges externes » comprennent des charges de sous-traitance, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim), des consommations intermédiaires et des services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels... Le poids des frais de personnel varie de 13,1 % et 16 % de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 99. Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), varie de 21,2 % à 24,3 % sur la période. La part du résultat courant avant impôt est de 3,4 % de l'ensemble des produits en 2016. Sur la période précédente, elle était passée de 3,7 % de la valeur produite en 2012 à 4,2 % en 2015.

On ne dispose pas encore des résultats des entreprises pour 2017 (délais de traitement et de dépôt des comptes).

Graphique 99

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de l'abattage de lapins



Source : comptes des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de boucherie (N.A.F. 10.11 Z) publiés sur la base Diane

6. COMPTE DU RAYON VOLAILLES DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon volailles est le plus « *petit* » des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 6 % au CA total des rayons étudiés (moins de la moitié du rayon boucherie), pour 6 % également à leur marge brute et 2 % seulement à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCi. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est nettement positive. Ce rayon contribue à 18 % de la marge nette avant IS positive totale.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Le rayon volailles présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 29,5%. Ce taux est proche de la moyenne des rayons étudiés. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié peu importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 3,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au premier rang.

La marge semi-nette est ainsi de 26,0 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement supérieure aux autres charges (16,3 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive, de 9,7 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 6,2 € après.

Tableau 22

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

	Volailles	
	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	70,5	
Marge brute	29,5	Très peu dispersées
Frais de personnel du rayon	3,5	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	26,0	
Autres charges	16,3	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	9,7	
Impôt sur les sociétés	3,5	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	6,2	Dispersées, +/- 2,0 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

6.3. Détail des charges du rayon volailles

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement 5,0 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon volailles sont constituées de 3,5 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et de 1,5 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (le rayon est réfrigéré), les

frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,9 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 19,9 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de l'impôt sur les sociétés et hors achat des produits), rapport faible plaçant le rayon volailles au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre croissant pour ce critère. Ces charges s'imputent sur une marge brute au départ proche de la moyenne tous rayons.

Tableau 23

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles pour 100 € de CA**

		Volailles
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,5
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,0
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,4
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	5,0
Charges communes réparties	Immobilier	1,5
	Personnel hors rayon (en magasin)	5,5
	Frais financiers	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,0
	Impôts et taxes hors IS	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	3,5
	Sous-total : charges communes réparties	18,4
	Total des charges imputées au rayon	23,3

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

(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 destinées 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)...

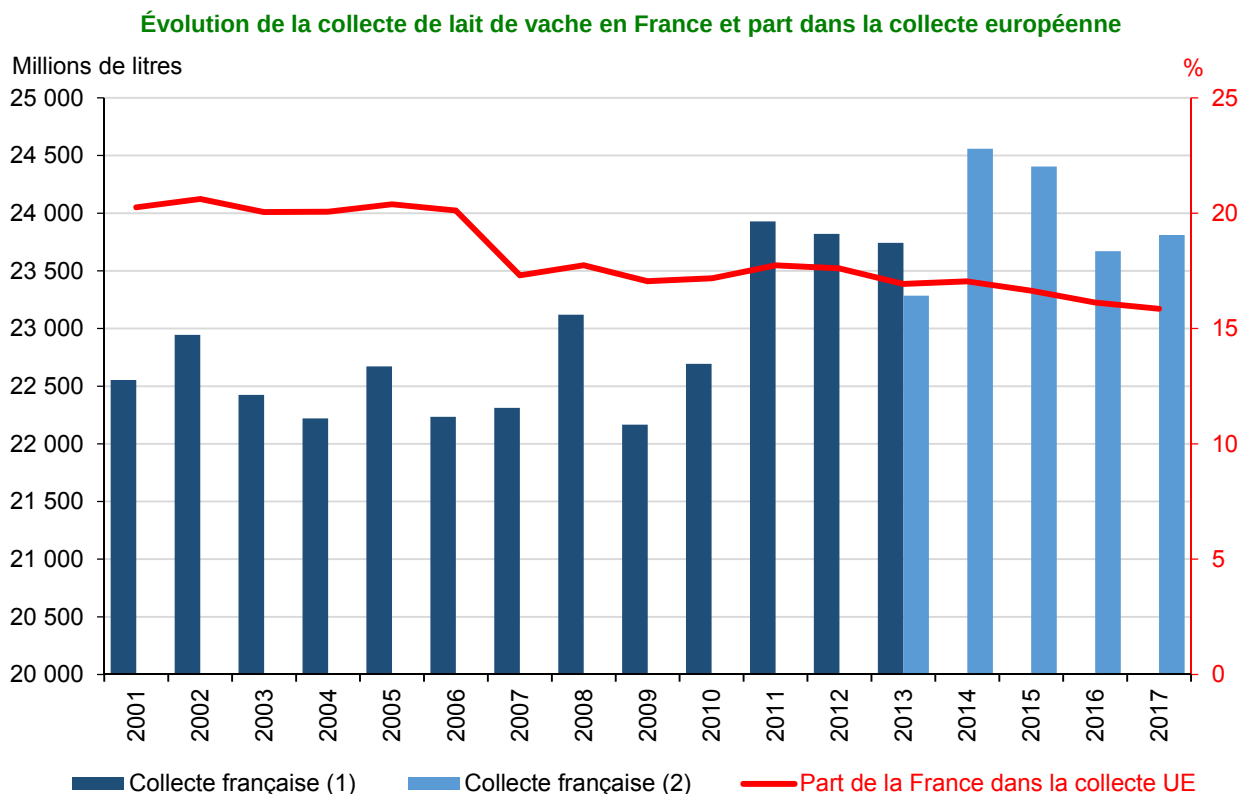
Section 5 – Produits laitiers de lait de vache

1. BILAN ET FLUX DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS

La France est le deuxième producteur de lait de vache de l'Union européenne, derrière l'Allemagne. Avec 23,82 milliards de litres collectés en 2017, elle participe à hauteur de 15,9 % à la production de l'Union européenne à 28. Sa proportion n'a cessé de diminuer au fil des années : elle était de 17,2 % en 2010 (à échelle constante), malgré un volume collecté inférieur. La France a enregistré une croissance moins prononcée que d'autres pays de l'Union européenne, notamment ceux du nord de l'Europe (Pays-Bas, Irlande, Pologne...).

La crise qui touche la filière laitière depuis la fin de l'année 2014 a fortement impacté la collecte française, qui a diminué de 2,9 % entre 2015 et 2016, avant de se stabiliser en 2017. Cette crise s'est traduite entre autres par une chute du prix du lait payé aux producteurs, à laquelle se sont ajoutées des conditions climatiques difficiles (inondations, sécheresse) et de mauvaises récoltes de fourrages en 2016. Les éleveurs laitiers ont souvent été contraints de réformer des vaches pour limiter leurs charges (achats d'aliments) et combler leur manque de trésorerie, ce qui a entraîné un repli de la production.

Graphique 100



(1) Ancienne série de l'enquête mensuelle laitière ; (2) Nouvelle série de l'enquête mensuelle laitière ; UE à 15 jusqu'en 2006, à 27 de 2007 à 2009, à 28 depuis 2010.

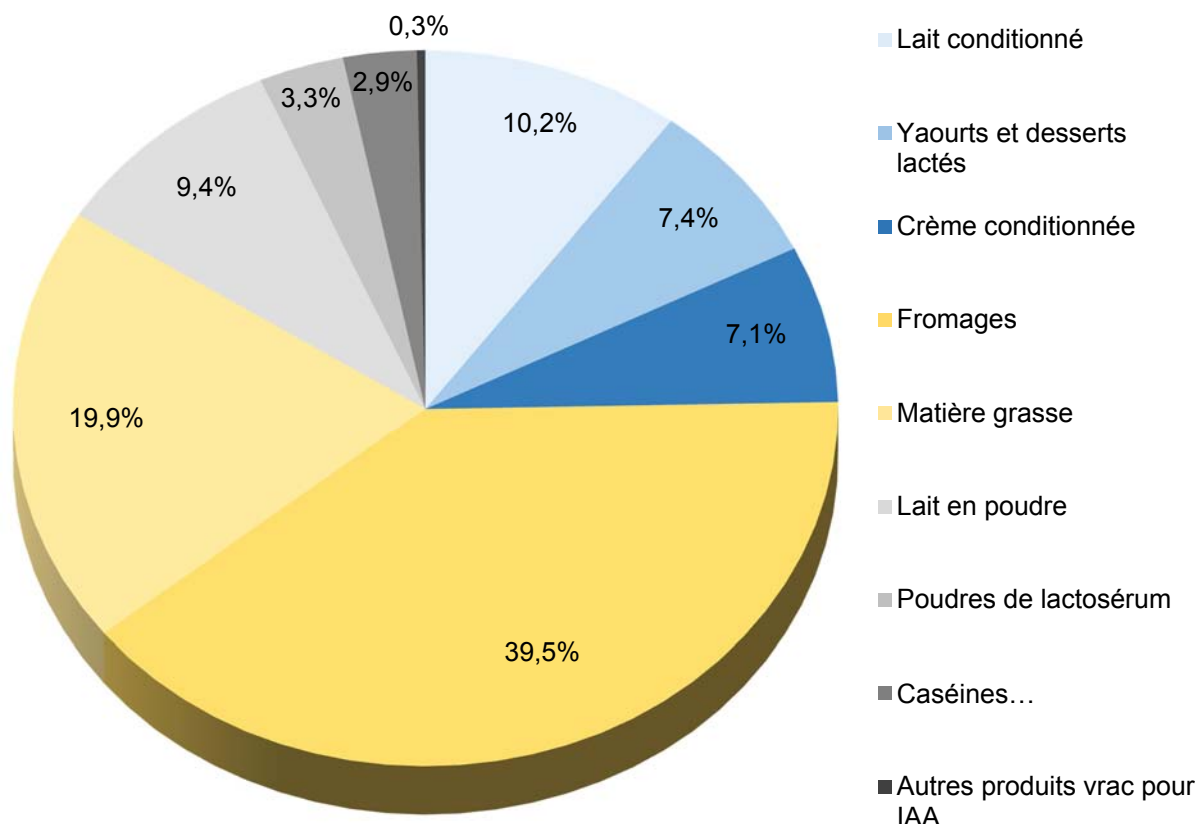
Sources : FranceAgriMer d'après Enquête mensuelle laitière FranceAgriMer, SSP, Commission européenne

La France se caractérise par une large gamme de produits laitiers fabriqués, aussi bien des produits de grande consommation (PGC) que des produits industriels. Les fromages nécessitent près de 40 % des volumes de matière sèche utile (MSU) du lait (matière protéique et matière butyrique) pour leurs fabrications en 2017, une proportion en nette augmentation puisqu'elle ne dépassait pas un tiers des volumes vingt ans auparavant. La France est d'ailleurs le 2^{ème} producteur de fromages de l'Union européenne, avec environ 19 % des volumes, derrière l'Allemagne (25 %) et devant l'Italie (11 %). Les matières grasses solides (dont le beurre) représentent presque 20 % de la MSU du lait, soit près de deux fois plus que le lait liquide. Le lait en poudre (dont la poudre grasse et la poudre de lait écrémé) compte pour un peu plus de 9 % tandis que les yaourts et desserts lactés

et la crème conditionnée mettent en œuvre chacun 7 % de la MSU. Le reste des volumes se répartit entre poudres de lactosérum, caséines et autres produits pour les industries agro-alimentaires (IAA).

Graphique 101

Part dans les fabrications laitières françaises des différentes catégories de produits, en proportion du lait mis en œuvre (matière sèche utile)

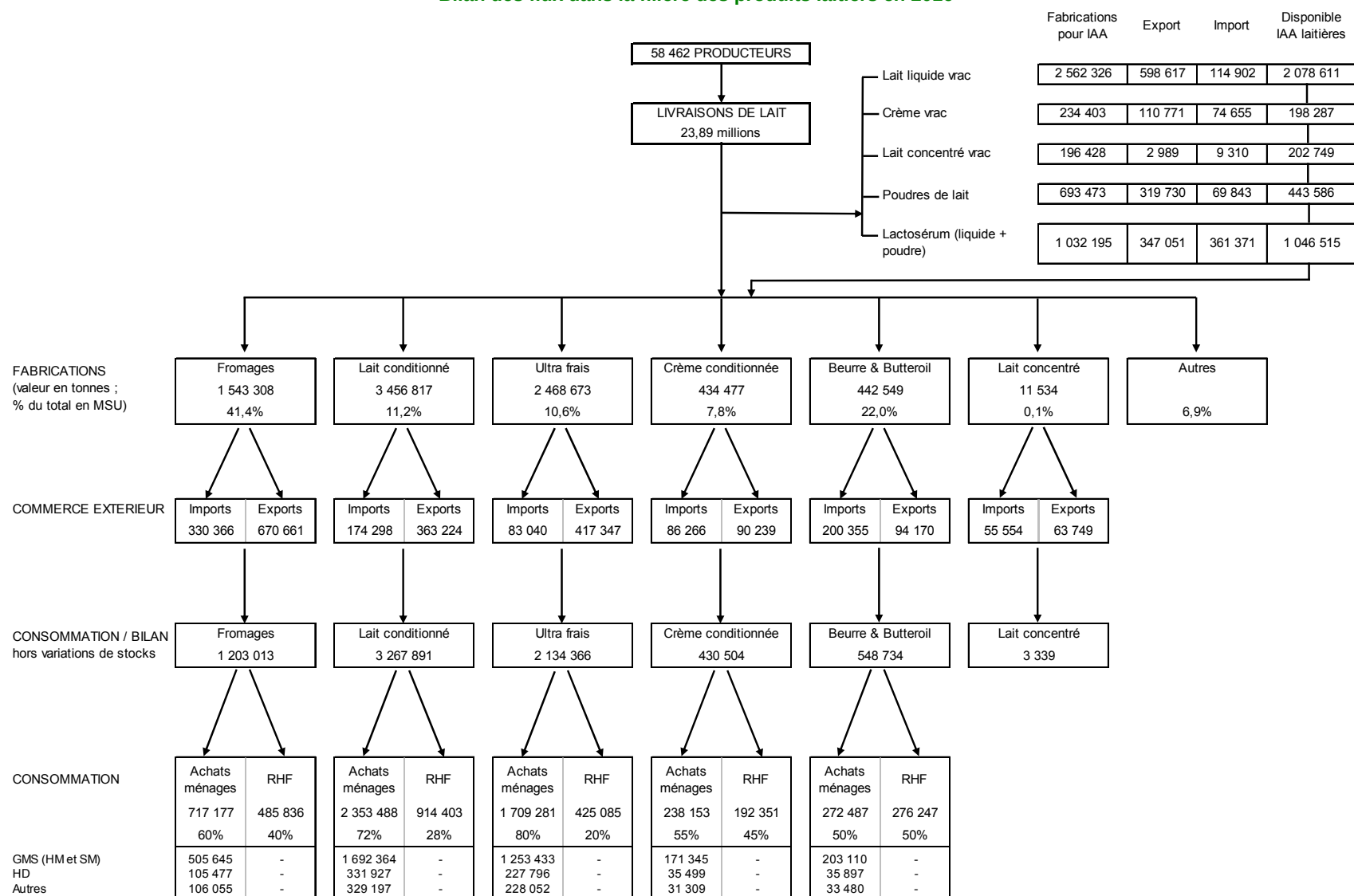


Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES 2016

La France exporte environ 40 % du lait collecté (en MSU) sous forme de produits transformés. En valeur, les exportations de produits laitiers ont représenté 6,63 milliards d'euros en 2016, dont 64 % ont concerné des ventes vers l'Union européenne. Le solde des échanges français de produits laitiers s'est établi à + 3,39 milliards d'euros (en repli de 321 millions d'euros par rapport à 2015). Compte tenu des importations plus importantes en provenance du marché européen que des pays tiers, le solde avec l'Union européenne est de + 1,07 milliard d'euros quand celui avec les pays tiers s'élève à + 2,32 milliards d'euros. Les fromages participent pour près de la moitié à ce solde positif (+ 1,6 milliard d'euros). Grâce à un développement croissant des exportations, les poudres infantiles sont le 2^{ème} poste de contribution au solde positif des échanges.

L'utilisation de la poudre de lait écrémé et de la poudre de lactosérum concerne essentiellement les industries agroalimentaires (biscuiteries, plats préparés...) et celles de l'alimentation animale. 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 restauration hors foyer (RHF) et dans les industries agroalimentaires (IAA), avec des débouchés importants dans les secteurs de la boulangerie-vienniserie-pâtisserie et des crèmes glacées. Les achats de fromages par les ménages représentent en volume environ 70 % de la consommation (Schéma 8), une part non négligeable étant destinée aux IAA et surtout à la RHF (fromages ingrédients : emmental, mozzarella...).

Schéma 8
Bilan des flux dans la filière des produits laitiers en 2016



Unités : tonnes, sauf mention contraire. Sources : FranceAgriMer d'après SSP (Enquête Annuelle Laitière), Douanes, Kantar Worldpanel, et estimations

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 (se reporter aux éditions précédentes pour plus de précision).

2.1. Méthode de calcul de la valeur de la matière première nécessaire à la fabrication des PGC laitiers

La méthode de calcul des indicateurs de coûts en matière première et des indicateurs de marges brutes industrielles unitaires sur PGC tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation entraîne la production de coproduits non destinés en l'état 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 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, l'indicateur de marge brute sur un produit élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit et l'indicateur de coût de sa matière première.

Pour les produits de grande consommation issus de l'industrie laitière, l'indicateur de 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 (au prix du lait réel payé au producteur : cf. 2.2. Sources) 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 de leur transformation.

Lorsque les produits industriels sont bien valorisés, cette valorisation diminue d'autant l'indicateur de coût de la matière première des PGC pour les industriels. Inversement, lorsque le marché des PI est moins porteur, l'indicateur de coût de la matière première des PGC pour les industriels en est augmenté.

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 de FranceAgriMer et du service de la statistique et de la prospective (SSP) du ministère de l'agriculture. Le prix du lait utilisé dans l'analyse pour l'OFPM est un prix « aux taux réels en matières grasses et protéiques, toutes qualités confondues, toutes primes comprises, ce qui signifie qu'il englobe la valorisation des laits autres que conventionnels, à savoir les laits biologiques et AOP.

Compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs ne représente pas directement le « coût 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. Il s'agit de prix moyens relevés chez les principaux opérateurs industriels, parallèlement à l'enquête conduite par l'Insee pour l'établissement des indices de prix de production de l'industrie.

Au regard des objectifs de l'observatoire, ces données de prix industriels fournies par l'Insee présentent certaines limites. Il ne s'agit pas de données exhaustives, l'Insee privilégiant la représentativité des évolutions relatives de prix (en indices) à celle des niveaux de ces prix (en euros). En outre, la composition des produits en marques ou en niveaux de prix à l'intérieur de chaque gamme (MN ou MDD) n'est pas forcément homogène avec celle du panier suivi au détail (cf. ci-dessous). Enfin, ces prix sont généralement « deux fois nets », c'est-à-dire déduction faite des rabais, remises et ristournes conditionnelles aux quantités vendues, hors remises connues seulement en fin d'année et hors coopération commerciale ou tout autre élément de dégradation du prix, donc probablement supérieurs aux chiffres d'affaires unitaires du fournisseur industriel.

Pour la période antérieure à celle couverte par la source précitée, on utilise les données de l'enquête annuelle Prodcum du SSP (quantités et valeurs des ventes de la production commercialisée par les 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 payés par le consommateur au détail en GMS (hyper et supermarchés) sont issus du panel consommateur Kantar Worldpanel depuis 2008. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré des volumes achetés, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets des promotions. Pour chaque produit, l'ensemble des qualités sont prises en compte, c'est-à-dire à la fois les articles issus de lait de vache conventionnel mais également ceux issus de l'agriculture biologique (les cinq PGC laitiers suivis par l'observatoire sont concernés) ou des productions d'AOP (pour le camembert et le beurre). En outre, les différentes gammes de produits (marques nationales, marques de distributeurs, premiers prix) sont intégrées au calcul du prix moyen de chacun des produits laitiers suivis, via une moyenne pondérée par les quantités achetées dans chaque gamme.

Afin de s'affranchir de l'impact des évolutions de la composition du panier d'achat en termes de gammes : MN, MDD et 1^{er} prix, nous avons choisi de travailler à panier constant d'une année sur l'autre mais variant pour chaque mois de l'année, pour chacun des cinq produits suivis. Le panier qui sert de référence est celui de l'année n-1, soit les douze paniers des douze mois de l'année 2016 pour les résultats présentés dans ce rapport. Ainsi, les évolutions de prix observées sont dues principalement aux variations de prix des articles au cours du temps.

Encadré 9

Les références de prix moyen de vente par l'industrie aux enseignes de GMS

Pour plusieurs produits (liste ci-dessous), la référence de prix moyens mensuels de vente par l'industrie aux centrales d'achat des GMS est fournie à l'Observatoire par l'Insee. Ces prix moyens sont recueillis spécifiquement pour l'Observatoire par l'Institut auprès des entreprises qu'il interroge pour élaborer ses [indices de prix de production de l'industrie](#). L'enquête est conduite auprès des principaux opérateurs du secteur, elle porte sur un ensemble de produits, précisément défini (les « transactions-témoins »).

Les articles dont les prix sont relevés pris en compte pour établir le prix moyen d'un « produit » (ensemble d'articles) sont précisément définis dans leur nature (dénomination, qualité, marque, conditionnement...) et leur proportions pour assurer l'homogénéité dans le temps du « produit » suivi.

Pour un produit industriel donné destiné à la revente au détail en GMS, l'ensemble d'articles suivi par l'Insee n'est pas nécessairement homogène à celui suivi par l'observatoire au stade de la vente au détail en GMS, via le panel Kantar, notamment. Par exemple, les prix moyens mensuels sortie industrie du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » sont établis sur des ensembles d'articles de nature et de composition éventuellement différente de celles du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » dont on relève les prix au détail en GMS dans le panel Kantar.

Lever complètement le biais éventuel qui en résulte sur le calcul des « indicateurs de marge brute » nécessiterait de disposer de données de prix élémentaires portant sur des références exactement identiques sortie usine et en GMS, et en nombre potentiellement très important pour assurer en outre la représentativité des résultats.

Par ailleurs, les prix moyens fournis l'Insee sont des prix dits « trois fois nets », homogènes au chiffre d'affaires du fournisseur, intégrant les remises, rabais et ristournes conditionnelles aux quantités (sauf certaines remises connues en fin d'année), mais n'intégrant pas la coopération commerciale (financement par le fournisseur d'opérations visant le développement des ventes) ni tout autre éventuel mécanisme de « dégradation » du prix.

Les produits pour lesquels les références de prix industriels utilisées par l'observatoire proviennent de la source Insee précitée sont :

- en viande porcine : les UVCI de porc frais,
- en viandes de volailles : les UVCI de poulet entier PAC standard et de découpes de poulet standard,
- en produits laitiers : tous les PGC suivis par l'observatoire ;
- et, en filière céréalière, mais s'agissant de produits intermédiaires non destinées à la vente au détail : les prix des farines boulangères.

Les autres sources de prix industriels mobilisées pour d'autres produits sont :

- en filière viande « de bœuf » : une enquête *ad hoc* de l'observatoire auprès des industriels ;
- pour les pièces de porc (produits intermédiaires pour l'industrie de la charcuterie ou la découpe de viande de boucherie de porc en GMS) : les cotations sur le MIN de Rungis ;
- pour le jambon cuit, les pâtes alimentaires, le saumon fumé : le calcul de prix moyen annuel à partir des données de tonnages et de chiffre d'affaires par produit dans l'industrie fournies par l'enquête statistique Prodcum (SSP, Insee).

L'amélioration des sources de prix industriels est un enjeu important pour l'OFPM mais elle nécessiterait des moyens statistiques considérables.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES PRODUITS LAITIERS

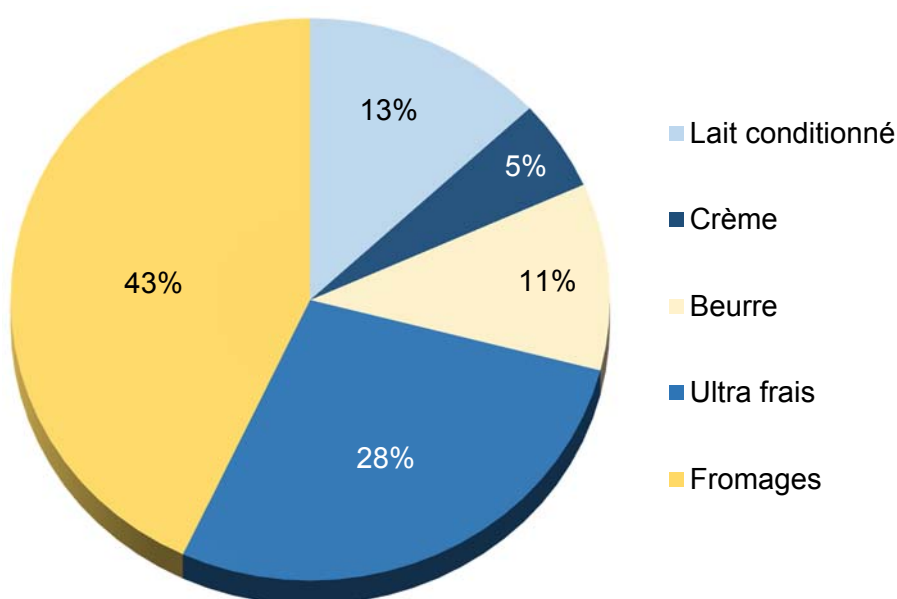
3.1. Représentativité des produits suivis

Les travaux de l'observatoire portent sur les cinq produits suivants, commercialisés en grande distribution (hyper et supermarchés) : lait UHT demi-écrémé, yaourts naturels, emmental, beurre plaquette 250 g et camembert, représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 102

Structure des achats des ménages en produits laitiers en valeur en 2017

Total : 14,8 milliards d'euros



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

En moyenne sur la période 2013-2017, les cinq produits retenus représentent :

- 25 % de la valeur totale des achats des ménages de produits laitiers (hors fromages de chèvre et fromages de brebis),
- 45,5 % du total des achats en kg de matière fraîche,
- et 36,2 % du total des achats en kg de matière sèche utile (MSU).

En valeur :

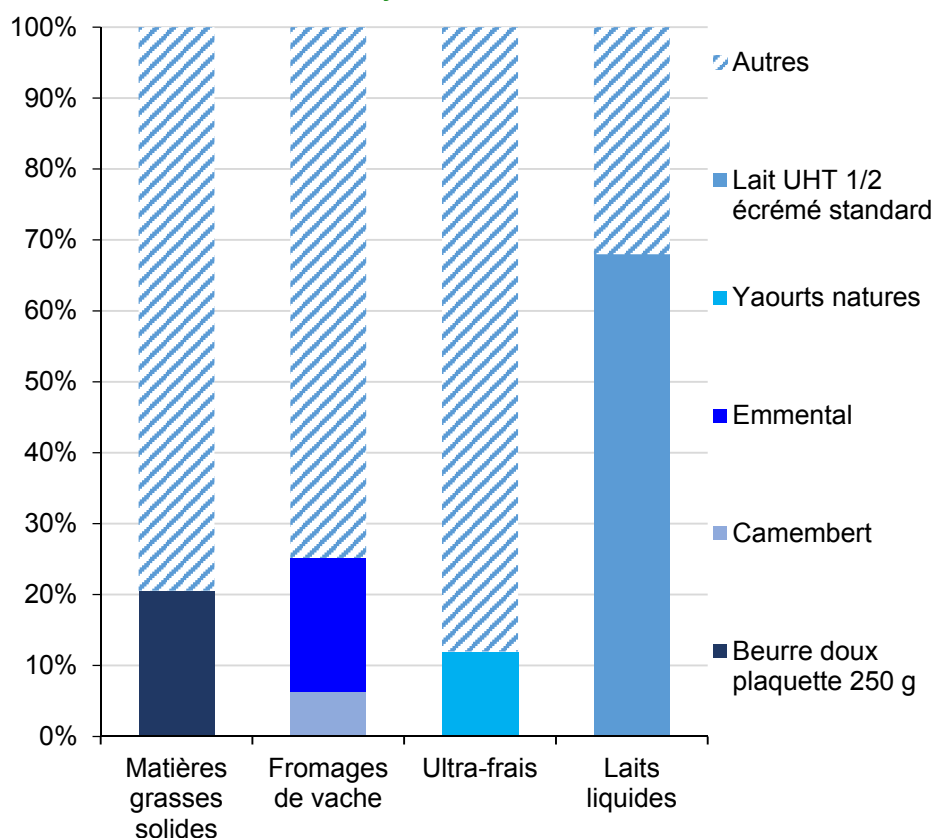
- le lait UHT demi-écrémé représente 68 % des achats de laits conditionnés,
- le beurre plaquette 250 g, 21 % des achats de matières grasses solides et 40 % des achats de beurre,
- le yaourt nature, 12 % de l'ultra-frais,
- le camembert et l'emmental, respectivement 6 % et 19 % des achats de fromages de vache (Graphique 103).

Ces proportions sont bien moins importantes en volume, que ce soit en poids frais ou en MSU.

La saisonnalité des achats est assez peu marquée pour les produits laitiers : la composition du panier des cinq produits retenus est quasiment stable en proportion sur les douze mois de l'année. Les achats s'intensifient globalement en hiver (janvier, février) et sont à leur point le plus bas en été (juillet).

Graphique 103

**Représentativité de chaque produit suivi au sein de sa famille, en valeur des achats
Moyenne 2013-2017**



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

3.2. Le contexte du marché des produits laitiers en 2017 : tension sur le marché du beurre

L'année 2017 a été caractérisée par un écart de valorisation historique entre la matière grasse du lait et la matière protéique. Les cours du **beurre** ont enregistré une croissance inédite. Ils ont été orientés à la hausse dès la semaine 10, avant la fin du pic de collecte de lait européen, une hausse qui s'est accélérée au fil des semaines. Entre la semaine 10 et la semaine 38 (fin septembre), le prix du beurre a ainsi progressé de 66 % en France, ce qui représente une revalorisation de 2 750 €/t. Les niveaux atteints par le prix du beurre (avec des contrats dépassant parfois 7 000 €/t) ont été historiques puisque jamais sur les vingt dernières années de tels sommets n'avaient été approchés, même dans les meilleures périodes traversées par la filière. La demande en matière grasse solide s'est développée sur tous les marchés, pour les consommateurs grâce à sa réhabilitation nutritionnelle, mais aussi pour les industriels, comme ceux de la viennoiserie, en raison de la demande croissante pour ces produits. La possibilité de substituer des matières grasses végétales au beurre est apparue très limitée, par exemple pour les fabrications de viennoiseries et gâteaux pur beurre. Dans ce contexte, avec des stocks de beurre au plus bas dès le mois d'avril et une réduction des fabrications françaises et européennes (mais également d'autres pays tels que l'Australie), le marché du beurre s'est retrouvé sous tension et les prix ont explosé. En octobre, l'ouverture des négociations des contrats à livrer pour 2018 a entraîné un repli de la cotation de beurre. En six semaines, le prix des contrats est retombé à 5 000 €/t (- 1 900 €/t), un niveau qui reste très élevé dans l'absolu. Une nouvelle dégradation a pu être observée sur les toutes dernières semaines, le prix tombant à 4 260 €/t fin décembre.

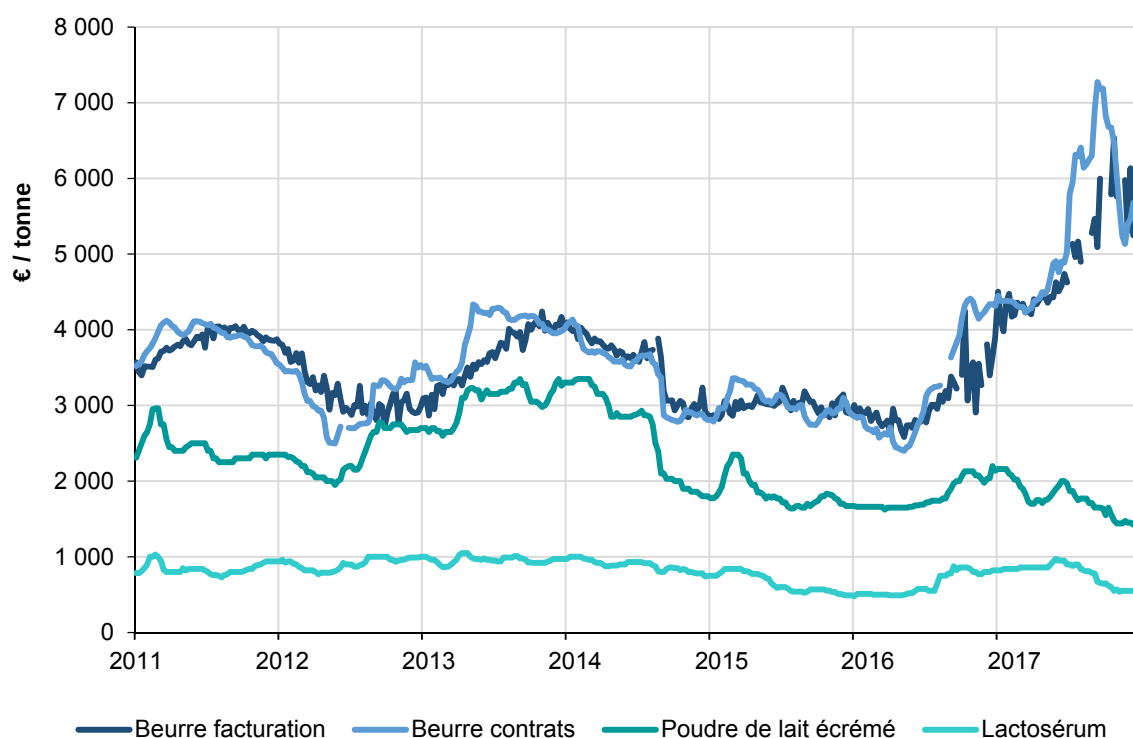
Avec une évolution inverse, le prix de la **poudre de lait écrémé** a plongé vers le prix d'intervention au début du printemps, période de remontée saisonnière de la collecte européenne de lait, ce qui a conduit à de nouvelles mises à l'intervention de volumes de poudre. Malgré une production laitière et des fabrications de poudres de lait écrémé peu dynamiques en Europe et des exportations vers les pays tiers en forte progression (conséquence d'une demande très soutenue), la cotation ne s'est redressée que modérément et a plafonné à 2 000 €/t : les stocks publics accumulés depuis 2015 ont pesé toute

l'année sur le marché de la poudre. Lors de l'adjudication du 22 juin, la Commission européenne a décidé de remettre sur le marché 100 tonnes de poudre de lait écrémé au prix de 1 850 €/t, envoyant ainsi un signal au marché et entraînant une nouvelle baisse de prix qui s'est prolongée jusqu'à la fin de l'année. La reprise de la collecte de lait partout en Europe dès le printemps et en France au mois de septembre, le ralentissement de la demande mondiale et la fermeture de l'intervention le 30 septembre ont accentué cette tendance : la cotation est ainsi passée sous le prix d'intervention dès la semaine 35. Lors de la 13^{ème} adjudication le 19 octobre, 40 tonnes de poudre de lait écrémé ont été remises sur le marché au prix de 1 440 €/t : en réaction, la cotation a immédiatement chuté à ce niveau et s'est maintenue aux alentours de cette valeur jusqu'à la fin de l'année.

Grâce à un marché équilibré, caractérisé par une demande mondiale dynamique et des stocks au plus bas dans l'Union européenne, le prix du **lactosérum** est resté très élevé sur la première moitié de l'année. La cotation a atteint 975 €/t, son niveau le plus élevé constaté sur les dernières années. La tendance s'est inversée à partir du mois de juillet, quand l'importance de l'offre, liée à une augmentation des fabrications de fromages, a déséquilibré le marché. Les prix ont décroché, perdant 360 €/t entre mi-juillet et fin octobre, pour finir l'année à 590 €/t.

Graphique 104

Évolution des prix du beurre, de la poudre de lait écrémé et du lactosérum sur le marché français



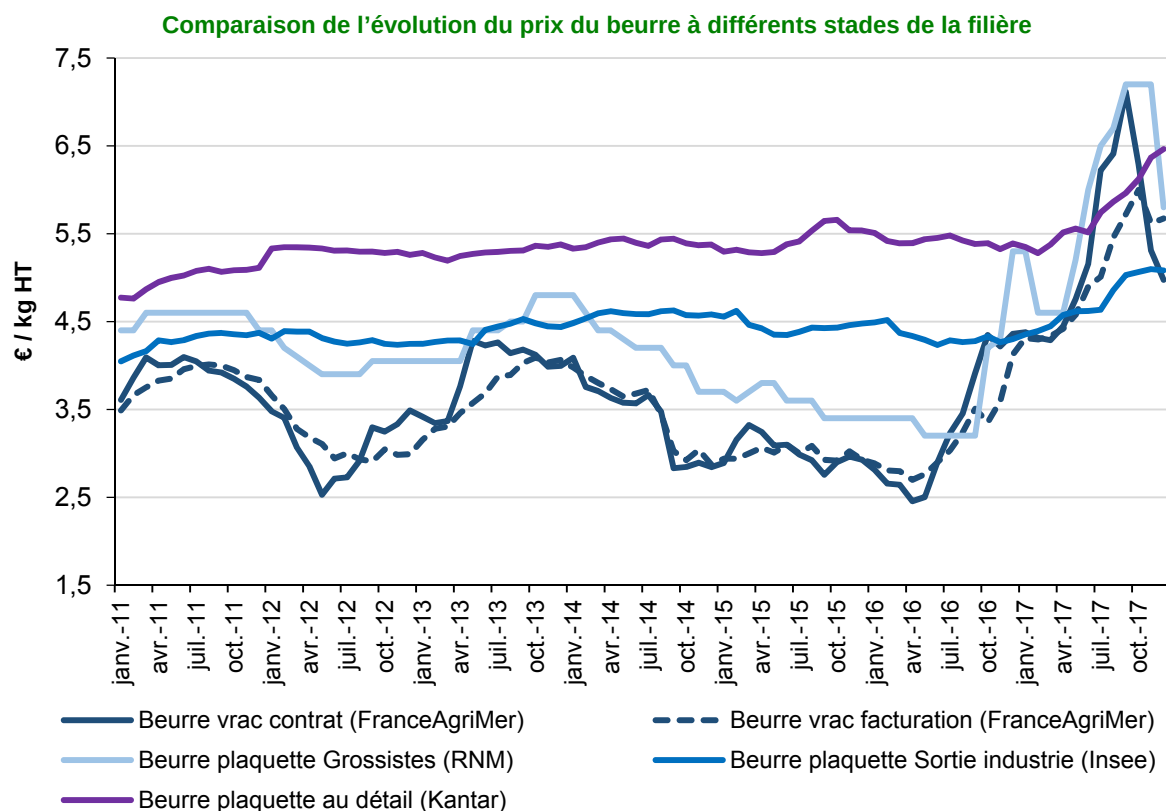
Source : FranceAgriMer d'après Atla

La hausse du prix du beurre vrac n'a pas été répercutée dans les mêmes proportions à l'ensemble des maillons de la filière. En effet, si la cotation du beurre vrac a augmenté en moyenne de 61 % en 2017 par rapport à l'année précédente (pour les contrats, et de 60 % pour les facturations) et si la plaquette de beurre de 250 g vendue par les grossistes sur le marché de Rungis a progressé en moyenne de 63 %, la hausse du prix de la plaquette de beurre de 250 g sortie industrie a été plus modérée (+ 9,2 %), tout comme celle de la plaquette de beurre achetée par les ménages français dans les GMS (+ 6,3 % en moyenne en 2017 par rapport à 2016).

Au 3^{ème} trimestre 2017, avec un prix mondial du beurre plus rémunérateur que celui proposé par la grande distribution, certains opérateurs se sont tournés vers l'exportation, alors même que le marché français manquait de beurre. Les exportations françaises de beurre ont ainsi augmenté de + 12,6 % sur le 3^{ème} trimestre par rapport à 2016, ce qui représente 2 763 tonnes de beurre supplémentaires sorties du marché français. Cette évolution est d'autant plus notable que les exportations européennes sont restées en repli sur la même période et que la France est un importateur net de beurre. Cette hausse

des exportations a participé à accroître la tension sur le marché du beurre et a conduit à un recours encore plus important aux importations, de 16 % sur juin – août (soit + 8 098 tonnes).

Graphique 105



Source : FranceAgriMer d'après RNM et Kantar Worldpanel

La revalorisation beurre-poudre observée sur le marché en 2017 a été suivie d'une augmentation du prix du lait payé aux producteurs sur la seconde moitié de l'année, en France et partout dans l'Union européenne. Ainsi, le prix français du lait standard a progressé en 13,6 % en moyenne en 2017, et celui du prix réel de 13,3 %.

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : lait UHT demi-écrémé

La consommation de lait liquide conditionné connaît un repli structurel depuis plus de dix ans. Entre 2008 et 2017, les achats des ménages, mesurés par le panel consommateurs de Kantar Worldpanel, ont diminué de 12,2 % en volume et 6,5 % en valeur (en raison d'une revalorisation du prix de ce produit).

Néanmoins, tous les segments du lait conditionné n'ont pas évolué à la baisse : le lait biologique enregistre un fort développement (+ 132,7 % en volume) et représente, en 2017, 7,5 % des achats de lait conditionné, contre 2,8 % en 2008. Le segment des laits spécifiques (aromatisés, dé lactosés, déminéralisés, etc.) se développe également, avec une augmentation de 2,1 % de ses achats en volume en dix ans et représente désormais 12,8 % des volumes (contre 11 % en 2008).

C'est donc la consommation des laits non bio et / ou standards qui fléchit, alors que les prix de ces produits sont orientés à la hausse sur le long terme. Le lait standard UHT demi-écrémé suivi ici représente 73,1 % des volumes de lait conditionné achetés en 2017, une part en léger repli par rapport à 2008 (74,6 %), conséquence d'une diminution de 14,0 % des achats sur cette période.

Pour la quatrième année consécutive, le prix moyen pondéré (marques nationales, marques de distributeurs, 1^{er} prix³²) du lait UHT demi-écrémé en GMS (source : Kantar Worldpanel) a progressé, pour atteindre 0,78 €/litre en 2017 (Graphique 106). La structure du panier moyen « lait UHT demi-écrémé » suivi étant stable au fil des années³³, cette augmentation est liée à celle des prix de vente au détail de chaque produit de ce panier et plus précisément des marques nationales et des 1^{er} prix, les prix des laits de marques de distributeurs étant restés stables sur la période étudiée.

L'indicateur de coût d'achat de la matière première PGC a diminué de 3 centimes en 2017 : la bonne valorisation beurre-poudre, liée à la flambée du prix du beurre vrac, a compensé la hausse du prix du lait et son impact dans le prix d'achat de la matière première. Il s'agit donc de la quatrième année de baisse consécutive de l'indicateur de la valeur de la matière première PGC qui, comme les années précédentes, n'a pas été transmise sur les maillons aval de la filière (industrie, distribution) puisque le prix au détail, comme indiqué précédemment, a progressé de 1 centime. L'indicateur de marge brute de l'industrie a augmenté de 3 centimes, une croissance équivalente à celle observée en 2016, quand celui de la grande distribution est resté inchangé par rapport à 2016, après deux années de hausse.

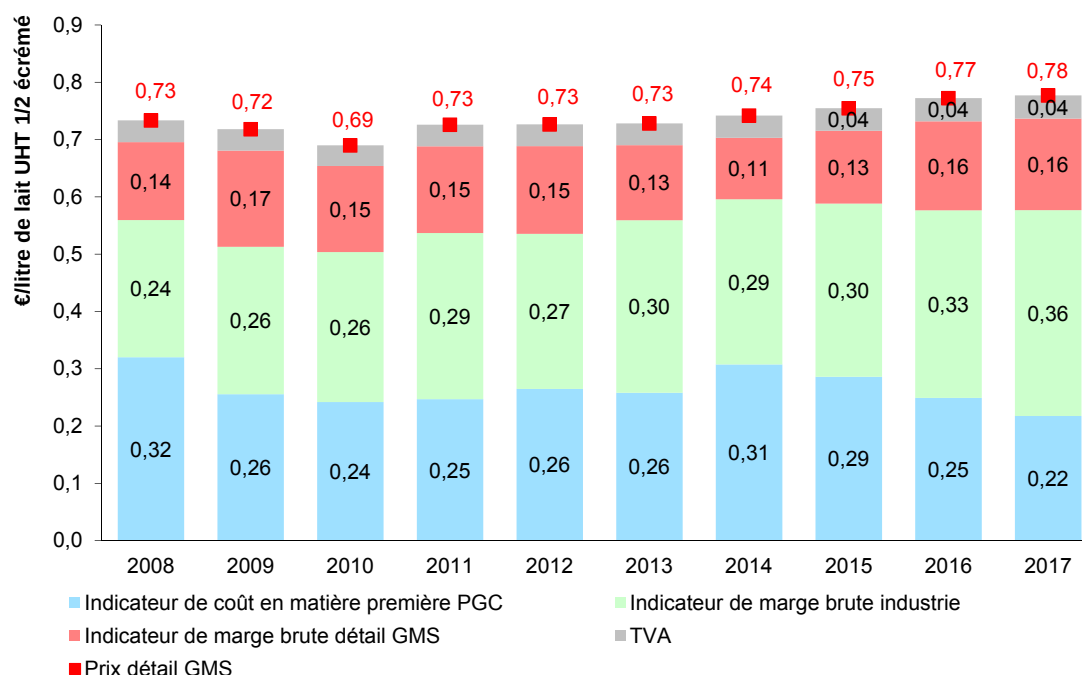
En pourcentage du prix de vente au détail hors TVA (Graphique 107), les évolutions sont similaires : la part de l'indicateur de coût de la matière première s'est repliée en 2017, tandis que celle de l'indicateur de marge brute de la distribution en GMS est resté à son niveau de 2016, sensiblement supérieur à celui des trois années précédentes. Il en résulte un accroissement de l'indicateur de marge brute de l'industrie en 2017 de 4 points.

³² 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.

³³ Rappel : les paniers de PGC constitués par l'observatoire pour le suivi des indicateurs de marge brute sont à composition fixe en termes de gammes (MN, MDD, et 1^{er} prix) afin de suivre au maximum des évolutions de prix « purs » au cours du temps.

Graphique 106

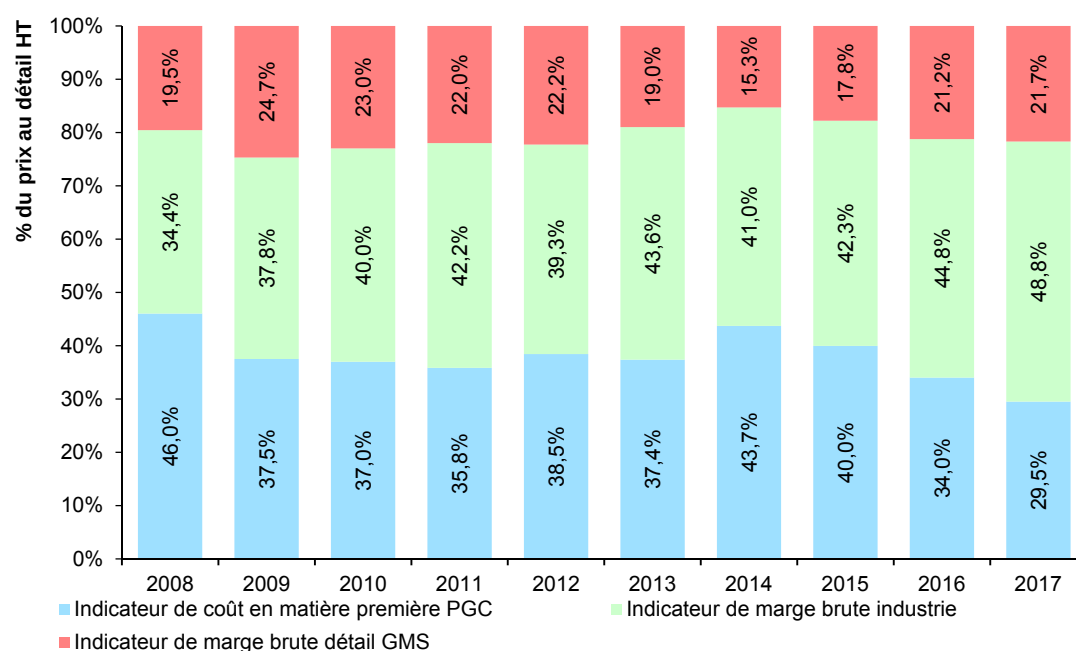
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 107

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Rappel : l'indicateur de coût en matière première du PGC pour l'industriel est la valeur du lait sortie ferme techniquement nécessaire pour la transformation et la valeur de la quote-part de lait excédentaire collecté par l'industriel, corrigée de la valorisation (positive ou négative) des coproduits industriels du PGC (beurre, poudres).

3.4. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : yaourts naturels

Les achats des ménages de yaourts naturels ne cessent de s'éroder : entre 2008 et 2017, les volumes achetés se sont repliés de 13,1 %, une baisse plus marquée que pour l'ensemble des yaourts (- 4,6 %), dont la consommation est donc tirée par les yaourts non naturels (dont les achats sont stables sur la période). Les yaourts naturels, produit d'entrée de gamme, cèdent du terrain à des produits plus élaborés et à plus forte valeur ajoutée : les yaourts aromatisés (+ 4,4 %), les yaourts à boire (+ 8,9 %) et les yaourts bio (+ 238 %) notamment. S'ils représentaient 36 % des volumes de yaourts achetés en 2008, ils comptent en 2017 pour moins d'un tiers (32,8 %), avec un repli constaté sur tous les segments de marques.

À plus court terme, entre 2016 et 2017, les achats de yaourts naturels ont diminué de 1,7 % en volume, une baisse quasiment équivalente à celle observée pour l'ensemble des yaourts (- 1,5 %) : les marques nationales et les 1^{er} prix ont enregistré un recul de leurs volumes quand les marques de distributeurs, qui comptent pour près de la moitié des volumes de yaourts naturels (48,5 %), connaissent une légère croissance (+ 0,6 %).

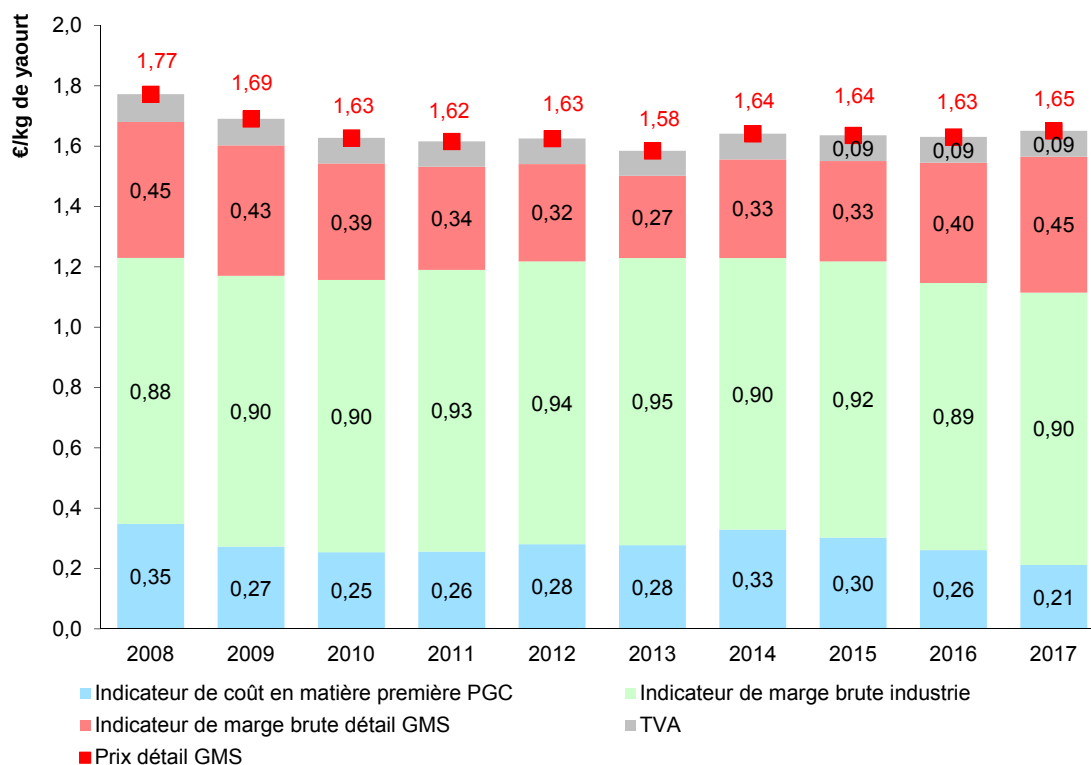
Le yaourt naturel affiche une part du prix de la matière première dans le prix final plus faible que le lait UHT demi-écrémé, en raison de son plus haut niveau d'élaboration, qui implique notamment un conditionnement, une réfrigération et donc des frais logistiques supérieurs. La part des coûts annexes en est de fait renforcée. Par contre, les volumes issus des excédents mais également des coproduits de fabrication restent encore relativement restreints (par comparaison avec les fromages notamment).

Grâce à une meilleure valorisation des coproduits en 2017, l'indicateur de coût de la matière première PGC a diminué de 5 centimes en 2017 par comparaison à 2016 (Graphique 108). Il s'agit de la troisième année consécutive de repli. Cette baisse n'a pas été transmise jusqu'au consommateur puisque le prix au détail du yaourt naturel moyen (moyenne pondérée par les volumes des yaourts naturels de marques nationales, marques de distributeurs et 1^{er} prix), dont la structure est stable sur l'ensemble de la période étudiée, s'est raffermi de 2 centimes. L'indicateur de marge brute de l'industrie a progressé de 1 centime, après une baisse enregistrée en 2016, ce maillon amortissant les variations du coût de la matière première au cours de l'année. L'indicateur de marge brute de la distribution a augmenté de 5 centimes, une hausse qui fait suite à celle de 7 centimes de 2016, et a atteint le niveau le plus élevé, déjà observé en 2008.

En pourcentage du prix de vente au détail (Graphique 109), le poids de l'indicateur de coût de la matière première a diminué entre 2016 et 2017, au profit de celui de l'indicateur de marge brute de la GMS qui gagne presque 3 points.

Graphique 108

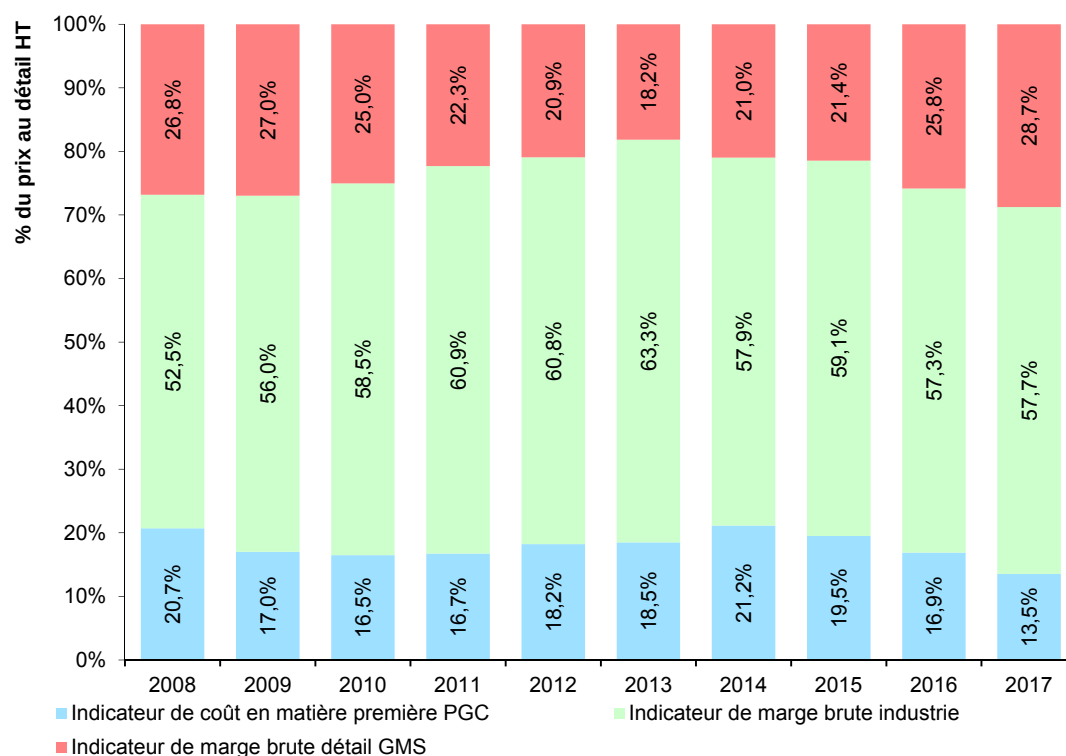
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 109

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

3.5. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : emmental

En 2017, l'emmental, sous toutes ses formes (râpé, en portions...), représente le plus gros segment du rayon fromages de vache (22,3 % des quantités achetées par les ménages, soit – 0,4 point par rapport à 2008), loin devant le camembert (7,5 %). Depuis 2008, les achats des ménages d'emmental ont progressé de 7,5 % en volume, mais seulement 2,8 % en valeur, en raison d'une réduction des prix et d'une augmentation de la part des produits de marques de distributeurs achetés (56,5 % en 2017 contre 36,9 % en 2008) aux dépens à la fois de marques nationales (23,8 %, soit – 6,9 points) et des 1^{er} prix (19,6 %, soit – 12,8 points).

Entre 2016 et 2017, les achats d'emmental se sont repliés (- 1,8 % en volume), notamment sur les segments des marques nationales, des 1^{er} prix (poursuite de la tendance long terme) et du râpé.

On suit ici « l'emmental moyen », composé de 70 % d'emmental râpé et de 30% d'emmental en portions préemballées, toutes gammes confondues : marques nationales, marques de distributeurs et produits 1^{er} prix³⁴, à panier stable sur l'ensemble de la période étudiée.

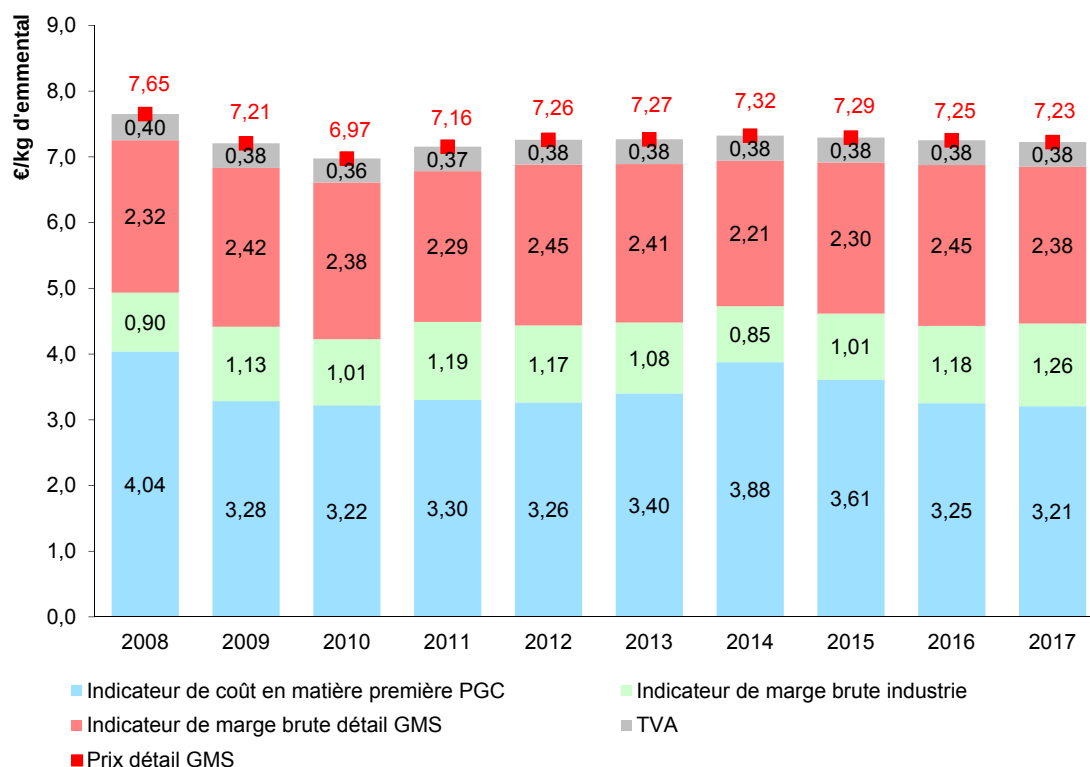
La fabrication d'un kilogramme d'emmental nécessite un volume de lait plus important que pour d'autres produits, plus de 11 litres en moyenne. De fait, le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage et les évolutions du prix du lait, comme celles des coproduits valorisés en produits industriels, ont de fortes répercussions sur l'indicateur de coût de matière première et donc sur l'indicateur de marge brute industrielle de cette filière.

L'impact de la valorisation beurre-poudre dans le prix de la matière première PGC est toutefois moins marqué sur l'emmental que sur d'autres produits (lait, yaourts), avec un poids plus important du prix du lait et du lactosérum. Pour cette raison, le prix d'achat de la matière première PGC n'a diminué « que » de 4 centimes (Graphique 110), malgré son poids important dans le prix au détail (près de 47 %). Cette légère diminution fait suite à deux années consécutives de fort repli. L'indicateur de coût de la matière première est ainsi tombé à son plus bas niveau depuis 2008. Cette réduction a été répercutée en partie au consommateur, le prix au détail de l'emmental « moyen » ayant diminué de 2 centimes. L'indicateur de marge brute de l'industrie a enregistré une hausse de 8 centimes, atteignant son plus haut niveau sur la période étudiée, quand celui de la grande distribution a perdu 7 centimes.

³⁴ 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. La pondération évoluant dans le temps, on suit donc à la fois des effets de prix et des effets de composition de panier.

Graphique 110

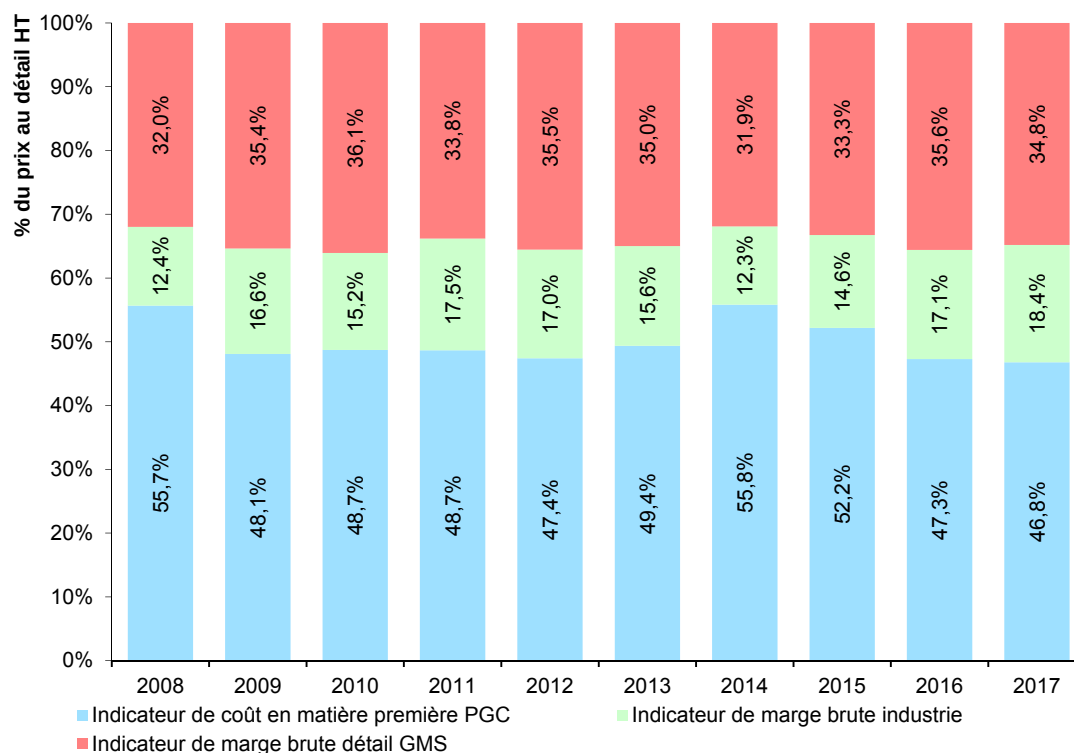
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 111

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

3.6. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : camembert

Le camembert représente 7,5 % des volumes de fromages issus de lait de vache, achetés par les ménages français en 2017, contre 9,8 % en 2008 : cette évolution fait suite à une réduction de 16 % des volumes de camembert achetés en dix ans. Le segment des marques nationales résiste (avec un repli de seulement 0,6 % sur cette période), tandis que ceux des marques de distributeurs et 1^{er} prix se sont effondrés (respectivement – 20,4 % et – 59,9 %). Les marques nationales représentent désormais 67,5 % des volumes de camembert achetés, contre 57 % en 2008.

Le camembert « moyen » constitué pour cette analyse est, à l'instar des autres produits suivis, un panier saisonnier toutes gammes confondues (marques nationales, marques de distributeurs, 1^{er} prix³⁵) de composition stable au fil des années.

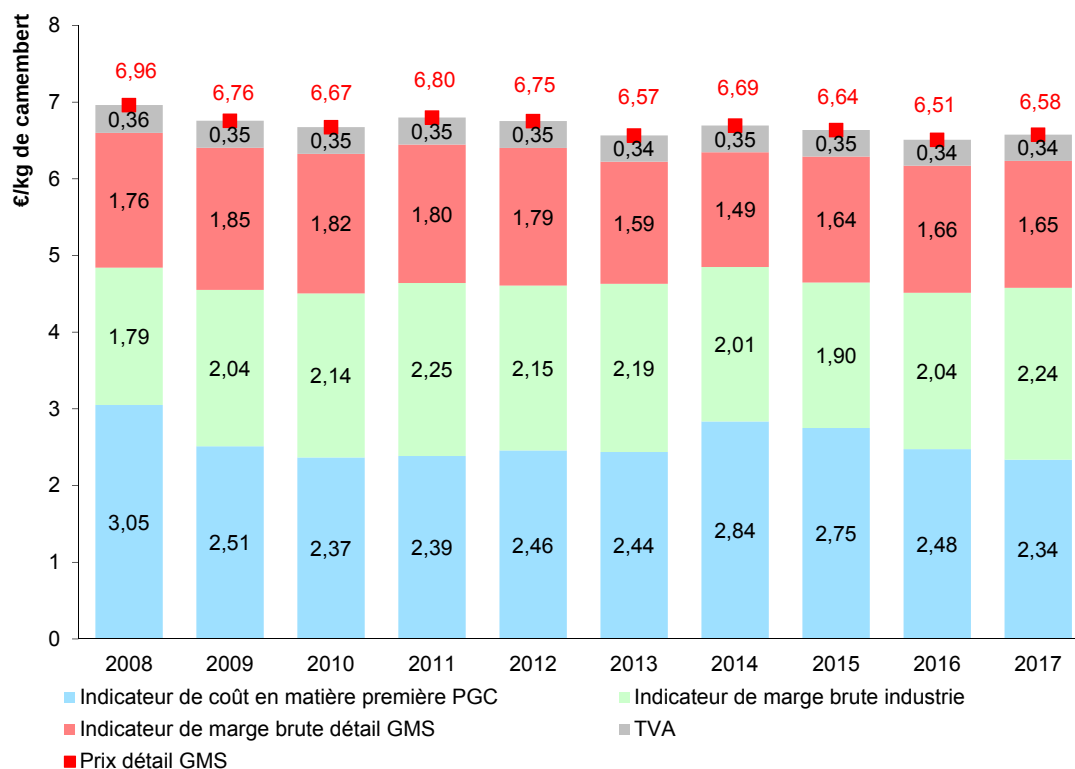
Le camembert présente les mêmes particularités que l'emmental : d'une part, une importante quantité de lait nécessaire à la fabrication d'un kg de camembert (8,5 litres en moyenne) ce qui renforce le poids du prix du lait dans l'indicateur de coût d'achat de la matière première du PGC ; d'autre part de gros volumes d'excédents et de coproduits dont la valorisation dépend des prix des produits industriels.

Pour la quatrième année consécutive, le coût d'achat de la matière première affiche un net repli, qui s'élève à 14 centimes en 2017, pour tomber à 2,34 €/kg de camembert (Graphique 112). Il ne représente plus que 37,5 % du prix au détail. Cette baisse n'a pas été répercutée jusqu'au consommateur, au contraire, puisque le prix au détail du camembert « moyen » a augmenté de 7 centimes, passant de 6,51 € à 6,58 €. L'indicateur de marge brute de l'industrie s'est à nouveau redressé, gagnant 20 centimes par rapport à 2016, pour atteindre 2,24 €/kg. L'indicateur de marge brute de la distribution a perdu 1 centime et est globalement stable depuis trois ans, en valeur comme en pourcentage du prix au détail. Par ailleurs, pour ce produit, le repli des volumes conduit à une moindre dilution des charges fixes dans l'industrie et donc une augmentation des coûts de fabrication à l'unité.

³⁵ 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 112

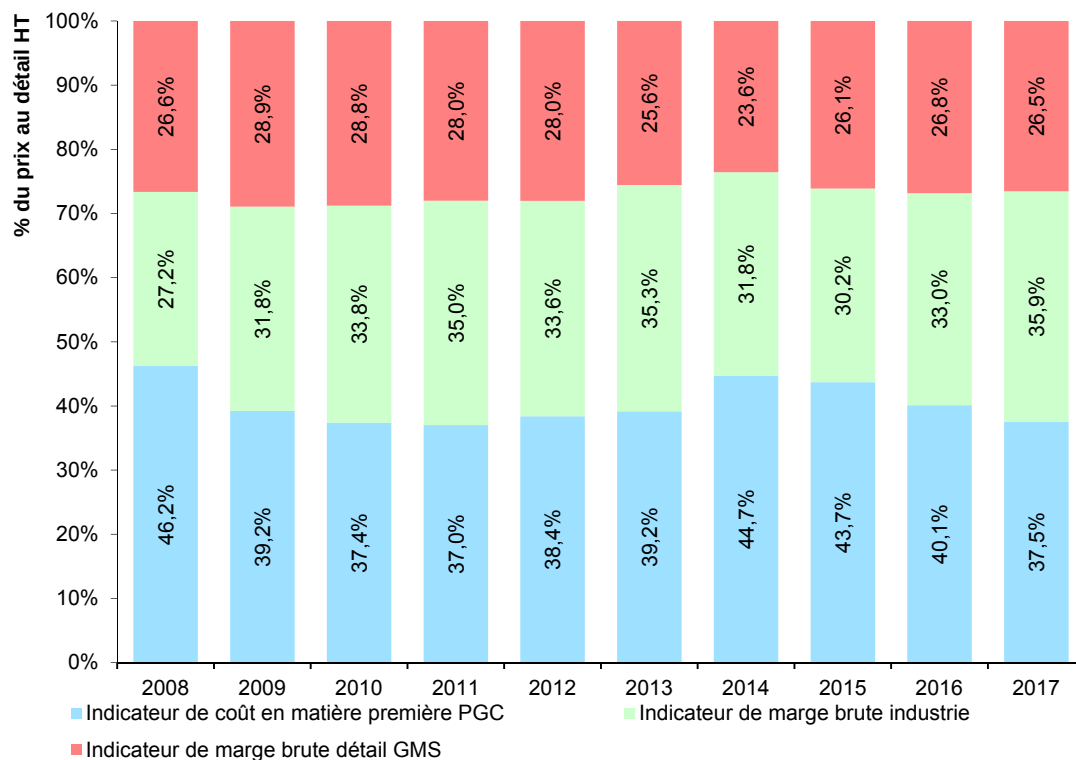
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 113

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

3.7. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : beurre plaquette 250 g

Dans cette analyse, le beurre plaquette est considéré comme un coproduit d'autres PGC (lait écrémé) et comme un produit de « *deuxième transformation* », dont la matière première n'est plus du lait mais du beurre industriel. Le prix de la matière première est donc ici le prix du beurre vrac 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.

Les achats des ménages de beurre ont progressé de 3,1 % entre 2008 et 2017, de 4,5 % entre 2008 et 2016 : le manque d'offre en beurre sur le marché français a entraîné une diminution des volumes achetés de 1,3 % en 2017. En valeur, les achats ont cependant augmenté de 6,9 %, suite à la hausse des cours de ce produit. Ces évolutions, que ce soit en volume ou en valeur, peuvent être observées sur les trois segments de marques, dans des proportions plus ou moins importantes.

Plus spécifiquement sur le beurre plaquette de 250 g, produit suivi dans cette analyse, les volumes achetés par les ménages ont reculé de 27,2 % en dix ans. Si les marques nationales et les 1^{er} prix ont fortement reculé, les marques de distributeurs ont enregistré une hausse de 41,7 %. Ces évolutions aboutissent à une répartition à parts quasi égales des marques nationales et des marques de distributeurs en 2017, chacun de ces segments représentant environ 45 % des volumes, quand les 1^{er} prix atteignent tout juste 12 %. Cette répartition est nettement différente de celle de 2008 où les marques nationales comptaient pour 76,6 % des volumes et les marques de distributeurs pour 30,5 %.

Le « beurre plaquette moyen » toutes gammes confondues (marque nationale, marque de distributeur et 1^{er} prix³⁶) suivi dans l'analyse es0t un panier saisonnier avec une pondération des différentes gammes stable sur l'ensemble de la période étudiée.

La flambée des cours du beurre en France et sur le marché mondial en général en 2017 a conduit à une augmentation de 1,89 euro de l'indicateur du prix du beurre industriel servant de référence pour la matière première (Graphique 114). Ce coût a représenté plus de 87 % de la valeur finale du beurre plaquette en 2017. La hausse du prix du beurre plaquette 250 g au détail n'ayant pas augmenté dans les mêmes proportions (mais seulement de 27 centimes), cette revalorisation du prix du beurre industriel a été largement encaissée par le maillon industriel, dont l'indicateur de marge brute est négatif cette année (- 30 centimes) et a donc diminué de 1,49 euro. Celui de la grande distribution a perdu 5 centimes par rapport à 2016.

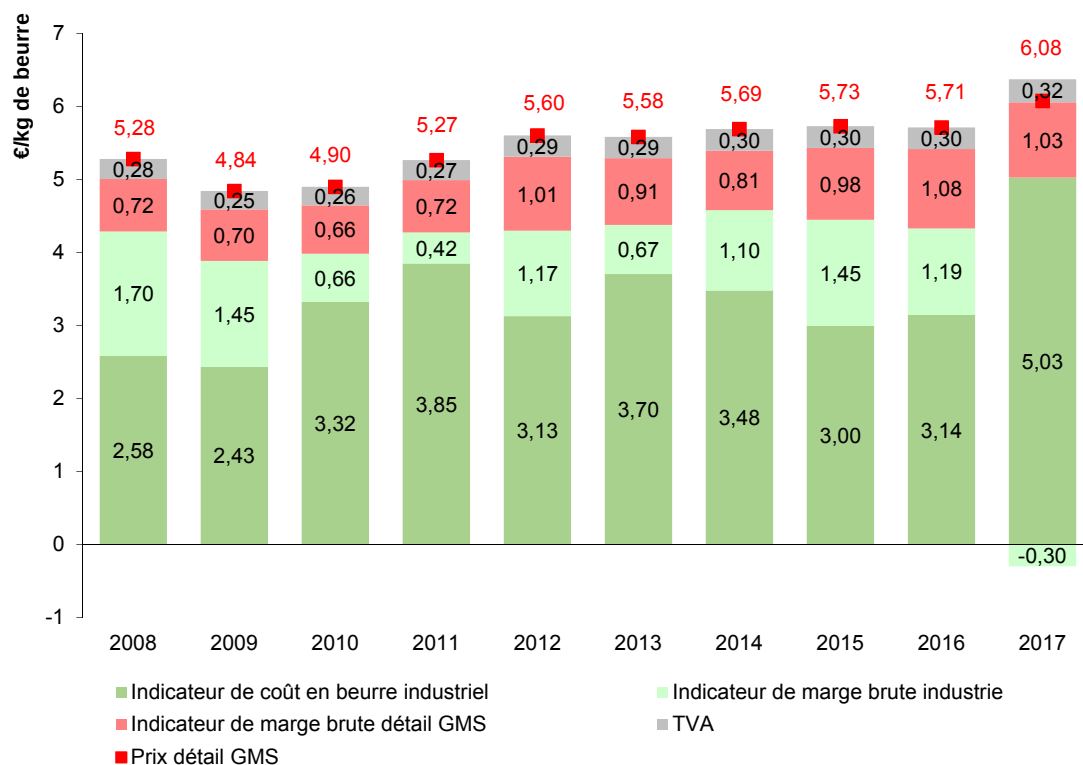
Hors situation particulière de 2017, les hausses de prix du beurre au détail résultent au moins pour partie d'un « *effet qualité* » non corrigé par la pondération stable des gammes (MN, MDD, 1^{er} prix). En effet, dans chaque gamme, la composition des paniers de produits suivis sous l'intitulé de « *beurre en plaquette de 250 g* » par le panel Kantar des achats au détail a progressivement évolué vers des articles plus onéreux (beurre à 82% de matière grasse vs beurres allégés à 60% de matière grasse par exemple).

Si chaque produit est étudié séparément dans ce rapport pour des raisons de facilité méthodologique, il est primordial d'avoir une approche globale de l'analyse : en effet, les industriels ne raisonnent pas leur marge brute produit par produit mais sur la totalité de la valorisation du lait collecté et donc sur l'ensemble des produits laitiers fabriqués (et pas uniquement les cinq suivis dans ce rapport). De même, la grande distribution a une approche globale de son rayon des produits laitiers.

³⁶ 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.

Graphique 114

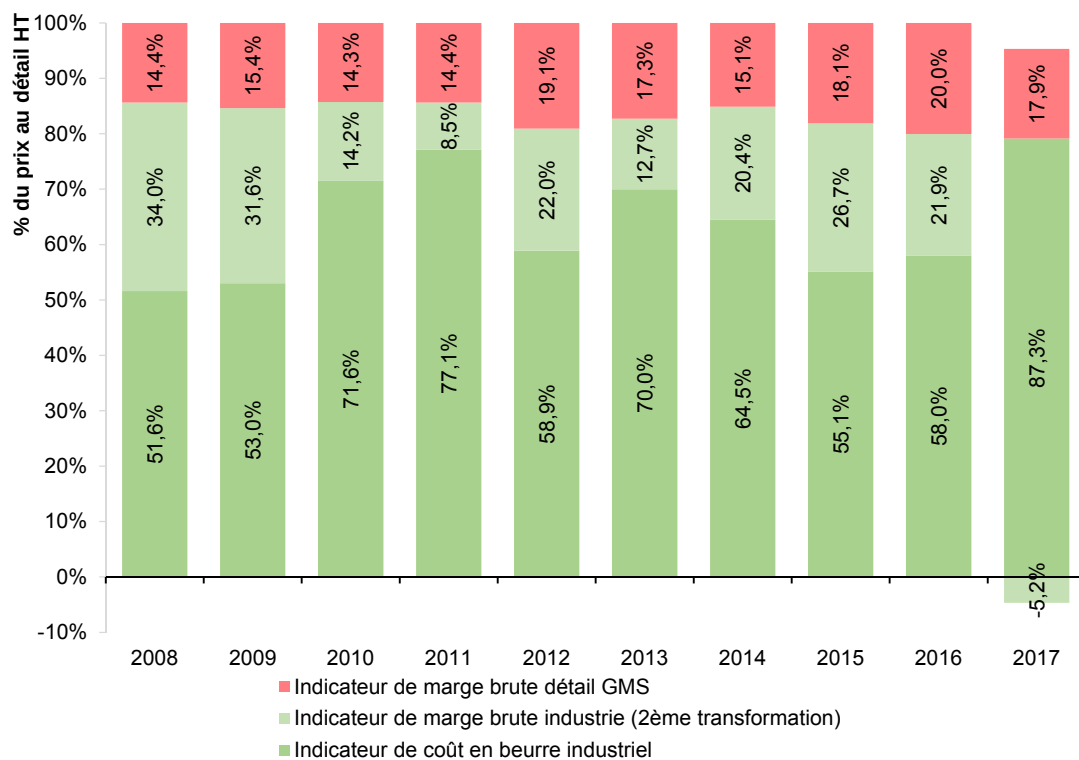
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 115

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail hors TVA en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE VACHE EN ÉLEVAGE

4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées bovin laitier

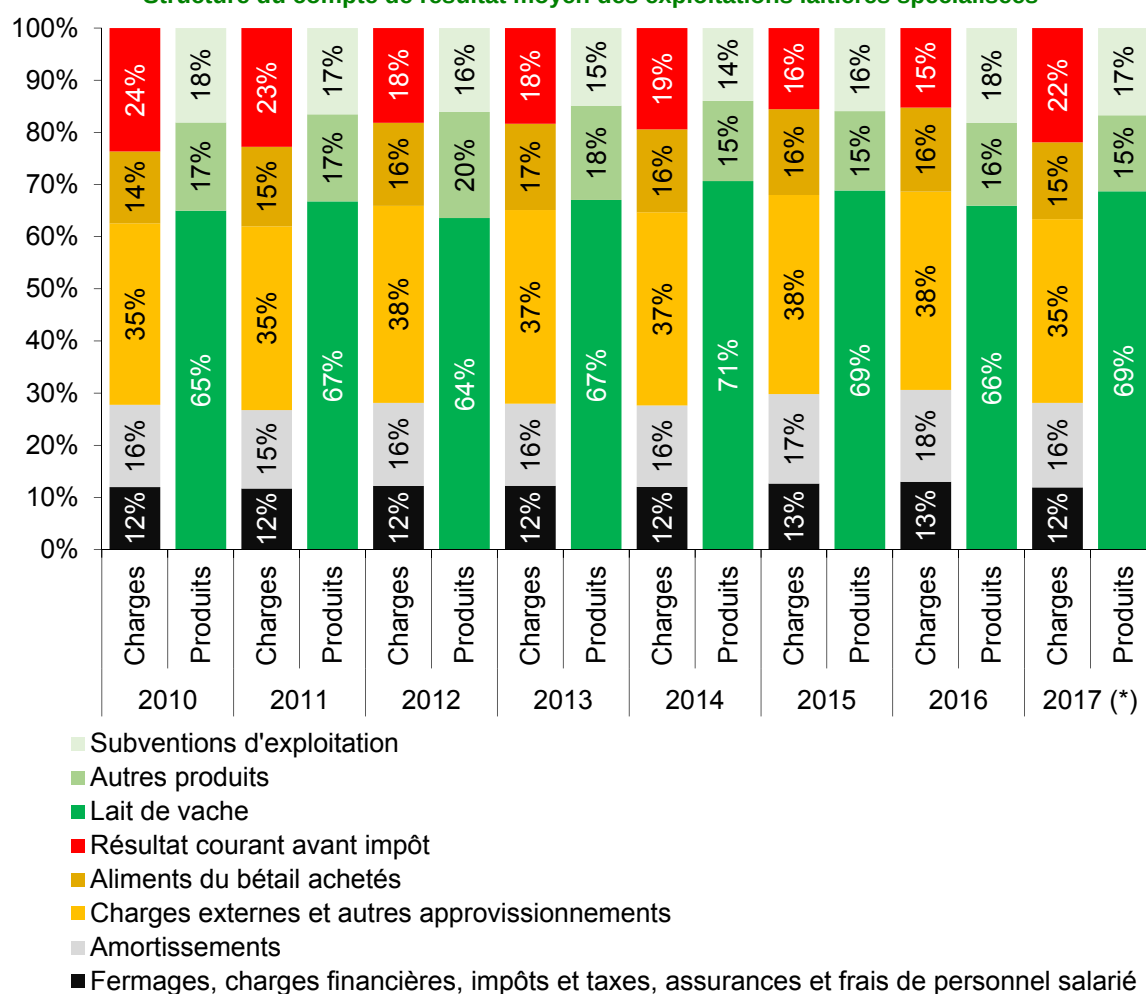
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache, issu du Rica, est constitué de 412 à 448 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 19 435 à 20 924 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de vache constitue plus de 77 % de la production de l'exercice. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 15 % à 24 %. En 2016, il est de 15 %, soit 26 167 € pour 171 528 € de produits. Il est de 17 580 € par travailleur familial. Les résultats 2017 sont simulés. L'IPPAP lait de vache 2017 (Insee) est appliqué au montant des ventes de lait de vache 2016 pour calculer la valeur du lait vendu en 2017. L'IPAMPA lait de vache (Idele) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment du bétail d'une part et des biens et services de consommation intermédiaires d'autre part. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016. En 2017, le prix du lait progresse de 13 %. Le prix de l'aliment est stable et les autres biens et services de consommation progressent de 1 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt progresse de 56 %. Il s'établit à 40 929 € pour 186 748 € de produits et à 27 498 € par travailleur familial. Les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017 peuvent également être consultés ainsi que le bilan conjoncturel d'Agreste :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 116

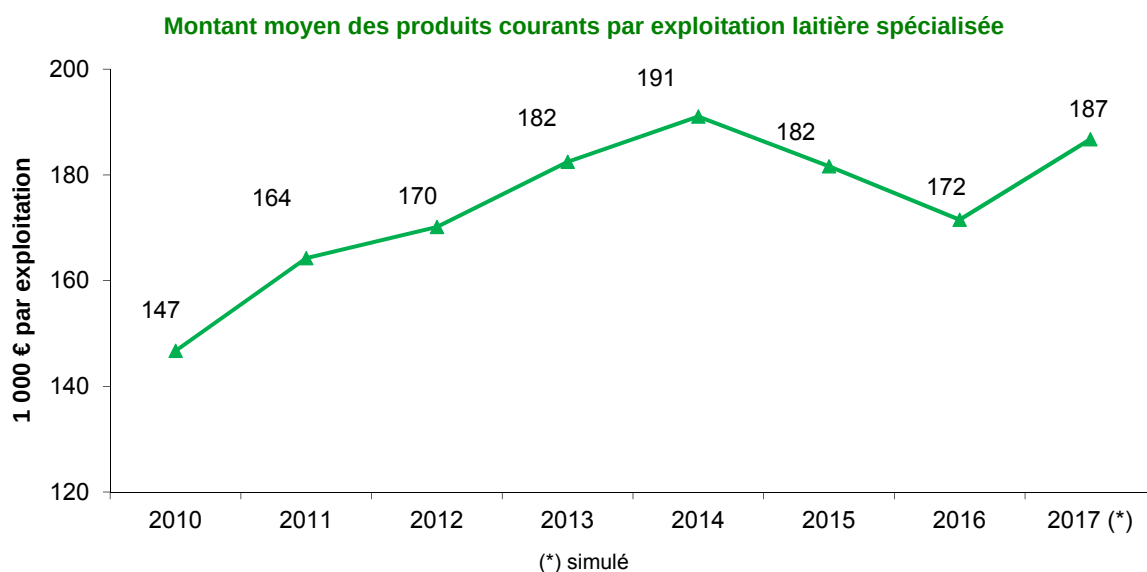
Structure du compte de résultat moyen des exploitations laitières spécialisées



(*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

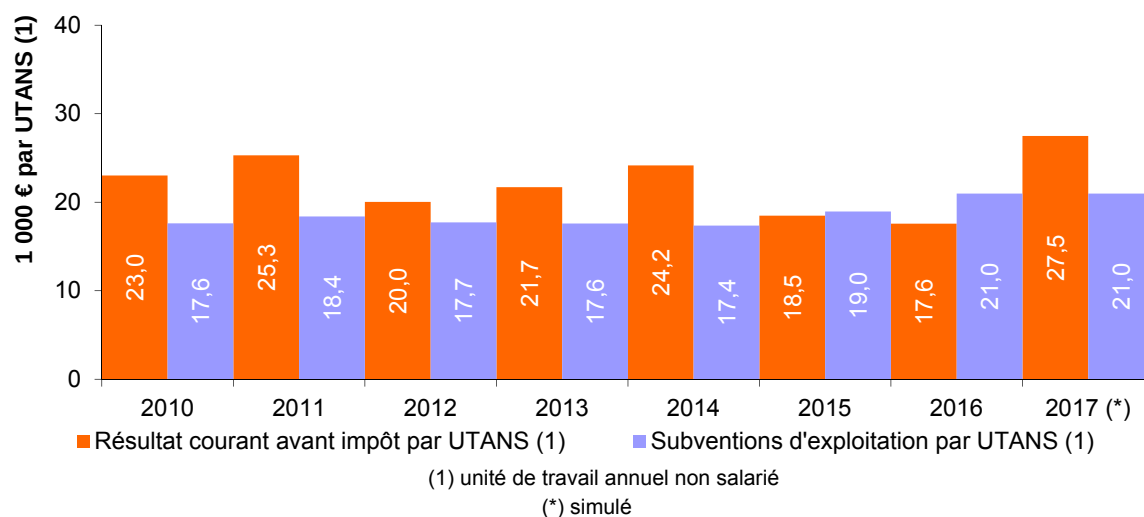
Graphique 117



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 118

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



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

4.2. Coûts de production du lait de vache par système de production laitière

Cette estimation, pour la campagne 2017, des 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. Trois systèmes d'exploitation sont étudiés :

- **« Bovins lait spécialisé de plaine »** : les 121 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 62 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique agriculture-élevage (otex 81), sans viande bovine.
- **« Lait de montagne »** : les 54 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 (à moindre valorisation de leurs AOP). C'est pourquoi elles n'ont pas été retenues dans l'échantillon.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage 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 2 SMIC brut 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 de l'exploitation.

Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts cultureux (de même pour les fourrages) et non sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2016, dans le système « **Bovins lait spécialisé de plaine** », le coût de production s'élève à 446 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 412 € pour 1000 litres de lait, soit 34 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,1 SMIC brut.

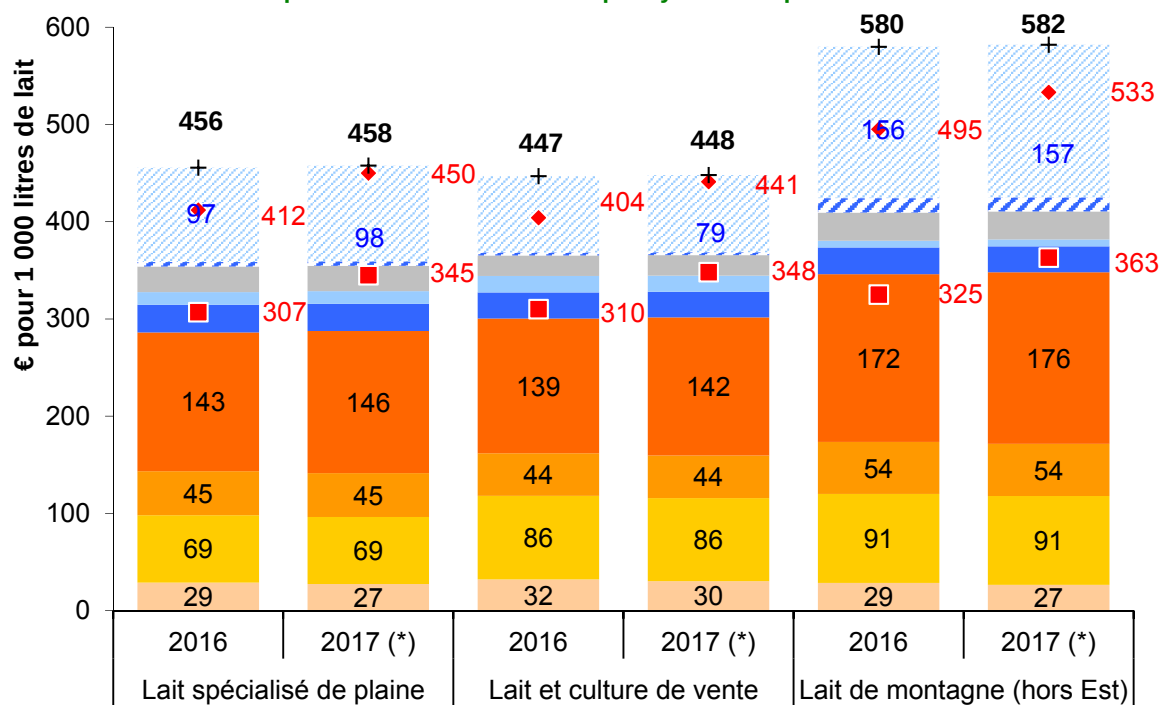
Dans le système « **Lait et culture de vente** », le coût de production s'élève à 447 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 404 € pour 1000 litres de lait, soit 43 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 0,9 SMIC brut.

Dans le système « **Lait de montagne** », le coût de production s'élève à 580 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 533 € pour 1000 litres de lait, soit 47 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 0,9 SMIC brut.

En 2017, selon les systèmes, les charges augmentent légèrement (de + 0,3 % à + 0,5 % selon les systèmes étudiés), tandis que le prix du lait augmente de 12 % environ. Ainsi, par rapport à 2016, la rémunération permise s'améliore dans l'ensemble des systèmes.

Graphique 119

Coûts de production du lait de vache par système de production laitière



- ⬇ Charges supplétives : travail (2 SMIC brut / UMO exploitant)
- ⬇ 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
- Prix de vente du lait
- ◆ Prix de vente du lait + produits joints + aides
- + Total coût de production

(*) estimation

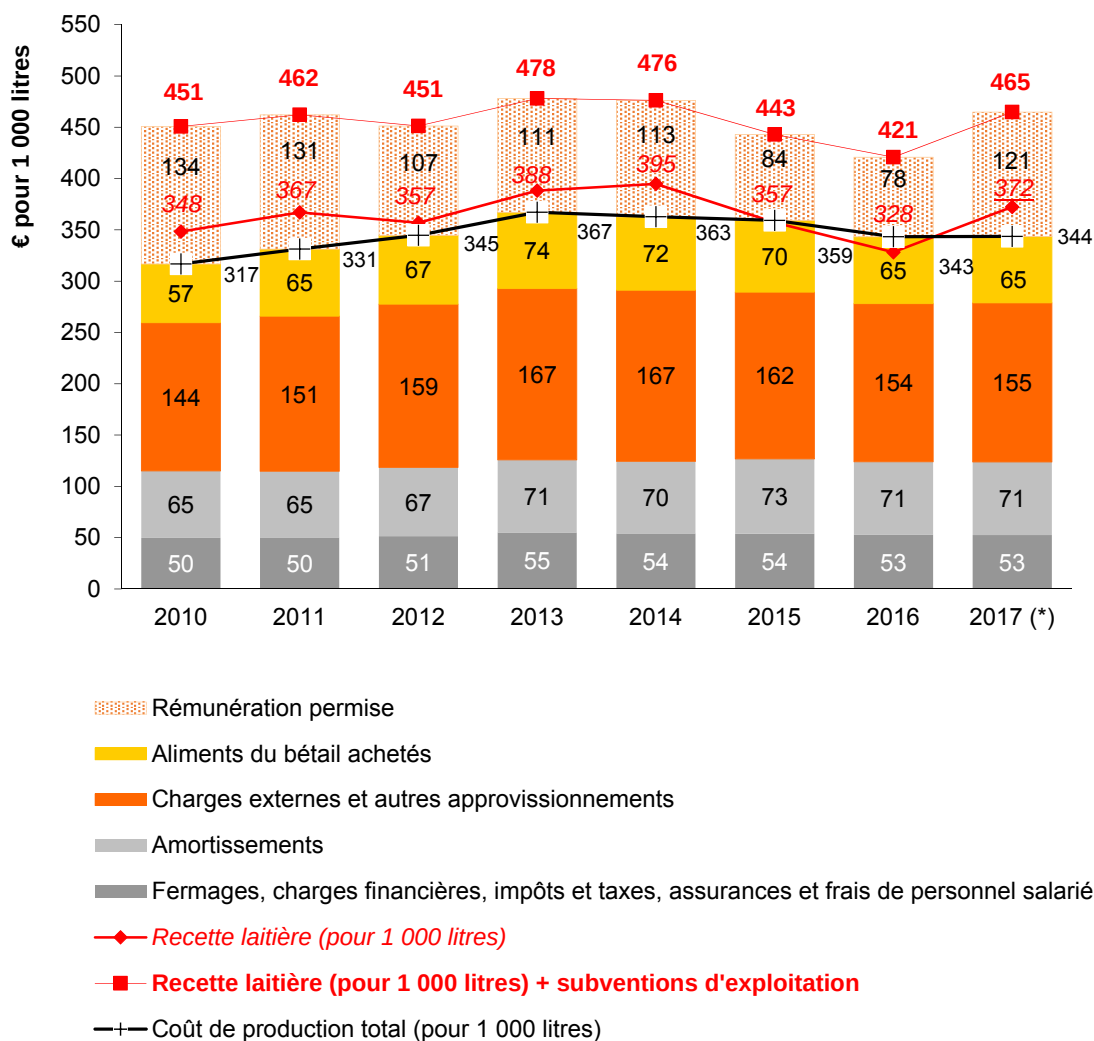
Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

4.3. Coût de production comptable 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 comptabilités de l'échantillon du Rica. Les résultats sont présentés dans le Graphique 120. Comme indiqué dans la partie 4.1. de ce chapitre, les exploitations choisies sont des exploitations spécialisées. Ce type d'exploitation représente 40 % des exploitations laitières (source : « L'élevage d'herbivores au Recensement Agricole 2010 », Institut de l'Élevage).

Graphique 120

Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées



(*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

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 prix 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.

Pour l'année 2017, les résultats sont simulés. L'IPPAP lait de vache 2017 (Insee) est appliqué au prix unitaire du lait de vache en 2016 pour calculer la valeur du lait vendu en 2017. L'IPAMPA lait de vache (Idele) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment du bétail d'une part et des biens et services de consommation intermédiaires d'autre part. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016. Les variations de collecte selon l'enquête mensuelle laitière sont également prises en compte.

Contrairement à l'approche présentée précédemment (Graphique 119), le coût de production comptable (328 € pour 1 000 litres en 2016) n'intègre pas de calcul de la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant : travail, capital, foncier. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (446 € à 580 € pour 1 000 litres selon le système en 2016), qui s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée (de 354 € à 409 € pour 1 000 litres).

De 2010 à 2013, les exploitations ont fait face à une augmentation des coûts de production avec un prix du lait tendant à la hausse. Les coûts de production ont ensuite légèrement diminué à partir de 2014, tandis que le prix du lait a fortement baissé en 2015 puis en 2016. La rémunération permise par l'activité laitière et les subventions d'exploitation diminue de 2015 à 2016 (passage de 84 € pour 1 000 litres à 78 € pour 1 000 litres). Elle devrait s'améliorer à nouveau en 2017.

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.

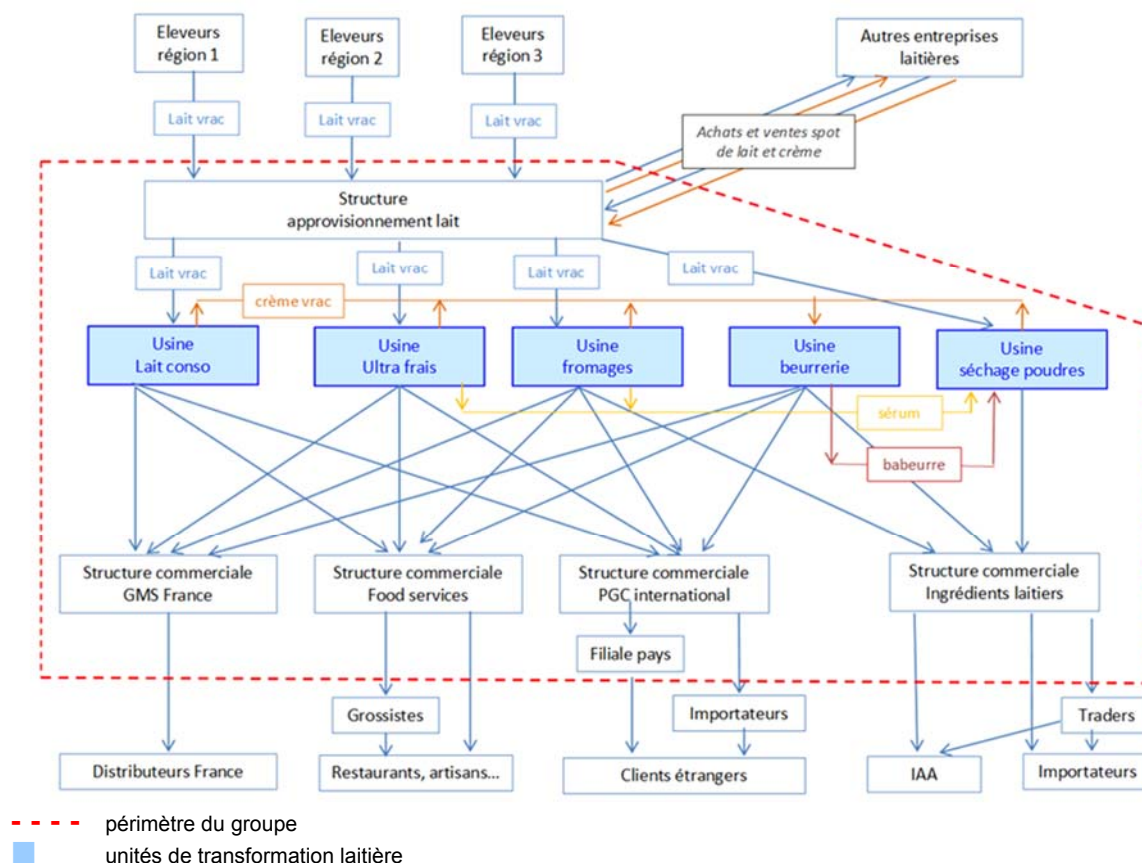
5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

5.1. Groupe, entreprises et établissements dans le secteur laitier

Le Schéma 9 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 9

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 interne des produits finis et des prix de cession interne des coproduits (crème, sérum, babeurre) entre usines.

Ces prix de cession interne 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 cession interne 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 sortants (produits transformés) peuvent provenir ou aller vers d'autres entreprises du groupe (structures d'approvisionnement ; structures commerciales) et constituer ainsi des cessions internes, et non des opérations marchandes.

5.2. Comptes de résultat moyen des types d'entreprises de transformation laitière

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source. À leur place, ce sont les résultats de l'Observatoire financier des entreprises agroalimentaires du Crédit agricole sont présentées dans cette édition du rapport.

Par ailleurs, à la demande du comité de pilotage de l'observatoire en faveur d'une meilleure information sur les coûts et marges nettes de la fabrication des PGC laitiers, des travaux préparatoires ont eu lieu en 2017 mais n'ont pas encore abouti à des résultats à présenter dans ce rapport.

Encadré 10

EBITDA

« Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization » :

« Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement »

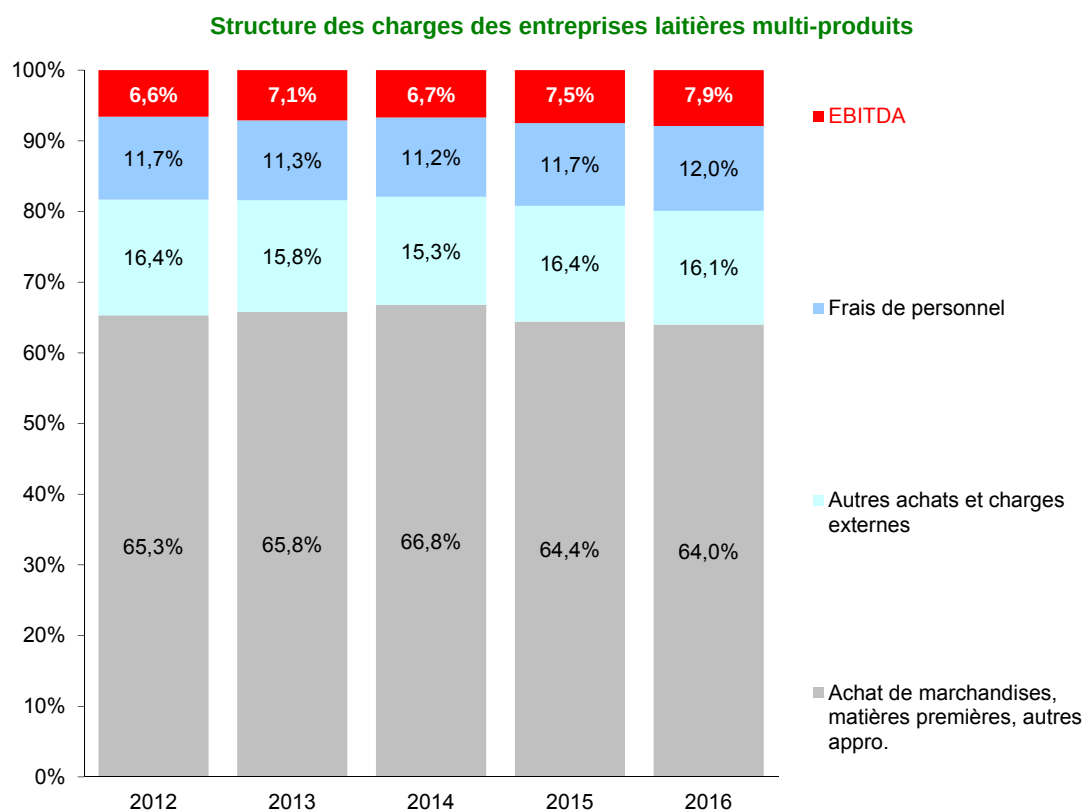
Mode de calcul :

Chiffre d'affaire hors taxes – Achats et charges externes – Charges de personnel – Autres charges

Signification : il reflète la rentabilité de l'exploitation, il est le solde entre les produits d'exploitation et les charges d'exploitation. Il « diffère du résultat d'exploitation dans la mesure où il ne prend pas en compte les dotations aux amortissements et provisions pour dépréciation d'actif »

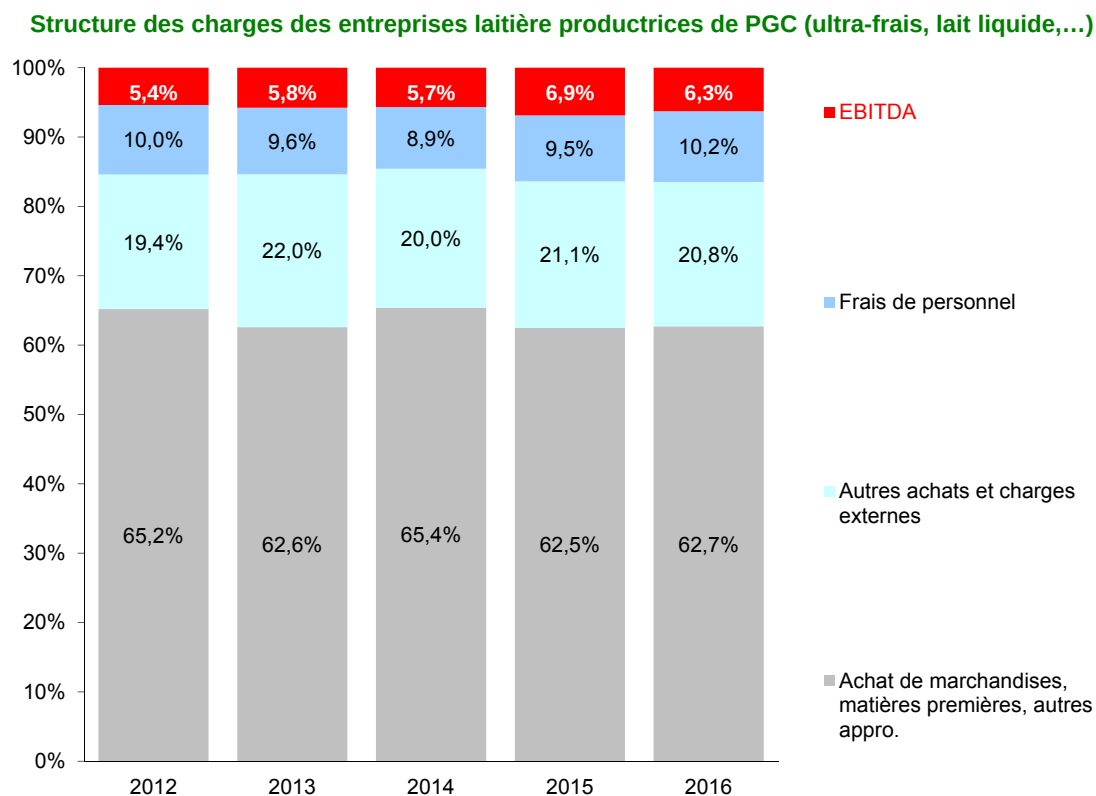
Source : Observatoire financier des entreprises agroalimentaires - Crédit Agricole S.A.

Graphique 121



Source : Observatoire financier des entreprises agroalimentaires - Crédit Agricole

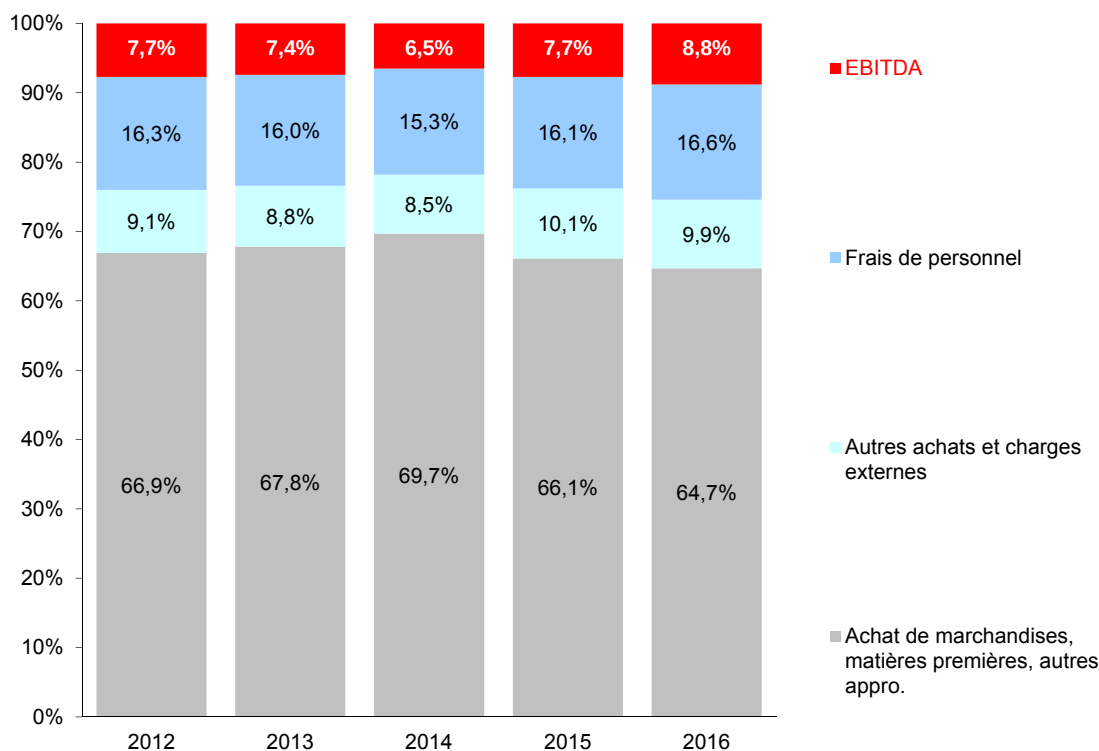
Graphique 122



Source : Observatoire financier des entreprises agroalimentaires - Crédit Agricole

Graphique 123

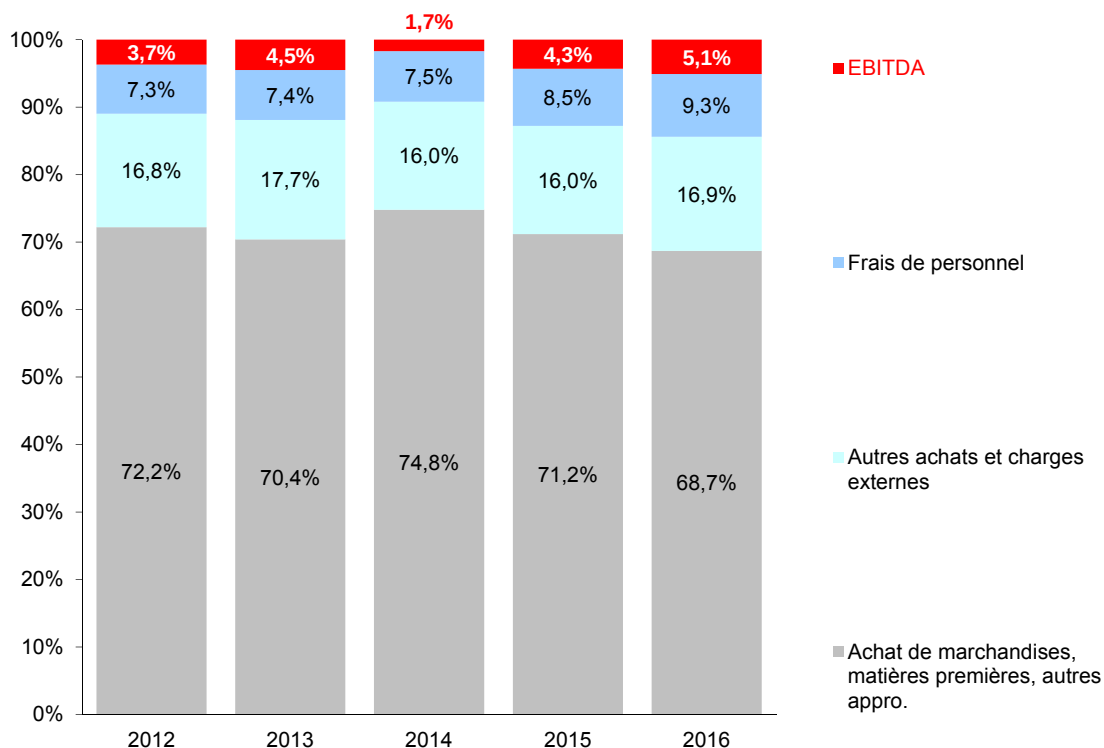
Structure des charges des entreprises laitière productrices de fromages



Source : Observatoire financier des entreprises agroalimentaires - Crédit Agricole

Graphique 124

Structure des charges des entreprises laitière productrices de produits de commodité (beurre) et de poudres (infantiles, simples, complexes...)



Source : Observatoire financier des entreprises agroalimentaires - Crédit Agricole

6. COMPTE DU RAYON DES PRODUITS LAITIERS DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon des produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Des produits de lait de vache, de chèvre et de brebis sont commercialisés au rayon des produits laitiers. Il est le plus important des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 29 % au CA total des rayons étudiés (près du double du rayon boucherie), pour 24% à leur marge brute et pour 16% à leurs frais de personnel dédié aux rayons. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon des produits laitiers

Le rayon des produits laitiers présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,6% en 2016, inférieur à la moyenne des marges brutes (29,7 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 5,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au troisième rang, juste après le rayon charcuterie.

Le taux de marge brute du rayon des produits laitiers avait fortement chuté en 2014 par rapport à son niveau sur la période 2011 – 2013. Cette chute s'expliquait par un meilleur prix du lait payé aux producteurs et par des prix sortie industrie plus élevés, renchérissant les approvisionnements de la grande distribution. En 2015, le prix du lait aux producteurs avait diminué sans que cela se traduise par une amélioration du taux de marge brute de la grande distribution. En 2016, le taux de marge brute renoue avec le niveau constaté sur la période 2011-2013. La marge semi-nette est ainsi en 2016 de 19,5 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires et supérieure aux autres charges (18,1 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette de 1,4 € avant impôt sur les sociétés.

Tableau 24

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon des produits laitiers

	Produits laitiers	
	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	Très peu dispersées
Frais de personnel du rayon	5,1	Peu dispersées
Marge semi-nette	19,5	
Autres charges	18,1	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	1,4	
Impôt sur les sociétés	0,5	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	0,9	Extrêmement dispersées, +/- 2,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

6.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,5 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon des produits laitiers comprennent 5,1 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 1,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent principalement les fluides (le rayon est réfrigéré) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (16,7 €) est très proche de la moyenne tous rayons étudiés (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 23,2 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de l'IS et hors achat des produits), rapport assez faible, plaçant le rayon des produits laitiers deuxième des rayons étudiés dans l'ordre croissant de ce critère.

Tableau 25

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA

		Produits laitiers
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	5,1
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,0
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	6,5
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin)	6,0
	Frais financiers	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,8
	Impôts et taxes hors IS	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,5
	Sous-total : charges communes réparties	17,2
	Total des charges imputées au rayon	23,7

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

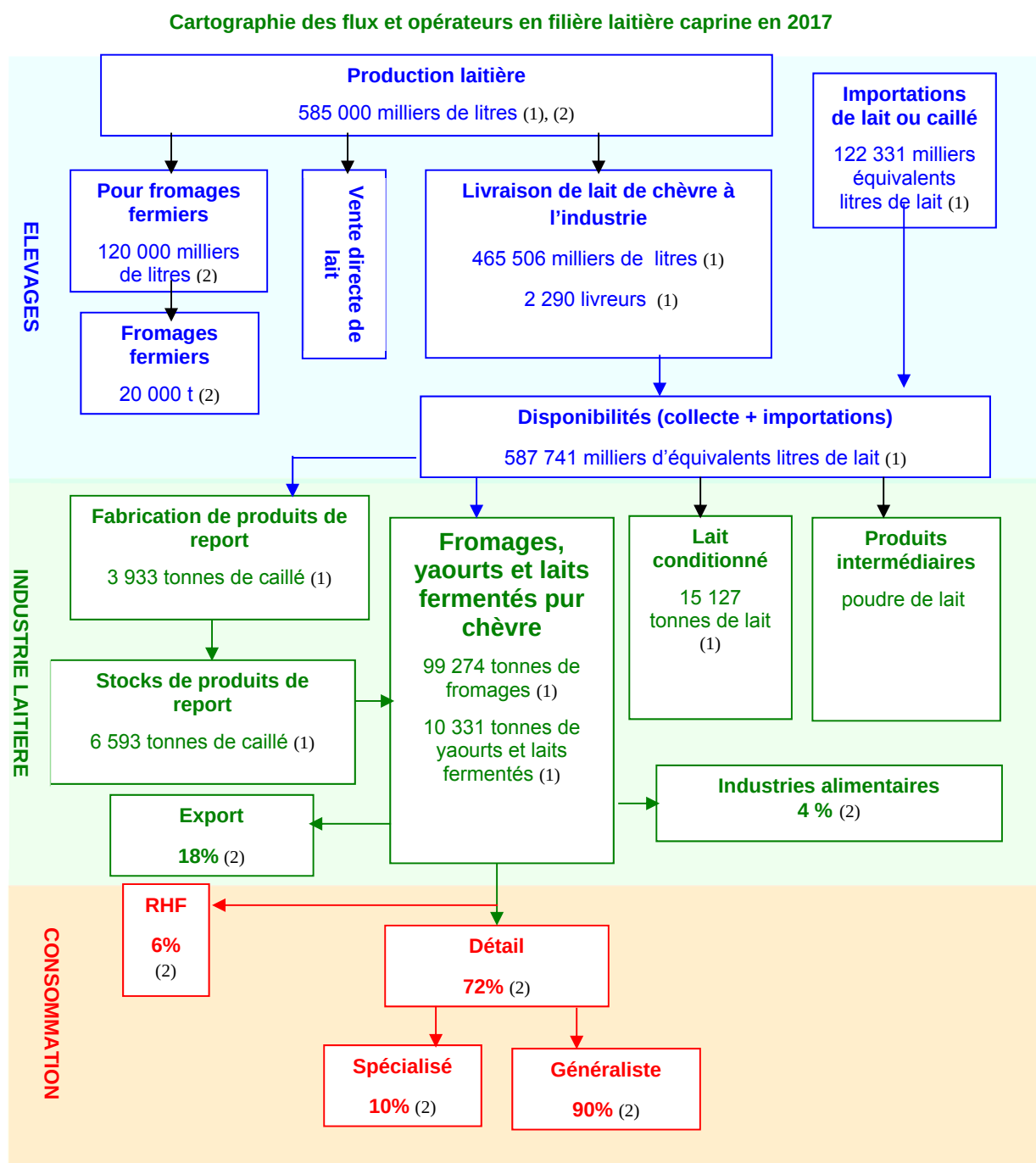
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées 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 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 10



Sources : (1) Enquête laitière mensuelle FranceAgrimer, [Visionet](#), (2) : Idele, [Chiffres clés GEB](#)

1.2. Production et commercialisation

En 2017, les entreprises françaises de transformation laitière ont collecté 466 millions de litres de lait de chèvre (contre 468 en 2016, 461 en 2015). La collecte française représente environ 32 % de la collecte européenne. La production de lait de chèvre est principalement destinée à l'industrie laitière (77 % de la production finale). La région Nouvelle-Aquitaine est la principale région productrice de lait de chèvre avec 34 % du cheptel, 40 % de la production totale et 48 % de la collecte pour l'industrie. Elle fabrique près des trois quarts des fromages industriels de chèvre (73 %).

Par ailleurs, l'Institut de l'élevage estime à environ 20 000 tonnes les fabrications fermières.

En 2017, environ 18% de la production française de fromage de lait de chèvre est exporté, essentiellement vers l'UE.

Les utilisations de fromage de chèvre en France se répartissent entre la consommation intermédiaire dans l'industrie, pour 4% de la production (fromage à pizza, par exemple) et la consommation finale (hors produits transformés précités) dans la restauration hors foyer (6 % de la production) et par achat au détail (72 % de la production), ces derniers étant réalisés à 90 % en magasins non spécialisés (GMS, essentiellement).

Selon Kantar Worldpanel, 43 % des achats des fromages de chèvres sont 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.

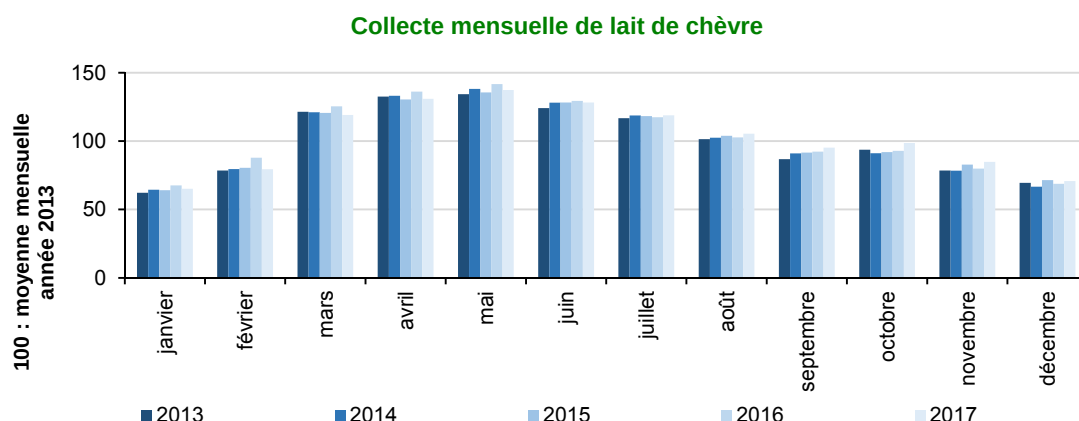
Le volume des achats de fromages de chèvres tous circuits de détail (hors RHF) est en progression (Graphique 125), passant, selon le panel Kantar, de 63 000 t en 2015 à près de 69 000 t en 2017 (à noter que sur une plus longue période, la progression des volumes achetés paraît encore plus importante, avec une forte inflexion à la hausse en 2014 mais les modifications intervenues dans le panel Kantar incitent à être prudent dans l'interprétation).

Par ailleurs, les achats de produits ultra-frais de lait de chèvre, et de lait de chèvre lui-même se développent et l'utilisation du lait pour ces produits concurrence la transformation en fromages. Le coût de matière première augmente : ceci entraîne de moindres promotions en rayon.

La production laitière des chèvres étant saisonnière (Graphique 125) alors que les fabrications industrielles de fromages sont plus régulières (Graphique 126), 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.

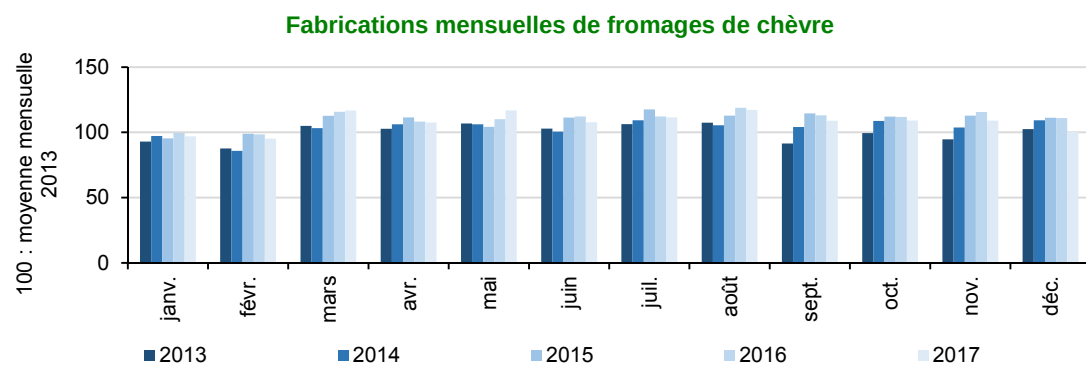
Par ailleurs, chaque année, sont importés d'Espagne et des Pays-Bas des produits intermédiaires de la transformation du lait de chèvre (caillé, lait concentré et lait en vrac) pour compléter les besoins des industriels pour la fabrication des fromages). En 2017, 122 millions de litres ont été importés.

Graphique 125



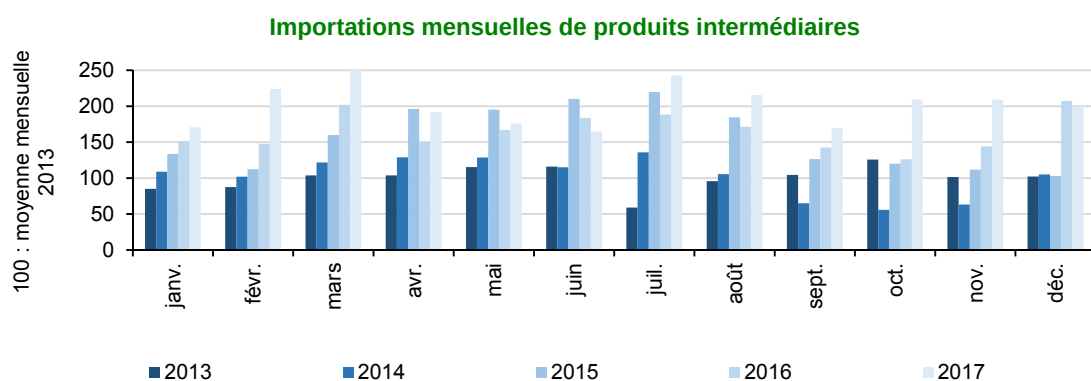
Sources : OFPM, d'après Enquête mensuelle laitière, FranceAgriMer, SSP

Graphique 126



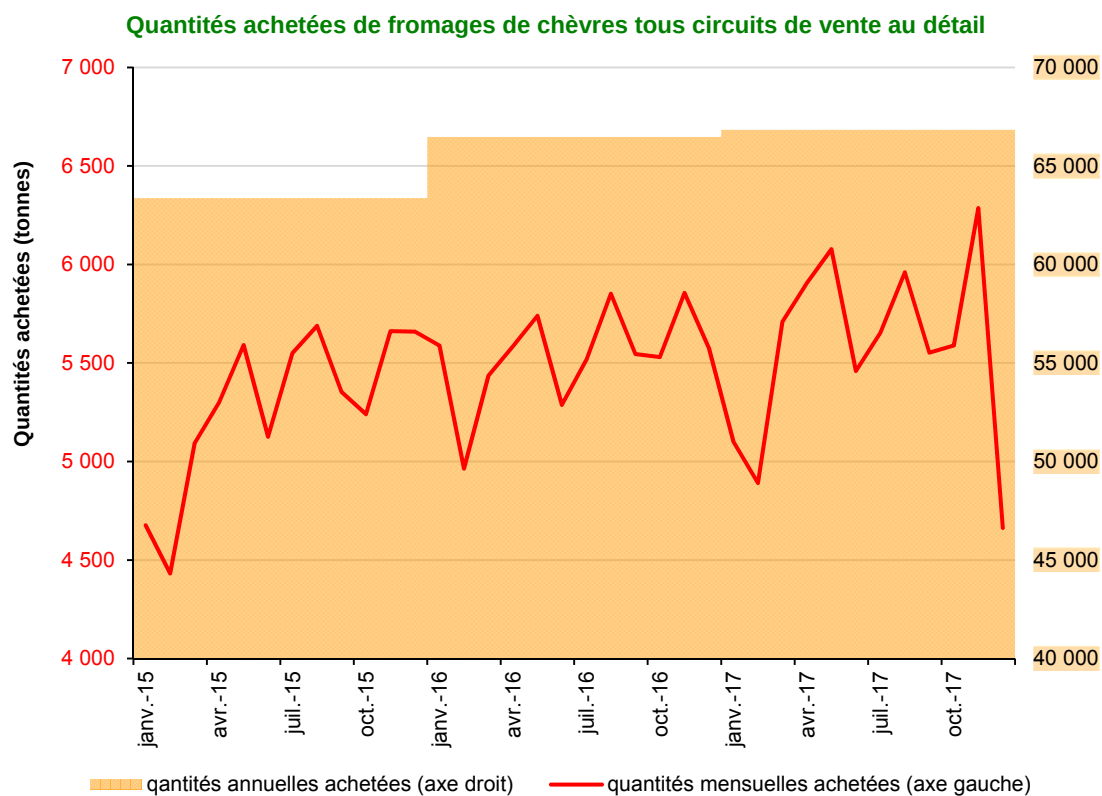
Sources : OFPM, d'après Enquête mensuelle laitière, FranceAgriMer, SSP

Graphique 127



Sources : OFPM, d'après Enquête mensuelle laitière, FranceAgriMer, SSP

Graphique 128



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE CAPRINE

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 mensuelle laitière (FranceAgriMer, SSP).

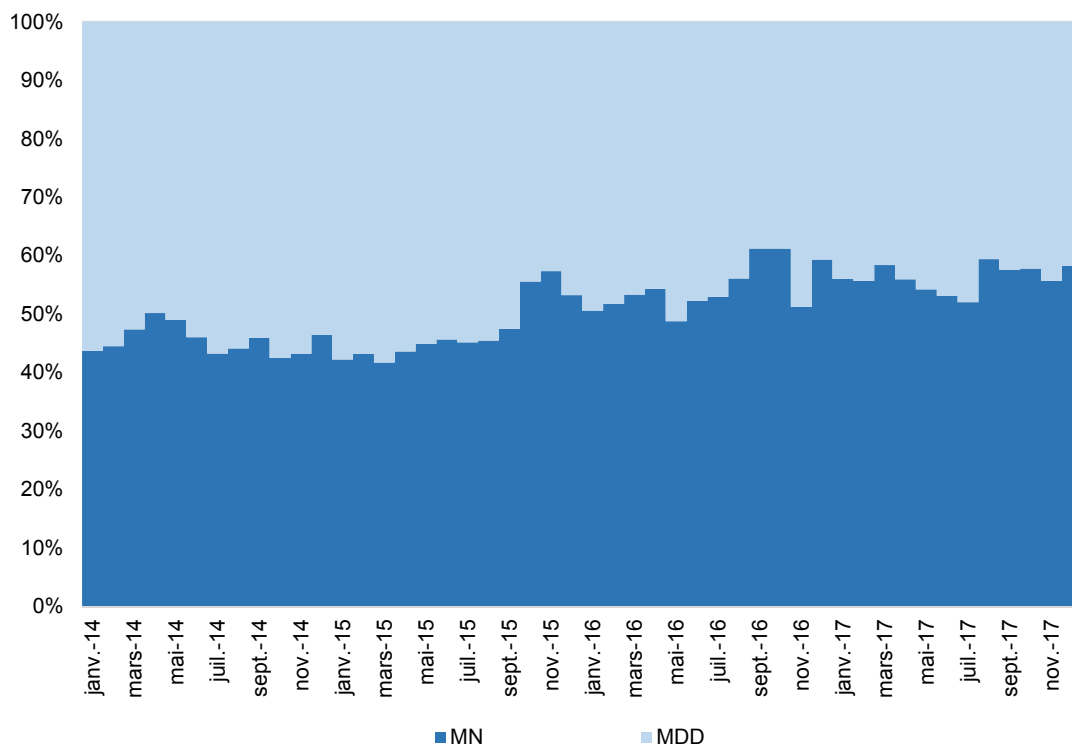
Les prix moyens mensuels des fromages de chèvre de type bûchette affinée, sous marques nationales (MN) et sous marques de distributeurs (MDD), sortie industrie pour GMS, sont recueillis par l'Insee pour l'observatoire. Ces prix sont « 3 fois nets », c'est-à-dire déductions faites des rabais, remises et ristournes conditionnelles aux quantités, mais n'intègrent pas systématiquement certaines remises de fin d'année et ne tiennent pas compte de la coopération commerciale. Ces prix moyens sont établis à partir d'une enquête visant d'abord à établir des indices de prix de l'industrie, menée uniquement auprès des plus gros opérateurs. Il ne s'agit pas de prix moyens établis de manière exhaustive sur l'ensemble des fournisseurs des GMS et il peut en résulter un biais dans la représentation, exposée plus loin, de la composition du prix au détail en coût matière et marges brutes de l'industrie et de la distribution.

Au stade du commerce de détail en GMS, on dispose des données mensuelles du panel de consommateurs Kantar Worldpanel pour établir des prix moyens des bûchettes de chèvre, MN et MDD. 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), homogène au produit suivi à la sortie de l'industrie. Dans les GMS, la bûchette affinée est principalement commercialisée en libre-service, secondairement en vente assistée à la coupe ; le produit retenu agrège les deux modalités.

Les résultats sont présentés ici pour les deux gammes (MN, MDD) confondues, en moyenne pondérées par les poids des achats de chaque gamme. Les pondérations retenues chaque mois pour toute la période étudiée (2015-2017) sont celles observées dans l'année 2017, et non les pondérations effectives. Par exemple, la pondération en MN et MDD des mois de février 2015 ou 2016 est celle de février 2017. Ceci permet de suivre des variations de valeurs date à date uniquement dues aux variations de prix et indépendantes des évolutions des variations de composition des achats entre MN et MDD, pour un mois donné selon l'année. Sur 2014-2017, la part des marques nationales augmente.

Graphique 129

Proportions de bûchettes affinées de marques nationales (MN) et de distributeurs (MDD)



Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

La décomposition des prix au détail en coût en matière première et marges brutes de l'aval ne peut être réalisée qu'à partir de l'année 2015, du fait, d'une part, de la non-disponibilité de prix de production de l'industrie avant 2014 et, d'autre part, d'une rupture de série liée à un changement de méthode, dans les données de l'enquête mensuelle laitière.

2.2. Bases de calcul du coût en matière première lait de chèvre pour un kg de bûche

Le coût en matière première ne se limite pas à la valeur du lait nécessaire à la fabrication ; 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, a-t-on 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 dispose des volumes de produits intermédiaires importés (source : enquête mensuelle laitière), mais pas des valeurs, donc, par défaut, ces volumes d'importations de produits intermédiaires, exprimées en équivalent litre de lait, ont été valorisés au prix moyen intérieur.

S'agissant des coûts de congélation, de stockage et de décongélation, on ne dispose également que d'une évaluation approximative à dire d'expert, appliquée à toutes les années suivies : 135 € par an pour 1 000 litres de lait stocké. 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.

Encadré 11

Les références de prix moyen de vente par l'industrie aux enseignes de GMS

Pour plusieurs produits (liste ci-dessous), la référence de prix moyens mensuels de vente par l'industrie aux centrales d'achat des GMS est fournie à l'Observatoire par l'Insee. Ces prix moyens sont recueillis spécifiquement pour l'Observatoire par l'Institut auprès des entreprises qu'il interroge pour élaborer ses [indices de prix de production de l'industrie](#). L'enquête est conduite auprès des principaux opérateurs du secteur, elle porte sur un ensemble de produits, précisément défini (les « transactions-témoins »).

Les articles dont les prix sont relevés pris en compte pour établir le prix moyen d'un « produit » (ensemble d'articles) sont précisément définis dans leur nature (dénomination, qualité, marque, conditionnement...) et leur proportions pour assurer l'homogénéité dans le temps du « produit » suivi.

Pour un produit industriel donné destiné à la revente au détail en GMS, l'ensemble d'articles suivi par l'Insee n'est pas nécessairement homogène à celui suivi par l'observatoire au stade de la vente au détail en GMS, via le panel Kantar, notamment. Par exemple, les prix moyens mensuels sortie industrie du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » sont établis sur des ensembles d'articles de nature et de composition éventuellement différente de celles du « poulet entier standard » ou du « lait ½ écrémé UHT » dont on relève les prix au détail en GMS dans le panel Kantar.

Lever complètement le biais éventuel qui en résulte sur le calcul des « indicateurs de marge brute » nécessiterait de disposer de données de prix élémentaires portant sur des références exactement identiques sortie usine et en GMS, et en nombre potentiellement très important pour assurer en outre la représentativité des résultats.

Par ailleurs, les prix moyens fournis l'Insee sont des prix dits « trois fois nets », homogènes au chiffre d'affaires du fournisseur, intégrant les remises, rabais et ristournes conditionnelles aux quantités (sauf certaines remises connues en fin d'année), mais n'intégrant pas la coopération commerciale (financement par le fournisseur d'opérations visant le développement des ventes) ni tout autre éventuel mécanisme de « dégradation » du prix.

Les produits pour lesquels les références de prix industriels utilisées par l'observatoire proviennent de la source Insee précitée sont :

- en viande porcine : les UVCI de porc frais,
- en viandes de volailles : les UVCI de poulet entier PAC standard et de découpes de poulet standard,
- en produits laitiers : tous les PGC suivis par l'observatoire ;
- et, en filière céréalière, mais s'agissant de produits intermédiaires non destinées à la vente au détail : les prix des farines boulangères.

Les autres sources de prix industriels mobilisées pour d'autres produits sont :

- en filière viande « de bœuf » : une enquête *ad hoc* de l'observatoire auprès des industriels ;
- pour les pièces de porc (produits intermédiaires pour l'industrie de la charcuterie ou la découpe de viande de boucherie de porc en GMS) : les cotations sur le MIN de Rungis ;
- pour le jambon cuit, les pâtes alimentaires, le saumon fumé : le calcul de prix moyen annuel à partir des données de tonnages et de chiffre d'affaires par produit dans l'industrie fournies par l'enquête statistique Prodcum (SSP, Insee).

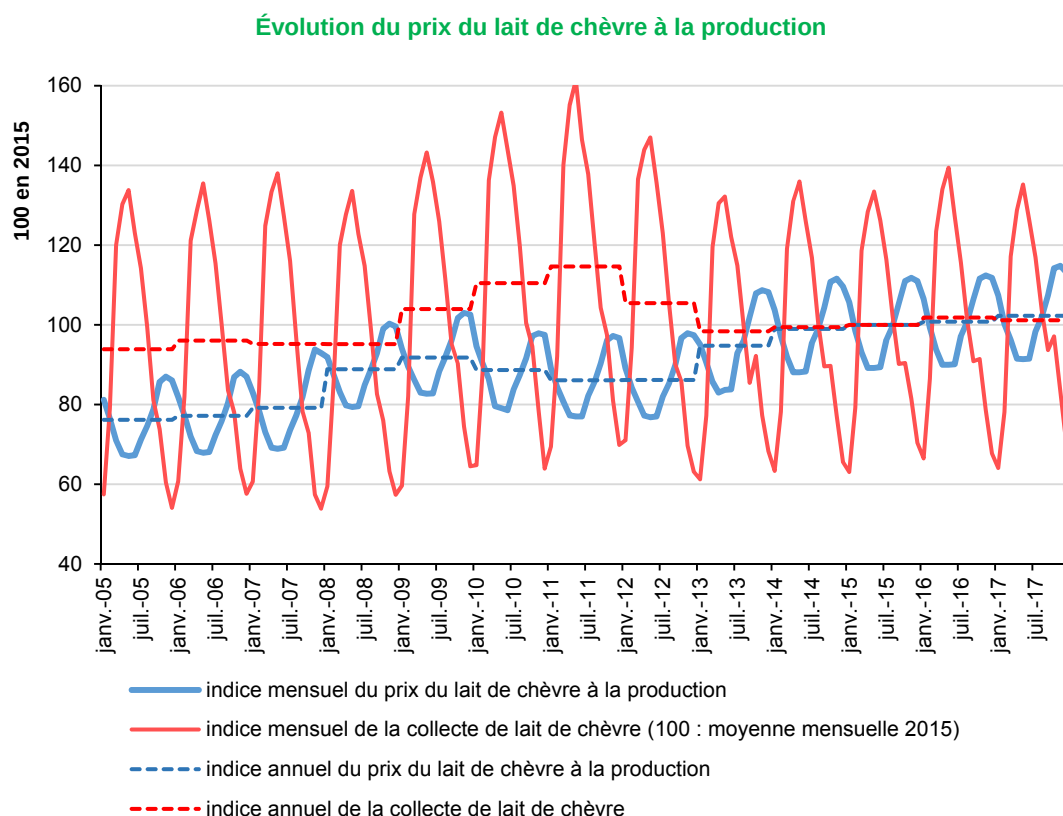
L'amélioration des sources de prix industriels est un enjeu important pour l'OFPM mais elle nécessiterait des moyens statistiques considérables.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DU FROMAGE DE CHÈVRE DE TYPE BÛCHE

3.1. Évolution des prix

Le prix du lait de chèvre, qui est l'une des composantes de coût en matière première (avec le coût des produits intermédiaires importés et celui du stockage de produits de reports), a sensiblement progressé depuis 2005 ; tandis que la collecte, après avoir augmenté en 2010-2011, a diminué en 2012-2013 puis s'est pratiquement stabilisé depuis 2014. Le prix du lait de chèvre à la production présente par ailleurs une forte saisonnalité, quasi symétrique de celle de la collecte.

Graphique 130



Source : OFPM d'après FranceAgriMer (Enquête mensuelle laitière) et SPP-Agrete (IPPAP lait de chèvre)

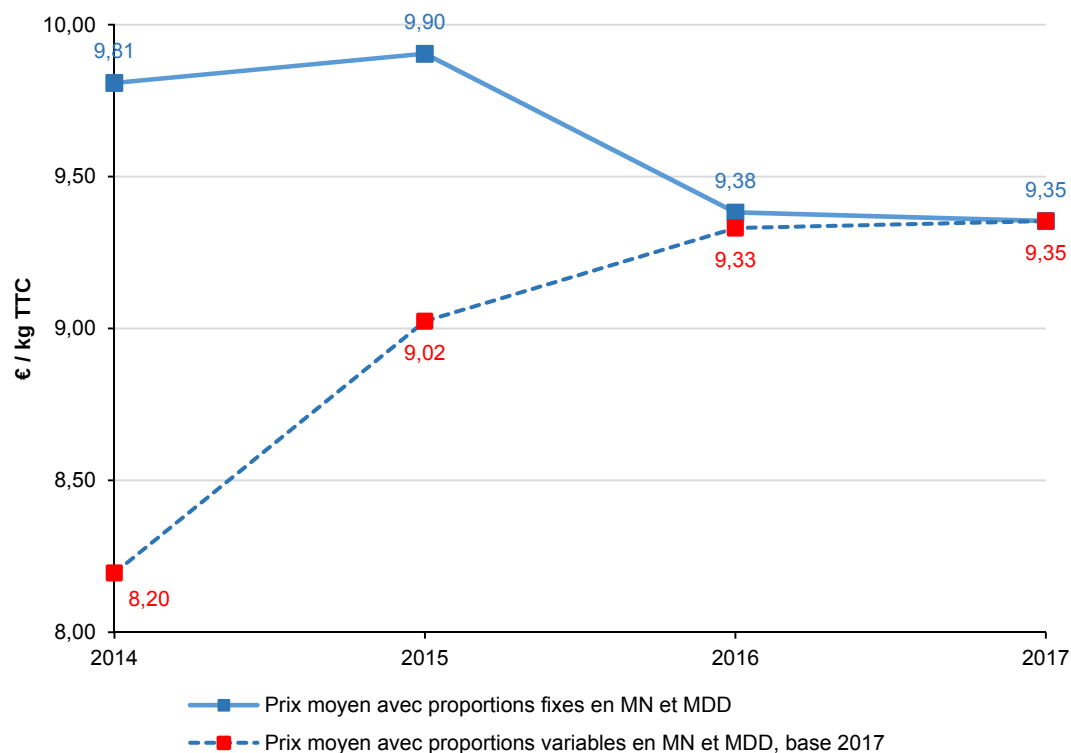
Sur la période relativement courte suivie ici le prix moyen des fromages de chèvre de type bûche est assez stable dans l'industrie ; la marge brute de l'industrie, distribution amortissant les variations du coût en matière première, particulièrement ses variations saisonnières (voir plus loin Graphique 133, mais aussi ses évolutions interannuelles (Graphique 134).

Le prix moyen au détail en GMS, à proportion en MN et MDD constante et basée sur 2017, a **baissé** en 2016 et 2017, malgré une hausse des coûts en matière première, amortie par l'industrie. Mais le prix moyen des achats effectifs au détail en GMS à proportion en MN et MDD variable, a **augmenté** (Graphique 131), du fait de la progression des marques nationales (plus chères, en moyenne) dans les volumes d'achat (Graphique 132).

On rappelle que le produit dont on décompose ici le prix moyen au détail est un panier de buchettes de marques nationales et de marques de distributeurs dont on a fixé les proportions sur la base de celles observées chaque mois en 2017, ceci pour suivre des variations de prix moyen du panier uniquement dues à celles des prix de ses deux composants, et non influencées par celles des proportions de ces composants. On note donc au passage que la dépense effective des consommateurs pour un kg de buchette de chèvre augmente sous un effet de « montée en gamme » du panier d'achat, et non sous le seul effet de la hausse des prix des produits qui le constituent.

Graphique 131

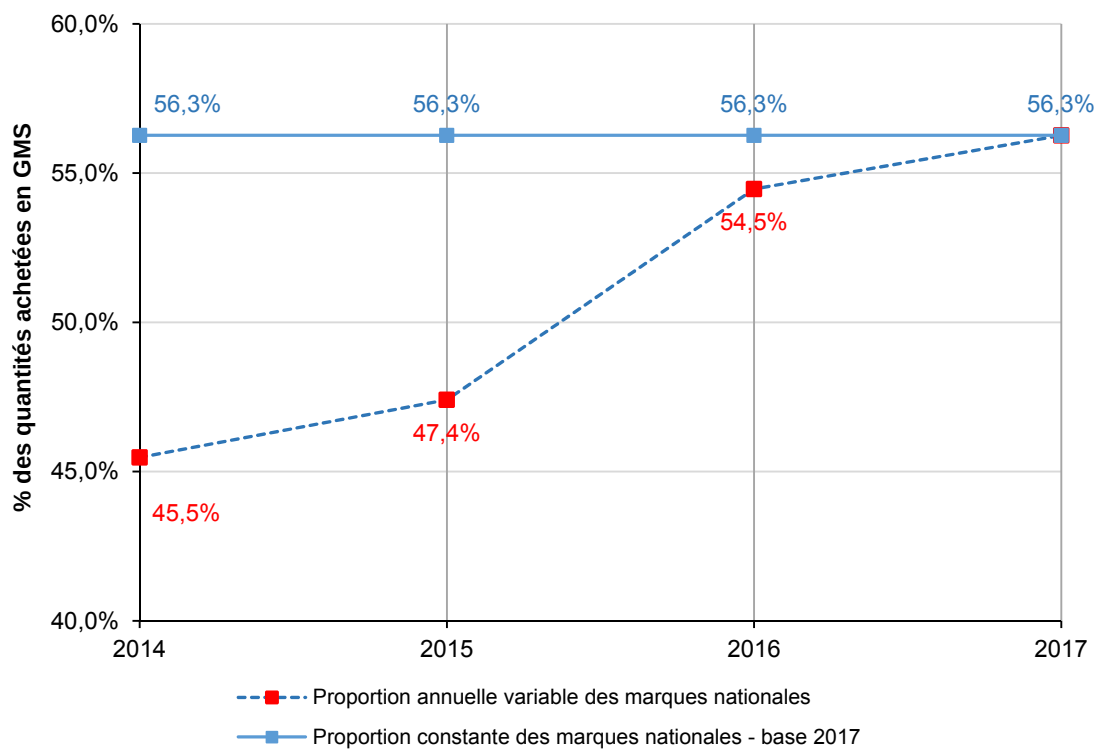
Prix moyen annuel des buchettes affinées de chèvre en GMS selon la part en marques nationales dans les quantités achetées



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 132

Évolution de la part des marques nationales dans les quantités d'achat de buchettes affinées de chèvre en GMS



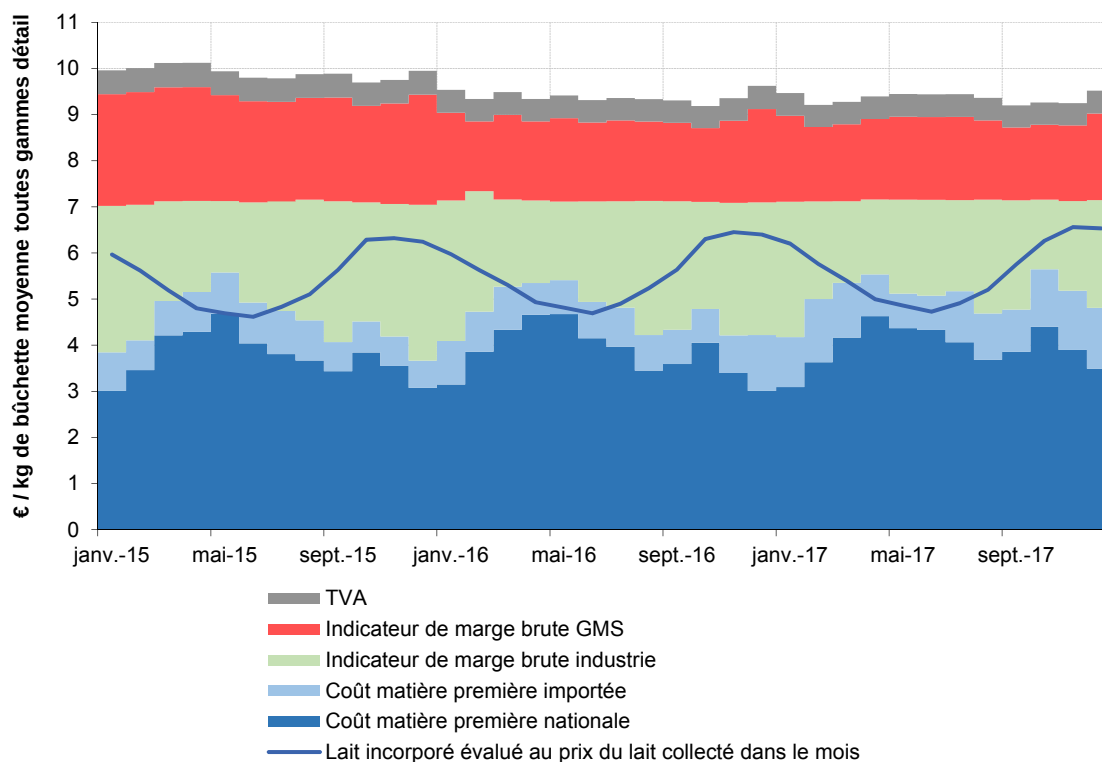
Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Sur le Graphique 133 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 134), 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.

Le coût des reports (financement du stockage de caillé excédentaire) est pris en compte dans ces graphiques, mais, étant relativement faible par rapport aux autres éléments, il est intégré au coût en matière première et non représenté de façon distincte, pour « alléger » la représentation graphique.

Graphique 133

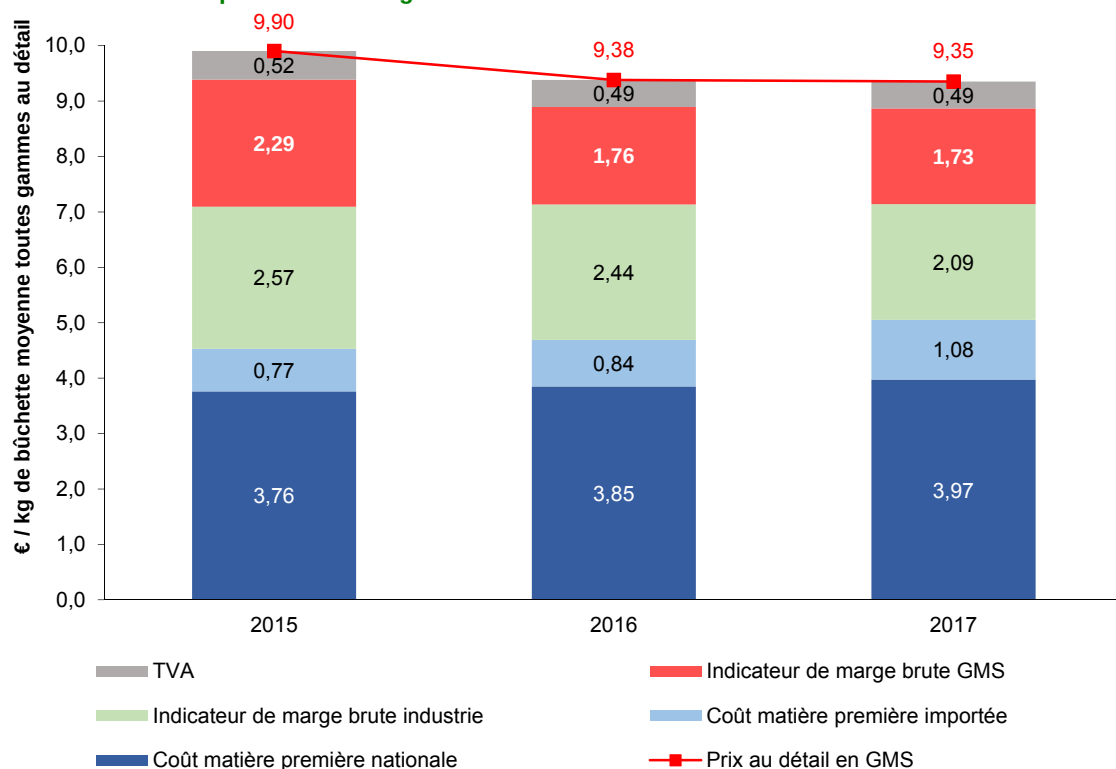
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 134

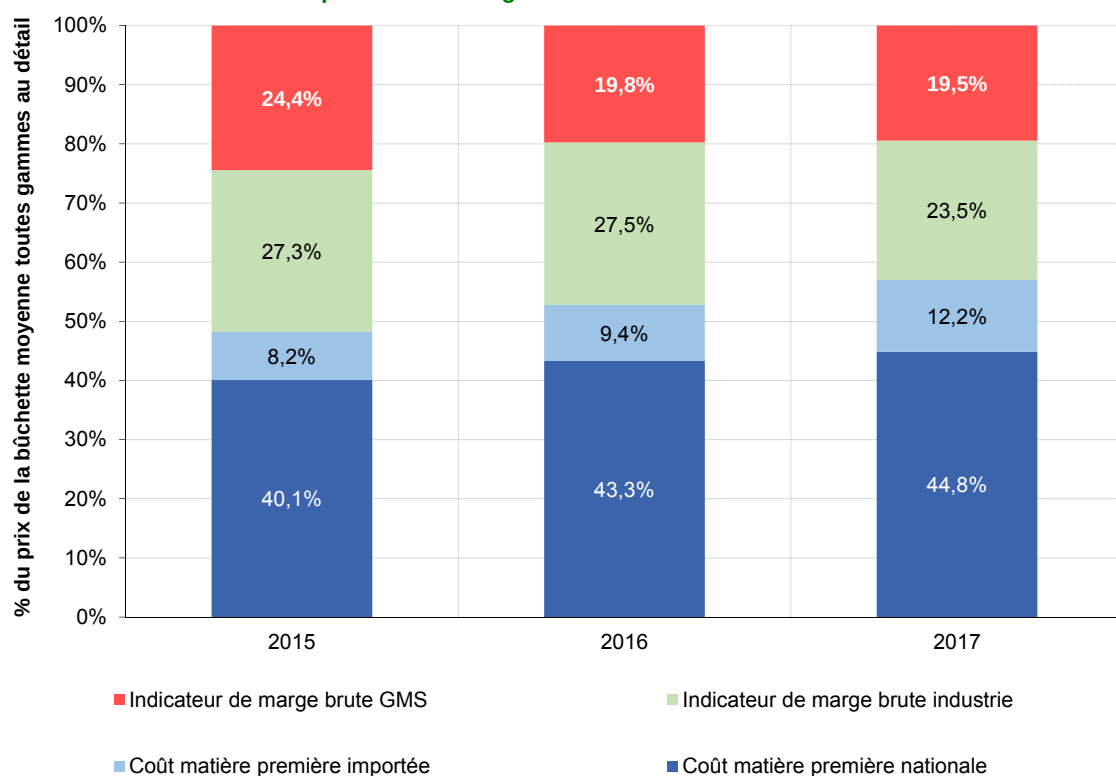
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 135

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, 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

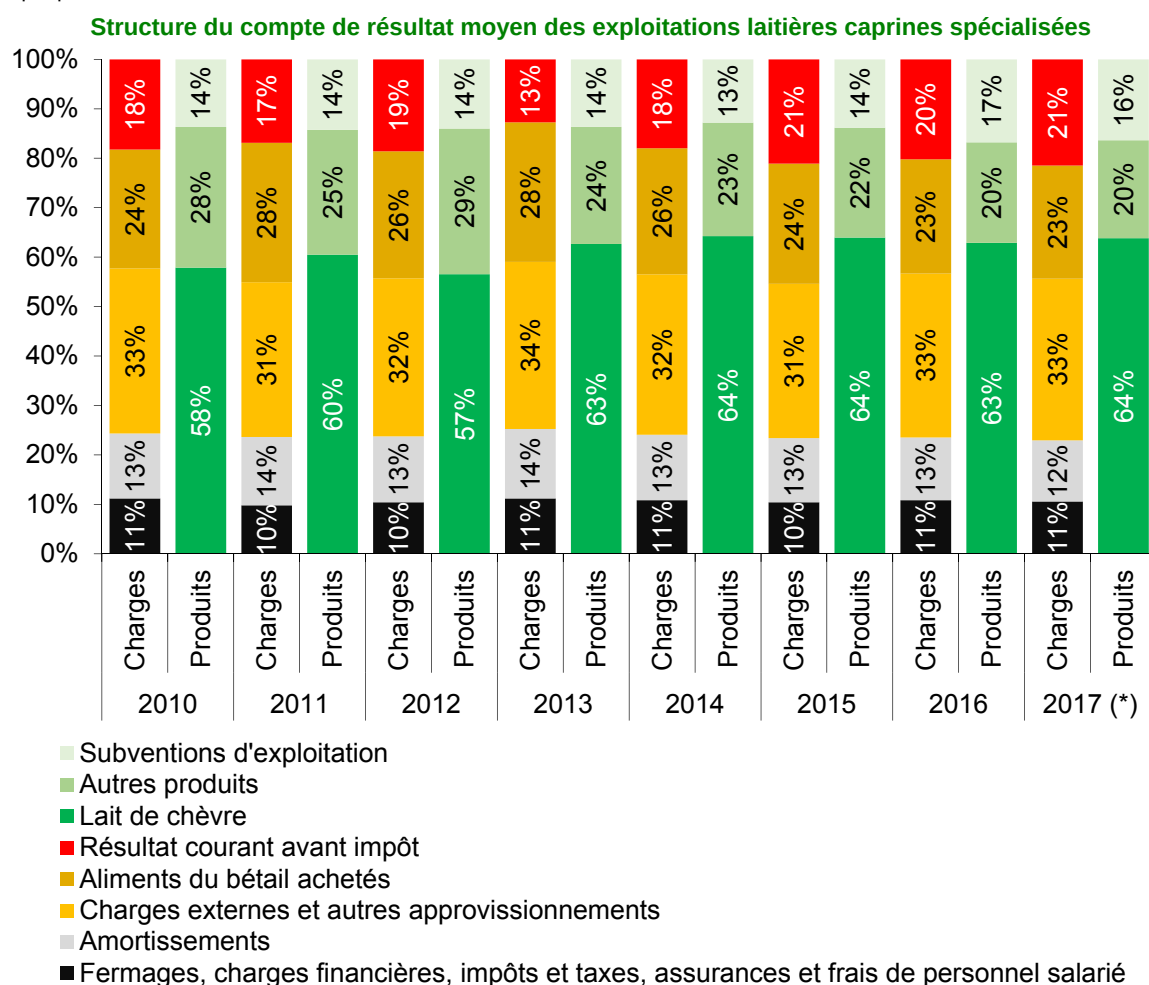
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de chèvre, issu du Rica, est constitué de 42 à 60 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 1 006 à 1 842 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de chèvre constitue plus de 67 % de la production de l'exercice. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 13 % à 21 %. En 2016, il est de 20 %, soit 40 281 € pour 199 280 € de produits. Il est de 26 538 € par travailleur familial.

Les résultats 2017 sont simulés. L'IPPAP lait de chèvre 2017 (Insee) est appliqué au montant des ventes de lait de chèvre 2016 pour calculer la valeur du lait vendu en 2017. L'IPAMPA lait de chèvre (Idele) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment du bétail d'une part et des biens et services de consommation intermédiaires d'autre part. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2016. En 2017, le prix du lait progresse de 4 %. Le prix de l'aliment progresse de 2 % et les autres biens et services de consommation progressent de 1 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt progresse de 9 %. Il s'établit à 43 871 € pour 204 351 € de produits et à 28 895 € par travailleur familial. Les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017 peuvent également être consultés ainsi que le bilan conjoncturel d'Agreste :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 136

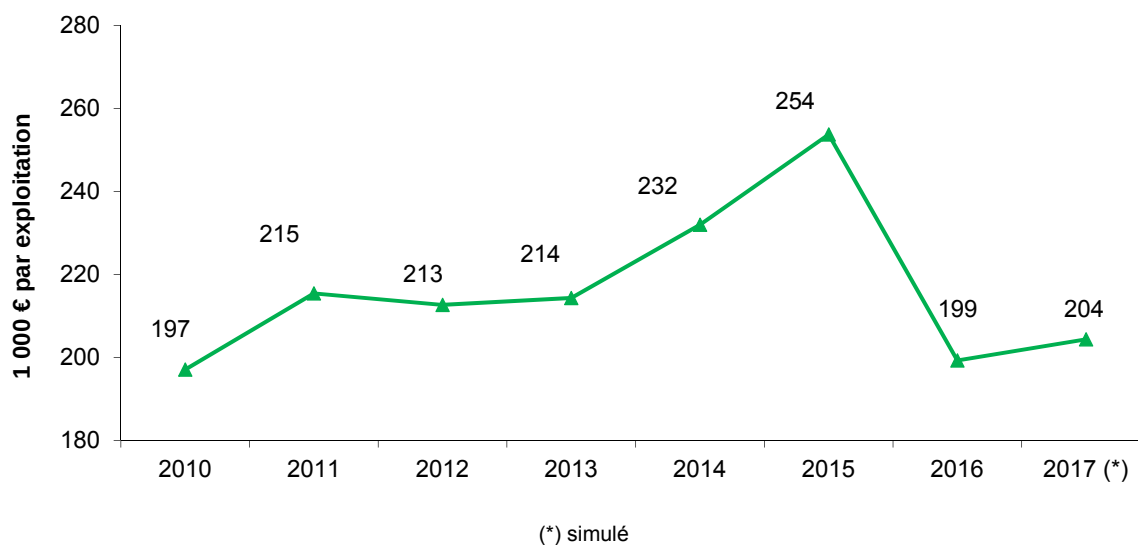


(*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 137

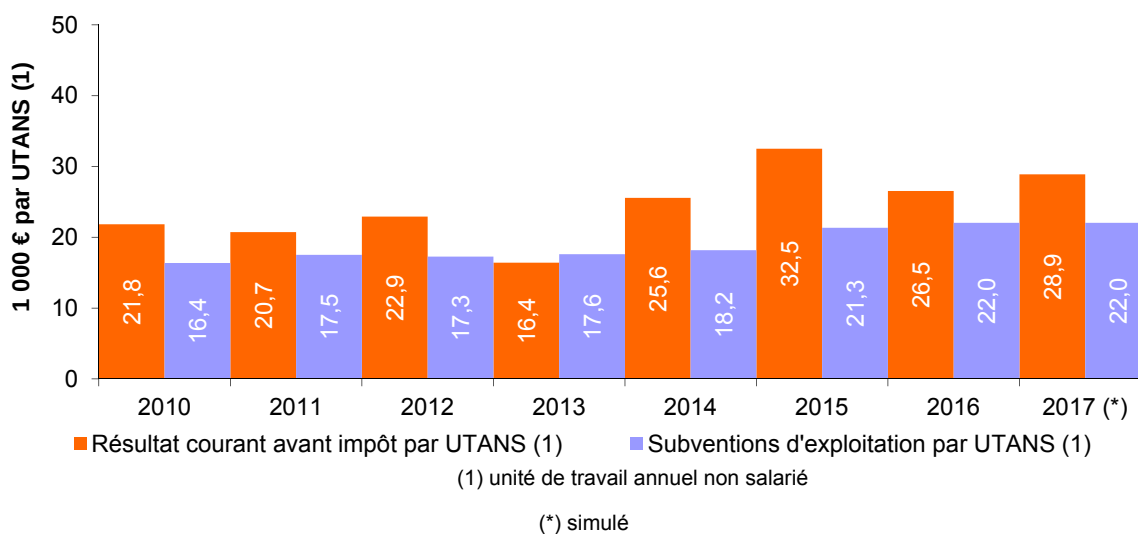
Montant moyen des produits courants par exploitation laitière caprine spécialisée



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2017

Graphique 138

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 2017

4.2. Coûts de production du lait de chèvre par système de production laitière

Cette estimation, pour la campagne 2017, des 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. Quatre systèmes d'exploitation sont étudiés :

Ces résultats sont issus de la base de données nationale du dispositif INOSYS-Réseaux d'élevage conduit en partenariat entre l'Institut de l'Élevage et les Chambres d'agriculture, qui regroupe les résultats de plus de 1 600 exploitations du secteur herbivore. Quatre types d'exploitations caprines laitières sont suivis :

- **« Laitiers Spécialisés, Ouest et Sud-Ouest »** : les 26 exploitations de cet échantillon sont des élevages localisés en Nouvelle Aquitaine, Pays de la Loire et Centre Val de Loire, elles ont un troupeau moyen de 340 chèvres sur 60 hectares de SAU. Des troupeaux récemment agrandis sont intégrés à ce groupe. La production est de 660 à 1000 litres par chèvre. Les systèmes d'exploitation ne sont pas totalement autonomes du point de vue alimentaire. 2,1 UMO en moyenne travaillent dans ces exploitations.
- **« Laitiers Sud Est »** : les 16 exploitations de cet échantillon sont situées en Rhône Alpes et Occitanie. Leurs troupeaux sont petits à moyens, ils sont composés de 190 chèvres sur 50 hectares. La production moyenne est de 710 à 970 litres par chèvre. Le système alimentaire est basé sur le pâturage, l'achat de fourrage. Les exploitations sont moins utilisateurs de concentrés que le groupe précédent. Elles relèvent de l'orientation technico-économique agriculture-élevage (otex 81), sans viande bovine. 1,6 UMO en moyenne travaillent dans ces exploitations.
- **« Laitiers et bovins viande »** : les 13 exploitations de cet échantillon élèvent des chèvres et des vaches allaitantes. Elles ont en moyenne des troupeaux de 290 chèvres et 55 vaches. L'atelier caprin dispose de peu d'autonomie alimentaire. La production moyenne est de 760 à 950 litres par chèvre. 1,5 UMO en moyenne travaillent dans ces exploitations.
- **« Laitiers et culture de vente »** : les 19 exploitations de cet échantillon élèvent des chèvres et entretiennent des cultures destinées à la vente. En moyenne, elles disposent d'un troupeau de 350 chèvres et de 100 hectares de cultures de vente. La production moyenne de lait par chèvre est de 620 à 860 litres. Ces élevages valorisent les céréales de l'exploitation pour l'alimentation des animaux. 2,1 UMO en moyenne travaillent dans ces exploitations.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage 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 2 SMIC brut 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 de l'exploitation.

Le coût des aliments pour les caprins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts culturaux (de même pour les fourrages) et non sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2016, dans le système **« Laitiers Spécialisés, Ouest et Sud-Ouest »**, le coût de production s'élève à 907 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 879 € pour 1000 litres de lait, soit 28 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,7 SMIC brut.

Dans le système **« Laitiers Sud Est »**, le coût de production s'élève à 1 188 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 1 080 € pour 1000 litres de lait, soit 108 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 1,5 SMIC brut.

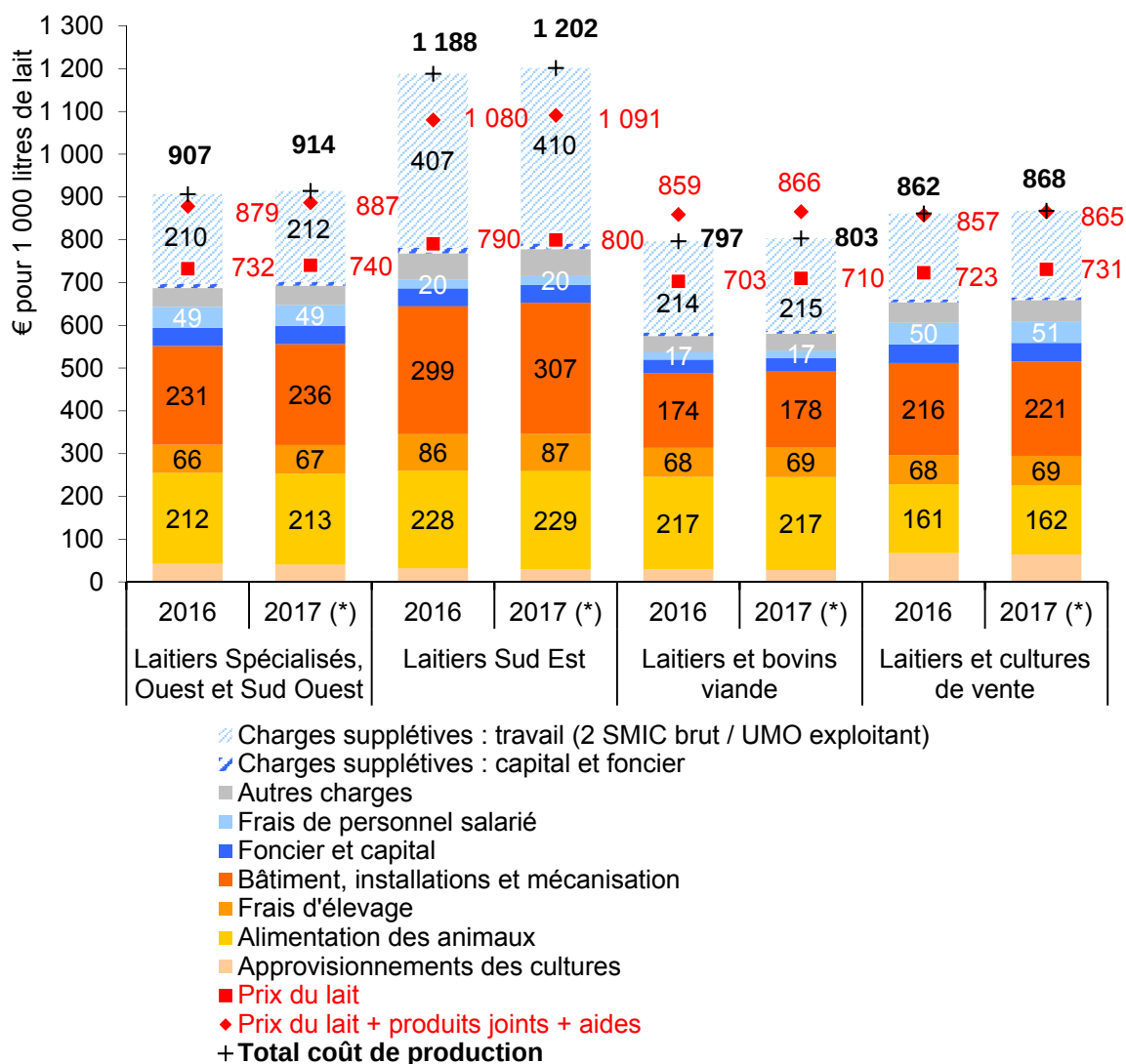
Dans le système **« Laitiers et bovins viande »**, le coût de production s'élève à 797 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 859 € pour 1000 litres de lait. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 2,6 SMIC brut.

Dans le système « **Laitiers et culture de vente** », le coût de production s'élève à 862 € pour 1 000 litres de lait. L'ensemble des produits (vente du lait, produits joints et aides attribuées) s'élèvent à 857 € pour 1000 litres de lait, soit 5 € de moins que le coût de production. Ces produits permettent la couverture des charges comptables et la rémunération des capitaux engagés et des terres utilisées et une rémunération du travail de l'éleveur à hauteur de 2 SMIC brut.

En 2017, selon les systèmes, les charges augmentent légèrement (de + 0,8 % à + 1,1 % selon les systèmes étudiés), tandis que le prix du lait, des produits et les montants des subventions augmentent de 0,7 % à 1,1 %. Ainsi, par rapport à 2016, la rémunération permise est stable.

Graphique 139

Coûts de production du lait de chèvre par système de production laitière



(*) estimation

Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

5. COMPTE DU RAYON DES PRODUITS LAITIERS DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

5.1. Le rayon des produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Des produits de lait de vache, de chèvre et de brebis sont commercialisés au rayon des produits laitiers. Il est le plus important des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 29 % au CA total des rayons étudiés (près du double du rayon boucherie), pour 24% à leur marge brute et pour 16% à leurs frais de personnel dédié aux rayons. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI.

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon des produits laitiers

Le rayon des produits laitiers présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,6% en 2016, inférieure à la moyenne des marges brutes (29,7 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 5,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au troisième rang, juste après le rayon charcuterie.

Le taux de marge brute du rayon des produits laitiers avait fortement chuté en 2014 par rapport à son niveau sur la période 2011 – 2013. Cette chute s'expliquait par un meilleur prix du lait payé aux producteurs et par des prix sortie industrie plus élevés, renchérissant les approvisionnements de la grande distribution. En 2015, le prix du lait aux producteurs avait diminué sans que cela se traduise par une amélioration du taux de marge brute de la grande distribution. En 2016, le taux de marge brute renoue avec le niveau constaté sur la période 2011-2013. La marge semi-nette est ainsi en 2016 de 19,5 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires et supérieure aux autres charges (18,1 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette de 1,4 € avant impôt sur les sociétés.

Tableau 26

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon des produits laitiers

	Produits laitiers	
	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	Très peu dispersées
Frais de personnel du rayon	5,1	Peu dispersées
Marge semi-nette	19,5	
Autres charges	18,1	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	1,4	
Impôt sur les sociétés	0,5	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	0,9	Extrêmement dispersées, +/- 2,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

5.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,5 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon des produits laitiers comprennent 5,1 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 1,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent principalement les fluides (le rayon est réfrigéré) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (16,7 €) est très proche de la moyenne tous rayons étudiés (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 23,2 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de l'IS et hors achat des produits), rapport assez faible, plaçant le rayon des produits laitiers deuxième des rayons étudiés dans l'ordre croissant ce critère.

Tableau 27

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA

		Produits laitiers
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	5,1
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,0
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	6,5
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin)	6,0
	Frais financiers	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,8
	Impôts et taxes hors IS	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,5
	Sous-total : charges communes réparties	17,2
	Total des charges imputées au rayon	23,7

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

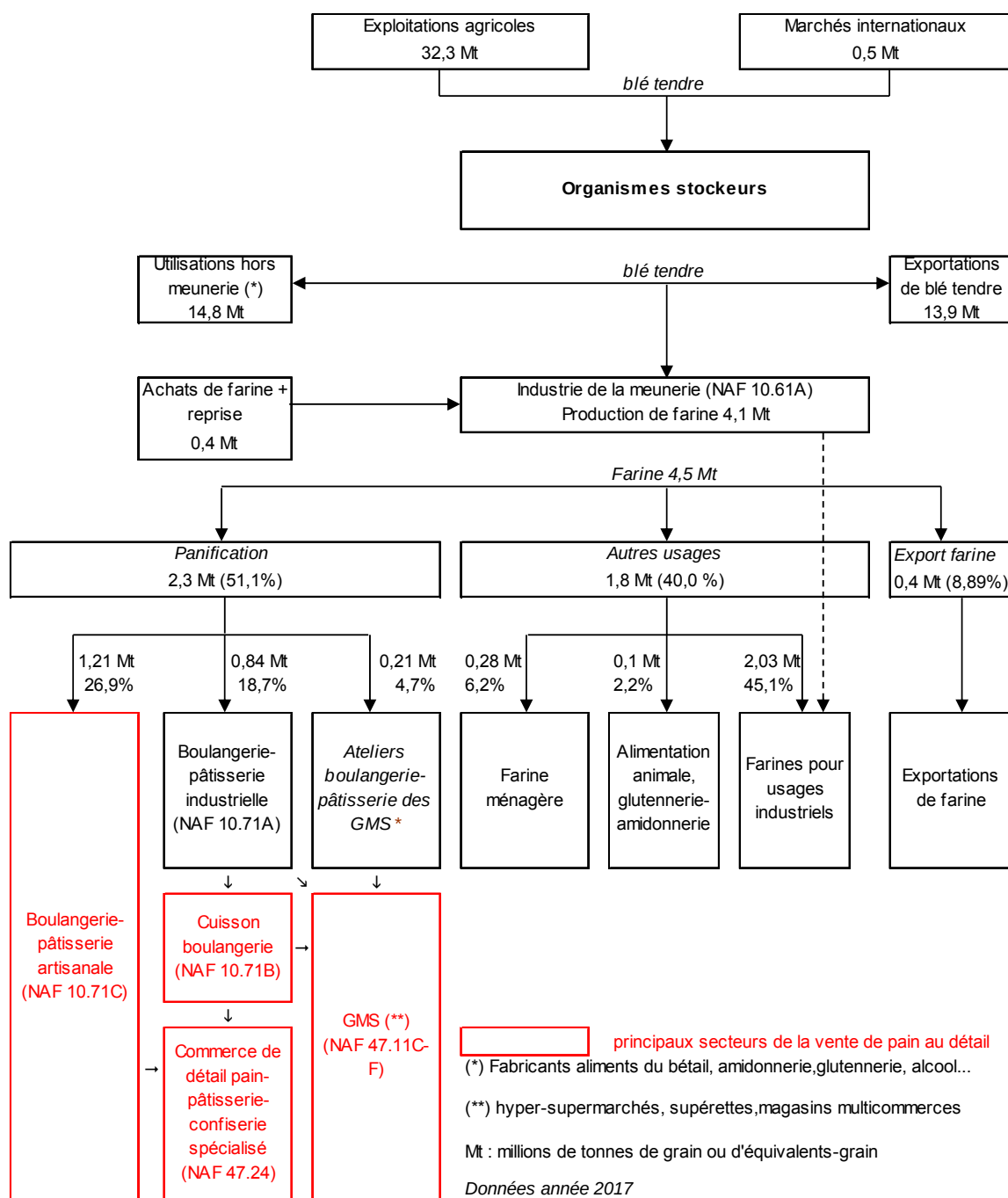
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées 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 7 – Pain

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PAIN

Schéma 11

Cartographie des flux dans la filière pain



Source : FranceAgriMer

Avec des surfaces toujours supérieures à 4,5 Mha depuis 1995 et même au-dessus des 5,0 Mha depuis 4 ans (permettant une production d'environ 36 Mt en moyenne sur les 5 dernières campagnes), le **blé tendre** est la principale céréale cultivée en France. Après le niveau élevé de 5,14 Mha atteint en 2015-2016, la prévision de surface cultivée pour le blé tendre est en baisse, en dessous de la moyenne quinquennale avec une prévision à 4,9 Mha en février 2018. La hausse des surfaces depuis 4 ans ne s'accompagne pas d'une augmentation parallèle de la production. Après les 2 campagnes atypiques de 2014-2015 avec une production record (41 Mt) et la chute de la récolte en 2016-2017 (27,9 Mt), la campagne 2017-2018 revient dans la moyenne, à environ 37 Mt. La production de blé tendre a été particulièrement atteinte par les conditions climatiques singulières et catastrophiques de l'année 2016, occasionnant un recul de 32 % de la récolte par rapport à la campagne précédente.

Cette chute de la production en 2016 est due à la baisse des rendements, alors que les perspectives à la fin des semis étaient satisfaisantes avec une légère hausse des surfaces de blé tendre (+ 0,3%). Jusqu'à la fin mai 2016, la situation des cultures s'annonçait bonne avec un automne et un début d'hiver doux, suivis par un début de printemps frais et pluvieux, à des périodes adéquates par rapport aux stades de développement de la culture. C'est ensuite que les conditions se sont fortement dégradées. La survenue de pluies très abondantes et durables et un déficit d'ensoleillement au moment du remplissage des grains ont lourdement impacté les cultures. Le rendement moyen national a seulement atteint 53,7 q/ha, en baisse de 32% par rapport à celui de la campagne 2015-2016 et en recul de 27% par rapport au rendement moyen quinquennal.

Les prévisions de production de blé tendre pour la campagne 2017-2018, se situeraient à près de 37 millions de tonnes (Mt), retrouvant ainsi le niveau de la moyenne quinquennale des campagnes précédentes. Avec une très bonne qualité et d'excellents taux de protéines (12,3 % en moyenne nationale), une teneur en eau satisfaisante pour la conservation des grains (13,1 % en moyenne) et des poids spécifiques qui permettront de répondre aux besoins de tous les segments de marché (77,2 kg/hl en moyenne nationale), les blés de la récolte 2017 affichent également de très bons résultats pour la panification. Au total, près de 70 % des blés de la récolte 2017 sont classés en catégories « premium » ou « supérieur » de la grille Intercéréales.

Selon les prévisions de semis établies par le SSP en février 2018 pour la campagne 2018-2019, les surfaces de blé tendre d'hiver progressent très légèrement par rapport à la campagne 2017-2018.

Chaque année, environ 50% de la production française est disponible pour l'exportation. Après un record d'exportation en 2015-2016 avec près de 20,4 Mt de blé tendre dont 7,8 Mt vers l'Union européenne et 12,6 Mt vers les pays tiers, la campagne 2016-2017 connaît une forte régression : seulement 11 Mt de blé tendre en grains ont été exportés, soit environ 40 % de la production, dont 5 Mt vers les pays tiers, en particulier en Afrique du Nord et en Afrique Centrale. Cette baisse s'explique notamment par un manque de disponibilités mais aussi par la qualité dégradée du blé français qui peine à répondre aux cahiers des charges de certains pays importateurs. En 2017-2018 la moyenne de 50 % devrait être à nouveau atteinte mais surtout portée par les expéditions vers l'UE, avec une prévision de 8,5 Mt alors que la moyenne est de 6,7 Mt. La reprise vers les pays tiers peine, avec une baisse de 23 % par rapport à la campagne 2015-2016 même si elle est supérieure de 23 % sur les 6 premiers mois de campagne. Comparée 2015-2016, les exportations vers les clients traditionnels sont en diminution de 37% vers l'Algérie et de 69 % vers les pays d'Afrique sub-saharienne.

Située au centre de la filière blé tendre, la meunerie française assure la transformation initiale de la matière première. La réglementation de la meunerie oblige les exploitants de moulins, de minoteries ou de dépôts et les négociants en farine à transmettre mensuellement à FranceAgriMer un état des mises en œuvre de grains et des utilisations de céréales et de farine, issues de l'agriculture conventionnelle ou biologique. Ces informations, exploitées par FranceAgriMer, sont indispensables pour suivre l'ensemble de l'activité de la meunerie française. Au cours de l'année 2017, 5,3 Mt de blé tendre, principalement français ont été mises en œuvre pour produire 4,1 Mt de farine dont 0,4 Mt a été exporté. L'essentiel de la farine produite est destiné à l'alimentation humaine, notamment pour la fabrication de pain.

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. Depuis quelques années, le nombre d'entreprises est stable, voire progresse légèrement avec environ 32 000 entreprises

de boulangerie-pâtisserie, réalisant environ 60 % de la panification. La boulangerie industrielle comptait 240 entreprises et réalisait 28 % de ce marché et les ateliers de boulangerie en GMS : 9%, le reste correspondant essentiellement aux importations. Au total, le chiffre d'affaires de la boulangerie-pâtisserie industrielle représente 8,5 milliards d'euros.

La dégradation de la qualité moyenne du blé français résultant de l'accident météorologique de 2016 a affecté directement la meunerie française. D'une part, le faible remplissage d'une partie des grains et la faiblesse des poids spécifiques ont dégradé le rendement en farine. D'autre part, les protéines très atypiques de la récolte 2016 ont obéré la qualité boulangère. La filière a dû s'adapter à cette situation, notamment en réalisant de nouveaux mélanges visant à répondre aux cahiers des charges des acheteurs. Enfin, les écarts régionaux de qualité ont obligé les meuniers à élargir leur périmètre d'approvisionnement, ce qui a induit des coûts supplémentaires. Pour l'année 2017, les utilisations de blé sur le marché intérieur français devraient peu varier par rapport à l'an dernier, notamment dans le secteur de l'alimentation humaine (meunerie, boulangerie, biscotterie) grâce notamment à la bonne qualité du blé qui favorise l'utilisation pour l'alimentation humaine.

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 Eure-et-Loir* » (source : SSP, d'après 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 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, laquelle n'a pas été chiffrée.

L'Insee fournit à l'observatoire 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 rétrograder 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.

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 2014 du rapport de l'observatoire.

Encadré 12

La question des cotations disponibles du blé meunier

Les données de prix céréalières 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 céréalières disponibles portent en effet sur les prix suivants :

- **les prix « départ »** : prix du négoce en bassin de production. Ils ne comprennent pas le coût de transport de la marchandise. Les prix en culture ou prix payés aux producteurs peuvent se déduire des prix « *départ* » en ôtant la marge des organismes stockeurs, ainsi que les taxes à la charge du producteur,
- **les prix « rendu »** comprennent le transport jusqu'au lieu de destination : port d'exportation (Rouen, par exemple) ou zone de consommation. Le rendu Rouen est fortement « *directeur* » sur le marché français, en raison de l'importance du débouché « *exportation* » pour les céréales (50% des utilisations), et 50% des exportations portuaires passent par Rouen.
- **les prix « FOB » (Free On Board)**, c'est à dire après chargement à bord des marchandises pour l'exportation.

Les marchés à terme constituent une autre 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) a lancé un nouveau contrat en blé tendre européen en septembre 2016. En revanche, il n'existe pas de marché à terme pour le blé dur (cf. Section 6).

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, ce qui contribuerait 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...

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX DE LA BAGUETTE

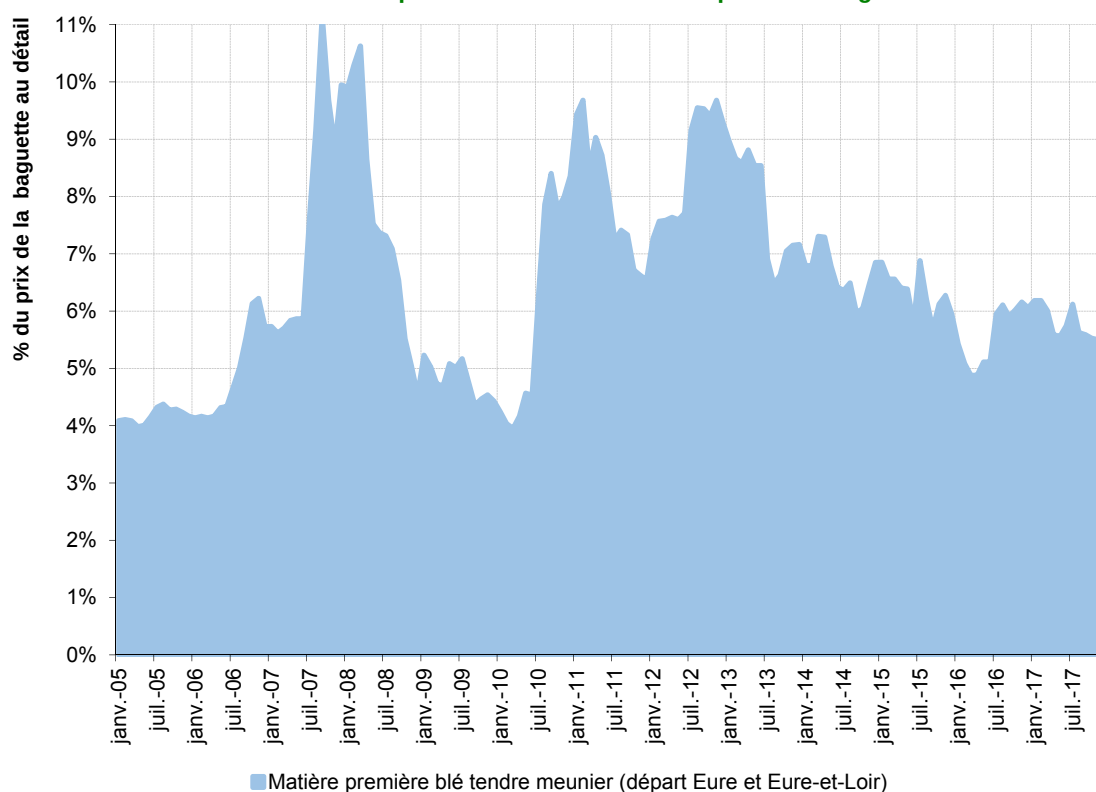
De 2010 à 2017, le prix moyen de la baguette tous circuits passe de 3,35 € / kg à près de 3,5 € / kg. Sur cette période, la hausse de prix s'est principalement produite de 2011 à 2013, répercutant de façon très amortie et avec retard la hausse des prix du blé tendre (Graphique 141).

L'indicateur de marge brute de la meunerie, de l'ordre de 20 centimes par kg de baguette en moyenne sur 2010-2017, évolue peu depuis 2014 après avoir sensiblement augmenté. L'indicateur de marge brute de l'aval de la meunerie, qui recouvre des circuits et des opérateurs divers (dont : boulangerie artisanale et autres commerces de pain) a progressé de moins de 3% depuis 2010. 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 140) : sur la période suivie, on distingue schématiquement trois grandes périodes. Jusqu'en 2010, le blé représente entre 4% et 6% de la valeur du pain. En 2010-2011, cette proportion progresse fortement, jusqu'à près de 11%. De 2014 à 2016, la part du blé dans la valeur du pain reste au-dessus de 6% et passe en dessous ensuite. La chute des cours moyens du blé en 2016, due aux stocks mondiaux importants, n'a pas eu d'incidence sur le prix moyen de la baguette car les meuniers ont dû payer une prime de qualité importante du fait des insuffisances qualitatives de la récolte 2016.

Graphique 140

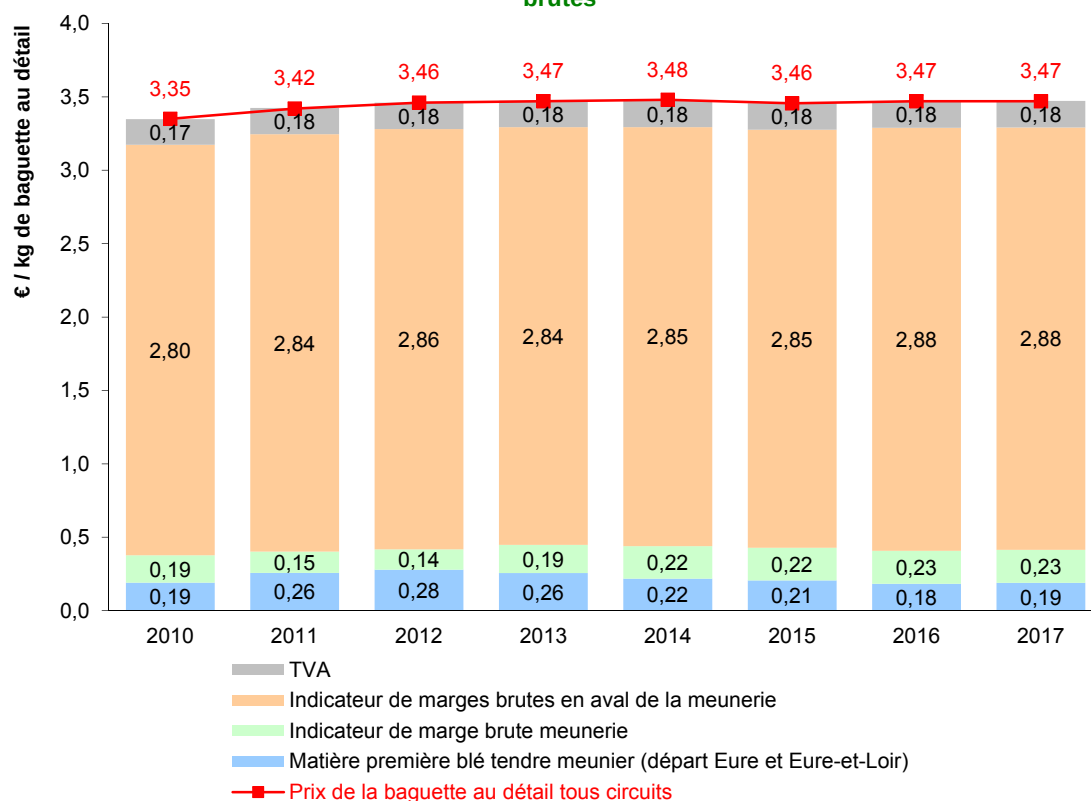
Part en valeur de la matière première blé tendre dans le prix de la baguette au détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, SSP, Insee

Graphique 141

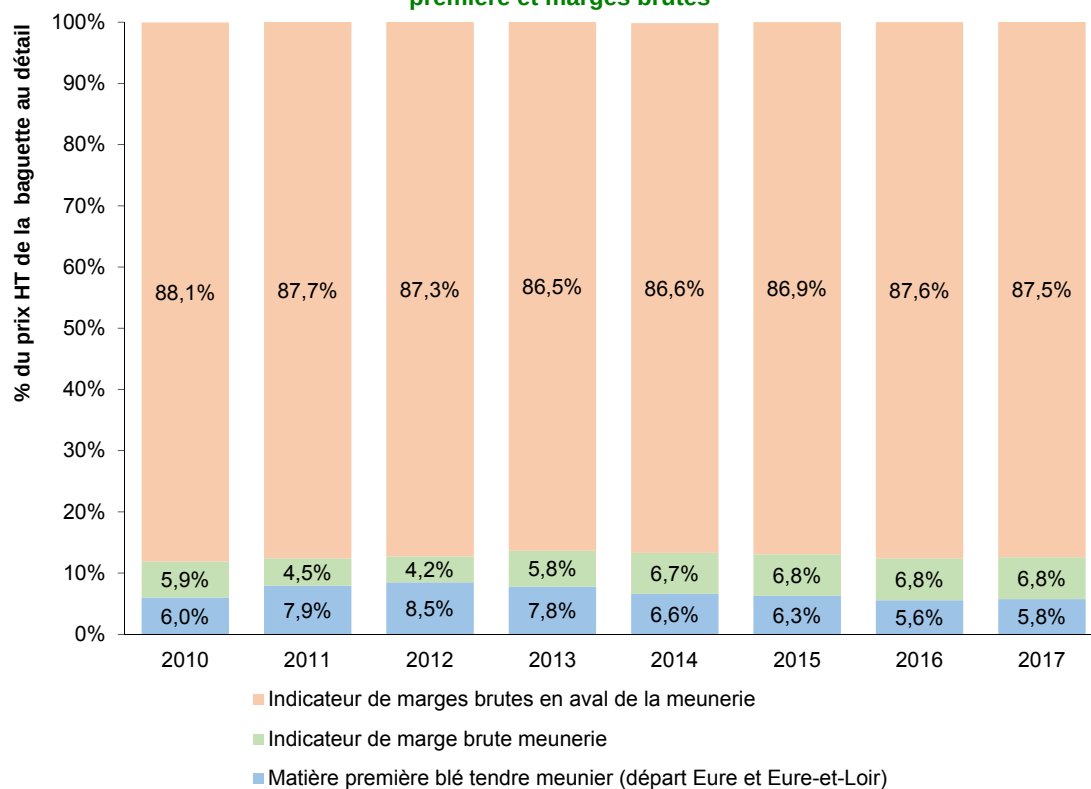
Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marges brutes



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », Insee

Graphique 142

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marges brutes



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », Insee

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ TENDRE ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ TENDRE

4.1. 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 226 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 7 757 à 10 749 exploitations, réalisant 10,4 % de la production annuelle de blé tendre en 2016 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé tendre constitue, selon les années, de 47 % (en 2016) à 57 % de la production de l'exercice.

Après avoir supporté une hausse des charges en 2015 (+ 3 %), les exploitations de l'échantillon bénéficient d'une baisse des charges de 11 % en 2016. Toutefois, dans un contexte de faibles récoltes (baisse de 39 % du volume moyen récolté) et de prix plus faibles qu'au cours des années antérieures (baisse de 10 % du prix de vente moyen du quintal de blé), celle-ci ne permet pas de faire face à la très forte baisse (- 26 %) du produit total entre 2015 et 2016 : - 43 % pour le blé tendre, - 15 % pour les autres produits et - 9 % pour les subventions d'exploitation. Ce qui entraîne une baisse du résultat courant avant impôt moyen de l'échantillon : son poids moyen rapporté aux produits varie, sur la période précédemment étudiée de 12 % en 2014 à 30 % en 2012 ; il devient négatif (- 3 %) en 2016. En valeur, il passe de 28 459 € pour 199 680 € de produits en 2015 à - 4 700 € pour 147 615 € de produits en 2016 et de 23 212 € par unité de travail annuel non salarié en 2015 à - 3 954 € en 2016 (Graphique 145). Le prix du blé tendre ayant augmenté de 5 % de 2016 à 2017 et les rendements ayant augmenté dans le même temps, le résultat courant avant impôt des producteurs en 2017 devrait redevenir positif, sans toutefois atteindre les niveaux connus précédemment.

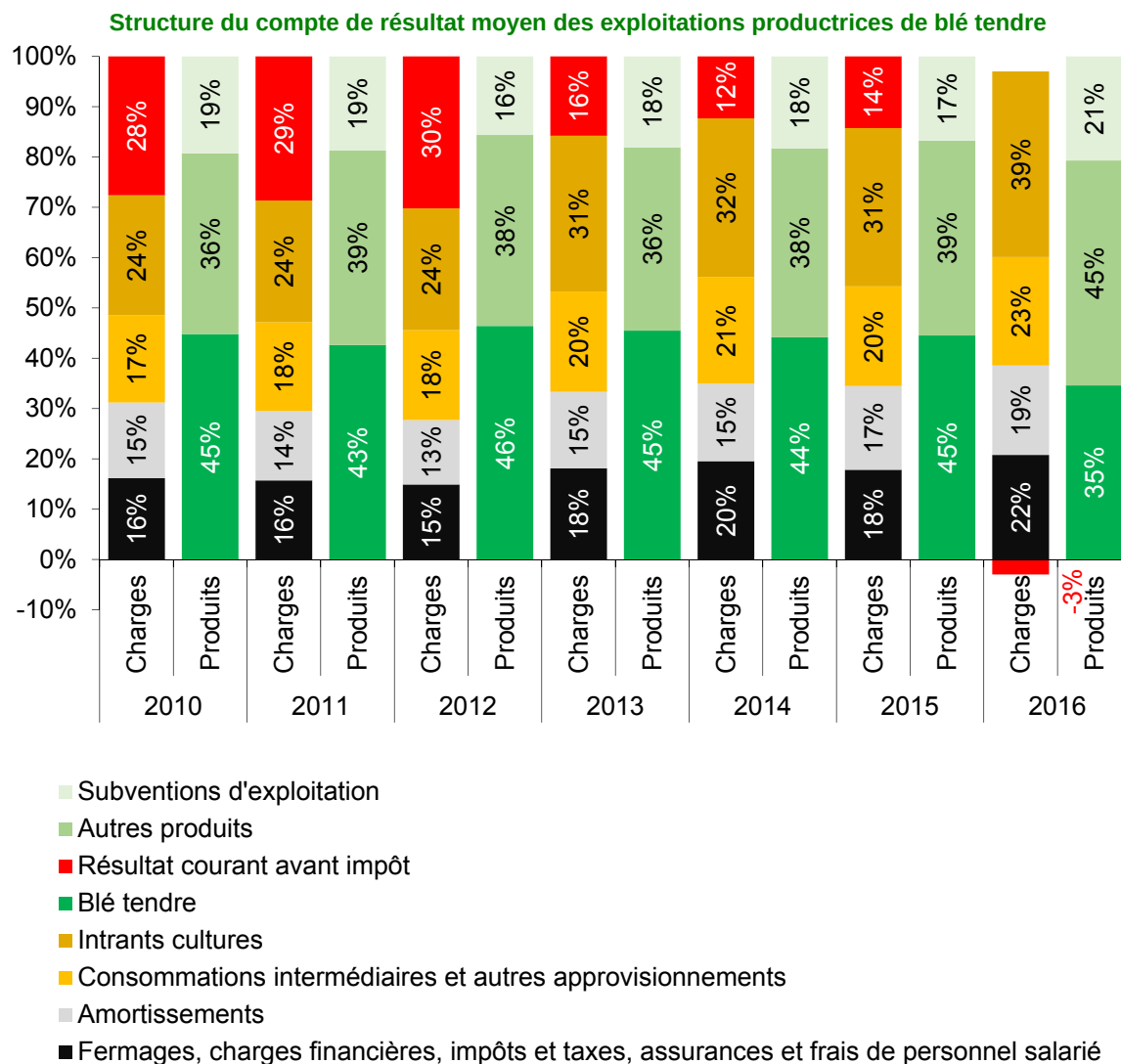
Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, la valeur de la production de blé tendre augmente fortement (+ 33,3 %), avec des volumes en hausse mais des prix en légère baisse :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

Le bilan conjoncturel d'Agreste peut également être consulté :

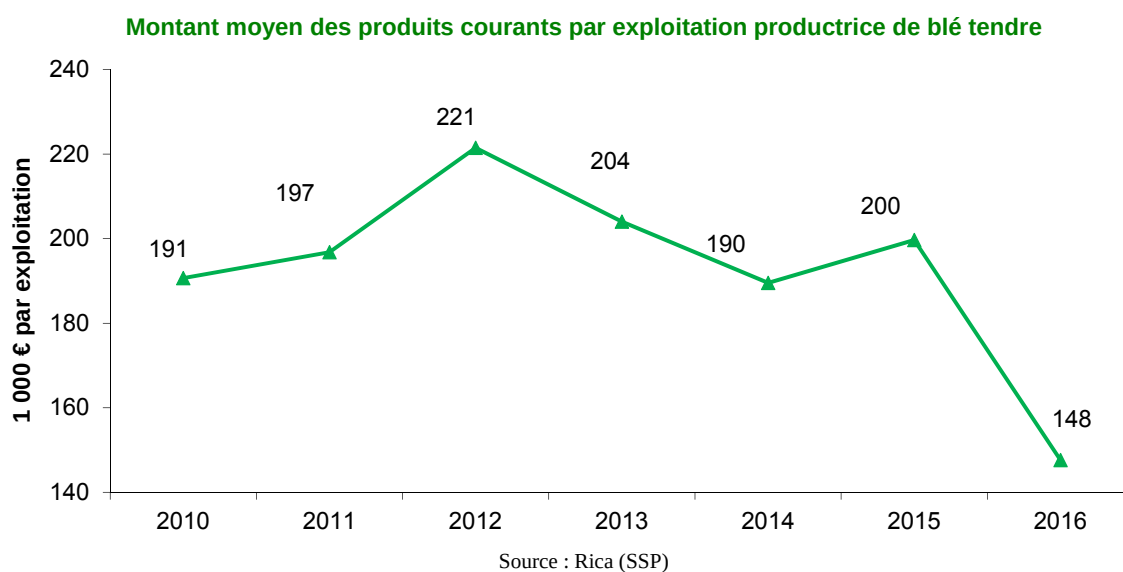
<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 143

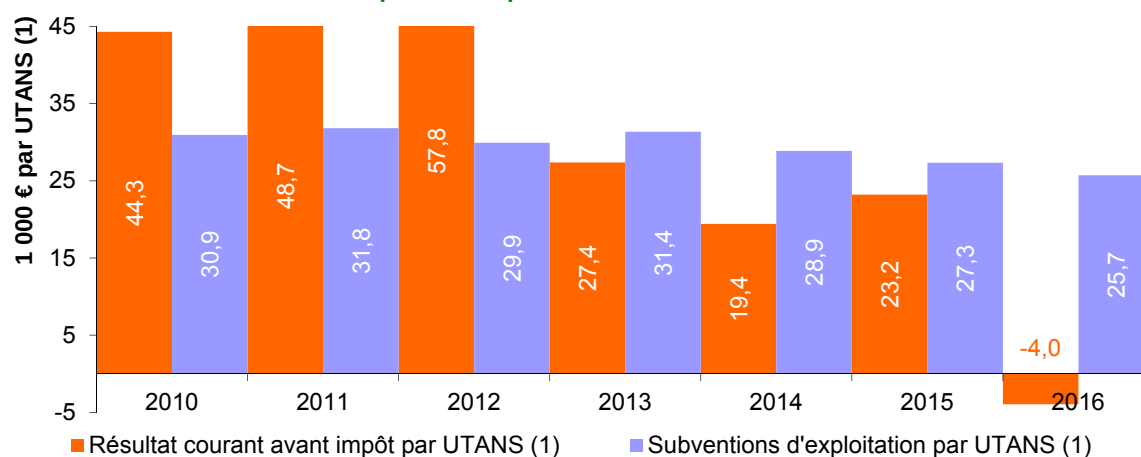


Source : Rica (SSP)

Graphique 144



Graphique 145

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé tendre

(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

4.2. Coût de production du blé tendre

Les données présentées sont issues de l'observatoire Arvalis-Unigrains d'après des données CerFrance. L'échantillon comprend 4 000 exploitations (orientations technico-économiques 15, 16, 61 et 83) réparties sur 16 départements français, représentant eux-mêmes 40 % 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 niveau III, échelon 1 soit environ 1,1 SMIC net,
- les cotisations sociales de l'exploitant (pour information, ces cotisations ne sont pas retenues comme une charge d'entreprise dans le RICA),
- une rémunération pour les capitaux propres (taux des OAT à 10 ans) et pour les terres en propriété (à la valeur des fermages moyens régionaux), figurant sous l'intitulé « Charges supplétives : rémunération du capital » sur le Graphique 146.

Les deux premiers postes sont réunis sous l'intitulé « Charges supplétives : rémunération du travail » sur le Graphique 146, le troisième poste figure sous l'intitulé « Charges supplétives : rémunération du capital » sur ce même graphique.

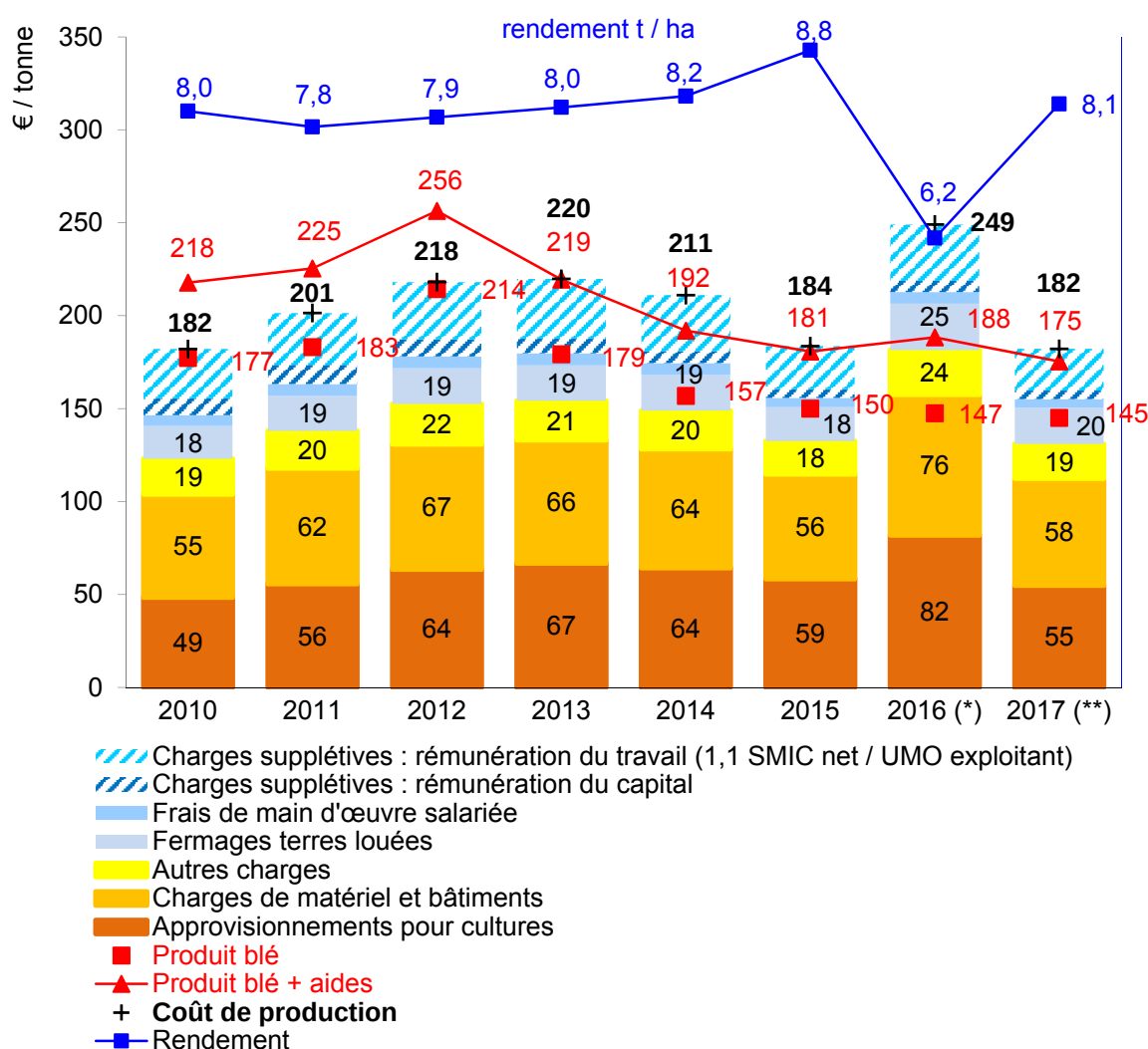
Les données 2016 sont provisoires car calculées à partir d'un nombre d'observations réduit de l'échantillon de base (environ la moitié). Les données 2017 sont prévisionnelles car issues d'extrapolations des données des années précédentes et d'observations sur le terrain. Le prix du blé figurant sur le Graphique 146 est calculé à partir des comptes des exploitants. Il dépend des dates de clôture des comptes et du type de commercialisation pratiqué par les agriculteurs et n'inclut pas les plus ou moins-values réalisées sur les marchés à terme pour les agriculteurs qui passent en direct des ordres de vente.

En 2016, le coût de production unitaire, à 249 € par tonne, est très fortement supérieur au coût de production unitaire de 2015 (il était alors de 184 € par tonne). Cette hausse de 65 € par tonne s'explique par la très forte baisse du rendement à l'hectare : il s'établit à 6,2 tonnes par hectare contre 8,1 tonnes en moyenne sur la période 2010-2015, et ce malgré un léger recul des charges (euros/ha). En 2016, le produit blé diminue passant de 150 € par tonne à 147 € par tonne en raison des prix de marché bas et de la mauvaise qualité de la récolte. Les subventions baissent également via le phénomène de convergence suite à la dernière réforme de la PAC, mais ramené à la tonne, du fait du faible rendement, le produit total (blé et autres produits de l'exploitation dont subventions) est en hausse de 7 € par tonne par rapport à 2015 ; il passe de 181 € à 188 € par tonne. Il en résulte une marge nette négative pour les exploitations productrices de blé tendre de l'échantillon de - 61 € par tonne de blé produite.

En 2017, le coût de production unitaire passe à 182 € par tonne : d'une part le rendement est en nette hausse par rapport à 2016 à 8,1 tonnes par hectare, retrouvant ainsi la valeur moyenne de la période 2010-2015, d'autre part l'ensemble des charges diminuent, grâce à la poursuite du repli du prix des engrais mais aussi comme conséquence de la succession de mauvais résultats économiques (cotisations sociales, amortissements). Cette baisse du coût de production (inférieur de 20 euros par tonne à la moyenne 2010-2015) ne parvient pas à pallier totalement la diminution du produit total de l'échantillon (- 13 € par tonne), sous l'effet principal de la diminution des autres produits. Ainsi, la marge nette prévisionnelle de l'échantillon reste négative (- 7 € par tonne) en 2017.

Graphique 146

Coût de production, produit et rendement du blé tendre (2010-2017)



* : provisoire

** : prévision

Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE ARTISANAL DE LA FILIÈRE FARINE-PAIN

5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la meunerie

Remarque importante :

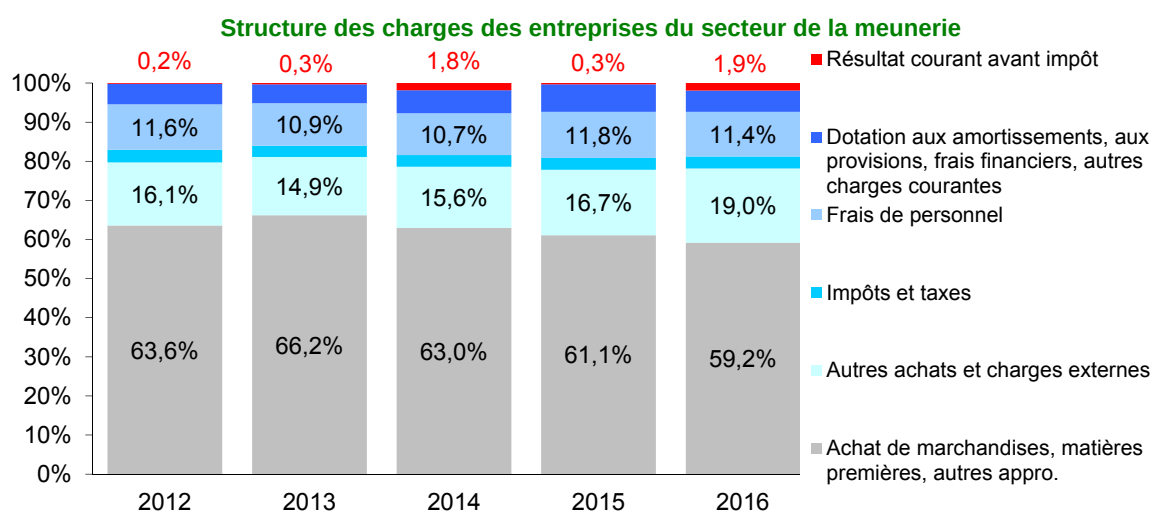
Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source.

En concertation avec les membres du groupe de travail « Blé tendre – pain », il a été décidé d'utiliser les comptes des entreprises de meunerie (code N.A.F. 10.61 A) déposés aux greffes des tribunaux de commerce et publiés sur la base Diane (Bureau Van Dijk).

Les achats de matière première des entreprises du secteur de la meunerie (Graphique 147) passent de 61,1 % des produits en 2015 à 59,2 % en 2016. Cette baisse est en lien avec celle du prix du blé à la production entre 2015 et 2016 (bien que des achats d'améliorants aient contribué à une diminution moins importante de ce poste que celle du prix du blé). Le taux de marge brute passe de 38,9 % à 40,8 % (parties non grisées des histogrammes du Graphique 147).

La part des autres achats et charges externes est en hausse entre 2015 et 2016 (de 16,7 % des produits à 19,0 %). Les frais de personnel salarié baissent très légèrement : de 11,8 % des produits en 2015, ils passent à 11,4 % en 2016. Le taux de marge nette (RCAI) s'améliore ; il passe de 0,3 % du total des produits en 2015 à 1,9 % en 2016.

Graphique 147



Source : comptes des entreprises du code du secteur de la meunerie (N.A.F. 10.61 A) publiés sur la base Diane

5.2. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie

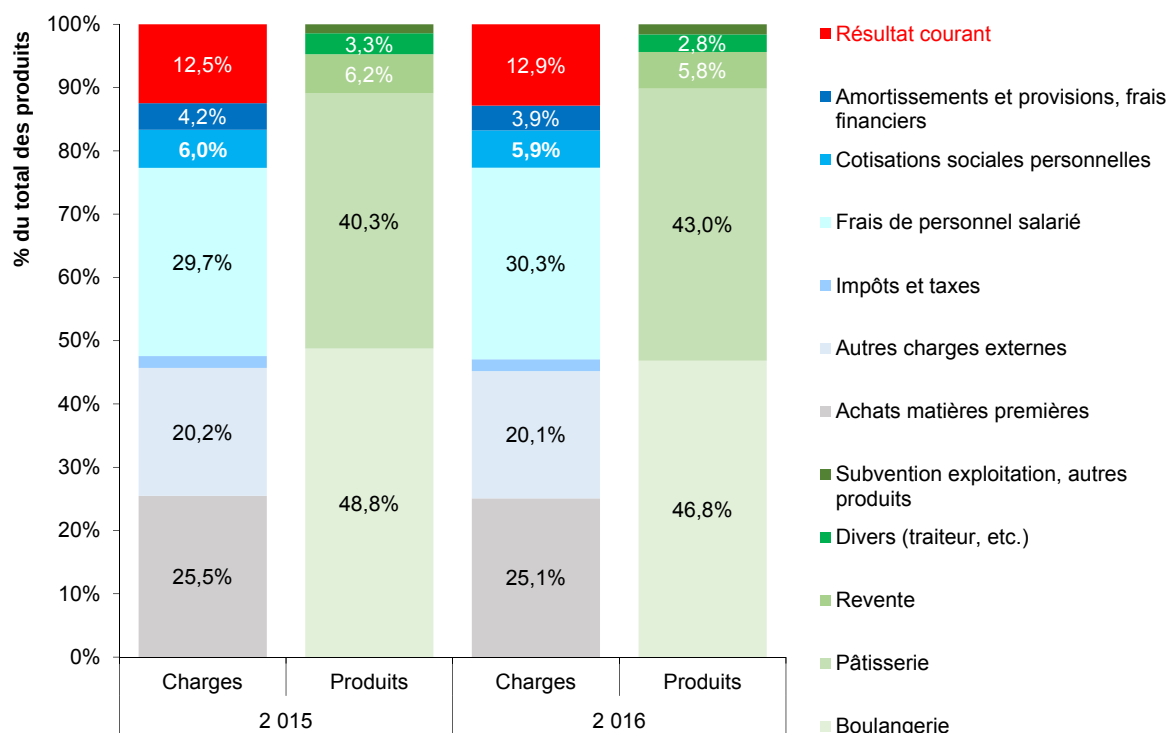
Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et sa non-diffusion à un niveau de nomenclature fin en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus l'analyse et la publication de résultats dans ce rapport.

5.3. Compte des entreprises individuelles du secteur de la boulangerie-pâtisserie

Les graphiques suivants représentent le compte de résultat moyen des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie (source Centre de gestion). Dans ces entreprises individuelles, le travail est principalement fourni par l'exploitant et rémunéré par le résultat courant (cf. ci-après).

Graphique 148

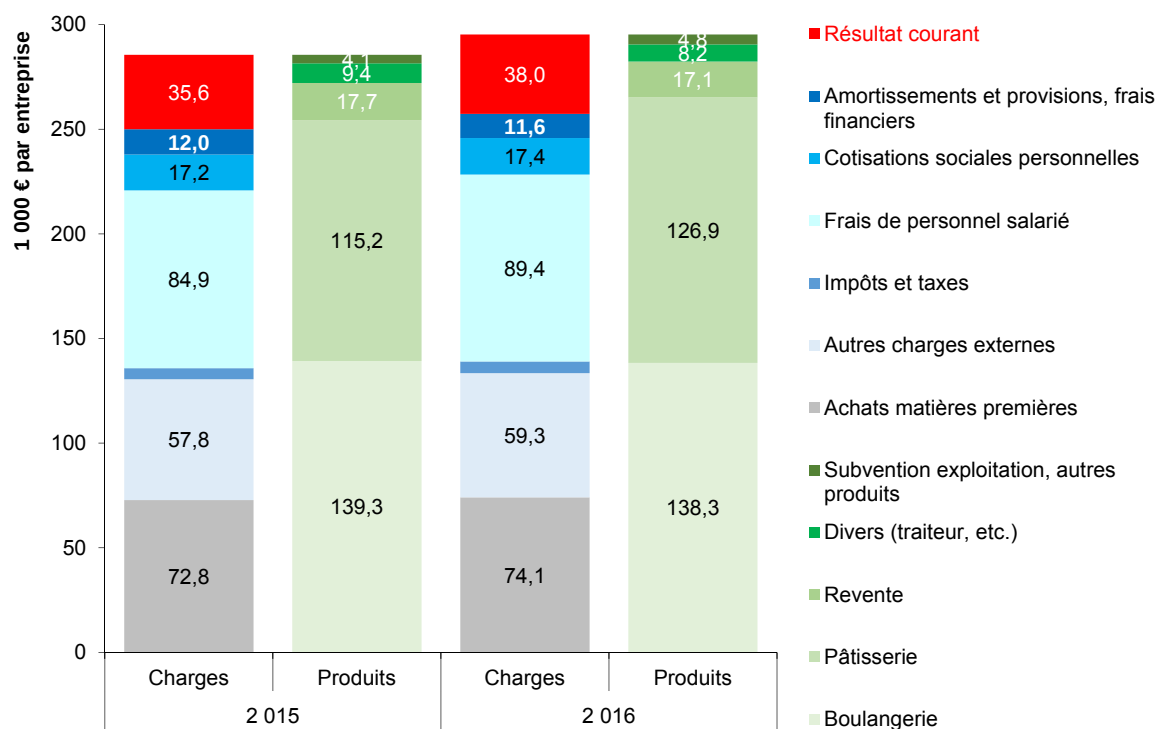
Structure moyenne du compte de résultat des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

Graphique 149

Compte de résultat moyen des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

6. COMPTE DU RAYON BOULANGERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boulangerie-pâtisserie vient à l'avant-dernier rang des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 6 % au CA total des rayons étudiés, mais pour 13% à leur marge brute et 22% à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont très importants dans ce rayon de fabrication. La marge nette du rayon après affectation des charges communes et avant affectation de l'impôt sur les sociétés est négatif, -0,6 € pour 100 € de CA.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Le rayon boulangerie-pâtisserie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 58,1%. Ce taux est nettement supérieur à celui de n'importe quel autre des rayons étudiés (de 24,6% à 33,8%). Il découle de la forte valeur ajoutée créée par le rayon (achat de farine et fabrication de pain, pâtisseries et viennoiserie). Mais s'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires également très supérieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 30,9 € pour 100€ de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au dernier rang des rayons étudiés.

La marge semi-nette est, malgré les charges de personnel importantes, supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (27,2 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires contre 20,3 €). Mais les autres charges directes imputables au rayon sont, avec 4,8 €, plus importantes qu'ailleurs (1,9 €), du fait du poids, dans un rayon de fabrication, des approvisionnements, de la consommation d'énergie (pour la cuisson) et des frais de matériels et équipements (fours). Les charges communes pèsent aussi très fortement dans le chiffre d'affaires (22,7%), le rayon étant notamment pénalisé par des affectations de coûts immobiliers et d'autres charges générales au prorata de la superficie du rayon (surface occupée par la fabrication). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette négative de 0,6 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 0,4 € après.

6.3. Détail des charges du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie supporte directement 35,7 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boulangerie-pâtisserie comprennent 30,9 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 4,8 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont bien plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent notamment des coûts en énergie et des frais sur les matériels et équipements spécifiques de ce rayon de fabrication. À ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (22,7 €) est supérieur à la moyenne (17,3 €) du fait de la densité moindre du rayon boulangerie-pâtisserie.

Au total, le rayon supporte 58,6 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, rapport nettement supérieur à la moyenne (28 €), plaçant le rayon boulangerie-pâtisserie au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère.

Tableau 28

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

	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	41,9	
Marge brute	58,1	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	30,9	Dispersées
Marge semi-nette	27,2	
Autres charges	27,7	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	- 0,6	
Impôt sur les sociétés	-0,2	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-0,4	Extrêmement dispersées ; + / -7,7 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

Tableau 29

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie pour 100 € de CA**

		Boulangerie Pâtisserie Viennoiserie
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	30,9
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	1,4
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,4
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,6
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	Sous-total : charges directes du rayon	35,7
Charges communes réparties	Immobilier	3,1
	Personnel hors rayon	9,1
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	9,2
	Impôts et taxes hors IS	1,4
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-0,2
	Sous-total : charges communes réparties	22,7
	Total des charges imputées au rayon	58,4

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

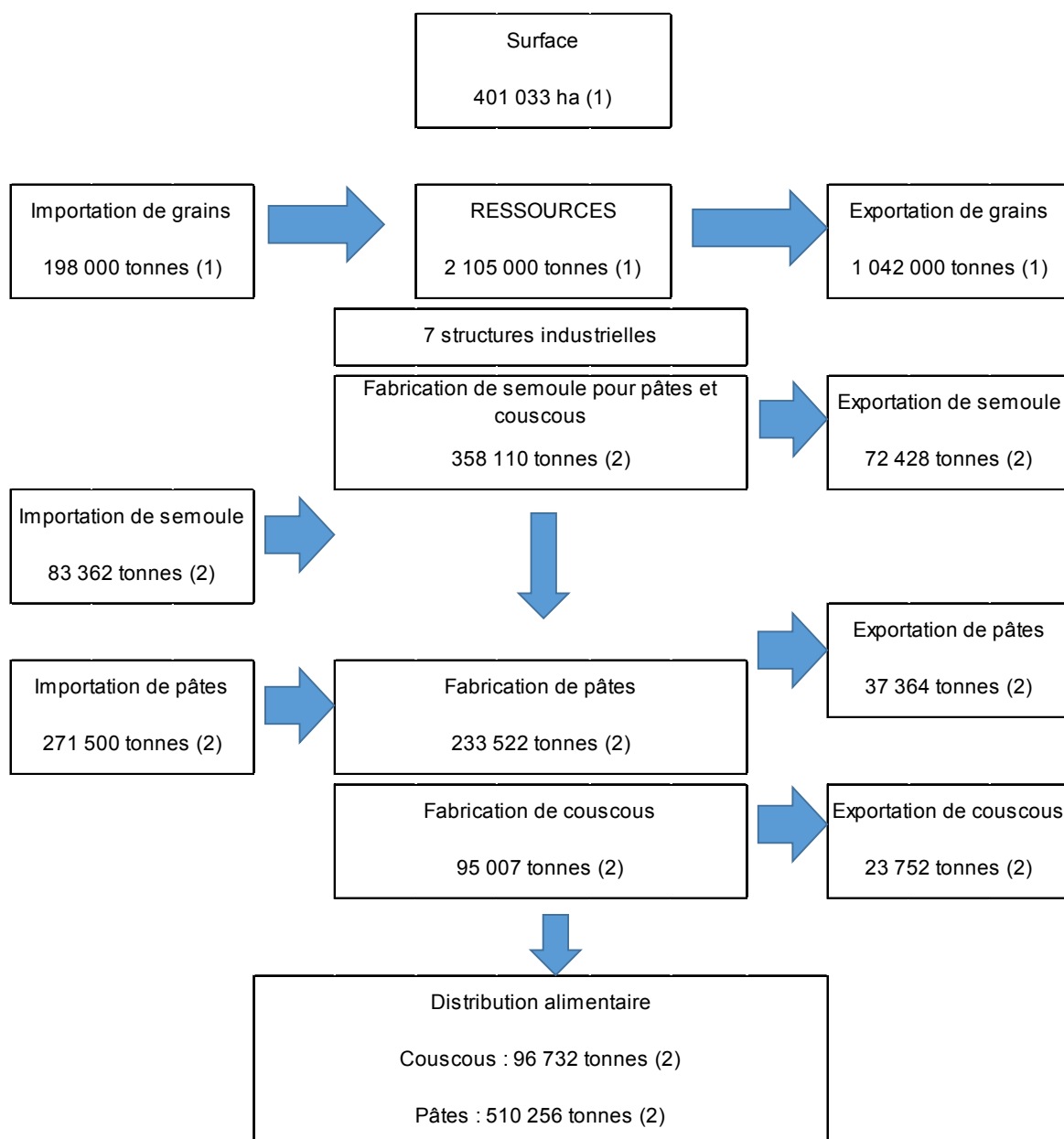
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées 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 8 – Pâtes alimentaires

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Schéma 12

Cartographie des flux dans la filière des pâtes alimentaires en 2017



Sources : (1) FranceAgriMer, Bilan provisoire Blé dur campagne 2016-2017, en février 2018
(2) SIFPAF - CFSI, 2015 <http://www.cfsi-sifpaf.com/index1.php>

Tableau 30

Origine du blé dur utilisé par les semouliers français

(Pourcentage du tonnage utilisé)

	Campagnes							
	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2015-15	2015-16	2016-17
France	93,70%	95,50%	93,60%	91,30%	97,74%	78,32%	95,29%	86,88%
Espagne	1,2%	1,5%	3,7%	0,9%	0,0%	0,0%	1,0%	9,1%
Italie	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,4%	0,5%	1,3%	1,3%
Belgique	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	0,0%
Total UE hors France	1,70%	2,10%	4,20%	1,30%	2,21%	8,24%	4,66%	13,12%
Canada	4,7%	2,5%	1,7%	5,7%	0,0%	13,4%	0,1%	0,0%
États Unis	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Inde	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Autres	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total pays tiers	4,70%	2,50%	2,20%	7,40%	0,05%	13,45%	0,05%	0,00%

Source : FranceAgriMer

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.

Jusqu'en 1962, 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 semouleries françaises. Les cinq semouleries sont en effet situées dans les villes portuaires de Marseille, de Rouen, de Gennevilliers et de Lyon 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 en France. Cette culture qui se concentrait principalement sur le pourtour méditerranéen, s'est ensuite étendue aux régions ex-Midi-Pyrénées, Centre-Val de Loire, ex-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. Après avoir atteint un maximum en 2010-2011 avec 507 000 hectares semés, la sole a significativement diminué (287 000 ha en 2014-2015). Toutefois, elle s'est redressée à partir de la campagne 2014-15 en partie grâce à un différentiel de prix avantageux par rapport au blé tendre, avec 286 754 ha, pour atteindre 318 856 ha en 15/16 et 401 033 ha sur la campagne 16/17. Pour la récolte 2017-2018 les surfaces ont légèrement diminué mais restent au-dessus de la moyenne quinquennale avec 370 009 ha de surfaces estimée. Cette hausse des surfaces est une des résultantes du plan de relance du blé dur 2015-2025 où l'objectif est de doubler la production française de blé dur d'ici 2025.

La récolte 2016 en blé dur ne reflétait pas la hausse des semis, puisque la sole en blé dur avait augmenté de 21% par rapport à 2015 alors que la production avait chuté de 9% à 1,6 Mt. La production pour la campagne 2017-2018 serait en hausse de plus de 25 % en comparaison avec 16/17. En effet, après un rendement très dégradé pour la récolte 2016-2017 - 42 q/ha -, celui de la campagne 2017-2018 affiche un record avec un niveau de 57,3 q/ha, niveau jamais atteint au cours des dix dernières campagnes (la moyenne quinquennale étant de 48 q/ha et la décennale de 50 q/ha).

Les semis d'hiver pour la campagne 2017/18 laissent entrevoir une nouvelle baisse (- 1,5% pour les semis blé dur d'hiver 2018 comparé à ceux de 2017, estimation du SSP de février 2018).

Cette nouvelle baisse s'explique en partie par les difficultés de la récolte 2016 mais également par un écart de prix avec le blé tendre moins important qu'au cours des années précédentes. Le différentiel de prix avec le blé tendre au moment des semis d'hiver était proche des 190 €/t en 2014, autour de 150 €/t en 2015, il était à peine de 70 €/t à l'automne 2016. Ce faible différentiel a de fait moins incité les agriculteurs à semer davantage de blé dur dans les régions où les deux cultures sont substituables.

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-pâtier français) situé à Chambéry dans les Alpes et qui fait partie de Galapagos, groupe spécialisé dans la biscuiterie et la pâtisserie industrielle.

Environ 60% de la production de blé dur français est exportée. Les expéditions vers les autres États membres de l'UE représentent la plus large part de ces exportations. L'Italie reste la première destination des exportations de blé dur de la France avec plus de 20 % en moyenne quinquennale. Vers les pays tiers, le blé dur français après avoir majoritairement été expédié vers l'Algérie, est devancé par le Maroc qui devient ^{la} première destination pays tiers depuis les 2 dernières campagnes à hauteur de 40%. En moyenne quinquennale cette destination représente 18 % contre 37 % pour l'Algérie. La même tendance est observée sur les 7 premiers mois de campagne 2017/18.

Les besoins de la semoulerie française s'avèrent relativement stables autour de 0,6 Mt de blé dur. La quantité de semoule produite est d'un peu moins de 0,5 Mt dont 80 % destinés à la fabrication de pâtes alimentaires et de couscous.

En 2017, 0,26 Mt de pâtes ont été produites en France. La consommation intérieure est telle que près de 0,29 Mt supplémentaires ont dû être importées (principalement d'Italie). La consommation française de pâtes est donc alimentée pour moitié par la fabrication française et pour l'autre moitié par le recours aux importations.

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Comme dans les autres filières, on cherche ici à approcher une décomposition du prix au détail des pâtes alimentaires en valeur de la matière première mobilisée par l'industrie française et marges brutes de cette dernière et de la distribution. Ceci suppose idéalement de disposer de données de prix de la matière première blé dur utilisée par l'industrie nationale, de prix de vente des pâtes par l'industrie nationale à la distribution, et de prix de vente au détail de ces produits dans la distribution. Or, **les données disponibles – faute d'enquête ad hoc auprès des industriels, ne permettent que de proposer des résultats approximatifs, qu'on ne devra donc considérer que comme des ordres de grandeur.**

La référence retenue comme **prix du blé dur matière première pour l'industrie nationale de la semoulerie** est, faute d'enquêtes *ad hoc* en entreprises, une moyenne des deux principales cotations nationales³⁷ et d'une cotation du blé dur canadien³⁸ majorée du coût du fret. La référence canadienne est pondérée par le poids des importations dans le tonnage utilisé par l'industrie nationale (cf. Tableau 30), les importations canadiennes constituant en général l'essentiel des importations ; les deux références françaises se partagent l'autre fraction. Bien que s'efforçant de prendre en compte la ressource importée, d'un prix en général plus élevé, **cette approche du prix de la matière première pour l'industrie nationale présente certains inconvénients :**

- les deux cotations nationales sont des prix « locaux », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales,
- il s'agit de cotations FOB, donc pour l'exportation,
- et le produit coté n'est pas intégralement destiné à la semoulerie française.

La concentration des opérateurs conduit à ne pas diffuser d'information sur les prix moyens mensuels de commercialisation par l'industrie 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, le SSP diffuse l'enquête Prodcom donnant des prix moyens annuels en niveau de certaines catégories de pâtes et l'Insee diffuse l'indice mensuel du prix des pâtes alimentaires dans l'industrie, ce prix moyen annuel et cet indice, publics, sont utilisés 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 confondus. 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.

En outre, ce prix moyen mensuel des pâtes au détail comprend des produits importés, ce qui constitue un biais éventuellement important lorsqu'on décompose ce prix en matière première et marges brutes de l'industrie française et de la distribution.

Faute d'utilisation de données de prix moyen mensuel sortie industrie en niveau, sur les représentations graphiques suivantes décomposant mensuellement le prix au détail, on s'en tient à une approche en termes d'« *indicateur de marge brute agrégée industrie-distribution* ». Par ailleurs, cet indicateur de marge brute agrégée mensuelle est calculé sur la base des prix moyens de la matière première blé dur (avec les limites évoquées 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. Une décomposition en moyenne annuelle du prix au détail est par ailleurs proposée. 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 cet « *indicateur de marge brute agrégée* » sur matière première nationale (blé dur produit en France) assez approximative.

³⁷ « Fob Port-La-Nouvelle » et « Fob Atlantique », source : presse spécialisée « La Dépêche ».

³⁸ « CWAD Fob Saint-Laurent », source : CIC.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE 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.

Sur la période 2010-2017 couverte par le Graphique 150, le prix moyen mensuel au détail des pâtes supérieures tous circuits présente deux phases : il se situe autour entre 1,62 et 1,65 € / kg jusqu'en 2013, puis décroche pour se situer entre 1,53 et 1,57 € / kg de 2014 à 2017. Ces deux phases du prix au détail sont relativement déconnectées des évolutions du coût de la matière première, la baisse du prix au détail paraissant principalement liée depuis 2014 à celle de l'indicateur de marge brute de la distribution.

L'augmentation du prix du blé dur de juillet 2014 à janvier 2015 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 répercutée au niveau du prix au détail, l'aval ayant amorti cette hausse par une modération de ses marges brutes.

La baisse du coût en matière première en 2016 ne semble pas répercutée dans le prix au détail, qui reste au niveau de 2015. En 2017, un coût en matière première équivalent se traduit en revanche par une baisse du prix au détail, due à la réduction de l'indicateur de marge brute de l'industrie.

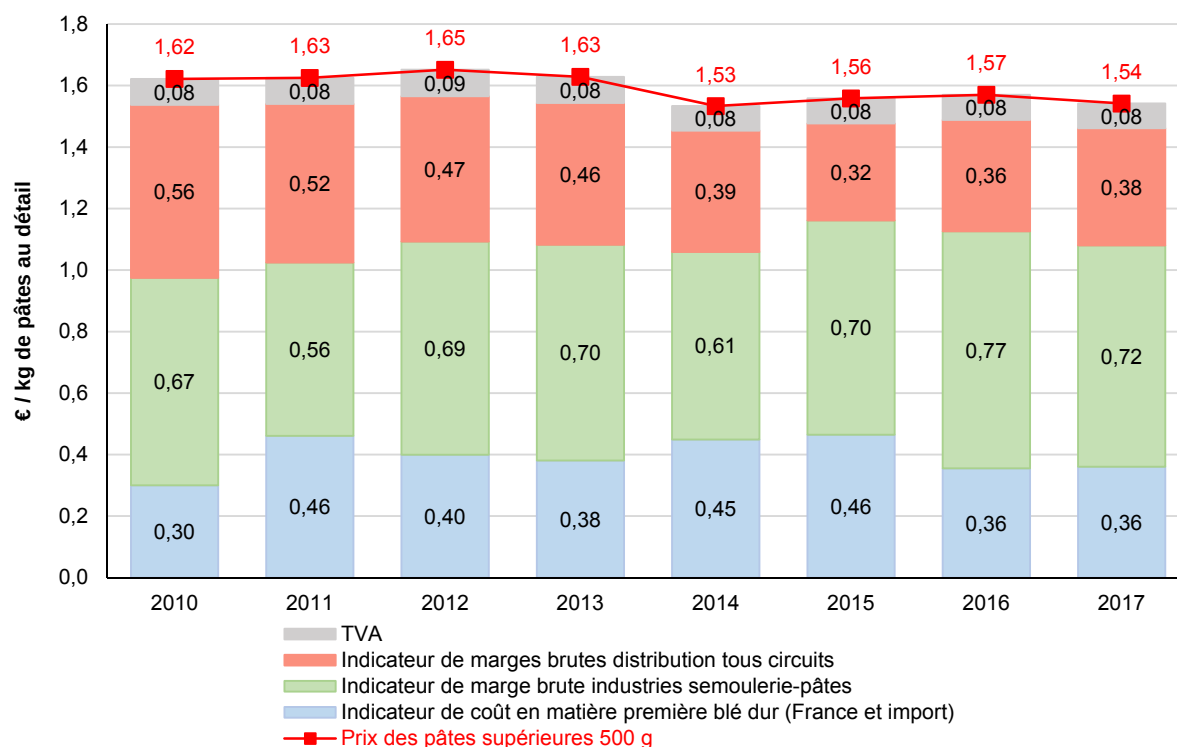
On rappelle que ces indicateurs de marges brutes couvrent les charges et bénéfices des opérateurs de l'aval de la filière : industrie de la semoulerie et de la pasterie, commerce inter-entreprises, commerce de détail. La nature et l'évolution de ces charges seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de la présentation des comptes de l'industrie de la semoulerie et des pâtes alimentaires.

Le poids de la matière première en moyenne annuelle varie depuis 2008 entre 35% et 45% de la valeur sortie industrie et entre 25% et 35% du prix au détail (Graphique 152), avec des maxima mensuels qui peuvent être plus élevés. Notons que les taux mensuels 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 150

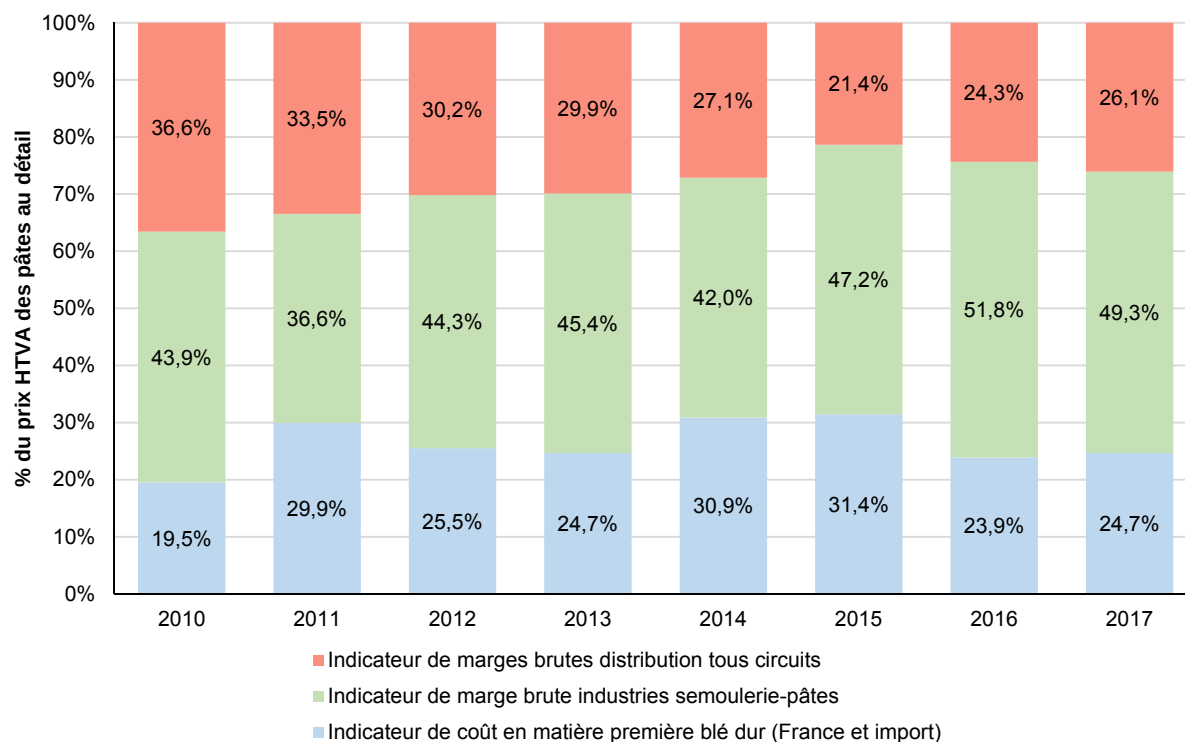
Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marges brutes de l'industrie et du commerce de détail



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

Graphique 151

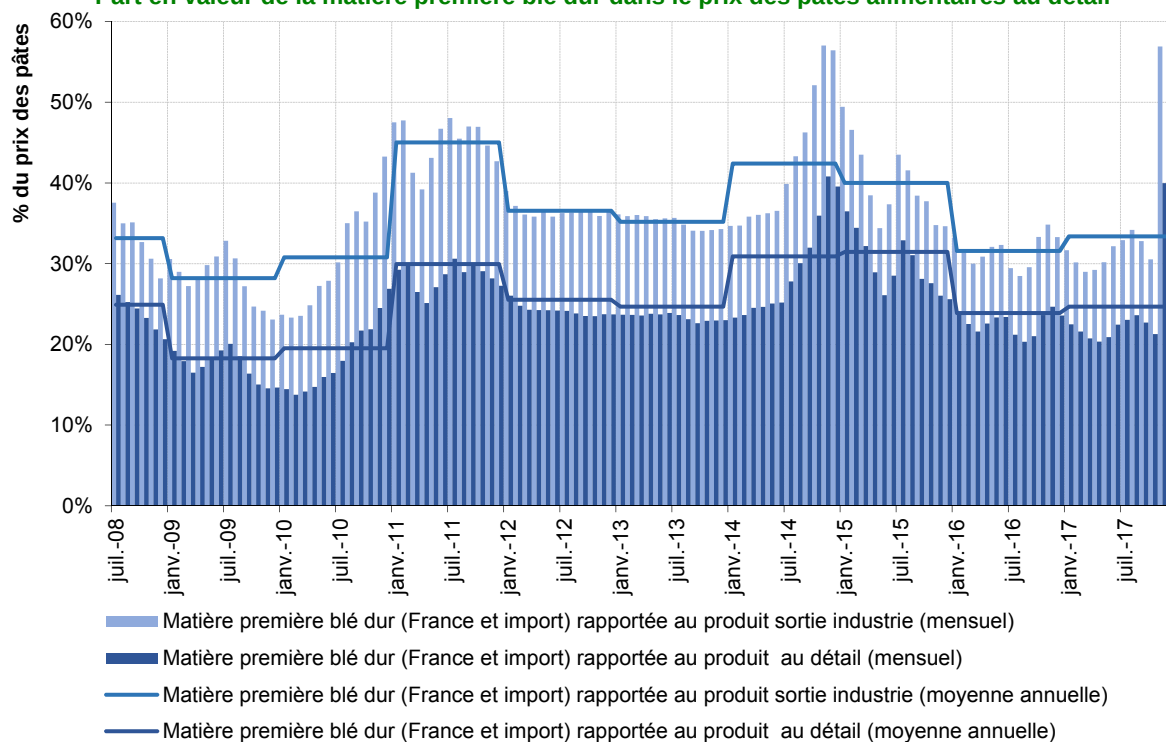
Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marges brutes de l'industrie et du commerce de détail



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

Graphique 152

Part en valeur de la matière première blé dur dans le prix des pâtes alimentaires au détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, Insee (Prodcom)

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ DUR ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ DUR

4.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur

L'échantillon issu du Rica des exploitations relativement spécialisées en blé dur est constitué de 23 à 45 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 977 à 1 946 exploitations, réalisant 27,66 % de la production annuelle de blé dur en 2016 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé dur constitue, selon les années, de 47 % à 61 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 8 % à 33 % (Graphique 153). Il passe de 22 % des produits en 2015 (34 928 € pour 157 090 € de produits) à 8 % en 2016 (12 085 € pour 152 622 € de produits). Les charges (en valeur) augmentent de 15 % entre 2015 et 2016 et en particulier les postes « Amortissements », « Fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances et frais de personnel salarié » et « Intrants cultures ». Le produit blé dur diminue de 10,8 % entre 2015 et 2016, les autres produits de 1,6 %. Les subventions d'exploitation, en hausse de 14,4% ne permettent pas de compenser cette baisse. Ainsi, le produit total diminue de 2,8 % et entraîne une baisse du résultat courant de 65,4 % (en valeur).

Le résultat courant avant impôt (en valeur) par unité de travail annuel non salarié passe de 29 793 € en 2015 à 9 749 € en 2016 (Graphique 155).

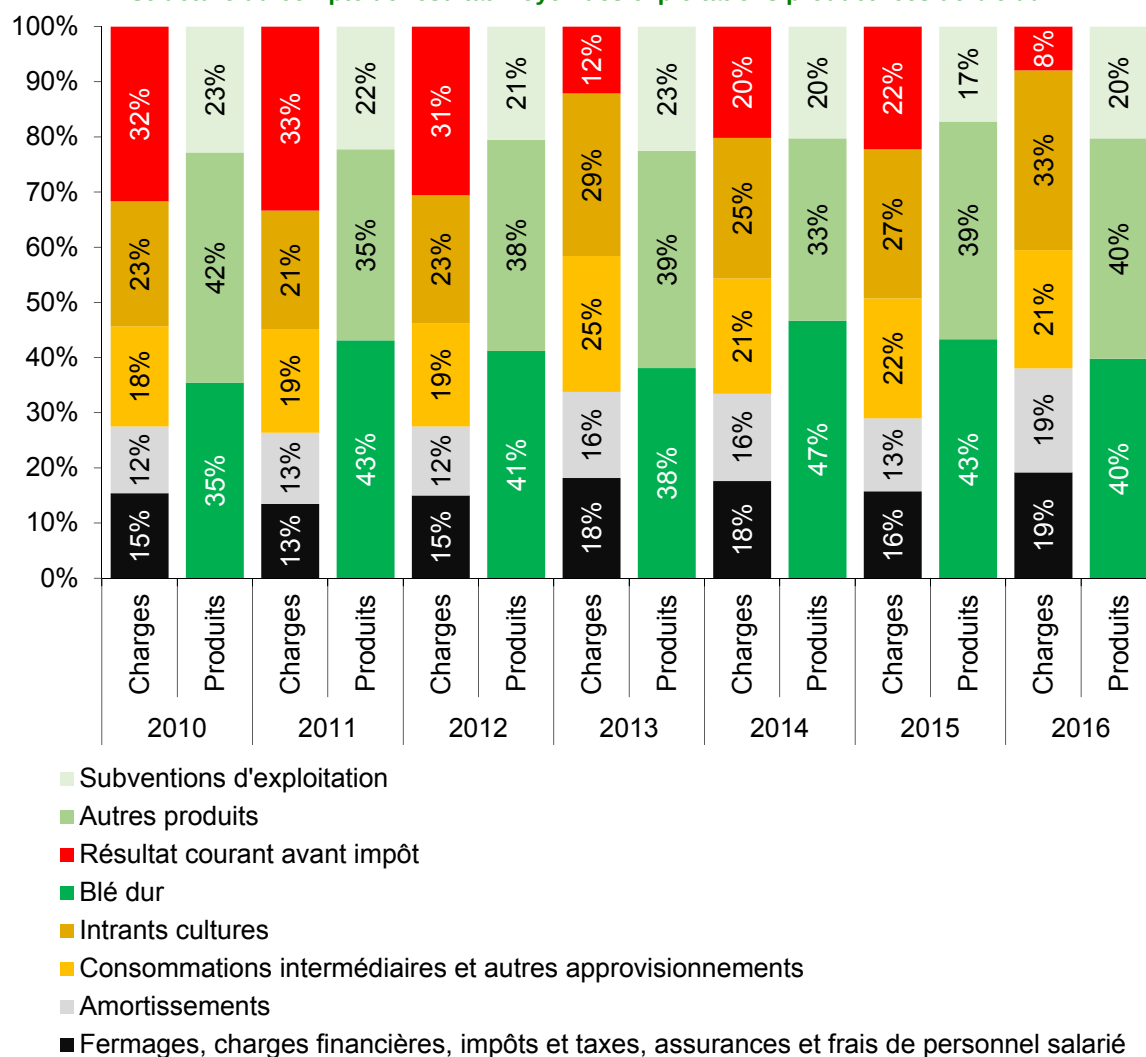
Selon le bilan conjoncturel 2017, produit par le SSP (Ministère de l'agriculture et de l'alimentation), les rendements ont augmenté fortement en 2017 (+ 34 %) tandis que les prix (IPPAP blé dur) diminuaient de 7,4 %. <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

Le bilan conjoncturel d'Agreste peut également être consulté :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 153

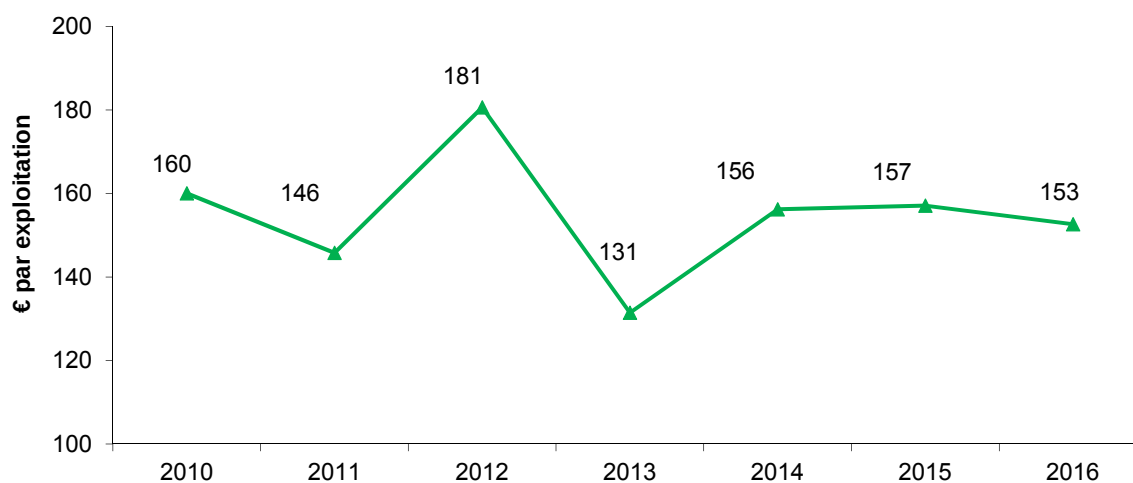
Structure du compte de résultat moyen des exploitations productrices de blé dur



Source : Rica (SSP)

Graphique 154

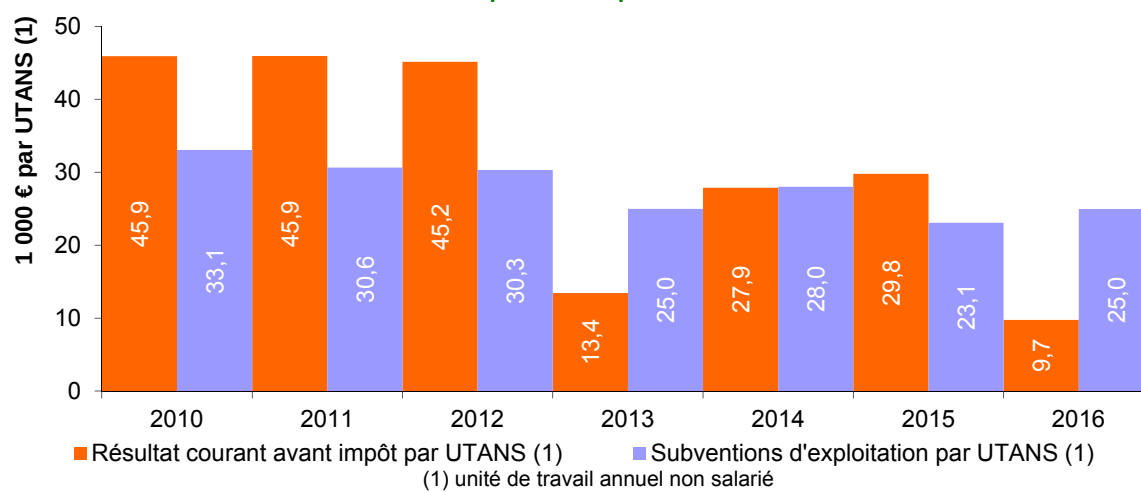
Montant moyen des produits courants par exploitation productrice de blé dur



Source : Rica (SSP)

Graphique 155

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 très réduit : 35 exploitations en 2016 ;
- le degré de spécialisation (rapport du produit étudié et de la production nette des achats d'animaux) est inférieur à 61 % quelle que soit l'année considérée ; il est de 52 % en 2016.

Il est à noter également que les rendements à l'hectare de l'échantillon (de 51,0 q/ha à 60,6 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.

4.2. Coût de production du blé dur

L'observatoire de la formation des prix et des marges ne dispose pas pour l'instant de données relatives au coût de production du blé dur.

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

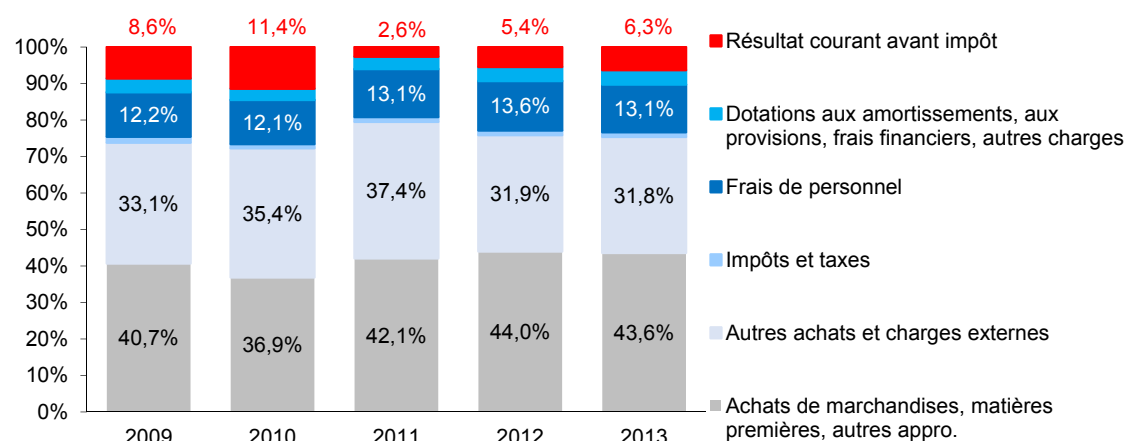
5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et l'absence de résultats diffusés à un niveau fin de nomenclature en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus d'utiliser cette source. En concertation avec les membres du groupe de travail « Blé dur – pâtes alimentaires » et après comparaison entre les résultats obtenus par cette analyse et les résultats obtenus précédemment avec les données de la base Esane, il a été décidé d'utiliser les comptes des entreprises fabricants des pâtes alimentaires sèches et fraîches (code N.A.F. 10.73 Z) déposés aux greffes des tribunaux de commerce et publiés sur la base Diane (Bureau Van Dijk). Pour rappel, les résultats obtenus précédemment par l'analyse des données disponibles dans Esane sont présentés dans ce graphique :

Graphique 156

Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires (ancienne série)



Source : Insee (Esane)

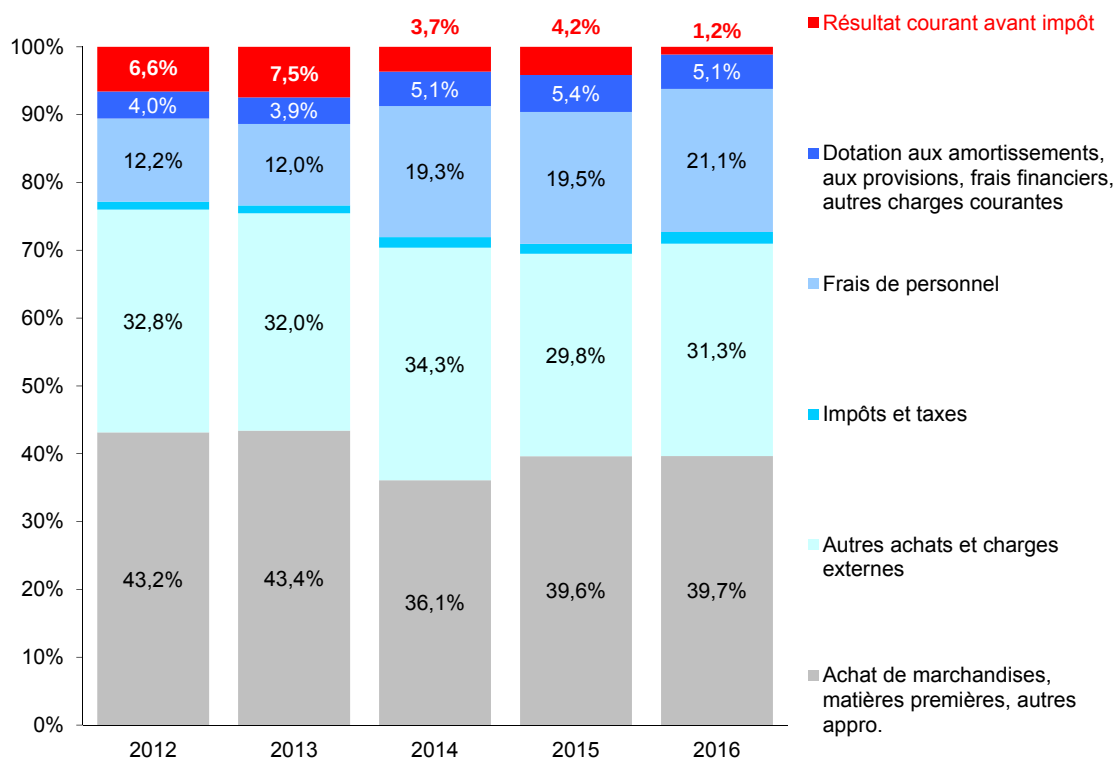
Selon les années, l'échantillon de la base Diane désormais utilisée est composé de 31 (2016) à 84 entreprises productrices de pâtes sèches ou fraîches. Le chiffre d'affaires de cet échantillon varie de 203,8 millions à 948,8 millions d'euros sur la période étudiée. En 2013, il représente 83 % du chiffre d'affaires du secteur (source : Esane – Données 2013). La représentativité de l'échantillon diminue ensuite à 42 % en 2016 (représentativité calculée sur la base de la production des entreprises en 2016 – Prodcum).

La part des achats de marchandises, de matières premières et des autres approvisionnements est importante dans l'industrie des pâtes - il s'agit en particulier de l'achat de blé dur. Les résultats de ces entreprises peuvent donc être fortement affectés par les variations des cours de la matière première. En 2016, le poste matière premières et autres approvisionnements est stable par rapport à 2015, passant de 39,6 % à 39,7 % des produits courants. Ces derniers s'élèvent à 229,3 M€ en 2015 contre 207,8 M€ en 2016. Ainsi, la marge brute est constante (60,4 % environ). Les autres achats et charges externes augmentent, tout comme les frais de personnel et les impôts et taxes. Donc, le taux de résultat courant avant impôt des entreprises fabricant des pâtes alimentaires de l'échantillon baisse entre 2015 (4,2 % du total des produits) et 2016 (1,2 % du total des produits).

Les comptes 2017 ne sont pas encore disponibles. Toutefois, comme indiqué dans le chapitre 2. Données de cadrage, lors de cette année, le prix du blé dur français diminue de 7,4 % ; le prix moyen des pâtes à la sortie de l'industrie baisse également mais de manière moins accentuée ainsi, l'écart relatif entre prix des pâtes et prix du blé dur progresse en 2017 (cf. Tableau 3, ligne « filière blé dur-pâtes alimentaires 2017 », colonne « écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole »). Le prix des pâtes à la consommation diminue également mais plus faiblement (en pourcentage de leur propre prix) que dans l'industrie. Ainsi l'écart entre ces deux prix augmente en 2017.

Graphique 157

Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires



Source : comptes des entreprises du code du secteur de la fabrication des pâtes alimentaires (N.A.F. 10.73 Z) publiés sur la base Diane

6. 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 (données 2014).

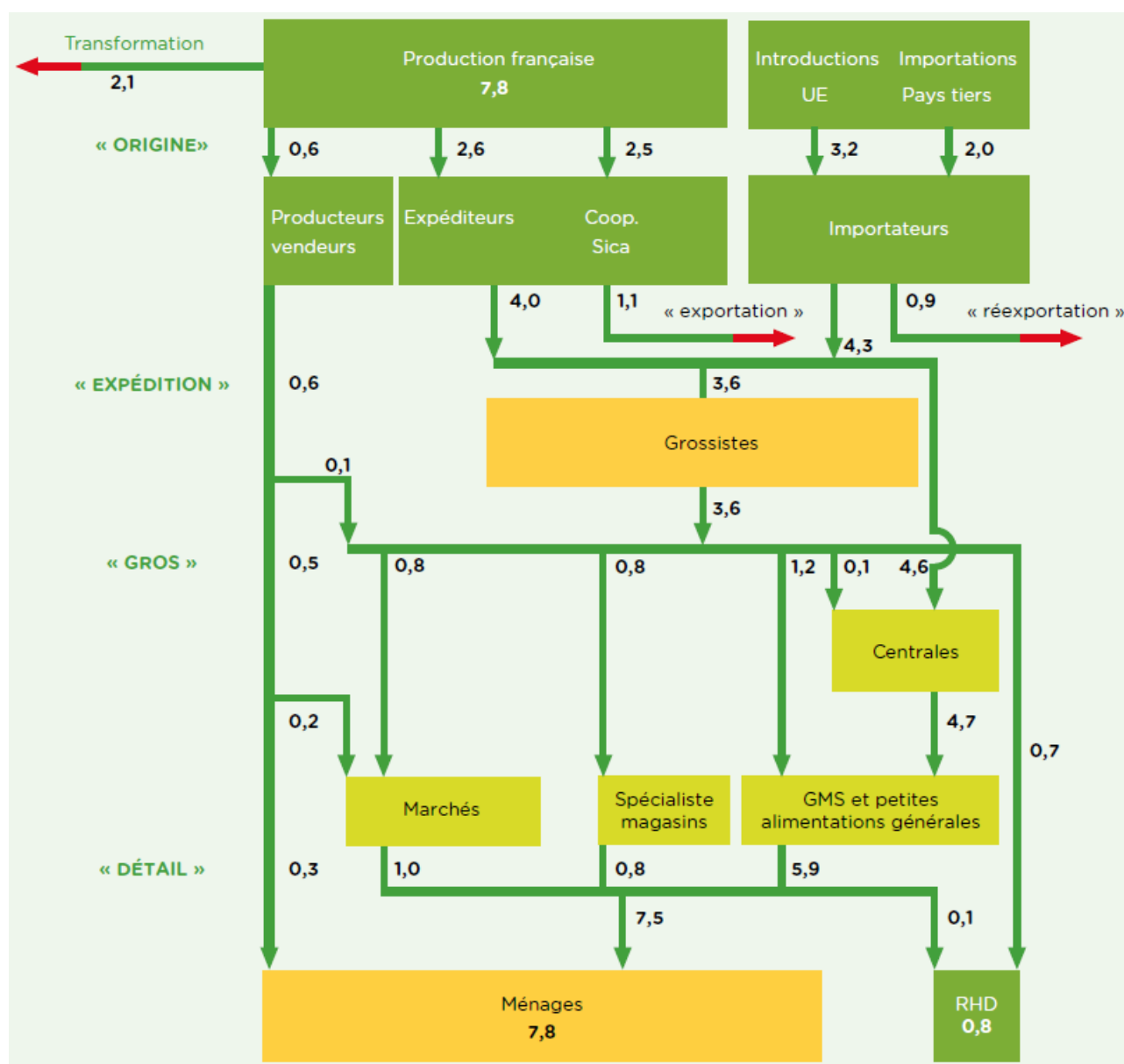
Section 9 – Fruits et légumes

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES FRUITS ET LÉGUMES

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 tonnage) et en page suivante (en valeur).

Schéma 13

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France
en millions de tonnes - Année 2016



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).
CTIFL-Infos, septembre 2017. D'après Douanes, Insee, SSP, Kantar Worldpanel

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 (« ménages », 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 maxi discompteurs et supérettes), lesquelles distribuent environ 60 % des fruits et des légumes achetés par les ménages. Les prix de détail observés sont les prix proposés 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 de façon directe par des producteurs agricoles indépendants 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 ou sociétés d'intérêt collectif agricole, statuts desquels peuvent relever des organisations de producteurs (OP) de fruits et légumes.

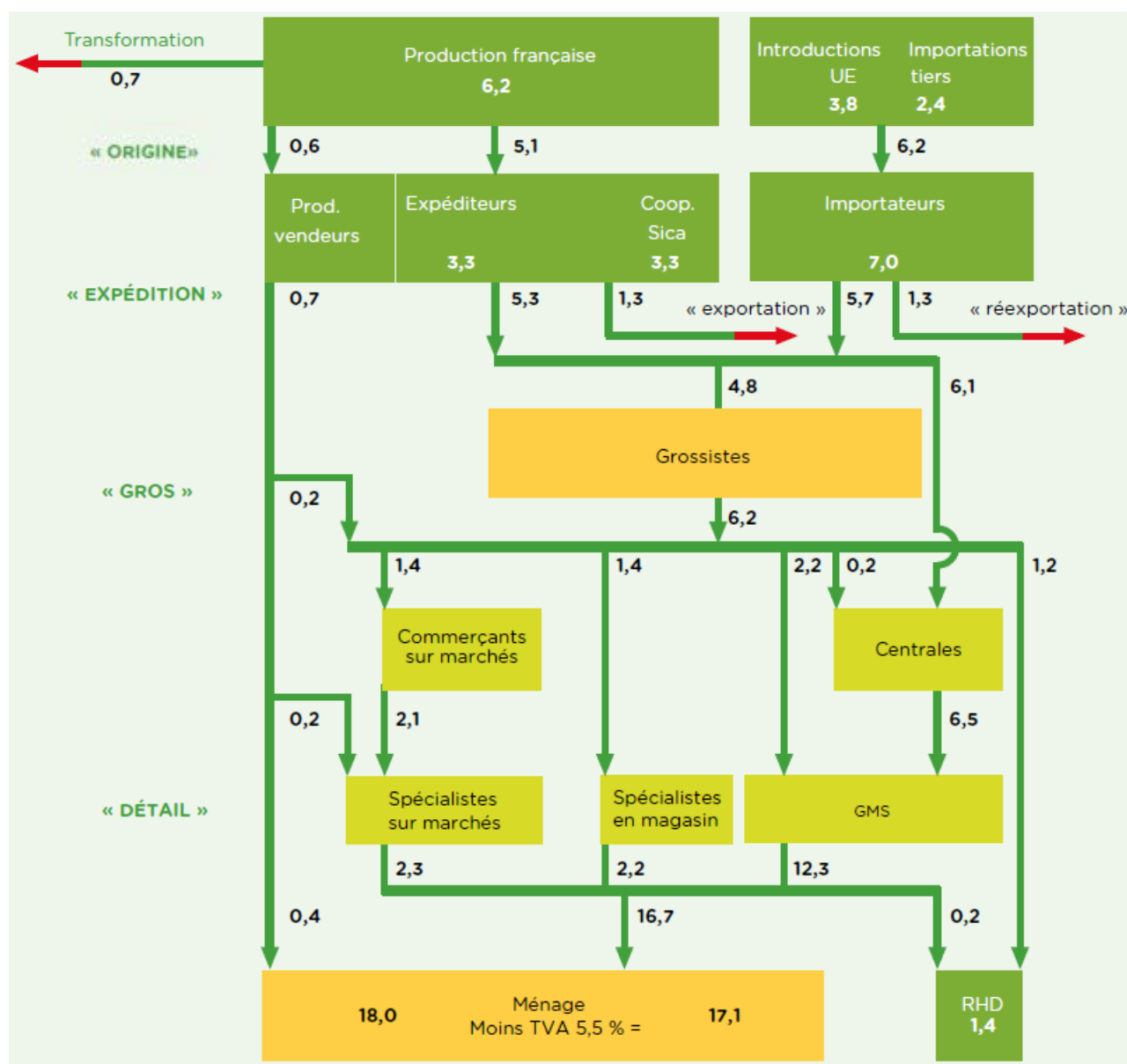
Ces expéditeurs relèvent du secteur du commerce de gros mais assurent ici les fonctions de regroupement de l'offre agricole, de tri, calibrage et conditionnement ; ils réalisent la négociation avec les grossistes ou les centrales d'achats et rémunèrent les producteurs agricoles sur la base du prix ainsi 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.

Schéma 14

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France
en milliards d'€ hors TVA - Année 2016



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).
CTIFL-Infos, septembre 2017. 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 les éditions précédentes.

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 station* », 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).

Cet indicateur de marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près⁴⁰ et avant frais logistiques, 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 semaine n°4 est le 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 consommateurs Kantar Worldpanel, corrigées pour ne tenir compte

⁴⁰ 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.

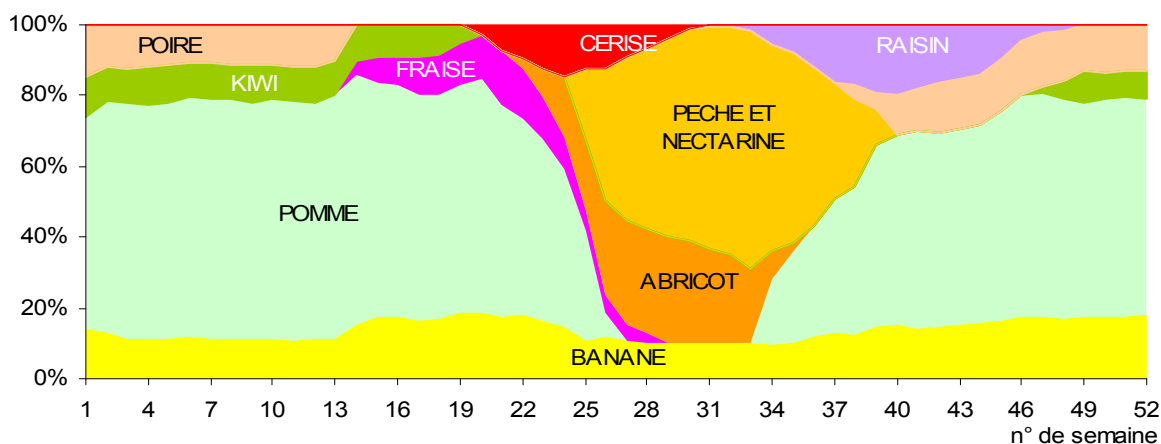
que des achats de produits français. Elles dépendent également des périodes de cotation (pleine campagne pour les produits peu ou pas présents à certaines périodes de l'année).

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 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 158

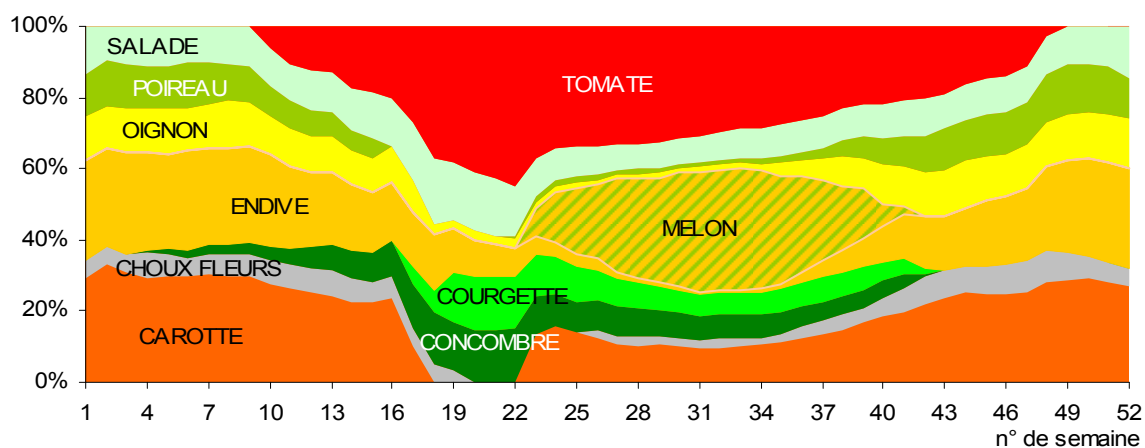
Composition hebdomadaire du panier Fruits de l'observatoire



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 159

Composition hebdomadaire du panier Légumes de l'observatoire



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 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de fruits défini par l'observatoire. L'actualisation des données de cette étude conduit aux résultats suivants.

La relation de longue période entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 160) a tendance à être fortement linéaire sur la période étudiée (2008-2017), elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 1,51 \text{ prix expédition} + 0,54, \text{ avec } R^2 = 0,90.$$

Le paramètre 1,51 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 :

$$\text{marge brute} = 0,54 + 0,51 \text{ prix expédition}$$

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 161 et Graphique 162) avec un pic en semaines 26 ou 27 (fin juin-début juillet) pour les prix et 24 ou 25 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 de produits commercialisés en début de campagne avec une offre encore limitée et des prix élevés.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 163), le prix au détail suit de près les variations du prix à l'expédition ; leurs évolutions sont en phase jusqu'en 2012, puis le prix au détail progresse plus vite que le prix à l'expédition et l'indicateur de 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 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de légumes défini par l'observatoire. L'actualisation des données de cette étude conduit aux résultats suivants.

La relation entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 164) est faiblement linéaire sur la période étudiée (2008-2017), avec un $R^2 = 0,5$; l'équation étant de la forme :

$$\text{prix détail} = 0,93 \text{ prix expédition} + 0,96$$

Le paramètre 0,93 de cette relation linéaire s'avère significativement inférieur à 1 à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,96 - 0,07 \text{ prix expédition}$$

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.

Les prix à l'expédition et au détail présentent une saisonnalité avec deux pics inégaux en semaine 19 et 27, décalés selon les campagnes (Graphique 166), l'indicateur de marge brute présente un profil saisonnier différent (Graphique 165), 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 167), le prix au détail suit d'assez près les variations du prix à l'expédition. Leurs évolutions sont en phase, du moins jusqu'en 2014, où le prix au détail progresse alors que le prix à l'expédition diminue puis croît plus lentement, ce qui entraîne la hausse de l'indicateur de marge brute.

3.3. La conjoncture des paniers saisonniers de fruits et de légumes au cours de 2017

L'année 2017 est marquée par des marges brutes en hausse pour les deux paniers, et des prix en hausse pour le panier de fruits, et en baisse pour les légumes (Tableau 31). Le prix moyen annuel à l'expédition⁴¹ du panier de fruits augmente de 5,1%, celui des légumes diminue de 6,1%. Au détail en GMS, le prix du panier de fruits est en hausse de 1,3 % et celui de légumes est quasi stable. À noter que l'indice de l'Insee des prix à la consommation des légumes, établi sur un ensemble de produits plus large (et comprenant les importations) indique également une quasi-stagnation de ce prix. À ces évolutions s'ajoute un indicateur de marge brute de distribution en hausse pour les fruits, comme pour les légumes.

Selon le [Bilan conjoncturel Agreste](#) (SSP, 2017), ces évolutions des prix des fruits et légumes en 2017 résultent de productions variables, mais parfois en nette hausse par rapport à l'année précédente, sous l'effet d'un printemps précoce et bien ensoleillé. Les productions d'été en provenance des différents bassins mais également de l'étranger se sont souvent télescopées sur les étals et les excédents ont été difficiles à écouler (abricot, melon, concombre), malgré une demande stimulée par un été chaud.

Avec des températures dans l'ensemble conformes aux normales pendant l'hiver 2017, la demande a été soutenue en légumes d'hiver, tout en rendant les arrachages plus difficiles ou retardant la maturité des légumes. Le redoux et le retour des pluies en fin d'hiver ont accéléré le cycle végétatif des cultures (salade, chou-fleur). Avec l'arrivée d'un printemps précoce et bien ensoleillé, la croissance des légumes d'été a bénéficié de conditions favorables malgré une pluviosité insuffisante pour les racines et les plants, notamment en avril. Les gelées tardives ont pénalisé les vergers de fruits à pépin (pommes) mais n'ont que très peu touché ceux des fruits à noyau (abricot, pêche, cerise) au moment de la nouaison et de la floraison. Ces températures plutôt clémentes ont entraîné une précocité des calendriers de production et la mise en marché simultanée des récoltes issues des différents bassins de production, rendant leur écoulement d'autant plus difficile (melon, concombre) que les produits importés arrivaient sur les étals. Les conditions estivales ont stimulé la consommation des fruits et des légumes d'été mais les pics de chaleur ont aussi fragilisé les récoltes et la qualité des produits (salade, fraise, pomme). La fin d'été plus fraîche et pluvieuse a été bénéfique aux racines d'endive mais a fragilisé les productions comme celles de courgettes. Les surfaces sont restées relativement stables, à l'exception de celles de la pêche, de la carotte et à un moindre degré, de la poire et de la laitue.

Tableau 31

Prix et marge brute moyens annuels des paniers saisonniers de fruits et de légumes

Moyennes annuelles issues des données de prix hebdomadaires pondérées par la consommation

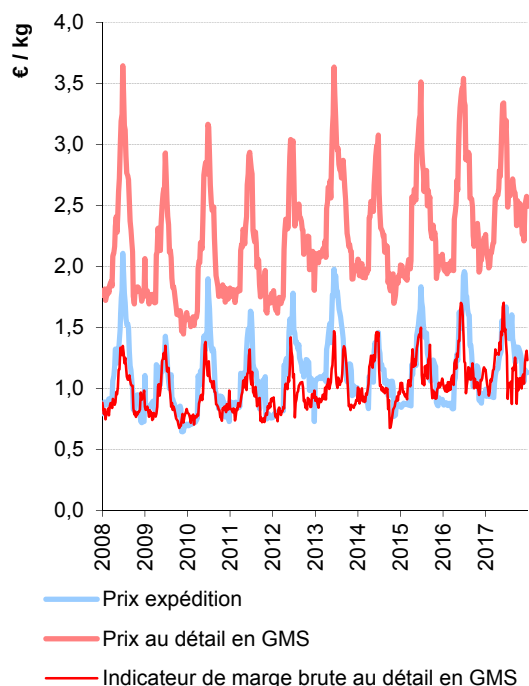
	Prix Expédition				Indicateur de marge brute circuit de distribution en GMS				Prix Détail en GMS (hors TVA)		
	2017 (€/kg)	2016 (€/kg)	Variation 2017-16 % prix expédition 2016	Variation 2017-16 % prix détail 2016	2017 (€/kg)	2016 (€/kg)	Variation 2017-16 % indicateur marge brute 2016	Variation 2017-16 % du prix détail 2016	2017 (€/kg)	2016 (€/kg)	Variation 2017-16 % du prix détail 2016
	(1)			(2)				(4)			(6) = (2) + (4)
Fruits frais panier saisonnier	1,22	1,21	1,1%	1,06%	1,17	1,15	1,7%	1,67%	2,39	2,36	1,3%
Légumes frais panier saisonnier	0,82	0,88	-6,1%	-6,05%	0,99	0,93	6,2%	6,15%	1,81	1,80	0,2%

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer – Réseau des Nouvelles des marchés, Kantar Worldpanel (pour pondération)

⁴¹ Rappel : le prix à l'expédition (fruits et légumes triés et conditionnés, prêts à partir pour les plateformes de la distribution) est généralement celui de la 1^{ère} mise en marché, donc le plus près possible du prix rémunérant le producteur, dont il constitue l'indicateur bien qu'il en diffère par la marge de l'expéditeur.

Graphique 160

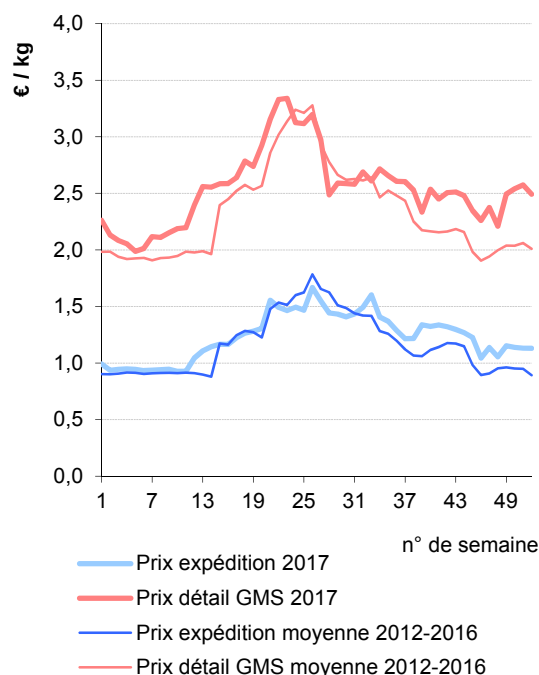
Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits de 2008 à 2017



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 162

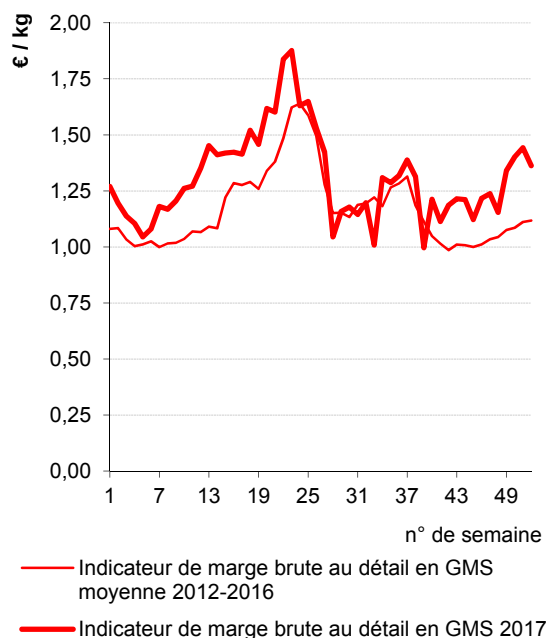
Prix du panier Fruits par campagne



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 161

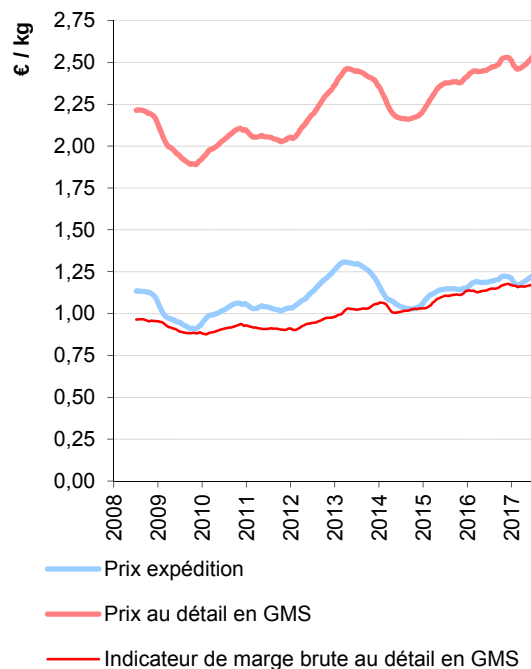
Indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits par campagne



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 163

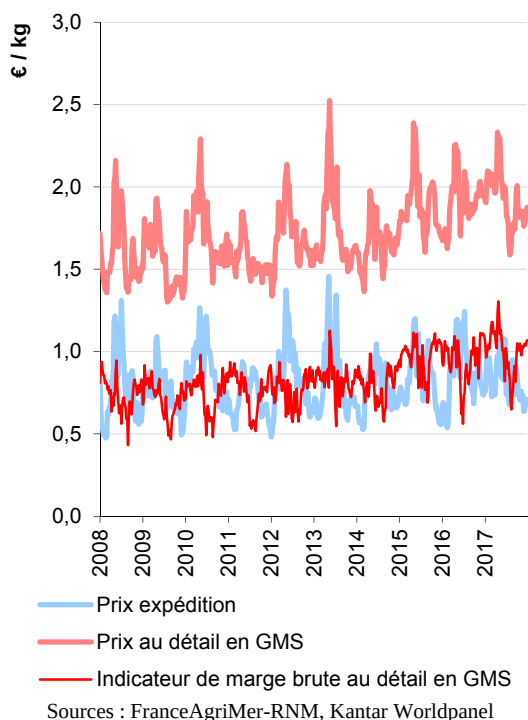
Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

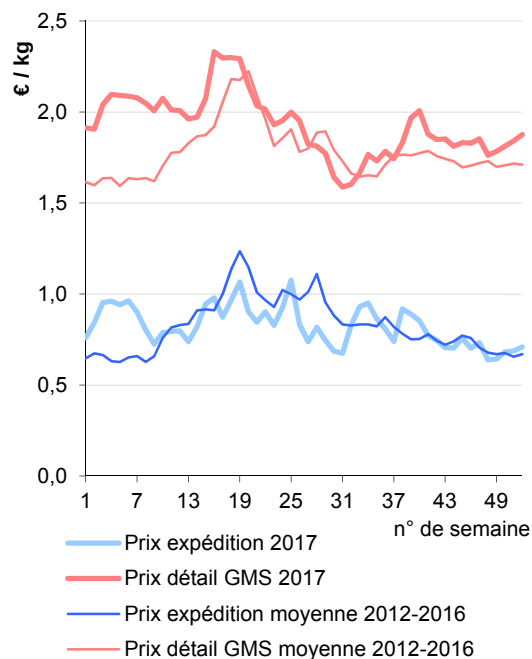
Graphique 164

Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes de 2008 à 2017



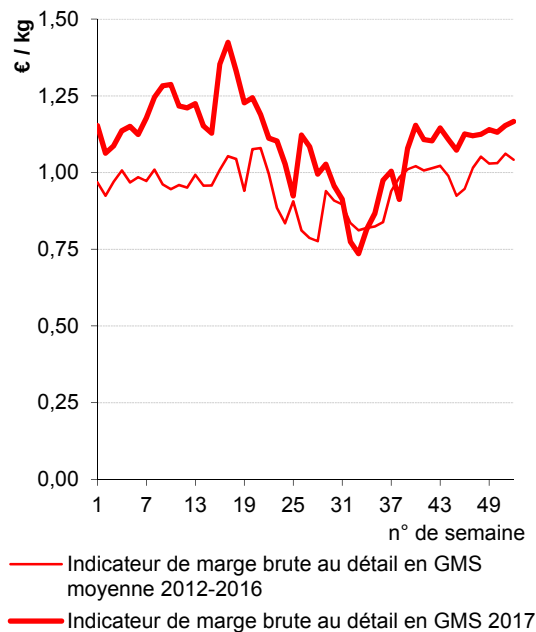
Graphique 166

Prix du panier Légumes par campagne



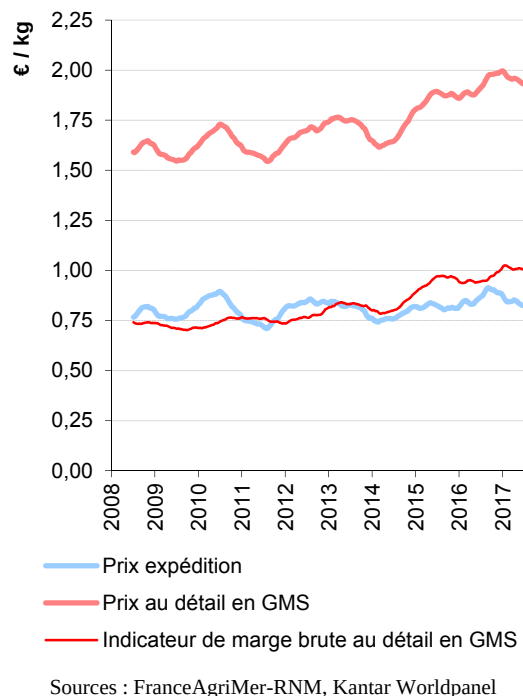
Graphique 165

Indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes par campagne



Graphique 167

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes



3.4. 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 deux produits seulement parmi tous ceux suivis par l'observatoire (cf. site internet www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr) :

- concombre (origine France) ;
- abricot (origine France).

Pour ces produits, 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 2000 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 32

Les campagnes décrites dans le rapport

Produit	Dates standard extrêmes de début de campagne et de fin de campagne	Campagnes décrites dans les graphiques
Concombre	1 ^{er} janvier – 31 décembre	2000 à 2017
Abricot	de la semaine 20 à la semaine 35 (même année civile)	2000 à 2017

3.4.1. Concombre

Les prix et la marge brute en longue période

Le produit suivi est le concombre, catégorie I et calibre 400-500g, provenant de divers bassins de production français.

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). La campagne de commercialisation se déroule approximativement de février (début du calendrier de production dans le Centre-Ouest) à fin octobre (fin du calendrier de production dans le Sud).

Au stade 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.

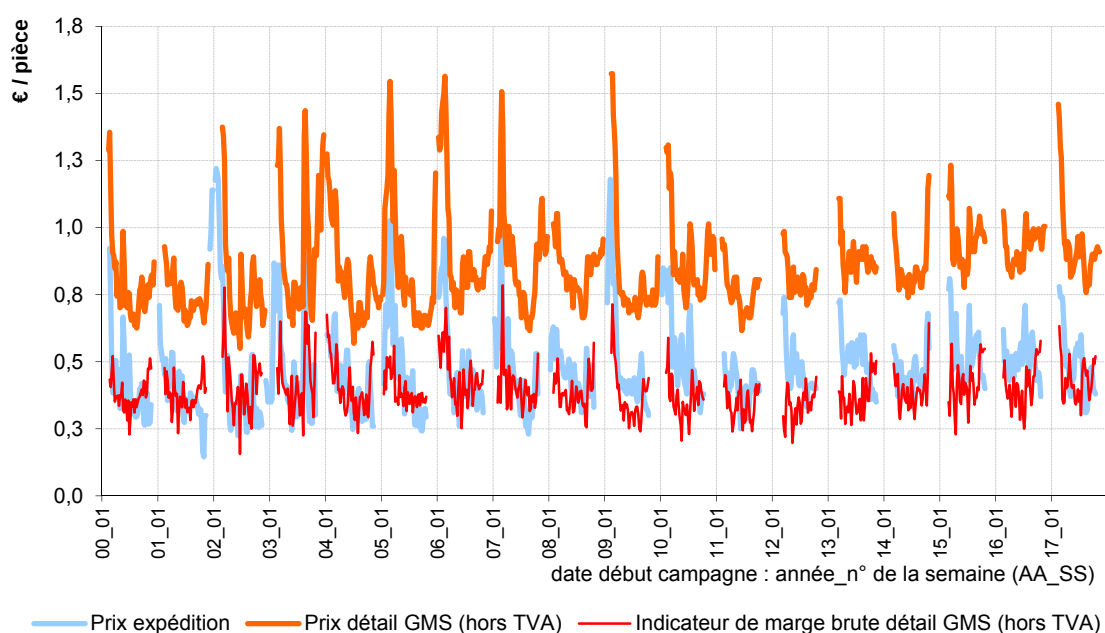
Malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, les évolutions de l'indicateur de marge brute sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels. En fait, le prix au détail du concombre est bien corrélé linéairement au prix à l'expédition (R^2 proche de 1), dans une relation de type.

$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m$$

le coefficient b du prix à l'expédition dans l'équation s'avère, selon le test statistique usuel, non significativement différent de 1 : ceci caractérise une tendance de marge brute constante.

Graphique 168

Prix et indicateur de marge brute en GMS du concombre de 2000 à 2017

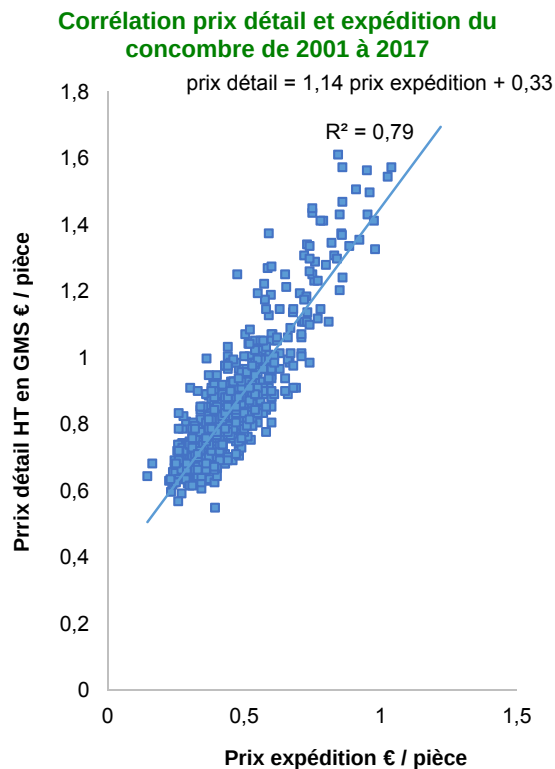


Sources : FranceAgriMer-RNM

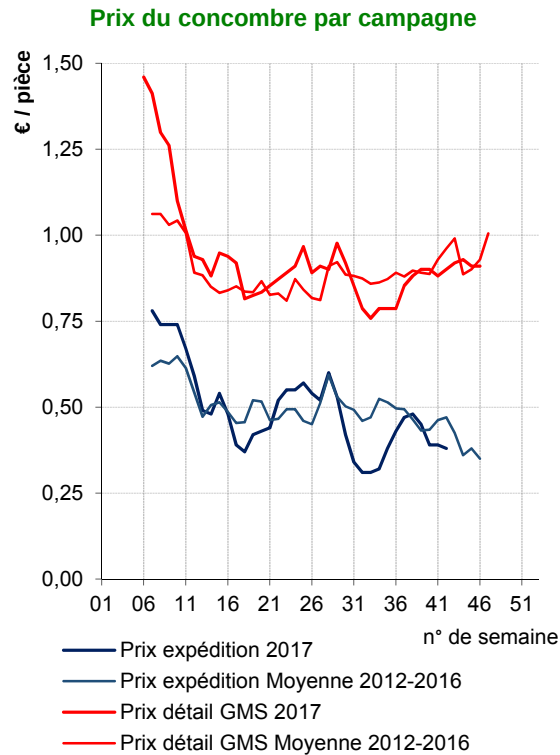
La dernière campagne

La production de concombres de la campagne 2017 dépasse celle de 2016 et de la moyenne quinquennale 2012-2016 respectivement de 3% et 5% ([Bilan conjoncturel Agreste](#)). À partir de mars 2017, les cours ont commencé à s'infléchir à la baisse avec la montée en puissance de la production et son écoulement difficile sur le marché intérieur et à l'exportation, malgré une concurrence espagnole moins présente. Les dons et les destructions pour réduire les apports ainsi que les opérations promotionnelles n'ont pas permis d'endiguer la chute des cours. Le légume a été déclaré en crise conjoncturelle du 2 au 10 mai, puis du 2 août au 4 septembre 2017. La marge brute GMS en 2017 a été proche de la marge brute 2012-2016, voire supérieure en début de campagne, et autour des situations de crise conjoncturelle.

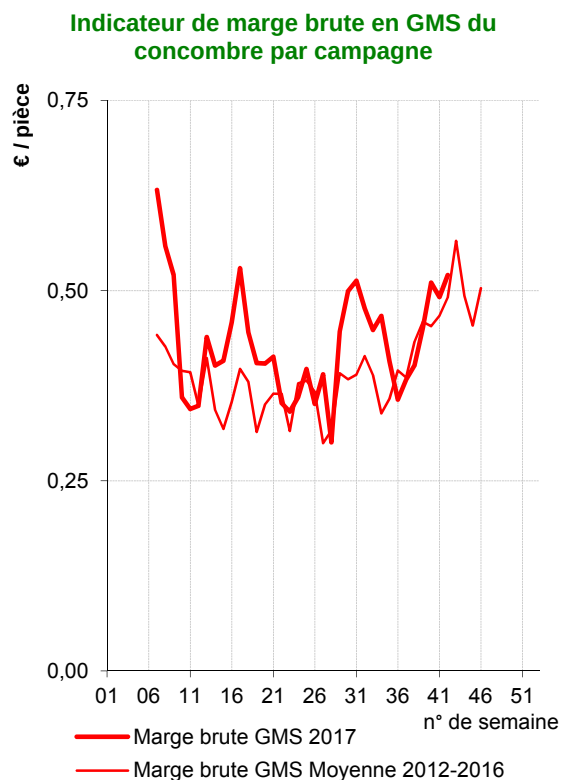
Graphique 169



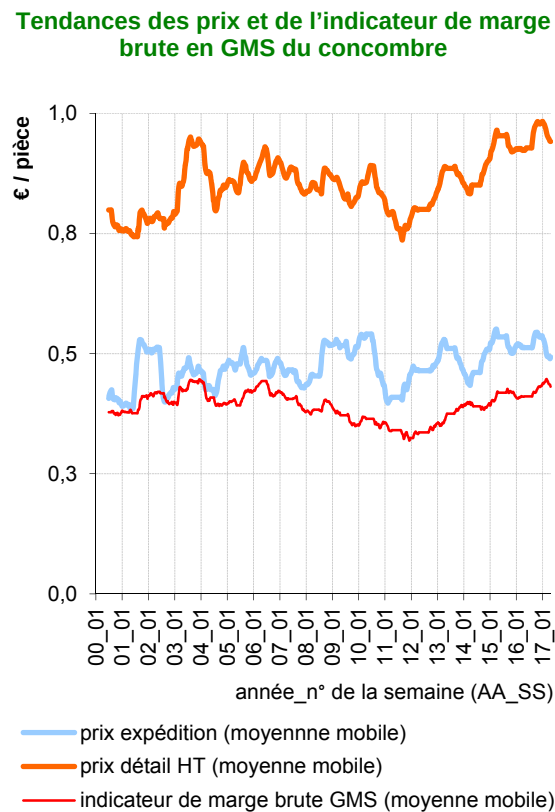
Graphique 171



Graphique 170



Graphique 172



Sources : FranceAgriMer-RNM

3.4.2. Abricot

Les prix et la marge brute en longue période

Le produit suivi est l'abricot, catégorie I, de différents calibres et de différentes variétés, provenant des principaux bassins de production français.

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). La campagne de commercialisation se déroule approximativement de juin (début du calendrier de production dans le Sud-Est) à fin août (fin du calendrier de production en Rhône-Alpes).

Au stade 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.

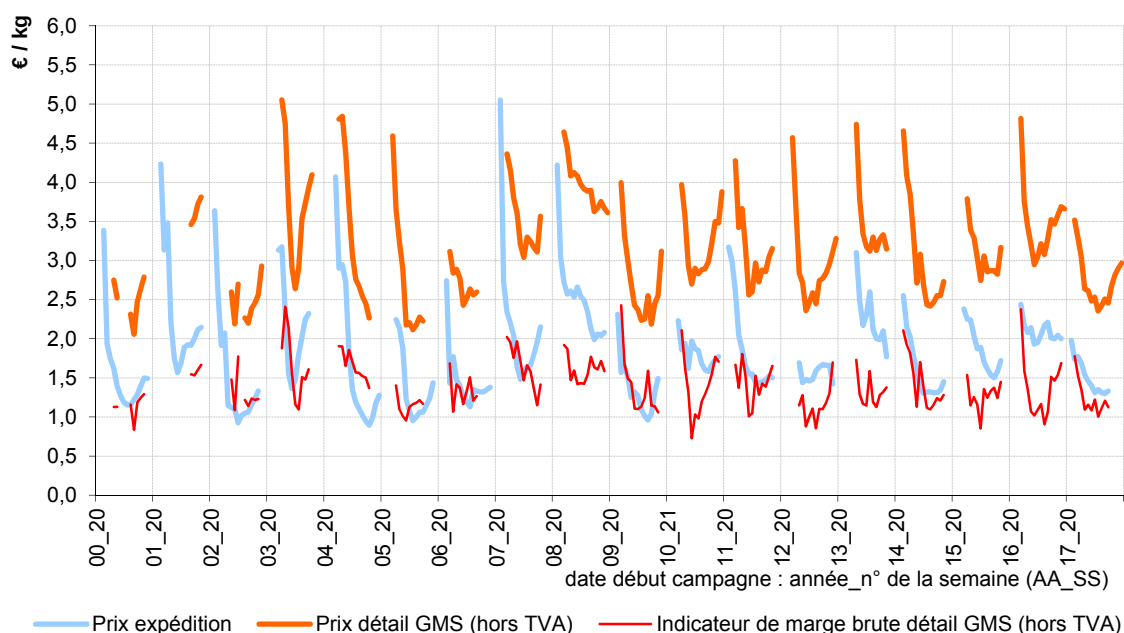
Malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, les évolutions de l'indicateur de marge brute sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels. En fait, le prix au détail de l'abricot est bien corrélé linéairement au prix à l'expédition (R^2 proche de 1), dans une relation de type.

$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m$$

le coefficient b du prix à l'expédition dans l'équation s'avère, selon le test statistique usuel, non significativement différent de 1 : ceci caractérise une tendance de marge brute constante.

Graphique 173

Prix et indicateur de marge brute en GMS de l'abricot de 2000 à 2017



Sources : FranceAgriMer-RNM

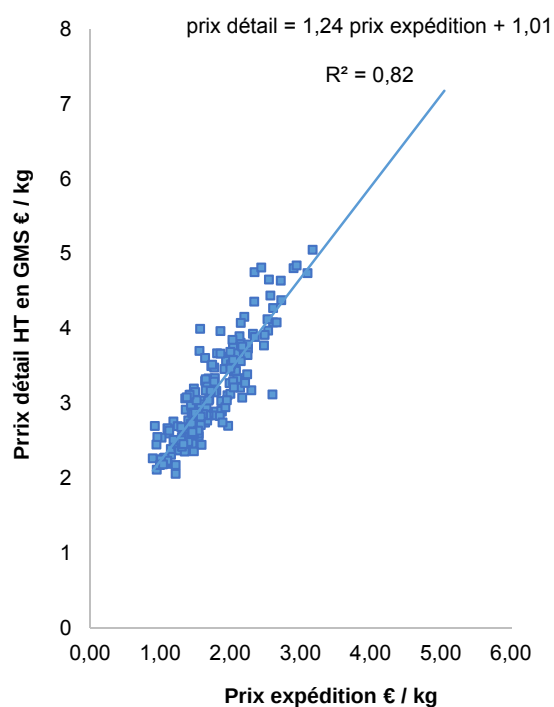
La dernière campagne

La production d'abricots de la campagne 2017 dépasse celle de 2016 et de la moyenne quinquennale 2012-2016 respectivement de 39% et 5% ([Bilan conjoncturel Agreste](#)), et, durant toute la saison, le prix à l'expédition et le prix au détail sont nettement inférieurs à ceux de 2012-2016. Le printemps 2017, relativement chaud, a permis une avance du calendrier de production, à l'inverse de la campagne précédente et les gelées d'avril 2017 ont peu pénalisé les vergers. La commercialisation de l'abricot a pâti de la concurrence, dès le début de campagne, des importations espagnoles issues d'une récolte plus tardive cette année, d'une consommation insuffisante par rapport à une arrivée massive sur les

marchés des différentes variétés, d'une sous-maturité de certains lots, et d'exportations qui, bien qu'en forte hausse, n'ont pas permis de compenser le manque de dynamisme du marché intérieur. La marge brute GMS en 2017 a été inférieure à la marge brute 2012-2016 pendant le premier mois de la campagne, puis équivalente jusqu'à la fin de la saison.

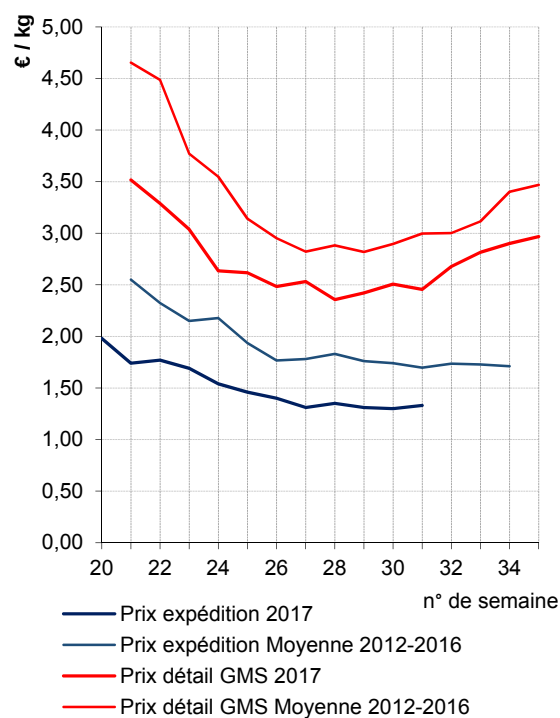
Graphique 174

Corrélation prix à quai et expédition de l'abricot de 2000 à 2017



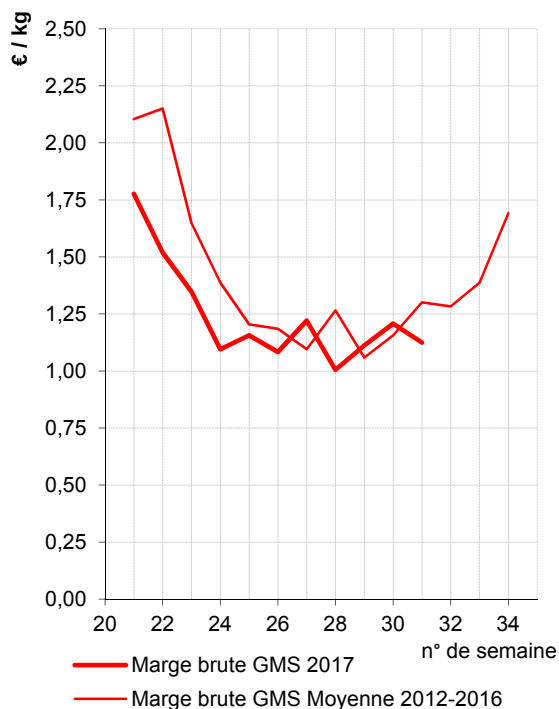
Graphique 176

Prix de l'abricot par campagne



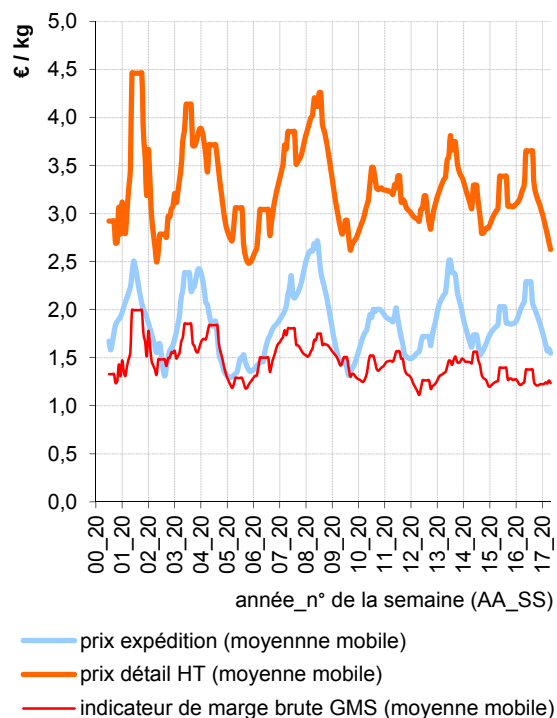
Graphique 175

Indicateur de marge brute en circuit GMS de l'abricot par campagne



Graphique 177

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en circuit GMS de l'abricot



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 164 à 193 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 3 104 à 3 957 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut issu du verger constitue plus de 94 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 14 % à 20 %. En 2016, l'ensemble des produits augmentent : de 5 % pour le produit « *Fruits* », de 11 % pour les autres produits et de 5 % pour les subventions d'exploitation. Cette hausse des produits permet de couvrir la hausse des charges (+ 6 %). Ainsi, le résultat courant avant impôt progresse : il s'établit à 18% des produits en 2016, soit 61 391 € pour 332 138 € de produits, en hausse de 5 % par rapport à 2015 (58 590 € pour 313 979 € de produits) mais il diminue par unité de travail non-salarié : il passe de 40 974 € en 2015 à 35 811 € en 2016).

Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, avec des volumes en hausse mais des prix en baisse, la valeur de la production de fruits serait stable :

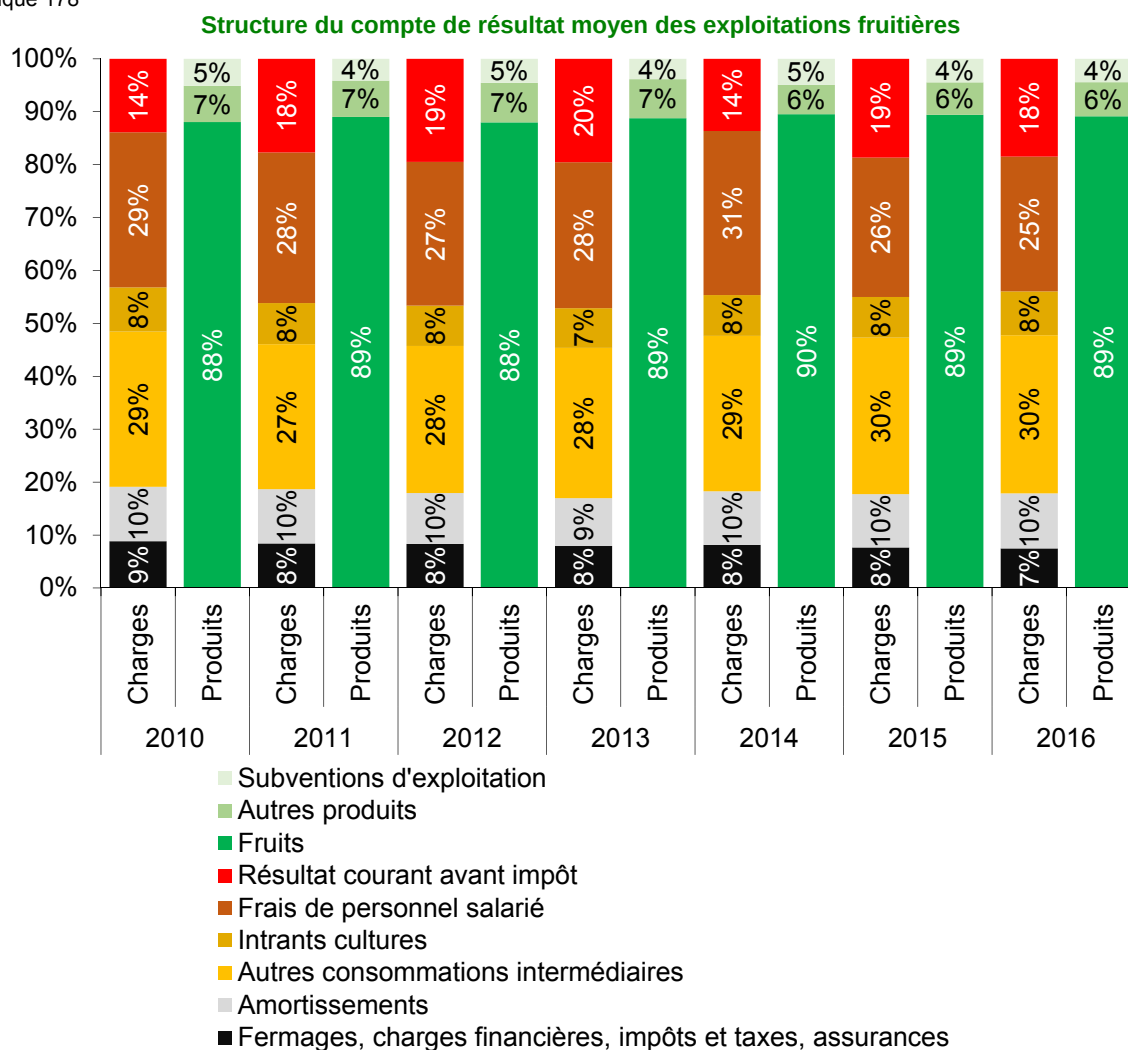
<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

Mais le bilan conjoncturel d'Agreste fait état d'une baisse du chiffre d'affaires fruitier pour plusieurs espèces.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

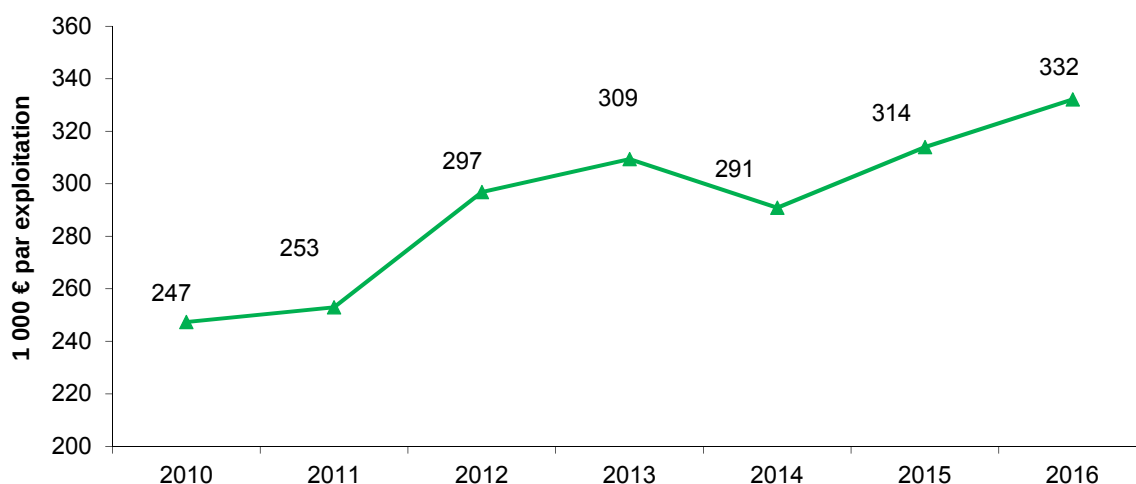
Les revenus risquent donc de diminuer en 2017 (tendance probable à la hausse des charges, avec baisse de la production en valeur).

Graphique 178



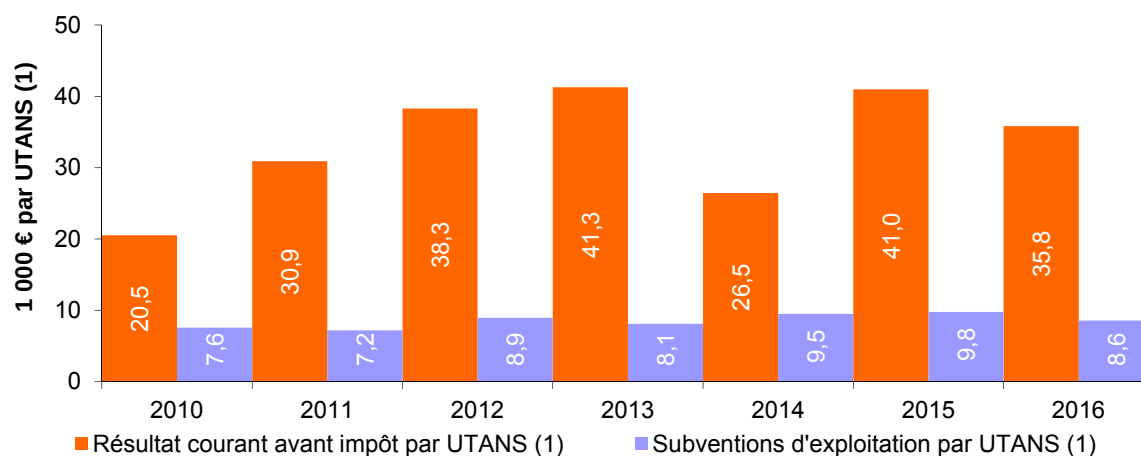
Source : Rica (SSP)

Graphique 179

Montant moyen des produits courants par exploitation fruitière spécialisée

Source : Rica (SSP)

Graphique 180

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

(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

4.2. Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées

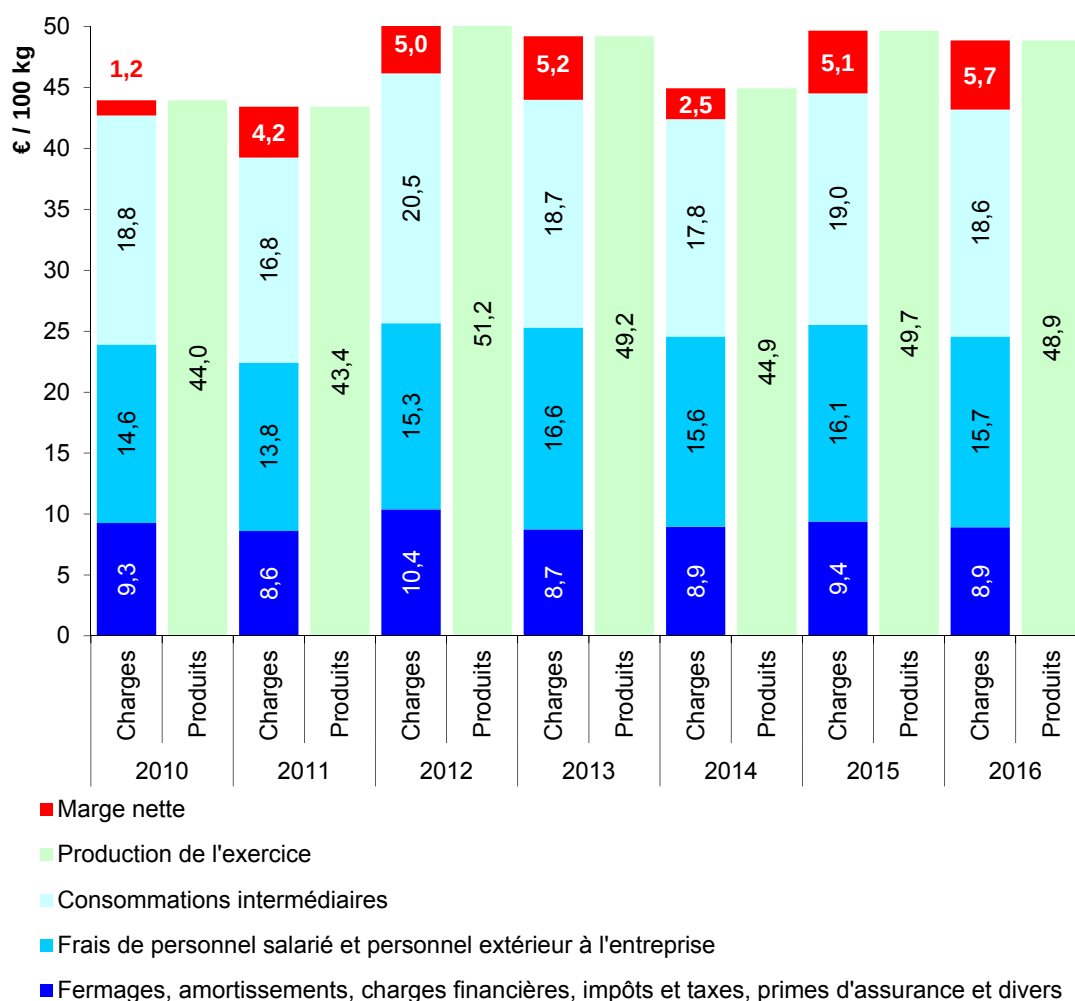
L'échantillon du Rica des exploitations spécialisées dans la production de pommes est constitué de 102 à 120 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 1 997 à 2 585 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut pommes constitue plus de 75 % de la production de l'exercice et plus de 85 % du produit brut du verger.

Une estimation comptable approximative du coût moyen de production des pommes a été réalisée à partir de ces données du Rica (Graphique 181). Dans cette approche, l'ensemble de la production de l'exercice est assimilé à la production d'une quantité donnée de pommes et l'ensemble des charges de l'exploitation est affecté à cette quantité.

Le coût de production comptable des pommes ainsi estimé varie sur la période étudiée (2010 à 2016) de 39,3 € pour 100 kg en 2011 à 46,2 € pour 100 kg en 2012. En 2016, il est de 43,2 € pour 100 kg. Il était de 44,5 € pour 100 kg en 2015. Pour ces exploitations, le prix moyen des pommes varie sur la période étudiée de 43,4 € pour 100 kg (2011) à 51,2 € pour 100 kg (2012). En 2016, le prix des pommes s'établit à 48,9 € pour 100 kg. Il était de 49,7 € pour 100 kg en 2015. Ainsi, la marge nette est de 5,7 € pour 100 kg en 2016. Elle était de 5,1 € pour 100 kg en 2015.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres 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 181

Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées

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, la FNPF et le CTIFL). L'échantillon total comprend 396 exploitations réparties dans 11 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 dont 2/3 du produit brut arboricole provient d'une même espèce pour les exploitations spécialisées. L'échantillon 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...

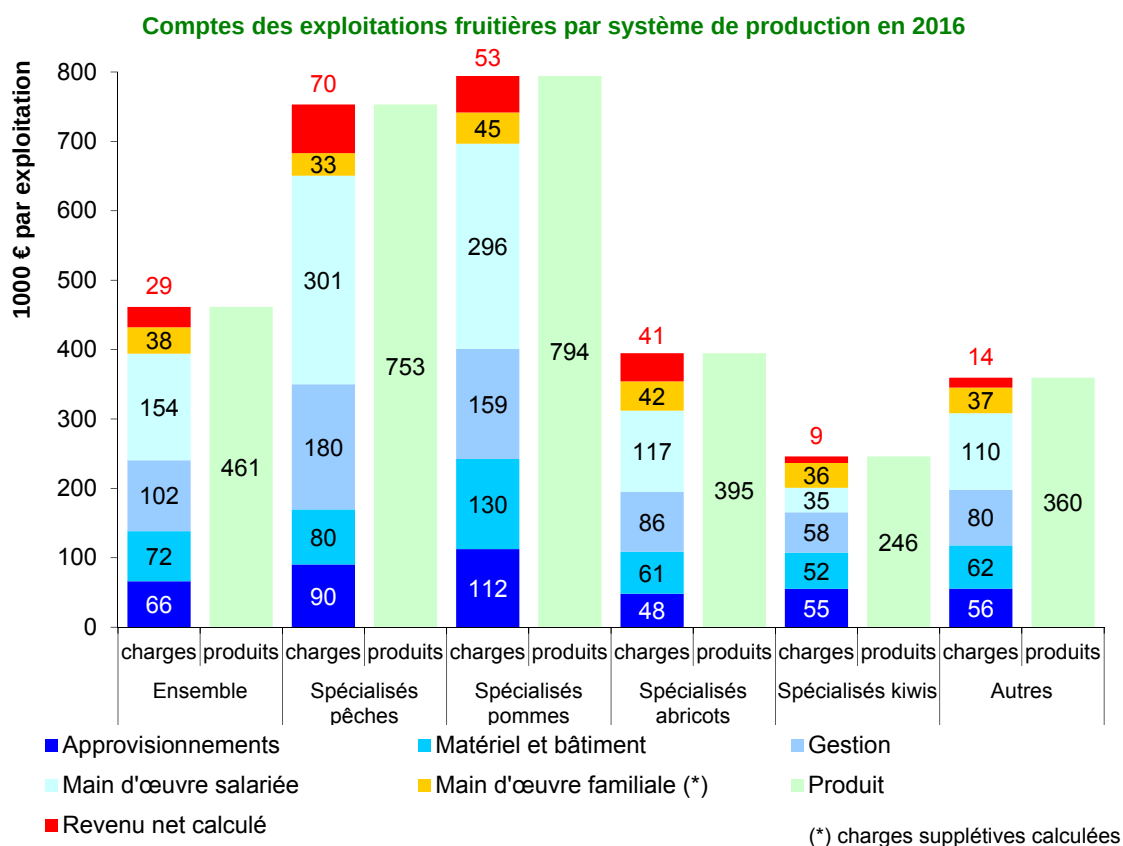
Cinq types ont été retenus :

- les producteurs de pêches spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs de pommes spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs d'abricots spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs de kiwis spécialisés (25 exploitations),
- les autres arboriculteurs (221 exploitations diversifiés et autres spécialistes).

Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon sont également présentés.

La SAU moyenne de l'échantillon en 2016 est de 37,2 ha dont 20,5 ha de vergers, 7,6 ha de grandes cultures, 3,3 ha de vignes, 0,6 de légumes et 5,3 ha d'autres cultures. Le verger est composé prioritairement de pommiers (5,6 ha en moyenne), d'abricotiers (5,4 ha), et de pêchers (4,8 ha). La main d'œuvre totale par exploitation est de 9,7 UTH (équivalent actif à temps complet), dont 8,4 UTH salarié, soit 87 % du total.

Graphique 182



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

En 2016 (Graphique 182), le « *revenu net calculé* », qui inclut une évaluation extracomptable du coût de la main-d'œuvre familiale à hauteur de 19 500 € par UTH (hors cotisations sociales) est en moyenne positif dans l'ensemble des systèmes étudiés :

- « **Spécialisés pêche** » : après une campagne 2014 difficile, la situation s'améliore en 2015 puis à nouveau en 2016 pour les producteurs spécialisés de pêche. Ainsi, leur résultat courant s'améliore. Il s'établit à 70 108 € en 2016 contre 27 387 € en 2015, grâce à des produits en hausse (+ 8 %) et malgré des charges augmentant mais plus légèrement (+ 2 %).
- « **Spécialisés pomme** » : après une amélioration des résultats en 2015 (par rapport à 2014, année lors de laquelle ils s'étaient fortement dégradés), l'année 2016 a permis aux producteurs de pommes d'améliorer leur résultat courant qui passe de 26 005 € en 2015 à 52 568 € en 2016. Le produit brut est en hausse de 6 % et tandis que les charges progressent de 2 %.
- « **Spécialisés abricots** » : la situation économique des arboriculteurs spécialistes de l'abricot s'améliore en 2016. Le produit total a augmenté de 8 % tandis que les charges progressent de 3 %. Ainsi, le revenu net passe de 20 077 € en 2015 à 40 663 € en 2016.
- « **Spécialisés kiwis** » : le produit brut des exploitations a progressé de 7 % en 2016 tandis que les charges s'enrichissaient de 4 %, ce qui a permis aux exploitations d'améliorer leur résultat qui reste faible : il passe de 795 € en 2015 à 9 289 € en 2016.
- « **Autres arboriculteurs** » : comme pour l'ensemble des exploitations spécialisées étudiées, la situation des exploitations fruitières diversifiées et autres spécialistes s'améliorent en 2016. Les produits stagnent tandis que les charges diminuent de 2 %. Ainsi, le résultat courant de ces exploitations s'améliorent passant de 5 564 € en 2015 à 14 266 € en 2016.

Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, la valeur de la production de fruits serait stable, avec des volumes en hausse mais des valeurs en baisse :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2017previsionnelbspca.pdf>

Le bilan conjoncturel d'Agreste fait également état d'une baisse du chiffre d'affaires fruitier.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Les revenus risquent donc de diminuer en 2017.

4.4. Compte de résultat des exploitations légumières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de légumes, issu du Rica, est constitué de 186 à 216 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 236 à 4 911 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut légumes constitue plus de 92 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie sur la période de 11 % à 21 %. Il s'établit à 16 % des produits en 2016, soit 57 475 € pour 360 932 € de produits, en baisse par rapport à 2015 (58 655 € pour 352 089 € de produits).

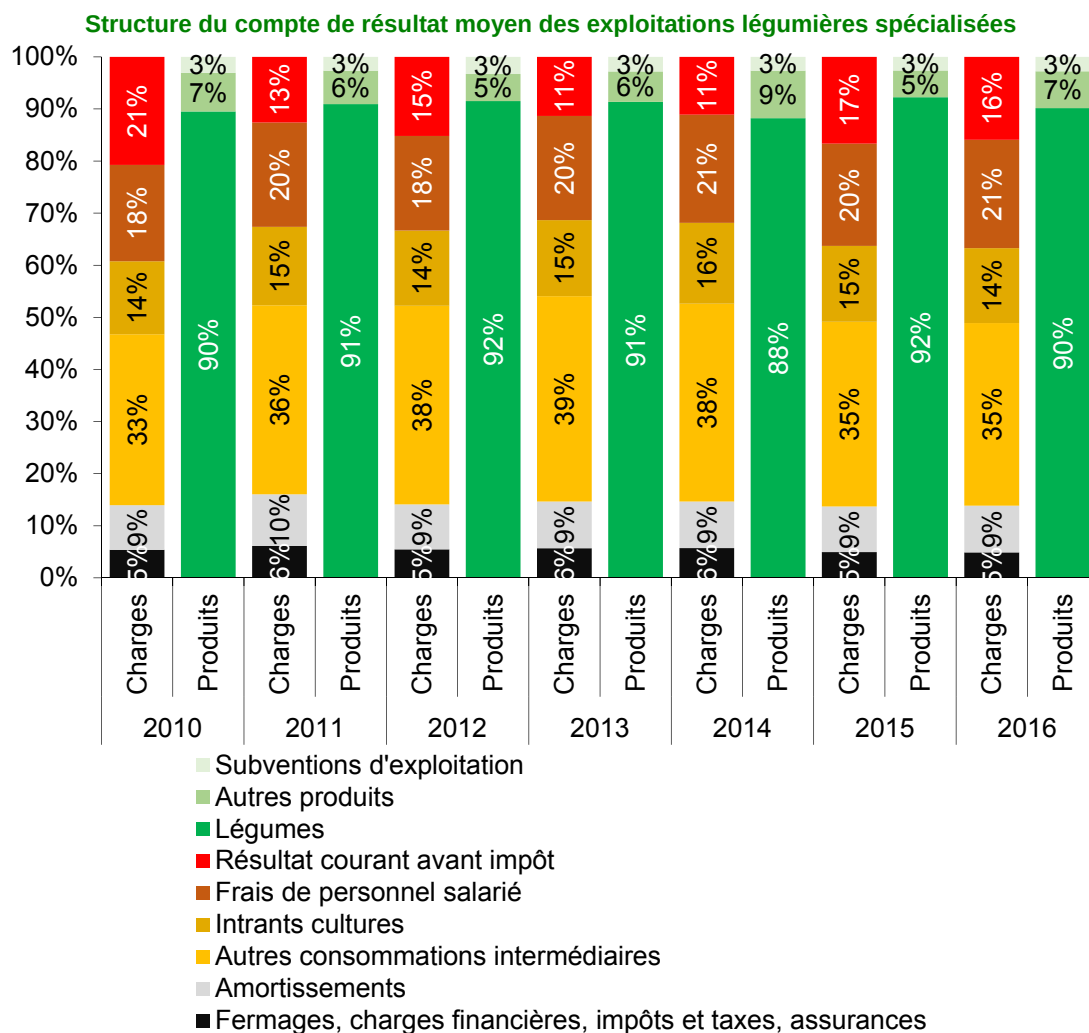
Le produit « Légumes » est stable entre 2015 et 2016 mais les autres produits progressent de 42 % (mais, ils représentent seulement 7 % des produits) et les subventions d'exploitation de 8 %. Ainsi, l'ensemble des produits progresse de 3 % en 2016. Les charges augmentent de 3 % en valeur. Ainsi, le résultat courant avant impôt baisse de 2 %. Il passe de 43 264 € par unité de travail non salarié en 2014 à 39 974 € en 2016.

D'après les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2017, la valeur de la production de légumes baisse (- 7 %), avec des volumes stables mais des prix en baisse. Le bilan conjoncturel d'Agreste fait état d'un chiffre d'affaires légumier en baisse : les revenus risquent donc de diminuer en 2017.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>

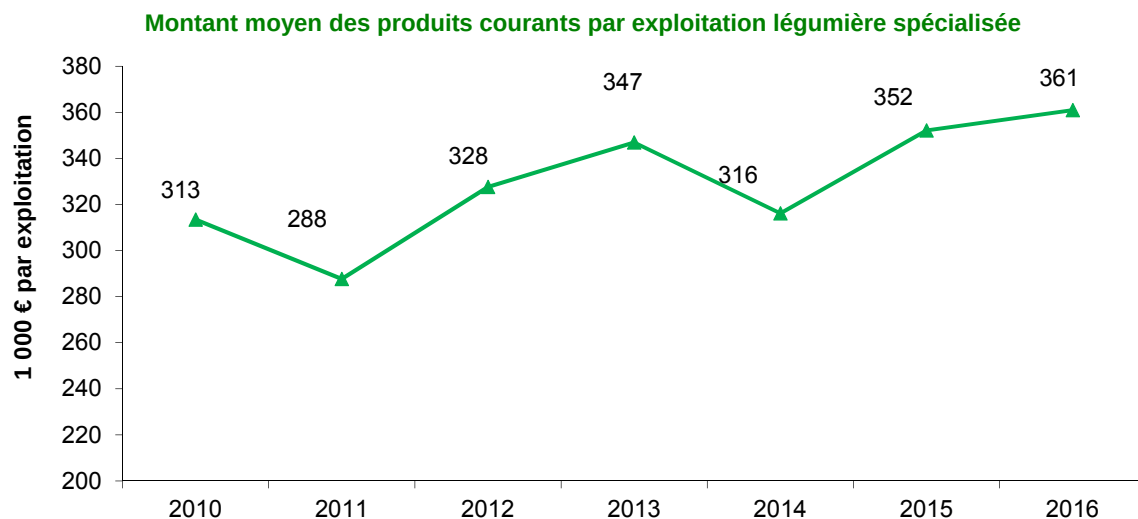
<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjbilan2017.pdf>

Graphique 183



Source : Rica (SSP)

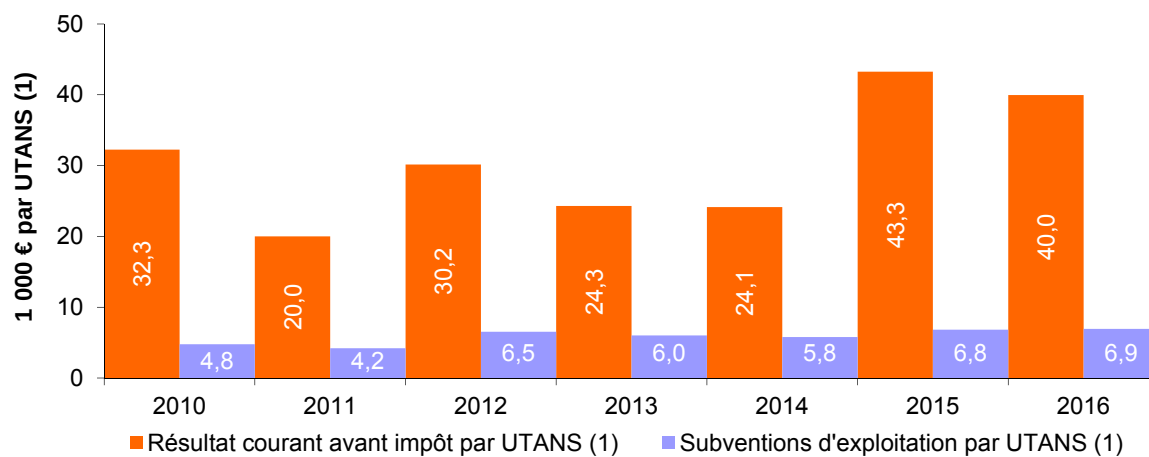
Graphique 184



Source : Rica (SSP)

Graphique 185

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



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

4.5. Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées

L'échantillon du Rica des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serres et abris hauts est constitué de 33 à 43 exploitations (effectif variable selon les années) représentant 851 à 1 068 exploitations. Dans cet échantillon, la production de tomates représente plus de 81 % de la production de l'exercice.

Une estimation approximative du coût de production comptable moyen des tomates a été réalisée à partir des comptes de cet échantillon. Les résultats sont présentés dans le Graphique 186.

Dans cette approche, l'ensemble de la production de l'exercice est assimilé à la production d'une quantité donnée de tomates et l'ensemble des charges de l'exploitation est affecté à cette quantité.

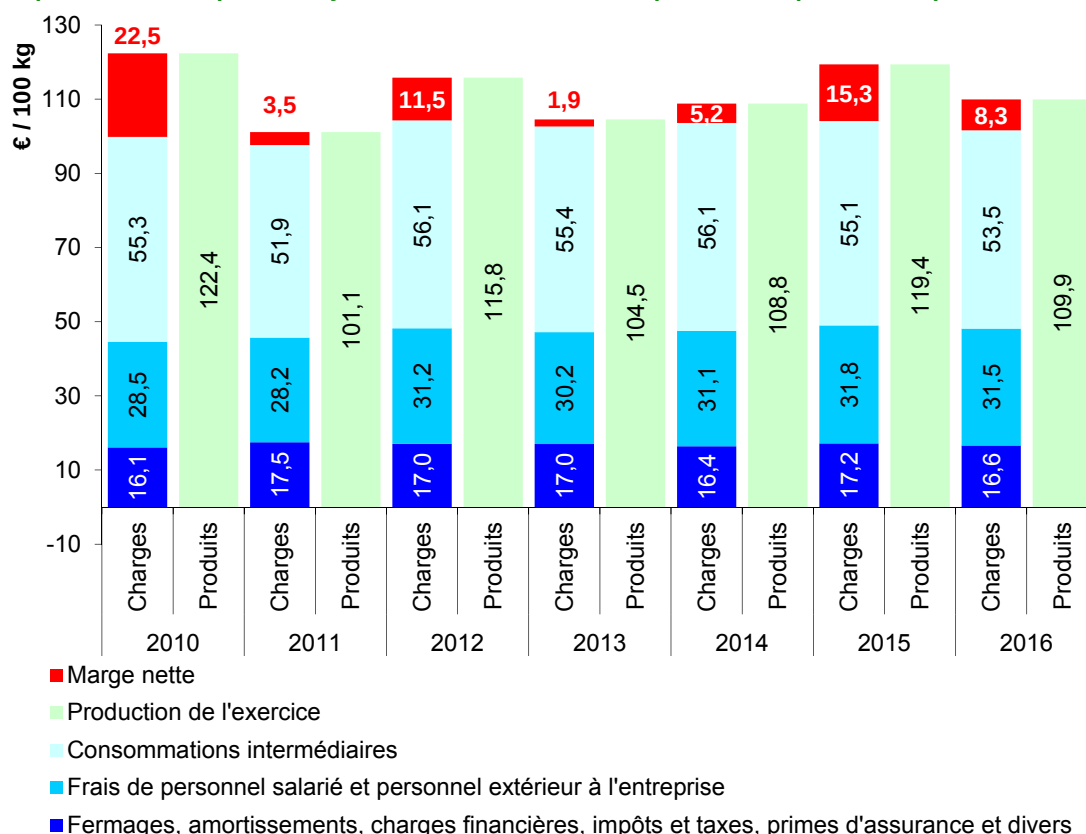
Le coût de production comptable des tomates ainsi estimé pour 100 kg varie, sur la période étudiée (2010 à 2016), de 99,8 € pour 100 kg en 2010 à 104,3 € pour 100 kg en 2012. En 2016, le coût de production des tomates est de 101,6 € pour 100 kg. Il était de 104,1 € pour 100 kg en 2015.

Le prix moyen des tomates dans ces exploitations varie, sur la période étudiée, de 101,1 € pour 100 kg (2011) à 122,4 € pour 100 kg (2010). En 2016, le prix des tomates s'établit à 109,9 € pour 100 kg. Il était de 119,4 € pour 100 kg en 2015. Ainsi, la marge nette est de 8,3 € pour 100 kg en 2016. Elle était de 15,3 € pour 100 kg en 2015.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres 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

Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées (serres et abris hauts)



Source : Rica (SSP)

4.6. Compte des exploitations par système de production légumière

Précédemment, on disposait de données de comptes d'exploitations par système de production légumière extraites de l'Observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer et le CTIFL). Faute de financement complémentaire, ce dispositif a, pour l'instant, été suspendu. Aucune nouvelle donnée ne peut donc être présentée dans ce rapport.

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, des grossistes⁴² et des détaillants et certains autres indicateurs sont présentés ici pour la période 2014-2016. Ces résultats sont fournis par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.

Les grossistes approvisionnent de façon minoritaire les GMS, circuit de référence de l'observatoire, leurs comptes sont présentés à titre indicatif. À 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).

Encadré 13

Travaux sur l'échantillon des expéditeurs, grossistes et détaillants menés par le CTIFL

En 2015, la statistique publique a répertorié 3010 commerces de gros de fruits et légumes (code 46.31Z), soit 25% des entreprises de l'ensemble du commerce de gros de produits alimentaires frais (autres secteurs : viandes, produits laitiers, volailles et poissons).

L'observatoire des entreprises de gros et d'expédition, réalisé par le Ctifl depuis 1990, identifie chaque catégorie d'acteurs du stade de gros en fruits et légumes frais (expéditeurs, coopératives et Sica, grossistes, importateurs), de façon à mener une analyse financière plus complète de tous les opérateurs installés en France.

En 2016, ce sont donc 602 expéditeurs (349 producteurs expéditeurs et 253 expéditeurs) et 884 grossistes (402 hors marché et 482 sur marché) qui ont été identifiés sur la période 2005-2015. Cependant, toutes les entreprises n'ayant pas déposés leurs comptes dans les délais impartis, certaines analyses ont été faites sur des échantillons plus restreints, mais cependant représentatifs du secteur. Le nombre de comptes disponibles est dans ce cas indiqué dans les pages suivantes pour chaque tableau et graphique.

5.1. Comptes des entreprises d'expédition en fruits et légumes

Tableau 33

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs Échantillon courant composé de 191 expéditeurs

2014 - 2016	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	21,4%	27,3%	1,7%	7,8%
Expéditeurs à clientèle grossistes	30,0%	42,9%	2,1%	6,9%
Expéditeurs à clientèle GMS	33,8%	51,1%	0,9%	2,6%
Expéditeurs à clientèle export	24,3%	32,1%	1,4%	5,6%
Expéditeurs à clientèle mixte	32,1%	47,3%	3,7%	11,6%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des expéditeurs de fruits et légumes est de 21,4% environ sur la période suivie.

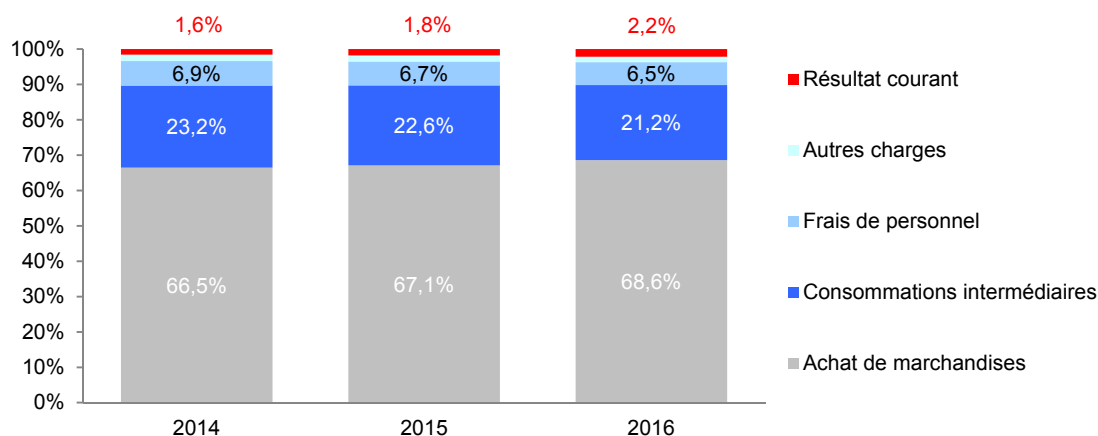
On rappelle que le suivi des prix réalisé dans les filières fruits et légumes par l'observatoire porte, à l'amont, non pas sur les prix perçus par les producteurs mais sur les prix à l'expédition. Donc, en moyenne, les prix à la production représentent 78,6% du prix à l'expédition, avec toutefois des différences importantes selon les produits, liées notamment à l'importance des opérations de tri et de conditionnement, et à leur répartition entre producteur et expéditeur : par exemple, certains fruits fragiles sont mis en plateau dès la récolte (pêches).

⁴² 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 187

Structure des charges des entreprises d'expédition de fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 120 expéditeurs

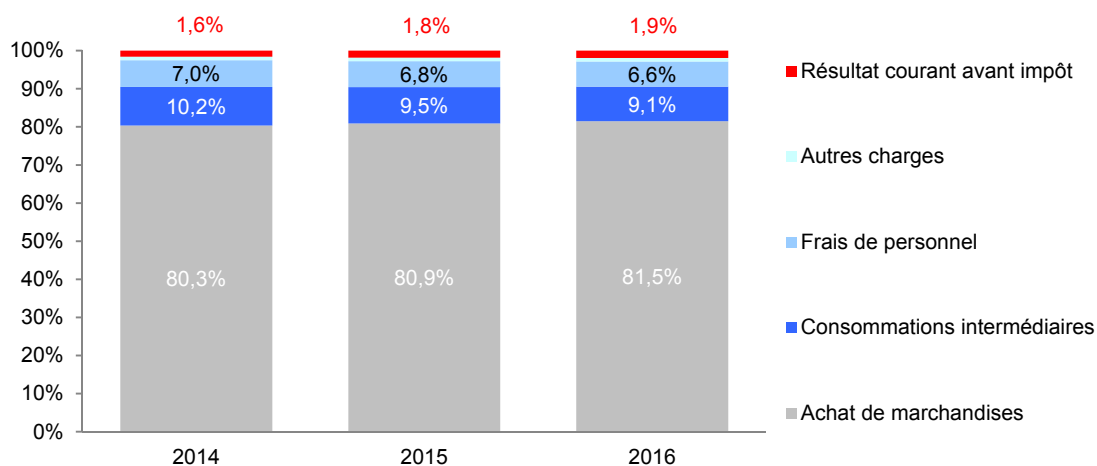


Source : CTIFL

Graphique 188

Structure des charges des entreprises grossistes en fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 252 grossistes

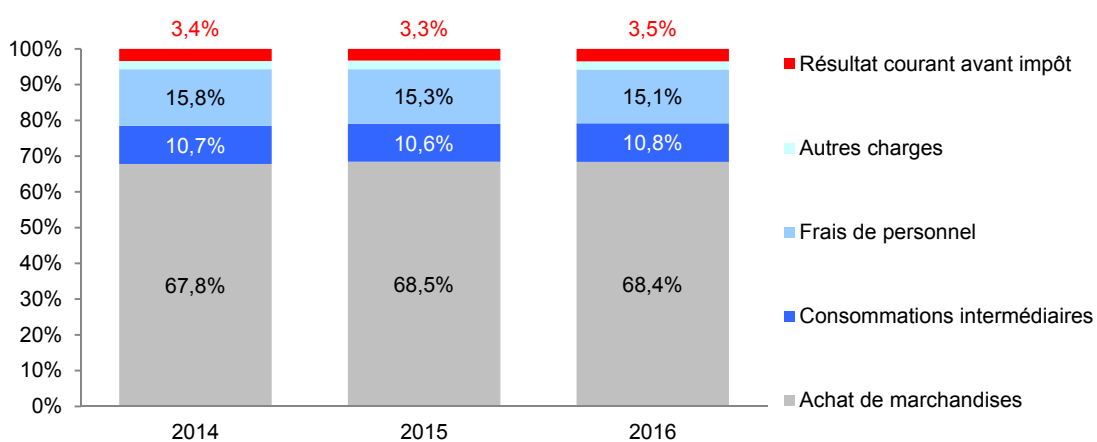


Source : CTIFL

Graphique 189

Structure des charges des détaillants spécialisés en fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 168 détaillants



Source : CTIFL

5.2. Comptes des entreprises de gros en fruits et légumes

Tableau 34

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes

Échantillon courant composé de 354 grossistes

2014 - 2016	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	19,8%	25,7%	1,9%	9,8%
Grossistes à clientèle traditionnelle	17,6%	21,8%	2,6%	15,0%
Grossistes à clientèle GMS	24,9%	34,7%	1,8%	7,0%
Grossistes à clientèle RHD	32,0%	47,7%	0,3%	1,1%
Grossistes à clientèle mixte	20,4%	26,6%	2,6%	12,8%
Grossistes à clientèle grossistes	19,1%	23,9%	2,8%	14,7%

Source : CTIFL

En moyenne sur la période étudiée (2014-2016), le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 25,7 % aux achats à leurs fournisseurs. 90,2 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit aux fournisseurs). Le résultat courant avant impôt est de 1,9 % du chiffre d'affaires.

5.3. Comptes des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes

Tableau 35

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des détaillants

Échantillon courant composé de 194 détaillants

2014 - 2016	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	30,5%	44,6%	3,3%	10,7%
Spécialistes en magasin	30,7%	45,1%	2,7%	8,7%
Spécialistes sur marché	28,5%	40,4%	2,5%	8,8%
Grandes surfaces de produits frais	31,5%	46,2%	4,8%	15,3%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des détaillants spécialisés en fruits et légumes est de 30,5 % sur la période suivie. Il est à noter que ce taux est de 30,2 % 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 avant impôt représente en moyenne 3,3 % du chiffre d'affaires sur la période 2014 - 2016 (3,7 % en GMS en 2016).

6. COMPTE DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

6.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon des fruits et légumes vient au deuxième rang des rayons étudiés en termes de CA, mais assez loin derrière le rayon des produits laitiers : il contribue pour 19 % au CA total des rayons étudiés (contre 29% pour les produits laitiers), pour 19% à leur marge brute et 15% à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont non négligeables dans ce rayon qui, bien que principalement en libre-service, nécessite un réassortiment fréquent. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est de 3,7 € pour 100 € de CA.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Le rayon des fruits et légumes présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 30,2% en 2016. Ce taux est supérieur à la moyenne des rayons étudiés (29,7%). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 7,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au quatrième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2016 de 22,7 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (20,3 €) et aux autres charges du rayon (19,0 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive de 3,7 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 2,3 € après.

Tableau 36

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

	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	69,8	
Marge brute	30,2	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	7,5	Peu dispersées
Marge semi-nette	22,7	
Autres charges	19,0	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	3,7	
Impôt sur les sociétés	1,3	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	2,3	Sensiblement dispersées, +/- 0,8 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

6.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des fruits et légumes supporte directement 8,9 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon des fruits et légumes comprennent 7,5 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 1,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent des coûts en fluides (bien que le rayon ne soit que partiellement réfrigéré), des taxes (ventilés au prorata du CA ou de la surface du rayon) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques, liés, selon les informations recueillies lors des entretiens, à des évolutions de concepts de rayon. À ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (17,6 €) est supérieur à la moyenne (16,6 €) du fait de la densité moindre du rayon des fruits et légumes.

Au total, le rayon supporte 26,5 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires. La moyenne est à 28 €, le rayon des fruits et légumes au quatrième rang des rayons étudiés dans l'ordre croissant ce critère. Les charges s'imputent en 2016 sur une marge brute plutôt élevée, d'où un résultat du rayon supérieur à la moyenne (1,7 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 37

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de CA**

		Fruits et légumes
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	7,5
	Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,4
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	8,9
Charges communes réparties	Immobilier	2,2
	Personnel hors rayon	6,5
	Frais financiers	0,2
	Autres charges générales réparties (1)	7,6
	Impôts et taxes hors IS	1,1
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	1,3
	Sous-total : charges communes réparties	18,9
	Total des charges imputées au rayon	27,8

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

(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 destinées 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 10 – 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

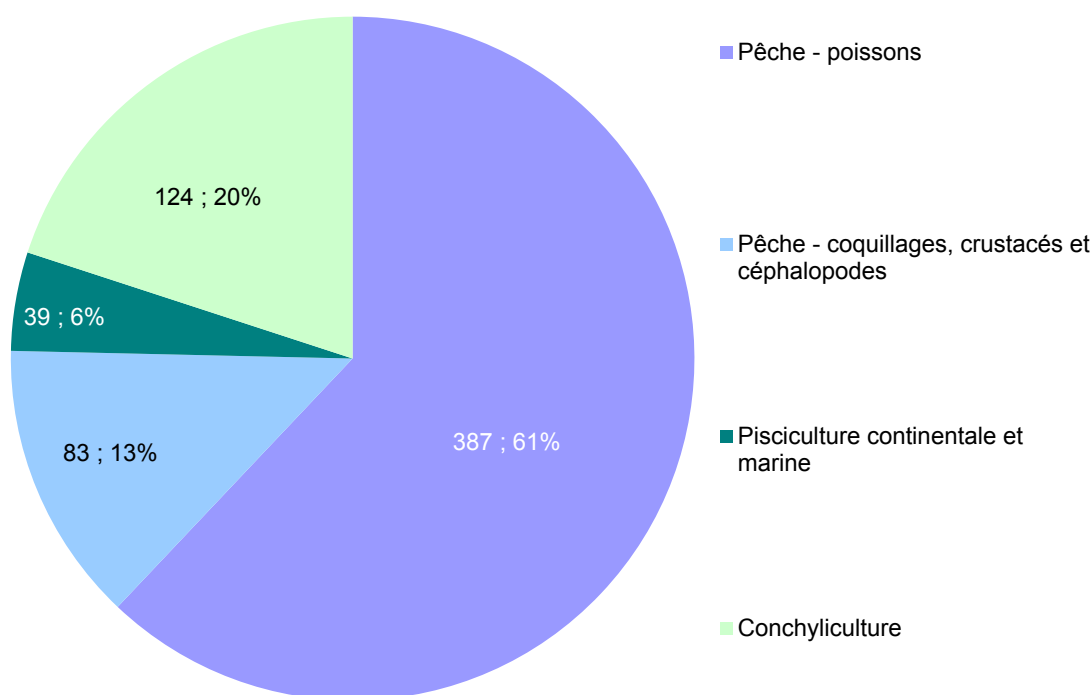
Avec près de 633 000 tonnes produites en 2016, soit 8 % de la production communautaire, la production de la pêche et de l'aquaculture française se place au 4ème rang des pays de l'Union européenne, derrière l'Espagne, le Royaume-Uni et le Danemark. La production de pêche représente 469 000 tonnes, en recul de 2 %, et la production aquacole 163 000 tonnes : 124 000 tonnes pour la conchyliculture et 39 000 tonnes pour la pisciculture.

Graphique 190

Répartition de la production française vendue de produits aquatiques

Milliers de tonnes ; % du tonnage total

Pêche : en 2016. Aquaculture : en 2015



Source : MAA - DPMA

Pour produire ces volumes, la flotte métropolitaine compte environ 4 500 navires, dont 80 % mesurent moins de 12 mètres et pratiquent la petite pêche et la pêche côtière. Environ 10 000 marins pêcheurs sont employés sur ces navires, en plus des capitaines. On peut y ajouter les 2 600 navires des départements d'Outre-Mer, quasiment tous de moins de 12 mètres.

À 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 37 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 2014, on dénombrait 140 entreprises de mareyage sur le territoire, elles employaient près de 6 000 salariés.

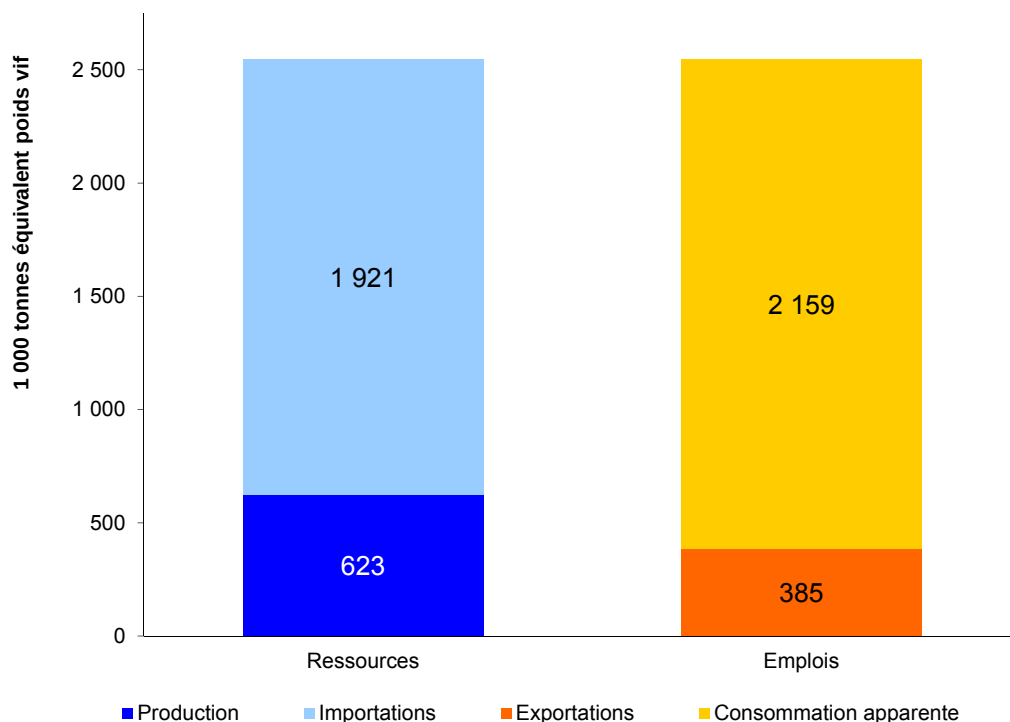
À celles-ci s'ajoutaient 300 entreprises ayant une activité principale de transformation et totalisant un chiffre d'affaires de 5 264 millions d'euros, dont 4 214 millions d'euros pour la transformation de produits aquatiques (produits traiteurs de la mer, saumon fumé, salage-saurisserie, plats cuisinés, etc.). Elles employaient environ

17 000 personnes en 2014. 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 2,1 millions de tonnes (équivalent poids vif) 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 moins d'un quart des besoins, le reste est couvert par les volumes importés. Ainsi, en 2017, la France a importé l'équivalent de 1,95 millions de tonnes équivalent poids vif de produits aquatiques destinés à la consommation humaine, et en a exporté 388 000 tonnes. Le déficit de la balance commerciale pour ces produits s'élevait alors à 4,4 milliards d'euros.

Graphique 191

Bilan d'approvisionnement de la France en produits aquatiques en 2016



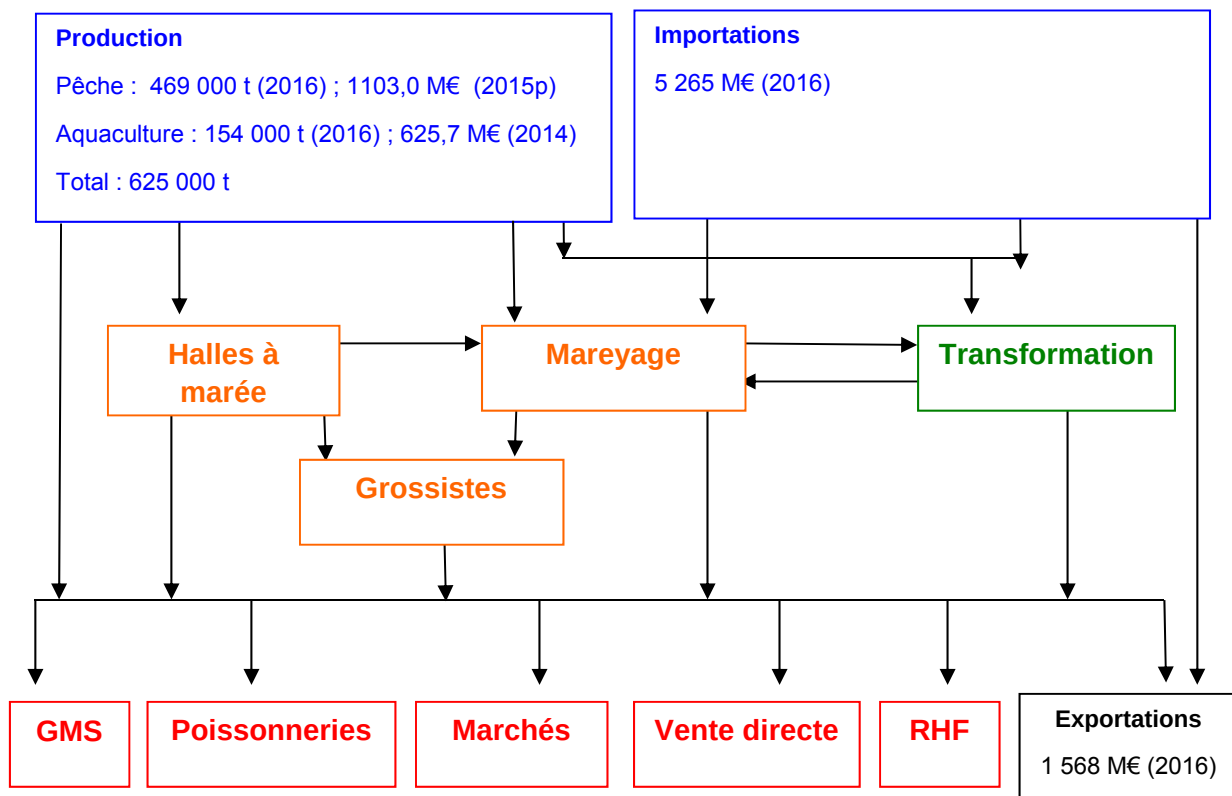
Source : FranceAgriMer, d'après MAA - DPMA, Douanes françaises

Les Français figurent parmi les plus gros consommateurs de produits aquatiques de l'Union européenne (3^{ème} rang, derrière le Portugal et l'Espagne). En moyenne, chacun d'entre eux en consomme 34 kg par an (équivalent poids vif, *i.e.* incluant les poids des têtes, viscères, peaux, arêtes, coquilles, etc.), dont 24 kg de poisson.

Bien que les données soient partielles, on peut estimer la part de la consommation des produits aquatiques en restauration hors foyer à moins d'un cinquième. Pour la consommation au domicile, parmi les circuits de distribution, les grandes et moyennes surfaces tiennent une place prépondérante, puisqu'environ trois quarts des produits frais en volume y sont écoulés. Les produits très transformés, de types traiteur et conserves, sont quant à eux, presque exclusivement vendus en GMS, y compris le hard discount. Les circuits traditionnels - les poissonneries et les marchés et foires (près de 7 500 points de vente), axés sur le segment des produits frais - commercialisent près de 20 % des volumes.

Schéma 15

Diagramme de la distribution des produits aquatiques en France



Source : FranceAgriMer, Insee : [Tableaux de l'économie française 2018 - pêche et aquaculture](#)

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

Pour ce rapport 2017, l'observatoire a mis à jour, avec quelques modifications de méthode, l'analyse, entreprise dans la précédente édition, des prix au détail de trois produits :

- Le **saumon fumé** (matière première importée, transformation en France, vente au détail en GMS) ;
- le **lieu noir frais** ;
- la **sole fraîche**.

Pour le saumon fumé, le circuit considéré a pour origine le saumon frais ou congelé entier et importé, matière première de l'industrie de transformation approvisionnant les GMS.

Pour le lieu noir et la sole, le circuit considéré a pour origine les halles à marée, suivi de l'intervention du mareyage-filetage ou du commerce en gros grossiste, puis de la vente au détail en GMS.

L'analyse du saumon fumé s'inspire d'une étude de cas réalisée par l'Observatoire Européen des Marchés des Produits de la Pêche et de l'Aquaculture en 2015 (<http://www.eumofa.eu/>).

Celle du lieu noir et de la sole reprend la première approche réalisée dans le cadre d'un projet d'étudiants de l'École des Ponts mené pour FranceAgriMer.

2.1. Données de prix disponibles

2.1.1. Prix à la première mise en marché : prix en criée

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 37 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). Une partie de la marchandise passée par les criées est également vendue sans enchère, mais de gré à gré. 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 VISIOMer (anciennement Ric – Réseau Inter-criées) gérée par FranceAgriMer.

Un peu moins de 200 000 tonnes de produits aquatiques sont ainsi vendues chaque année sous halles à marée, pour une valeur de près de 670 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.

Par ailleurs, un certain nombre de transactions se fait en dehors des halles à marée (« ventes hors criée »). La réglementation impose également leur déclaration dans le cas d'acheteurs professionnels, mais celle-ci n'est faite encore que trop partiellement pour pouvoir être exploitée.

Pour l'analyse présentée plus loin (partie 3), on utilise les prix moyens mensuels relevés en criée du lieu noir et de la sole et disponibles sur VISIOMer. Les prix moyens annuels sont calculés par l'observatoire en pondérant les prix mensuels par la part de chaque mois dans la quantité annuelle achetée en GMS, ceci pour ce prix moyen annuel de la ressource soit homogène avec le prix moyen annuel au détail. En outre, afin de suivre des évolutions de valeurs moyennes annuelles uniquement dues à celles des prix, la saisonnalité des quantités achetées (part de chaque mois dans la quantité annuelle) a été fixée, quelle que soit l'année, à celle observée en 2017.

2.1.2. Prix à l'importation du saumon frais ou congelé pour transformation en saumon fumé

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, on divise la valeur totale des importations de ce produit par le volume total importé.

Pour l'analyse présentée plus loin (partie 3), on calcule ainsi à partir de cette source le prix moyen mensuel des catégories de saumons importés les plus susceptibles d'être utilisées par l'industrie du saumon fumé. Dans le but d'assurer au mieux, sous contrainte des données, l'homogénéité avec les saumons fumés suivis au détail en GMS par le panel Kantar, on se limite aux importations de Norvège, du Royaume-Uni et d'Irlande en saumons des catégories suivantes :

- des « saumons de l'Atlantique et du Danube entiers frais ou réfrigérés », code 030214,
- des « saumons de l'Atlantique et du Danube entiers congelés ou surgelés », code 030313.

L'espèce du Danube (*Hucho hucho*) étant probablement peu représentée dans les origines retenues (Norvège, Royaume-Uni, Irlande), il s'agit donc principalement de saumons de l'Atlantique (espèce *Salmo salar*), prépondérants dans l'offre de saumon fumé en GMS.

Les autres importations de saumons identifiées dans la base de données portent sur des espèces de saumons du Pacifique (genre *Oncorhynchus*) : on a exclu cette origine pour les raisons suivantes. Dans le panel Kantar, la seule référence identifiable susceptible de correspondre à des saumons de cette origine est le « saumon fumé d'Alaska ». Ne pesant qu'environ 6% de achats en volume, cette référence présente des prix au détail supérieurs de près de 40% à la moyenne des saumons fumés Atlantique. La référence Alaska correspond en effet souvent à des espèces sauvages, tandis que la référence Atlantique recouvre principalement des saumons d'élevage. Il s'agit donc d'un segment particulier et limité parmi les saumons du Pacifique, qu'il n'est pas possible d'identifier sans ambiguïté dans la nomenclature des d'importations de saumons du Pacifique.

2.1.3. Prix des transactions inter-entreprises

Le circuit du poisson frais qui part de la criée jusqu'aux GMS peut être « court » : le service d'achat de l'enseigne, voire, dans certains cas, le magasin lui-même, s'approvisionne directement en halle à marée. Le circuit peut être plus « long » : c'est en particulier le cas lorsque le poisson est acheté par l'enseigne (ou le magasin) auprès d'un mareyeur qui peut en outre réaliser ou faire réaliser le filetage du poisson ou auprès d'un grossiste (lequel peut lui-même s'approvisionner en criée ou auprès d'un mareyeur).

L'observatoire ne dispose toujours pas de donnée suffisamment précise sur les prix de transactions inter-entreprises (entre mareyeurs et grossistes, entre mareyeurs ou grossistes et GMS). À défaut, on utilise alors les cotations au stade de gros sur le marché de Rungis réalisées par le centre de Rungis du Réseau des nouvelles des marchés (FranceAgriMer – Direction interrégionale de l'agriculture et de la forêt d'Ile de France – Service régional de l'information statistique et économique).

Les cotations des transactions en gros à Rungis sont ainsi utilisées par l'observatoire comme indicateur de prix d'approvisionnement des GMS pour l'analyse du prix au détail du lieu noir en filet ; dans l'hypothèse où le filetage du poisson n'est pas réalisé en GMS mais par un maillon intermédiaire⁴³. En revanche, pour la sole entière, on a considéré que les enseignes de GMS s'approvisionnaient directement en criée ou que le différentiel de valeur entre la vente en criée et la vente au détail en GMS recouvrait des marges dans les enseignes de GMS et à un stade de gros fournisseur de celles-ci. La représentation de la chaîne de valeur utilisée dans les éditions précédentes du rapport, qui utilisait les prix de gros de la sole à Rungis comme indicateur de prix d'achat par les GMS à un grossiste, s'est avéré peu robuste et problématique (prix de gros à Rungis distinguant 4 calibres de soles, non identifiés dans le panel Kantar utilisé pour les prix au détail).

2.1.4. Prix de production de l'industrie du saumon fumé

Faute de données plus adaptées, l'observatoire utilise les résultats de l'enquête statistique nationale sous règlement communautaire « [Prodcom](#) » (Production Commercialisée des Industrie, Insee, SSP) qui fournit par nature de produit (en l'occurrence, le saumon fumé) le chiffre d'affaires annuel de l'industrie de transformation et les tonnages produits afférents. On obtient ainsi une estimation du prix moyen annuel de vente du saumon fumé sortie industrie.

L'indice Insee 010533937 du prix de production des poissons fumés (le saumon n'est pas isolé) produits par l'industrie française pour le marché français pourrait permettre de mensualiser ce prix moyen annuel, voire d'estimer le prix moyen annuel de l'année 2017 pour laquelle les résultats de Prodcom ne sont pas encore disponibles ; on préfère cependant ne pas faire cette estimation assez hasardeuse, l'indice en question, non limité au seul saumon fumé, s'avérant présenter des évolutions annuelles assez différentes de celles du prix moyen de ce produit tel qu'appréhendé via Prodcom.

En conséquence, on s'en tient pour l'année 2017 à l'estimation d'un indicateur de marge agrégée de l'industrie et de la distribution, sans séparation entre ces deux maillons.

⁴³ En revanche, pour la sole entière, on a considéré que les enseignes de GMS s'approvisionnaient directement en criée ou que le différentiel de valeur entre la vente en criée et la vente au détail en GMS recouvrait des marges dans les enseignes de GMS et à un stade de gros fournisseur de celles-ci. La représentation de la chaîne de valeur utilisée dans les éditions précédentes du rapport, qui utilisait les prix de gros de la sole à Rungis comme indicateur de prix d'achat par les GMS à un grossiste, s'est avéré peu robuste et problématique (prix de gros à Rungis distinguant 4 calibres de soles, non identifiés dans le panel Kantar utilisé pour les prix au détail).

L'homogénéité de l'approche du prix industriel (avant 2017) avec les références de prix retenues aux deux extrémités du circuit (importation et GMS) n'est pas assurée. En effet, les résultats de Prodcum portent sur l'ensemble des saumons fumés, quelle que soit leur origine : Atlantique (probablement très majoritaire) et Pacifique, tandis que seule l'origine Atlantique a pu être retenue pour les prix à l'importation et au détail.

2.1.5. Prix au détail en GMS (hyper et supermarchés)

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 notamment 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) et, pour le saumon fumé, l'origine (Norvège, Ecosse, Irlande, Alaska, autres non précisées), croisée avec des signes de qualité (agriculture biologique, Label Rouge). 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.

Pour les analyses qui suivent, l'observatoire a extrait du panel Kantar les prix moyens mensuels en GMS (hyper et supermarchés, hors hard-discount et hors supérettes) des articles suivants :

- saumons fumés d'origine Norvège, Ecosse et Irlande (tous signes de qualité confondus), ce choix permettant d'assurer une relative homogénéité avec les données de prix à l'importation en saumon frais pour l'industrie de fumaison (cf. plus haut) ;
- de la sole entière
- du lieu noir découpé (vente assistée ou en libre-service confondues).

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. À 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.

2.2. Autres paramètres de la décomposition des prix au détail

Comme dans les autres filières, on cherche ici à décomposer les prix au détail en :

- indicateur de la valeur « *primaire* » : le coût d'achat en criée, ou à l'importation ;
- Indicateur de marge brute de transformation (pour le saumon fumé) ;
- indicateur de marge brute du commerce en gros et du mareyage (non dissociés faute de données)
- indicateur de marge brute au détail en GMS.

Outre des données de prix (cf. ci-dessus), l'approche nécessite de disposer de références de rendements de transformation (freinte la découpe, à la fumaison) et, idéalement, de taux de toutes autres pertes physiques (casse, démarques...) aux stades suivants l'achat en criée ou à l'importation.

Faute de données précises, on se limite à prendre en compte uniquement les rendements de transformation, sur la base de coefficients issus de la littérature, sans intégrer les autres sources de pertes physiques, notamment en GMS.

2.3. Hypothèses sur les circuits étudiés et biais possibles en découlant

Pour la sole et lieu noir, les prix retenus au départ du circuit étant des prix en criée, il s'agit de produit de la pêche française. On fait l'hypothèse que les prix retenus aux stades en aval (mareyage, grossiste et GMS) portent également sur des produits de la pêche française, bien que les nomenclatures des sources utilisées n'identifient pas l'origine, ou on néglige implicitement le biais découlant de la présence éventuelle à ces stades de poissons frais importés dans les estimations des indicateurs de marges brutes présentés plus loin (partie 3).

L'article « lieu noir » retenu ici au stade de la vente détail en GMS est un ensemble de morceaux de lieu noir découpé (filets ou tranches) regroupés dans le panel Kantar sous l'intitulé « lieu noir découpe » et représentant en moyenne 95% des achats de lieu en GMS. On a considéré 1) qu'il s'agissait de filets, 2) que ces filets étaient levés sur des poissons entiers non pas en GMS mais par un maillon en amont (grossiste, mareyeur-fileteur), avec un rendement de 50% par rapport au poisson entrée débarqué (d'après une [étude ancienne de l'ex-Institut Scientifique et Technique des Pêches Maritimes](#)) et 3) que les cotations des filets de lieu d'origine française vendus en gros sur le MIN de Rungis, minorés d'une décote (pour l'importance des quantités livrées) de 5%, pouvaient servir d'indicateur des prix d'approvisionnement des GMS. Le « partage de la marge brute » entre GMS et grossiste est donc ici très approximativement représenté.

L'article « sole » retenu ici au stade de la vente détail en GMS est la sole entière. Comme évoqué plus haut, le circuit représenté est celui d'un approvisionnement direct de la grande distribution en criée.

Pour le saumon fumé, les prix retenus au départ sont ceux de saumons frais ou congelés, tous importés, considérés comme la matière première des saumons fumés produits en France, dont le prix moyen sortie industrie française est extrait des données de l'enquête Prodcum. Le rendement global du saumon entier frais ou congelé en saumon fumé est de 49%, selon [l'étude de l'Eumofa](#), qui reprend des références de l'Adepale (syndicat de transformateurs).

On a signalé plus haut un biais probable dû au fait que ce prix du produit transformé porte sur des saumons de toutes origines, dont une partie de saumons du Pacifique (bien que le saumon de l'Atlantique soit certainement très majoritaire) alors que la ressource considérée en amont est essentiellement constitué de saumons de l'Atlantique. En outre, la nomenclature du panel Kantar pour les saumons fumés vendus au détail en GMS identifie l'origine de la matière première (saumons de Norvège, d'Ecosse, d'Irlande...) mais pas celle du produit transformé : l'offre de saumon fumé en GMS peut être partiellement assurée par des importations de produits transformés (dans des proportions a priori faibles en GMS hors « hard discount », mais inconnues). De ce fait, l'estimation de la marge brute en GMS à partir d'un prix de vente moyen au consommateur pouvant inclure des articles importés et d'un prix d'achat à l'industrie ne portant que sur des fabrications françaises (mais avec une matière première importée), n'est pas à l'abri d'un biais.

Il nous semblait nécessaire de développer ici ces points de méthode. Ils illustrent la difficulté, rencontrée à des degrés variables selon les filières par l'observatoire, de construire des indicateurs les moins biaisés possibles alors que les données statistiques de base ne s'y prêtent pas toujours. L'amélioration des ces dernières, leur adaptation aux besoins de l'observatoire, et, au-delà, à la demande en indicateurs et références exprimée suite aux États généraux de l'alimentation, dépasse les attributions et moyens du seul observatoire de la formation des prix et des marges.

3. ÉVOLUTION DES PRIX ET DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES

3.1. Évolution des prix à la première vente, à l'importation et au détail dans les filières aquatiques en 2017

En 2017, le **prix moyen des premières ventes déclarées en halle à marée** a augmenté de 1,4 % pour atteindre 3,44 €/kg. Mais cet accroissement du prix n'a pas compensé la baisse des volumes mis en vente (- 1,8 %). Aussi, le chiffre d'affaires se tasse de 0,4 % par rapport à 2016 pour s'établir à 668 millions d'euros. Cette année, l'augmentation du prix n'est pas généralisée à l'ensemble des catégories d'espèces : elle est essentiellement portée par la hausse des céphalopodes (+ 14 %) ; tandis que les petits pélagiques enregistrent une forte diminution (- 8 %) et les poissons blancs ou fins reculent légèrement ou stagnent.

Les volumes de poissons blancs débarqués en criées ont encore reculé de 3 % en 2017. Mais le lieu noir, le tacaud et l'églefin enregistrent quant à eux de belles hausses de leurs ventes (respectivement + 30 %, + 20 % et + 8 %). Malgré le repli global des quantités, le prix moyen recule de 1 %. Parmi les évolutions les plus contrastées, il faut noter la forte hausse du prix moyen du lieu jaune (+ 15 %) et du cabillaud (+ 5 %), tandis que le lieu noir perd près de 16 %.

Après un fort recul en 2016, les volumes de poissons fins mis en vente ont eux aussi encore reculé en 2017, mais de façon plus modérée (- 2 %) et leur prix s'est stabilisé. Les principales espèces de cette catégorie enregistrent un repli des volumes, en particulier le turbot (- 11,9 %) et le rouget barbet (- 10,7 %). Toutes ces espèces ne voient pas leur prix orienté à la hausse, bien au contraire : le bar, la baudroie et la sole sont baissiers.

Les quantités débarquées en criées de petits pélagiques enregistrent également un repli notable de 3 % mais qui ne touche pas la même manière toutes les espèces : alors que le maquereau chute de 15 %, la sardine et l'anchois se renforcent largement (respectivement de 7 % et 13 %). Leurs prix sont inversement orientés (+ 9,3 %, - 3,7 % et - 9,4 %).

Enfin, l'année 2017 est portée par les volumes en croissance des céphalopodes (+ 5 %), et en particulier des calmars (+ 13,5 %) dont le prix progresse également significativement (+ 14 %). Le chiffre d'affaires généré par la catégorie est le mieux orienté, avec une hausse de 20 %.

Comme lors des deux dernières années le prix du gazole est resté à des niveaux faibles toute l'année 2017 même si son évolution s'oriente à la hausse. En décembre 2017, le gazole frôlait les 50 centimes le litre, soit un prix légèrement supérieur à celui au début de l'année 2016 (+ 2 centimes en moyenne).

Le **prix moyen à l'importation** des produits aquatiques a encore progressé en 2017, dans une moindre mesure qu'en 2016 puisque la hausse qui était de 6 % n'est plus que 3,5 %. Après une forte hausse en 2016 (+ 45 %), selon l'indice Fishpool, le cours du saumon norvégien a diminué en 2017, notamment en deuxième partie d'année en raison d'une production aquacole en forte hausse. Les volumes de saumon importés en France ont été stables mais la demande mondiale soutenue, notamment pour les pays émergents, a tendu quelque peu le marché et conduit à une hausse du prix d'importation de 4,6 %. Le prix du cabillaud importé est également en hausse (+ 6,5 %) induisant un tassement des volumes. Le lieu a enregistré un très fort développement des importations sous forme fileté en provenance de Chine, à prix bas. Les quantités et prix d'importations de sole sont globalement stables par rapport à 2016.

En 2017, le **prix moyen d'achat des ménages** du poisson frais a augmenté de 2,9 % par rapport à 2016. Cette hausse a pénalisé les achats puisque les foyers ont réduit de plus de 2 % les quantités achetées, marquant ainsi une rupture dans la tendance haussière. Elle a été particulièrement marquée pour le saumon frais dont le prix moyen progresse de 7 % et pour les petits pélagiques (maquereau et sardine : + 4 %). Une hausse des prix s'observe également sur les autres produits aquatiques, modérée pour les coquillages et crustacés frais, les produits surgelés ou les conserves (entre + 1,2 % et + 1,7 %). Elle est beaucoup plus importante pour les produits traiteurs et les céphalopodes frais (respectivement + 4,3 % et + 6,7 %).

Encore en 2017, l'indice Insee des prix à la consommation des poissons et fruits de mer montre une évolution plus marquée que l'indice global : il progresse par rapport à 2016 de 1,9 point contre 1,2 point pour l'indice général.

En lien avec ces évolutions des prix, tant à l'importation que intérieur, les ménages se sont proportionnellement plus tournés vers des produits dont le prix 2017 était orientés à la baisse. Même les produits traiteurs, dont les achats étaient toujours plus nombreux au fil des ans, ont enregistré un tassement en 2017, très marqué pour les produits fumés dont la hausse de prix est de plus de 10 %.

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : le saumon fumé en France

3.2.1. Le marché et la filière du saumon fumé

Tableau 38

Le marché français du saumon fumé

		2015	2016	2017
Production de l'industrie (1)	tonnes	23 025	24 126	nd
	M €	510,7	524,5	nd
Import (2)	tonnes	8 491	8 030	8 227
	M €	95,1	99,4	111,1
Export (2)	tonnes	3 453	3 882	3 948
	M €	66,5	70,6	73,4
Consommation apparente	tonnes	28 063	28 274	nd

Tableau 39

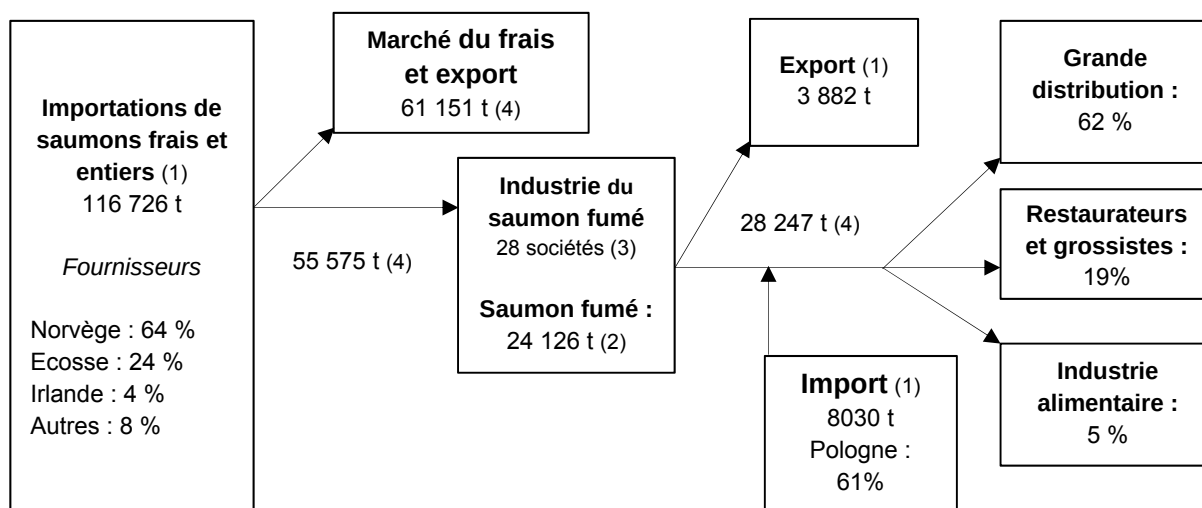
Achats de saumon fumé par les ménages

		2015	2016	2017
Hyper et supermarchés (3)	tonnes	14 291	13 580	11 869
	M €	427,8	417,8	418,3
	€/ kg	29,93	30,77	35,25
Tous circuits de vente au détail (3)	tonnes	19 094	18 278	16 057
	M €	544,7	536,0	537,3
	€/ kg	28,53	29,33	33,46

Sources : (1) SSP – Prodcum, (2) Douanes – GTA, (3) Kantar Worldpanel

Schéma 16

La filière française de saumon fumé en 2016



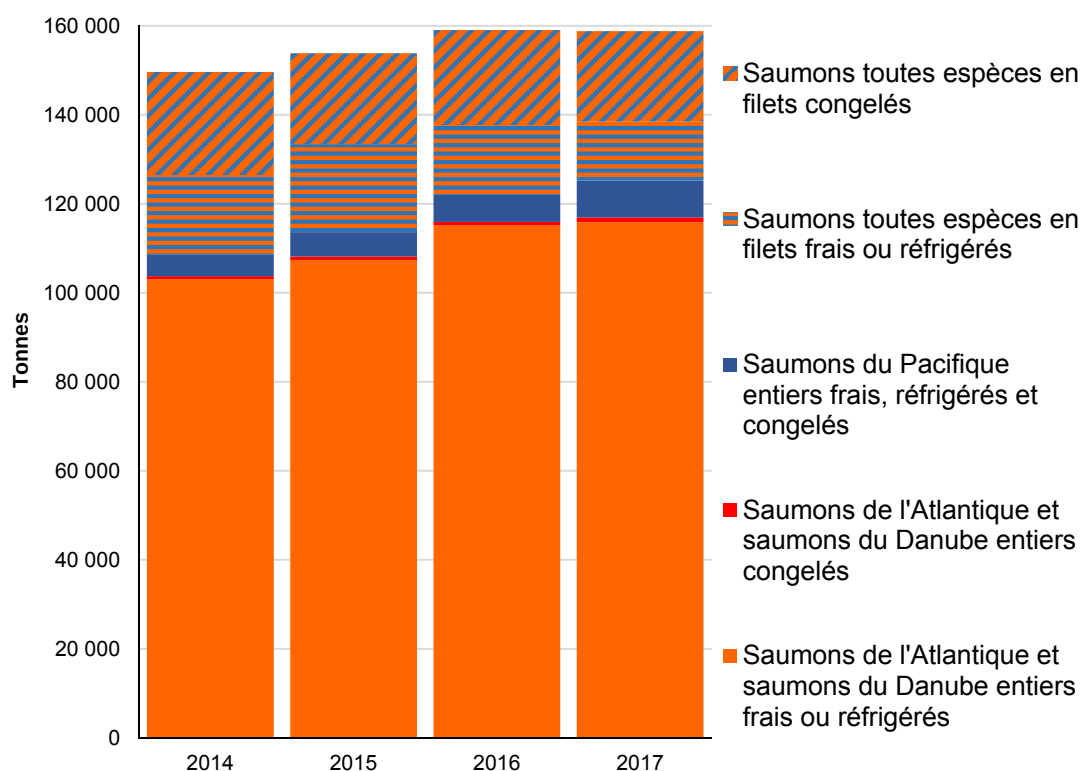
Source : (1) Douanes, (2) Prodcum, (3) Adepa (4) Estimé

La filière saumon fumé en France est principalement approvisionnée par du saumon frais (entier vidé) en provenance de Norvège (2/3 des volumes), d'Ecosse et d'Irlande. L'industrie française du saumon compte 53 entreprises spécialisées dont 6 réalisent plus de 80 % du chiffre d'affaires total. Ces entreprises ont produit près de 23 000 tonnes de saumon fumé en 2015.

Une petite partie de cette production est destinée à l'exportation notamment vers l'Italie, 4^{ème} marché de consommation derrière l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. 75% de la production française de saumon fumé est destiné au marché intérieur principalement via la grande distribution. Enfin, la France importe annuellement 8 000 tonnes de saumon fumé, principalement en provenance de Pologne qui est le premier exportateur mondial de saumon fumé.

Graphique 192

Évolution des importations françaises de saumon frais et congelé



Source : FranceAgriMer d'après Douanes françaises (GTA)

3.2.2. Résultat : décomposition du prix au détail du saumon fumé en GSM

Les importations de saumon frais entier représentent jusqu'à 75 % des importations françaises de saumon ; s'y ajoutent un peu moins 10 % des volumes de filets de saumon frais. L'industrie française du saumon fumé s'approvisionne presque exclusivement en saumon Atlantique frais.

L'indicateur de coût en matière première importée du saumon fumé Atlantique a progressé de 28% entre 2015 et 2016, et ne diminue que légèrement en 2017. Cette évolution du coût en saumons importés résulte d'une contraction de l'offre mondiale due à des accidents sanitaires (poux du saumon, micro-algues) et à la diminution des densités des poissons qui ont affecté les productions norvégiennes et chiliennes.

Cette hausse moyenne de 3 € / kg de produit final du coût en matière première importée en 2016 paraît avoir été peu transmise par l'aval cette même année : les indicateurs de marges brutes sont en baisse et le prix moyen au détail ne progresse que de 0,80 €. Ainsi, en 2016, le poids de la matière première dans le prix au détail du saumon fumé (35%) s'est accru de 9,5 points.

En 2017, le prix moyen annuel au détail en GSM des saumons fumés Atlantique⁴⁴ progresse fortement, de près de 14% soit + 4,24 € / kg, alors que le coût en importations diminue légèrement.

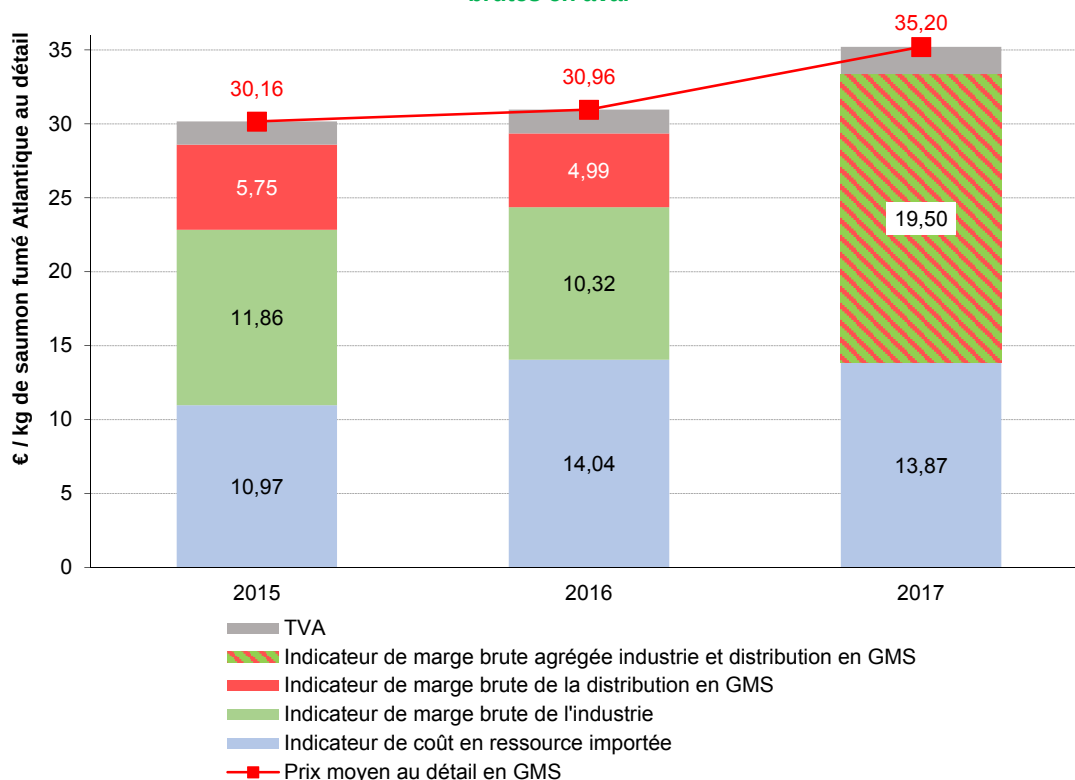
L'indicateur de marge brute industrielle est calculé grâce aux prix sortie-usine du saumon fumé estimés à partir des statistiques PRODCOM sur les volumes et chiffre d'affaires des transformateurs, non encore disponibles pour 2017. Cet indicateur a diminué en 2016, les industriels n'ayant pas répercuté la hausse du coût en matière première.

La forte hausse des prix au détail en 2017 paraît indiquer une transmission différée de la hausse du coût en matière première des années précédentes.

⁴⁴ Rappel : ce prix moyen annuel est calculé en pondérant les prix moyens mensuels des saumons fumés d'origine Atlantique (Norvège, Ecosse, Irlande) par le poids des achats de chaque mois dans une année, ce poids étant calculé sur la base des achats de 2017 pour fixer la saisonnalité. Le résultat est toutefois très proche des prix moyens pondérés par les quantités mensuelles propres à chaque année, la saisonnalité des achats en volume variant très peu selon les années.

Graphique 193

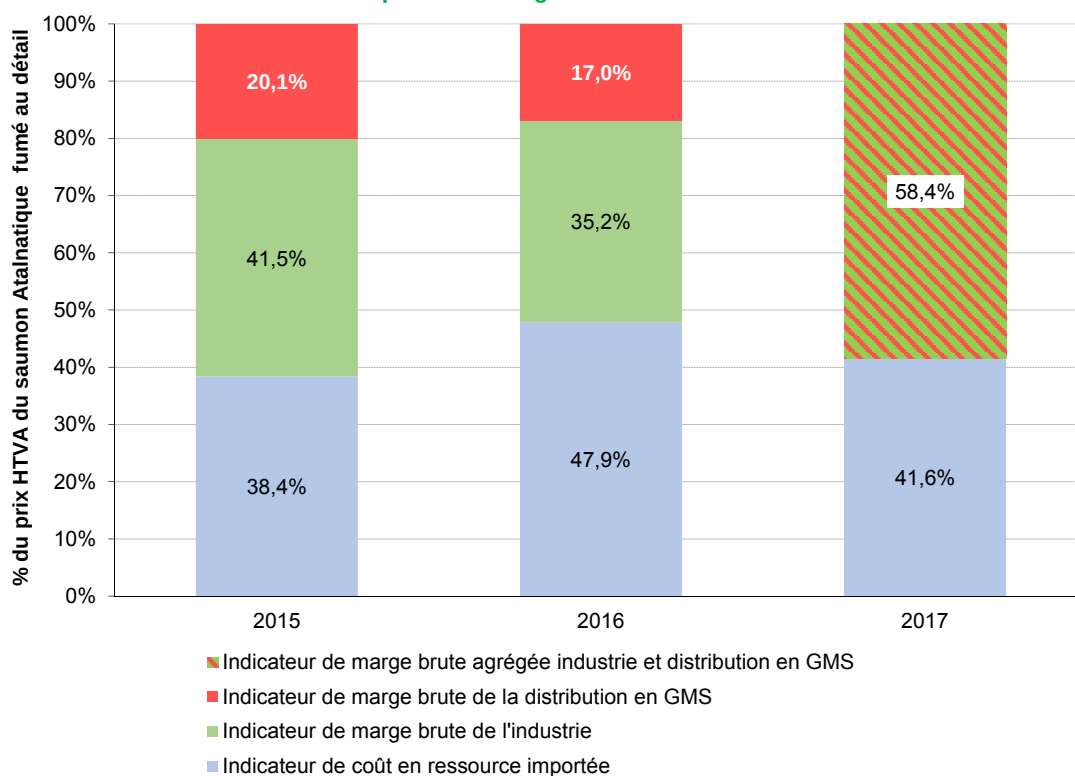
Composition du prix moyen annuel au détail du saumon fumé en GMS en matière première importée et marges brutes en aval



Source : FranceAgriMer d'après Eumofa, Douanes françaises, Prodcum (Insee) et Kantar Worldpanel

Graphique 194

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail du saumon fumé en GMS en matière première importée et marges brutes en aval



Source : OFPM, FranceAgriMer d'après Eumofa, Douanes françaises, Prodcum (Insee) et Kantar Worldpanel

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : le lieu noir

3.3.1. Le marché du lieu noir

Tableau 40

Production vendue en criée, importation, exportation du lieu noir

		2015	2016	2017
Production vendue en criée (1)	tonnes	6 249,9	5 424,5	6 943,54
	M €	10,5	9,7	10,5
Import frais et congelé, entier et filets (2)	tonnes	12 434	12 061	13 811
	M €	41,5	40,7	41,2
Export frais et congelé, entier et filets (2)	tonnes	5 634	5 137	5 041
	M €	12,8	10,6	10,2

Sources : OFPM d'après (1) FranceAgriMer – VISIOmer-RIC, (2) Douanes – GTA

Tableau 41

Achats au détail de lieu noir toutes présentations (entier et filets, frais ou surgelé)

		2015	2016	2017
Supermarchés et hypermarchés	tonnes	11 256	11 726	12 174
	M €	83,8	91,9	94,0
	€/kg	7,45	7,84	7,72
Tous circuits de vente au détail	tonnes	18 657	18 080	19 162
	M €	144,2	144,4	153,8
	€/kg	7,73	7,99	8,03

Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Malgré le poids des importations, faute d'autres données, on a retenu pour prix de la ressource celui du lieu noir en criée. Par ailleurs, les données de prix au détail en GMS du panel Kantar ne distinguent pas l'origine des produits. Ce faisant, la décomposition du prix au détail du lieu noir en GMS présentée ci-après suppose implicitement que les prix en GMS diffèrent peu selon l'origine du produit et également que le prix d'importation du lieu noir frais est peu différent du prix du produit en criée.

3.3.2. Résultat : décomposition du prix au détail en GMS du lieu noir frais découpé

Le prix au détail du lieu noir présente une saisonnalité marquée, reproduisant celle du prix en criée (sauf en 2016) et montrant deux périodes de prix élevés : en décembre-janvier et en juillet-août, périodes qui correspondent à des minima de production (tonnages en criée) et, partant, de consommation.

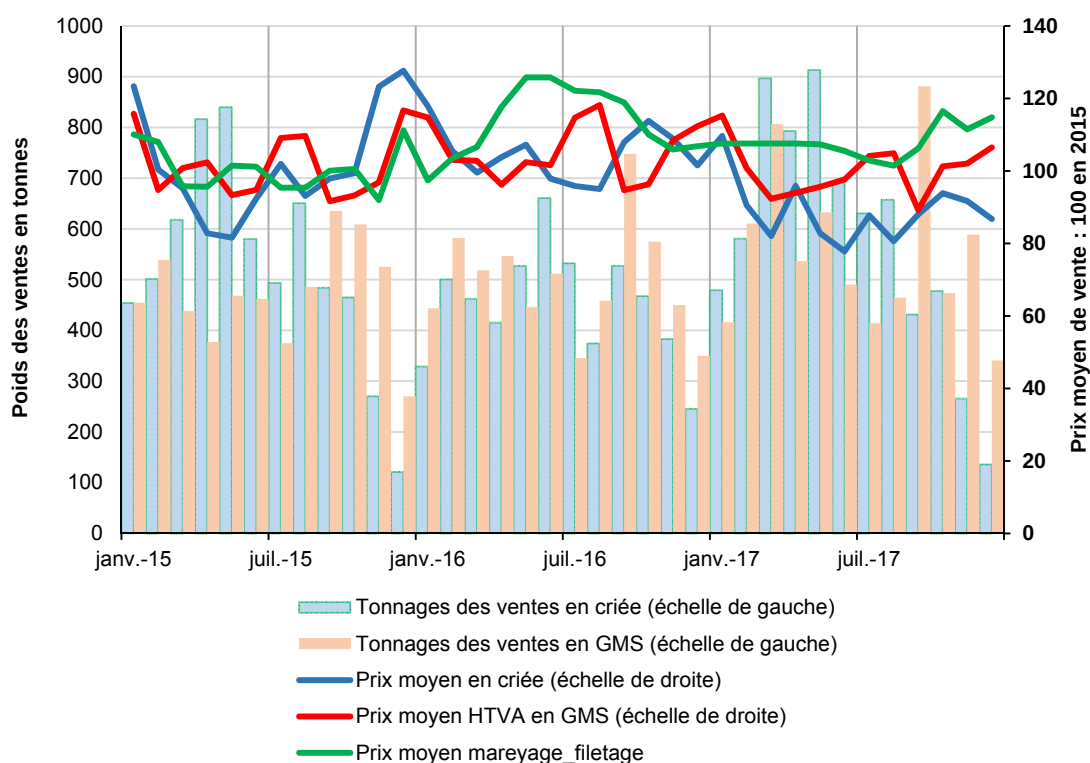
En valeurs absolues (Graphique 196), les variations saisonnières du prix au détail sont plus importantes que celles du prix en criée. Cette situation de « *sur-transmission* » des variations du prix amont dans le prix de détail se rencontre également dans les filières des fruits et des légumes frais, contrairement aux filières de produits transformés. Elle révèle le rôle déterminant des variations saisonnières la demande dans celles du prix au détail.

La baisse du coût moyen d'achat en criée en 2017 (-0,56 €) paraît avoir été partiellement transmise dans le prix au détail (-0,47 € HTVA), mais sous l'effet d'une baisse de l'indicateur de marge brute en GMS compensant en partie la hausse de celui du mareyage.

En moyenne annuelle, la part relative de l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste dans le prix au détail (Graphique 198) apparaît à la fois plus faible et, variant entre 14% (2015) et 23% (2017) et plus volatile que celle des GMS, comprise en 42% et 47%. Ces remarques sur l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste sont toutefois à considérer avec prudence car cet indicateur n'a pu qu'être estimé, faute de données plus appropriées, sur la base des prix de gros à Rungis, supposés représentatifs des prix d'approvisionnement des GMS auprès des mareyeurs, et ce dans l'hypothèse où les GMS recourent effectivement à ce type d'approvisionnement, plutôt qu'à des achats directs en criée.

Graphique 195

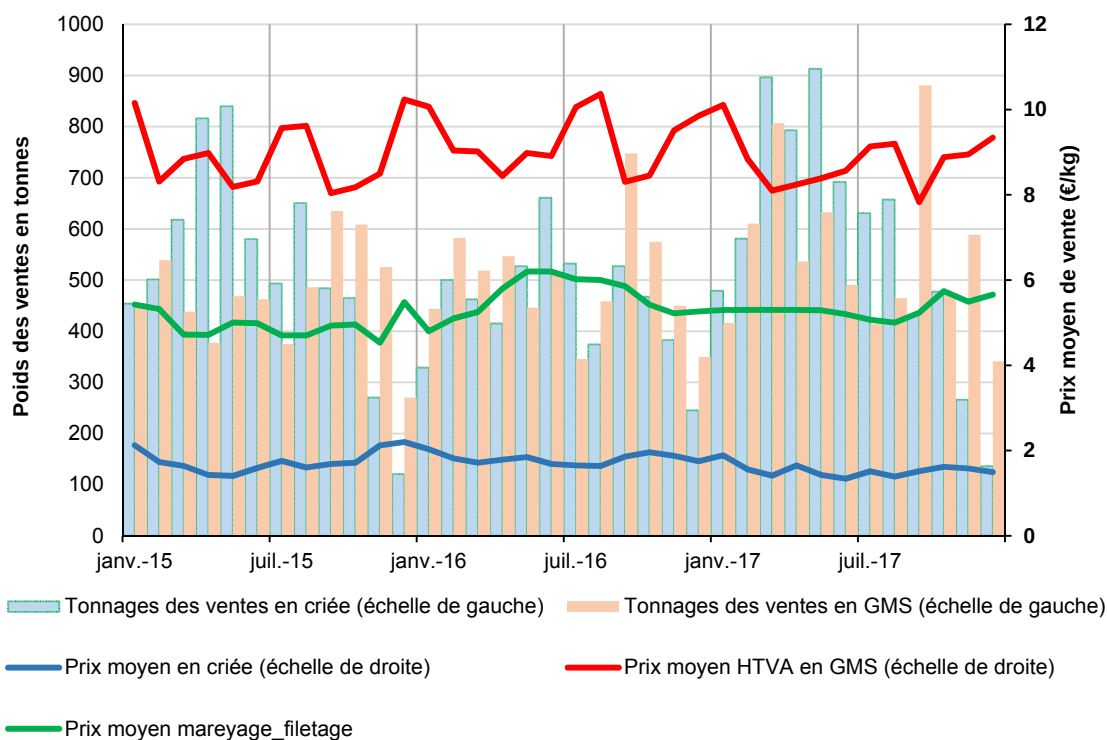
Indices de prix et volumes des ventes de lieu noir en criées et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, FranceAgriMer-réseau des nouvelles des marchés, Kantar Worldpanel

Graphique 196

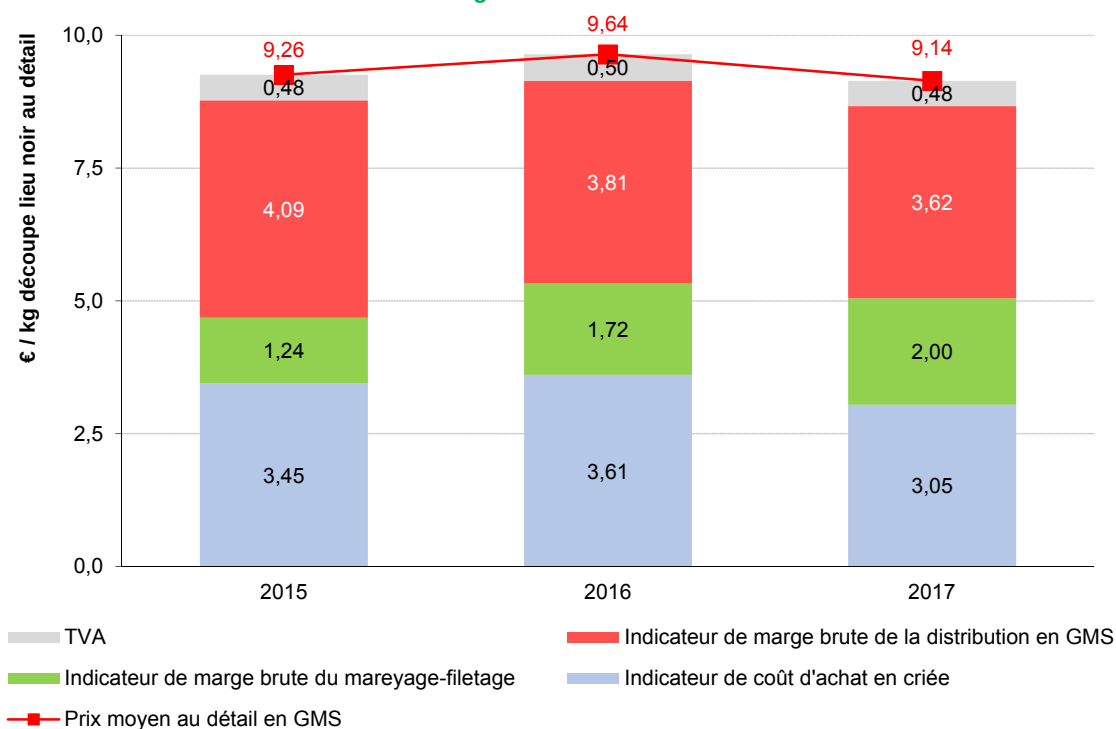
Prix et volumes des ventes de lieu noir en criées, au mareyage et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, FranceAgriMer-réseau des nouvelles des marchés, Kantar Worldpanel

Graphique 197

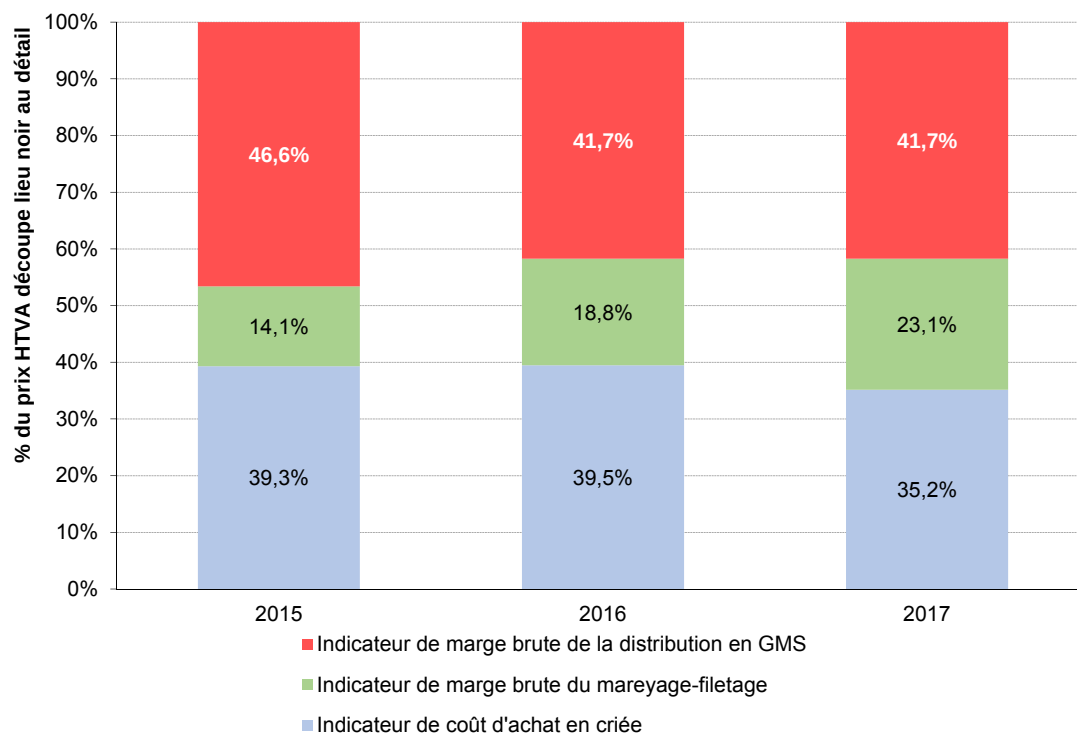
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lieu noir frais découpé, en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

Graphique 198

Composition en pourcentage du prix moyen annuel HT au détail en GMS du lieu noir frais découpé, en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

3.4. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : la sole

3.4.1. Le marché de la sole

Tableau 42

Production en criée importation, exportation de la sole commune

		2015	2016	2017
Production vendue en criée (1)	tonnes	5 146	4 389	4 172
	M €	60,6	58,1	54,1
Import frais et congelé, entier et filets (2)	tonnes (1)	2 219	2 236	2 255
	M €	24,5	26,2	26,5
Export frais et congelé, entier et filets (2)	tonnes (1)	2 081	1 576	1 384
	M €	24,2	21,8	19,2

Sources : OFPM d'après (1) FranceAgriMer – VISIOmer-RIC, (2) Douanes – GTA

Tableau 43

Achats au détail de sole commune toutes présentations (entier et filets, frais ou surgelé)

		2015	2016	2017
Supermarchés et hypermarchés	tonnes	2 041	1 747	1 440
	M €	31,5	28,0	23,6
	€ / kg	15,43	16,01	16,39
Tous circuits de vente au détail	tonnes	3 498	3 173	2 721
	M €	60,3	58,1	51,0
	€ / kg	17,25	18,29	18,73

Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Malgré le poids des importations, faute d'autres données, on a retenu pour prix de la sole celui du produit en criée. Par ailleurs, les données de prix au détail en GMS du panel Kantar ne distinguent pas le calibre ni l'origine des produits. La décomposition du prix au détail de la sole GMS présentée ci-après suppose implicitement que les prix au détail en GMS diffèrent peu selon l'origine du produit et également que le prix du de la sole importée est peu différent du prix du produit en criée. Les prix moyens étudiés sont tous calibres confondus, la structure de l'offre en différents calibres pouvant évoluer.

3.4.2. Résultat : décomposition du prix au détail de la sole en GMS

La saisonnalité des prix au détail de la sole est assez marquée (baisse au premier trimestre et hausse pendant la période estivale) et reproduit la saisonnalité des prix en criées. La période de prix bas de janvier à mars correspond au pic saisonnier de captures. On notera que les volumes de sole commercialisés en GMS semblent peu élevés par rapport aux volumes débarqués en criées. Une part importante de la consommation de sole a lieu en restauration commerciale. Exception parmi les espèces françaises, la sole présente une balance commerciale faiblement négative, voire certaines années positive (exportations supérieures aux importations en volumes). La sole apparaît comme un produit d'appel, ou devant être régulièrement présent en rayon des GMS qui, certains mois, renoncent à leur marge sur cet article pour la maintenir dans sa gamme proposée au consommateur.

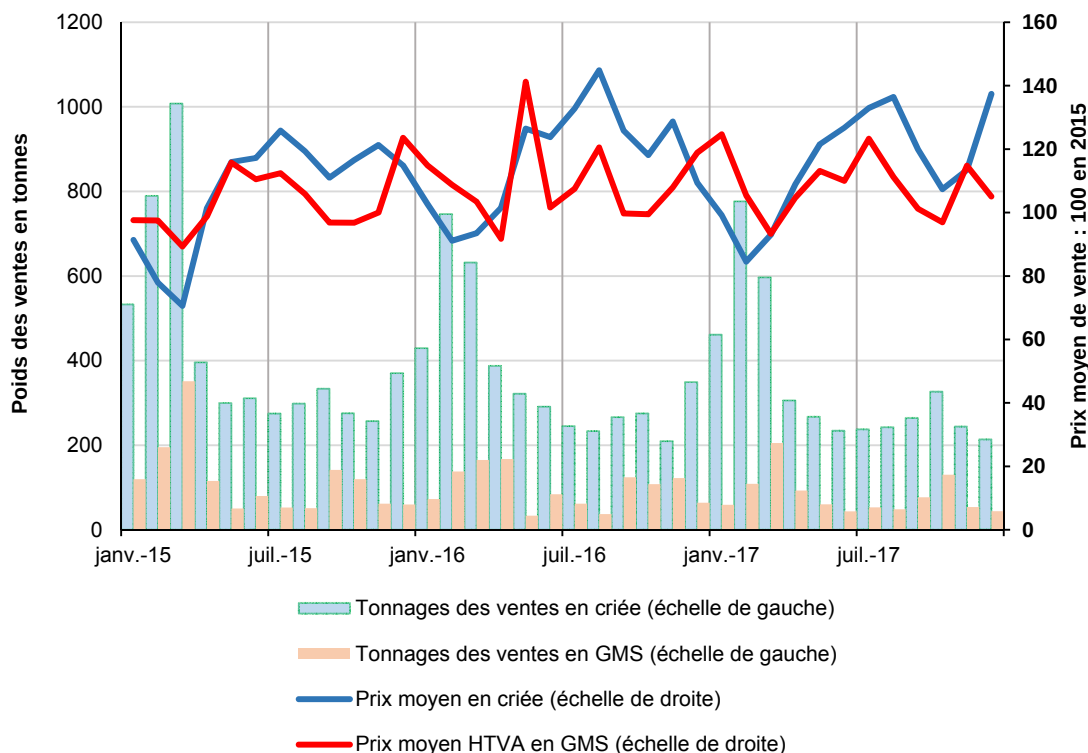
On rappelle que le circuit de la sole entière représenté ici ne distingue pas « d'intermédiaires » entre l'approvisionnement en criée et la distribution en GMS : l'indicateur de marge brute considéré ici peut donc comprendre, outre la marge commerciale de la GMS (magasin et centrale d'achat) une éventuelle marge de commerce inter-entreprises (grossiste, mareyeur). Une étude du pôle halieutique d'Agro Campus Ouest, conduite sur les rayons marée de GMS bretonnes, révèle en effet une certaine diversité dans les modes d'approvisionnement en poissons frais des *magasins* (et non des centrales) : via la centrale d'achat, ou directement en criée, ou encore via un grossiste ou un mareyeur, dans des proportions variables selon les enseignes ; à noter que le mode d'approvisionnement des centrales elles-mêmes - en criée ou via grossiste ou mareyage – n'est pas appréhendé ([Le commerce de détail de produits de la mer frais dans les grandes et moyennes surfaces en Bretagne](#), Agrocampus Ouest).

Compte tenu du prix élevé de la sole à la première vente, la matière première représente environ 80% du prix au détail, du moins sur la période représentée ici (Graphique 199), laissant une marge brute relativement

faible, comparée à d'autres produits. Celle-ci s'est réduite avec la hausse du prix en criée, qui n'a été que partiellement transmise dans le prix au détail.

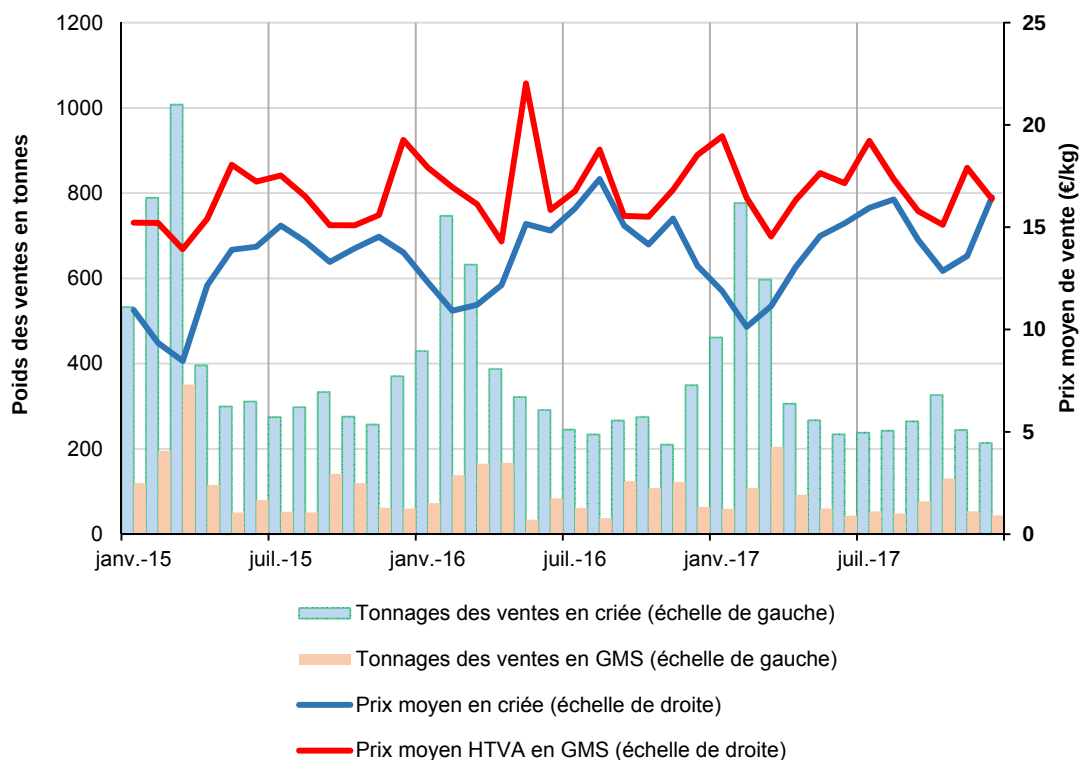
Graphique 199

Indices de prix et volumes des ventes de la sole en criées et au détail en GMS



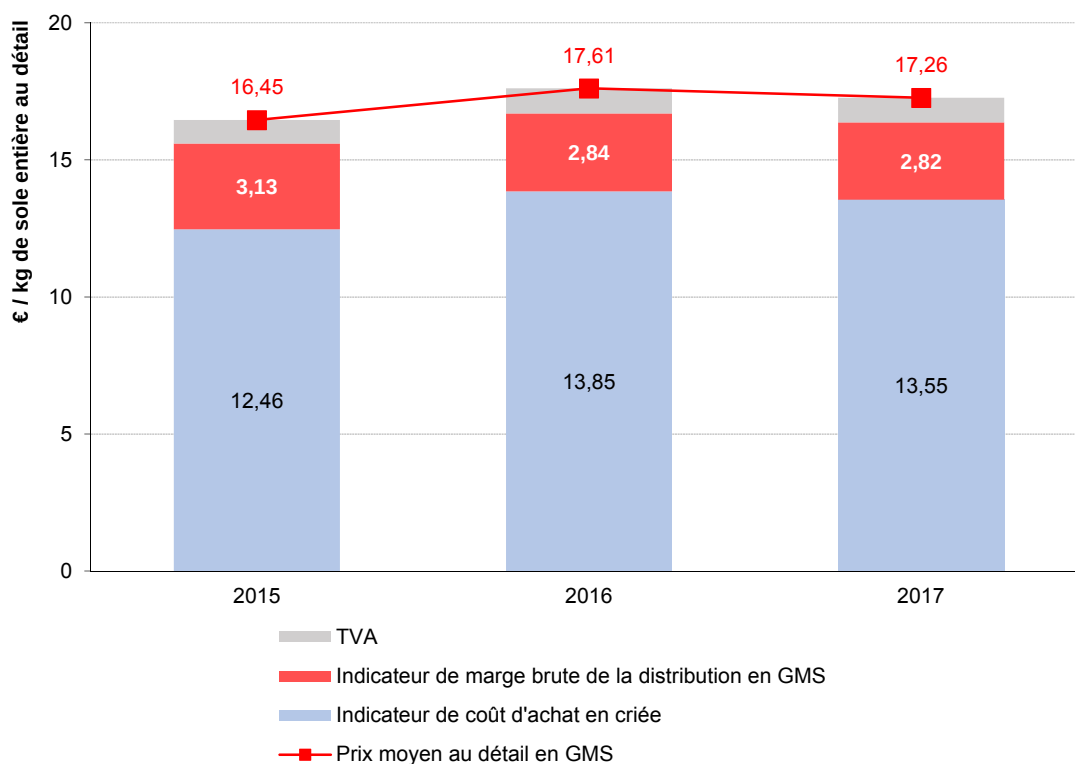
Graphique 200

Prix et volumes des ventes de lieu noir en criées et au détail en GMS



Graphique 201

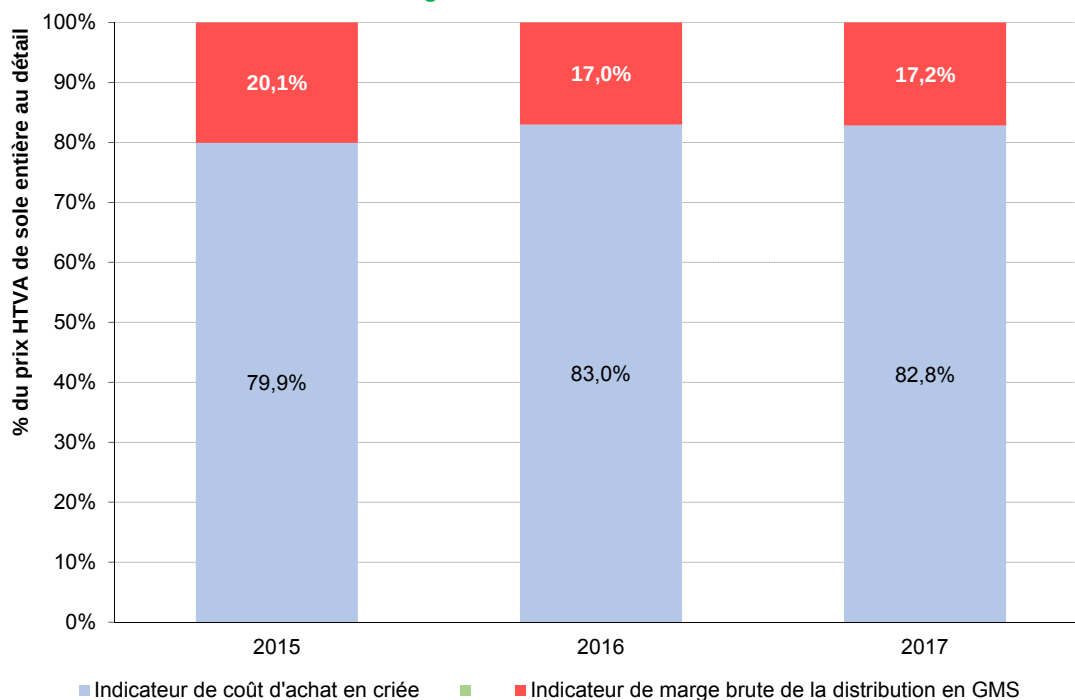
Composition du prix moyen annuel au détail de la sole en GMS en coût d'achat en criée et marge brute de la distribution



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 202

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail de la sole en GMS en coût d'achat en criée et marge brute de la distribution



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

4. COMPTE DU COMMERCE DE DÉTAIL SPÉCIALISÉ DE LA POISSONNERIE

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) et sa non-diffusion à un niveau de nomenclature fin en 2017 (pour les données 2015) ne permettent plus l'analyse et la publication de résultats dans ce rapport.

5. COMPTE DU RAYON POISSONNERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans les chapitres 1 et 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés. Les données de cadrage sur la grande distribution présentées dans les précédentes éditions n'ont pu être actualisées cette année.

5.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon marée contribue pour 9 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 8 % à leur marge brute, pour 14 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente (vidage, écaillage, coupe) voire à l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCN de produits de la mer) ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle fréquente surtout en hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Le rayon marée présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 25%. Ce taux est inférieur de près de 5 points à la moyenne des rayons étudiés, du fait du prix relativement élevé des approvisionnements et des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute « faible », des frais de personnel dédié importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 15,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 2^{ème} rang après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge semi-nette est ainsi de 9,8 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (18 €). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative, de - 8,1 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 5,2 € après.

Tableau 44

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

	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	75,0	
Marge brute	25,0	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	15,1	Dispersées
Marge semi-nette	9,8	
Autres charges	18,0	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-8,1	
Impôt sur les sociétés	-2,9	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-5,2	Très dispersées ; + / - 2,9 €

(*) 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, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

5.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 17,4 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon marée comprennent 15,1 € de frais de personnel dédié (9,4 € pour la moyenne tous rayons) et 2,3 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (1,9 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré et consommateur d'eau), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (15,7 €) est légèrement inférieur à la moyenne (16,6 €).

Au total, le rayon supporte 33,1 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, il se place au deuxième rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère après la boulangerie – pâtisserie - viennoiserie.

Tableau 45

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2016 : Moyennes toutes enseignes du rayon poissonnerie pour 100 € de CA

		Poissonnerie
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	15,1
	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 affectées au rayon	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	17,4
Charges communes réparties	Immobilier	1,8
	Personnel hors rayon	5,7
	Frais financiers	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,1
	Impôts et taxes hors IS	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,9
	Sous-total : charges communes réparties	12,8
	Total des charges imputées au rayon	30,2

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2016

(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 destinées 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)...

CHAPITRE 4. L'EURO ALIMENTAIRE

1. OBJECTIF, MÉTHODE, LIMITES

1.1. Objectif

L'objectif de cette analyse est d'évaluer **comment se répartit la dépense alimentaire** (tous produits confondus⁴⁵) **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 industries alimentaires et branche du commerce agroalimentaire, mais aussi : transports, services, autres industries et autres commerces... 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 seules 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.

Pour l'année 2014 (la dernière pour laquelle on dispose, à la date de la rédaction, des données indispensables aux calculs), deux approches sont développées :

- l'estimation de la valeur de la production agricole incluse dans la valeur de la consommation alimentaire,
- le calcul des rémunérations du travail et du capital, ou valeurs ajoutées, induites dans chacune des branches de l'économie nationale par la consommation alimentaire.

Ces approches sont complétées par :

- le calcul des emplois induits par la demande alimentaire
- et par une simulation de l'impact d'une hausse des prix agricoles sur le coût de l'alimentation.

La valeur de la production agricole incluse dans la valeur de la consommation alimentaire comprend, par exemple « *la valeur de la vache incluse dans celle du steak* », soit la production agricole domestique nécessaire pour satisfaire la consommation alimentaire, évaluée sans double compte. Sans double compte : c'est à dire, hors intraconsommations de la branche agricole (par exemple, production agricole de semences de blé incluse dans la production de blé utilisée pour la production de pain) et hors « *intraconsommations indirectes de la branche agricole* » : produits agricoles utilisés pour la production d'autres produits qui sont eux même utilisés par la production agricole (par exemple, production de maïs utilisée pour la fabrication d'aliments industriels eux-mêmes utilisés dans la production animale). La production agricole incluse dans la consommation alimentaire comprend la production par l'agriculture des aliments non transformés (fruits et légumes frais, œuf frais, miel...) et des produits agricoles transformés en aliments par l'industrie alimentaire. Elle inclut également d'autres produits agricoles utilisés comme intrants dans les diverses activités concourant directement ou non à la production et à la distribution des produits alimentaires (par exemple, productions végétales sources de production d'énergie utilisée par le transport de produits nécessaires à la production alimentaire...) hors double comptes signalés plus haut. À cette production agricole incluse, s'ajoutent, pour constituer la valeur de la consommation alimentaire, des importations d'aliments (dites importations finales), les valeurs créées en aval de la production agricole par l'industrie, le commerce, les services..., et les taxes.

La seconde analyse décompose la consommation alimentaire en **valeurs ajoutées, importations finales, importations intermédiaires** (produits importés utilisés comme intrants dans les différentes activités concourant directement ou non à la production et à la distribution des produits alimentaires) et en **taxes**.

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.

⁴⁵ La nomenclature des sources indispensables pour ces travaux ne permettent pas – hélas- de distinguer les différentes filières agroalimentaires.

1.2. Méthode et sources

La méthode, inspirée de travaux du service de recherche économique du département de l'agriculture des États-Unis (USDA-ERS) sur le « *food dollar* » (Canning, 2011) est décrite en détail dans diverses publications, consultables en ligne sur le site de l'observatoire, dont :

- [Le partage de l'euro alimentaire : première estimation incluant la restauration. La Lettre de l'OBSERVATOIRE, n° 11, décembre 2016 ;](#)
- [L'euro alimentaire en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches. \(Butault J.P., Boyer Ph.\). 6èmes Journées de recherches en sciences sociales ; Inra, Sfer, Cirad. Toulouse, décembre 2012.](#)

L'euro alimentaire résulte de calculs effectués sur les tableaux entrées-sorties (TES) de la comptabilité nationale, dans leur version réalisée par l'Insee pour Eurostat : format symétrique (autant de branches que de produits), nomenclature détaillée (65 branches et produits).

Le principe de ces calculs est de décliner par branche et par produit, ainsi que par nature de demande finale les égalités comptables macroéconomiques suivantes :

- entre emplois des biens et services (consommation intermédiaire, demande finale) d'une part, et ressources (production, importation) d'autre part,
- entre valeur ajoutée (égale à la production moins la consommation intermédiaire) d'une part, et demande finale en produits domestiques (égale à la production non utilisée pour la consommation intermédiaire) d'autre part, aux importations d'intrants près.

Ces calculs nécessitent des adaptations des TES et quelques approximations. Le Tableau 46 est une représentation agrégée du TES « domestique » utilisé. Issu de la même source (Insee pour Eurostat), on utilise également un tableau détaillant les ressources en produits importés et leurs emplois, en consommation intermédiaire dans les différentes branches et en demandes finales (consommation finale, exportation). Les Lettres de l'OBSERVATOIRE n°11 et n°14 proposent des exposés plus détaillés des sources, des méthodes et de leurs limites.

La consommation alimentaire, boissons incluses (y compris celles sans origine agricole), intègre ici la restauration, commerciale et collective, sauf mention contraire. Cette consommation alimentaire s'élevait en 2014 à 233 milliards d'euros dont 60 en restauration et 173 hors restauration, dont 33 pour l'ensemble des boissons (Insee, comptes nationaux : consommation par fonction).

1.3. Limites

Certaines limites importantes de l'approche doivent être signalées :

- Une partie de la restauration, relativement limitée en regard de la consommation alimentaire, reste non prise en compte. Il s'agit des services de restauration non dissociables de la consommation d'un autre service (hébergement, hospitalisation) dont le montant est inconnu, ou ressortit de la consommation intermédiaire des entreprises (repas d'affaires) et ne constitue donc pas une consommation considérée comme « finale » (effectuée par des ménages) ;
- la nomenclature des TES ne permet pas, dans une branche donnée, de différencier les coefficients techniques (rapports entre intrants et production) 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 ;
- la nomenclature des TES ne permet non plus 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 production⁴⁶ ;

⁴⁶ Dans l'étude [Les emplois liés aux filières de l'élevage en Bretagne : état des lieux quantitatif et qualitatif](#), (CGDD, 2016), pour un autre objectif que celui de l'euro alimentaire, les auteurs ont construit un « TES régional » dans lequel les branches agriculture et industrie alimentaire régionale sont éclatées en différentes orientations agricole (élevages, cultures...) et industrielles (lait, viande...). La méthode pourrait éventuellement inspirer des travaux ultérieurs de l'observatoire sur l'euro alimentaire, à partir d'un TES national rendu plus détaillé que celui fourni par l'Insee et Eurostat. Ce ne pourrait être toutefois réalisé qu'au prix de nombreuses et souvent fortes approximations, qui fragiliseraient les résultats.

- les données annuelles indispensables pour effectuer la décomposition 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 (avril 2018), **les dernières données disponibles sont celles de 2014.**

Tableau 46

TES domestique 2014 aux prix de base (avant marges et hors taxes sur utilisations finales) « corrigé et adapté » : hors subventions aux produits, après correction sur le vin et séparation restauration / hébergement

Unités : Milliards €	Utilisations intermédiaires						Utilisations finales par produit		
	Agriculture pêche, aquaculture	Industries alimentaires, des boissons et du tabac	Restauration	Commerce et transport	Autres industries et services (dont hébergement)	Total des utilisations inter. en produits	Consommation finale par produit	Autres demandes finales par produit	Utilisation totale par produit au prix de base
Agriculture, pêche, aquaculture	12,6	44,5	1,4	0	0,7	59,2	8,3	13,2	80,8
Industries alimentaires, des boissons et du tabac	6,7	21,9	15,8	2,1	12,5	59,1	79,2	34,4	172,8
Restauration	0,1	0,3	0,9	6,6	12,7	20,6	56,5	0	77,1
Commerce et transport	4,6	14,8	5,5	68,66	105,1	198,7	195,0	124,2	517,8
Autres industries et services	14,7	26,5	5,4	141,6	893,7	1 081,8	1 098,3	766,6	2 946,7
Total	38,6	108,0	29,1	218,9	1 024,9	1 419,5	1 437,2	938,5	3 795,2
Importations pour consommation intermédiaire	11,0	17,5	5,2	44,2	316,8	394,6	Remarques : 3 795,2 : production = utilisation La valeur ajoutée totale aux consommations intermédiaires d'origine domestique, égale à : 3 795,2 - 1 419,5 = 2 375,7 est aussi égale à la demande finale en produits domestiques : 1 437,2 + 938,5 = 2 375,7 Cette égalité globale est exploitée pour décomposer la consommation finale alimentaire en valeurs ajoutées induites.		
Taxes moins subventions sur consommations intermédiaires	1,8	2,1	1,1	11,4	57,4	73,9			
Consommation intermédiaire par branche au prix d'acquisition	51,4	127,6	35,4	274,5	1 399,1	1 888,0			
Valeur ajoutée au prix de base	29,4	45,1	41,7	243,3	1 547,7	1 907,2			
Production au prix de base	80,8	172,8	77,1	517,8	2 946,7	3 795,2			

Note :

Le TES domestique retrace l'utilisation des produits domestiques ; seules les importations pour consommation intermédiaire sont prises en compte, pour assurer l'équilibre : production = utilisation (valeurs sur fond jaune).

Le TES utilisé pour les calculs présente 65 branches et produits, au lieu de 5 dans cette représentation où de nombreux produits (lignes) et branches (colonnes) ont été regroupés, en particulier : agriculture, pêche et aquaculture, commerce et transport, autres industries et services. Le TES réel détaille les « autres demandes finales » (exportations, formation brute de capital).

La **consommation supposée alimentaire** est constituée par les **valeurs en rouge**. Ces valeurs portent ici sur les seuls produits domestiques. Cette consommation supposée alimentaire intègre une part de consommations non alimentaires (fleurs et plantes, animaux de compagnie, aliments pour animaux de compagnie), cf. Tableau 46 : la décomposition de l'euro alimentaire issue des calculs sur TES doit donc ensuite être corrigée par calage sur la consommation alimentaire effective, suivie par les comptes nationaux.

Valeurs aux prix de base : avant taxes et avant marges de commerce et de transport, mais après correction éliminant les subventions aux produits.

Sources : OFPM d'après Insee, Eurostat

Tableau 47

Tableau d'utilisation des importations en 2014 aux prix de base (sans correction sur le vin ni séparation restauration / hébergement)

Unités : Milliards €	Utilisations intermédiaires						Utilisations finales par produit		
	Agriculture pêche, aquaculture	Industries alimentaires, des boissons et du tabac	Restauration et hébergement	Commerce et transport	Autres industries et services	Total des utilisations inter. en produits	Consommation finale par produit	Autres demandes finales par produit	Utilisation totale par produit au prix de base
Agriculture, pêche, aquaculture	1,1	3,9	0,4	0,0	0,1	5,5	5,8	0,6	11,9
Industries alimentaires, des boissons et du tabac	0,6	5,4	3,9	0,5	3,1	13,5	21,6	2,7	37,8
Restauration et hébergement	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Commerce et transport	0,4	1,9	1,0	15,5	14,0	32,9	5,1	0,4	38,4
Autres industries et services	7,4	7,8	1,7	28,2	297,8	342,8	104,2	95,6	542,6
Total	9,5	19,0	6,9	44,2	315,1	394,6	136,6	99,3	630,6

Sources : OFPM d'après Insee, Eurostat

Tableau 48

La consommation finale par produit selon le TES et selon les comptes nationaux détaillés et la consommation alimentaire effective des ménages en 2014

Unités : Milliards € Aux prix d'acquisition	Consommation finale par produit (TES corrigé et tableau des importations, marges et taxes incluses)	Consommation finale par produit (comptes nationaux, nomenclature détaillée)	Consommation alimentaire effective des ménages (consommation par fonction)	Taux de correction des résultats issus du TES (6)
Produits de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture	30,3	24,7 (1)	24 380 (3)	80,45%
Produits des industries alimentaires et des boissons	153,1 (4)	150,5 (2)	148,4 (3)	96,94%
Total hors restauration	183,4	176,1	172,8	94,21%
Restauration	59,9 (5)	59,4 (5)	60,0 (5)	100,13%
Total avec restauration	243,4	235,5	232,8	95,67%

Notes :

(1) hors fleurs et plantes et animaux de compagnie : produits a priori non alimentaires.

(2) hors aliments pour animaux de compagnie (non prévus pour l'alimentation humaine), hors produits tabac.

(3) répartition de la consommation alimentaire effective des ménages hors restauration entre produits estimée sur la base des proportions des comptes nationaux.

(4) hors tabac (contrairement à la valeur figurant initialement dans le TES).

(5) non compris : restauration en consommation intermédiaire (19 Md€) et restauration indissociable d'autres services : hébergement, hospitalisation... (montant inconnu).

(6) rapport entre consommation effective et consommation finale par produit du TES

Sources : OFPM d'après Insee, Eurostat

Le Tableau 49 ci-dessous présente les différentes approches possibles de la consommation alimentaire, permises par les différentes sources.

L'approche en termes de consommation alimentaire « *effective par fonction* » distingue la consommation de produits alimentaires hors restauration (mais sans détail par produits) : 173 573 M€ en 2013, et la consommation de services de restauration : 58 083 M€ en 2013. On peut estimer la répartition du total « *alimentaire hors restauration* » entre produits de l'agriculture et produits des industries alimentaires en se fondant sur la *consommation finale par produit en nomenclature détaillée* fournies par les comptes nationaux (non représentée ici).

La nomenclature du TES n'est pas une nomenclature de *fonctions* mais de *produits* ; elle ne permet de cerner qu'approximativement la consommation alimentaire en l'assimilant à la consommation finale (c'est-à-dire, par les ménages) de produits *a priori* alimentaires. Ce faisant, cette nomenclature de produits étant insuffisamment détaillée, on intègre inévitablement des produits agricoles et des produits des industries alimentaires dont la consommation par les ménages *n'est pas alimentaire*. C'est principalement le cas des achats d'animaux domestiques (qui constituent une consommation finale de produits agricoles) et les dépenses en aliments à leur intention (c'est une consommation finale de produits des industries alimentaires, de nature alimentaire mais non humaine) ainsi que de fleurs et plantes (c'est consommation finale de produits agricoles).

Les calculs de l'euro alimentaire exigeant d'être effectués sur les TES, les résultats bruts obtenus intègrent donc une erreur, qui, au demeurant, joue peu sur les résultats présentés en pourcentage de la consommation alimentaire. Quant aux résultats en valeurs absolues (millions d'euros), ils sont recalés sur les montants de consommation effective (soit une correction de 1% à 6% selon le composant du total alimentaire).

Tableau 49

La consommation alimentaire selon les sources en 2014

Unité : M € Aux prix d'acquisition	Consommation finale par produit dans le TES	Consommation effective par fonction
Produits de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture	31 048	25 192 (1)
Produits des industries alimentaires et des boissons	152 958 (3)	148 381 (2)
Total « alimentaire hors restauration »	184 006	173 573
Restauration	57 480 (4)	58 083 (4)
Total « alimentaire avec restauration »	241 486	231 656

Notes :

(7) hors fleurs et plantes et animaux de compagnie : produits *a priori* non alimentaires...

(8) hors aliments pour animaux de compagnie (non prévus pour l'alimentation humaine), hors tabac.

(9) hors tabac : une correction spécifique du TES est nécessaire, le tabac étant inclus dans les produits des industries alimentaires depuis 2008 dans les TES.

(10) non compris : restauration en consommation intermédiaire (19,3 Md€) et restauration indissociable d'autres services : hébergement, hospitalisation... (montant inconnu).

Source : OFPM d'après Insee (comptes nationaux), Eurostat

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'agriculture* ⁴⁷ *pour la consommation finale et pour la consommation intermédiaire (matières premières des industries alimentaires)*
- + *Consommation finale de produits alimentaires importés*
- + *Valeur créée en aval de l'agriculture*
- + *Taxes*

2.1. Le partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval en 2014

Le résultat de cette première décomposition, pour l'année 2014 (dernière année pour laquelle on dispose actuellement des sources nécessaires) est représenté sur le Schéma 17.

Schéma 17

L'euro alimentaire en 2014 décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes



Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

En 2014, dans 100 € de dépense alimentaire nationale restauration comprise, la part de produits de **l'agriculture** (pêche et aquaculture incluse) représente près de 15 €, en produits finals (aliments non transformés) et intermédiaires (matière première pour les industries alimentaires et autres intrants intervenant dans la production et la distribution de biens alimentaires).

⁴⁷ 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 2013).

On rappelle qu'il s'agit de la production agricole *incluse* dans la valeur de la consommation et non de la production agricole *nécessaire* pour assurer cette dernière : la production agricole *nécessaire* comprend en effet les intraconsommations directes et indirectes et s'élève à 18 €.

S'y ajoute un montant de 10,3 € **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, les services dont le transport des produits**. Ce dernier agrégat constitue, avec 66,0 €, la majeure part de la valeur de la consommation alimentaire. Enfin, s'ajoutent 9,1 € de taxes.

Du fait de la prise en compte de la restauration, activité à forte valeur ajoutée, la part de la production agricole incluse, comme celle des importations finales, est plus faible que dans les calculs antérieurs sur l'euro alimentaire qui excluaient la restauration (mais, évidemment, en valeur absolue et non en pourcentage de la consommation, la restauration induit une production agricole spécifique ; celle-ci est de l'ordre de 7 Md € en 2014.

2.2. Évolution du partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval

La répartition en 2014 est peu différente de celle observée les 4 années précédentes⁴⁸. Les travaux antérieurs sur l'euro alimentaire hors restauration de 1995 à 2012 montrent que sa composition évolue lentement. Sous l'effet des variations du prix relatif des produits agricoles, les résultats de certaines années s'écartent de la tendance de long terme : la baisse de la part de l'agriculture. Cette baisse tendancielle résulte de l'incorporation croissante d'autres biens et services à la valeur des produits alimentaires, et a été accentuée par les réformes successives de la PAC, réduisant le soutien des prix agricoles et lui substituant un régime de subventions directes.

La période 2010-2014 suivie sur le Tableau 50 recouvre une phase de hausse des prix agricoles, qui se traduit par une légère augmentation de la part de la valeur de la production agricole incluse dans la consommation alimentaire de 2010 à 2012. La hausse des prix agricoles se poursuit en 2013 à un rythme plus faible, suivi d'une diminution en 2014, entraînant un infléchissement de la part de la valeur de la production agricole incluse dans la consommation alimentaire.

Tableau 50

L'euro alimentaire décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes de 2010 à 2014

Pour 100 € de consommation alimentaire	2010	2011	2012	2013	2014
Production agricole incluse	14,5 €	14,8 €	14,9 €	14,7 €	14,6 €
Produits agricoles importés pour consommation finale	2,0 €	2,0 €	1,9 €	2,1 €	2,0 €
Produits des industries alimentaires importés pour consommation finales	7,9 €	8,6 €	8,6 €	8,7 €	8,3 €
Valeurs créées en aval de l'agriculture	67,5 €	66,2 €	66,2 €	65,6 €	66,0 €
Taxes sur les produits	8,2 €	8,4 €	8,4 €	8,8 €	9,1 €

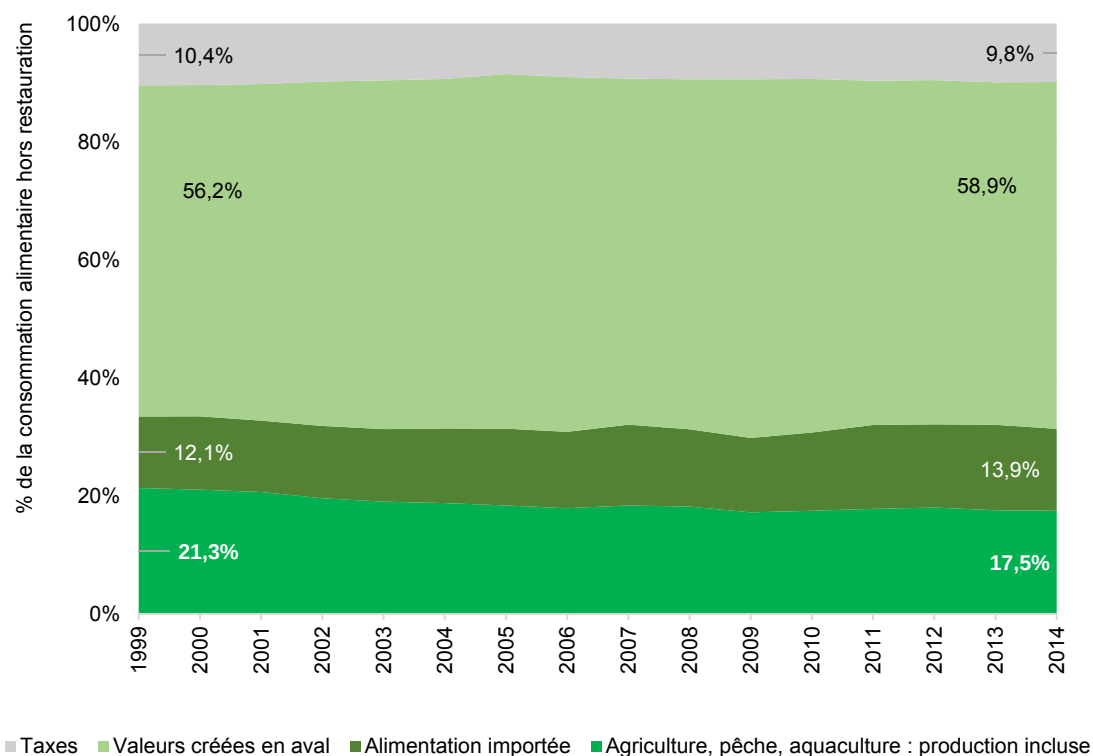
Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

Le suivi à plus long terme de la part de la valeur de la production agricole incluse dans la consommation alimentaire n'est possible qu'en considérant la consommation hors restauration. Les proportions ont évolué lentement, sous les effets de la baisse du rapport entre les prix agricoles et les autres prix, due aux réformes de la PAC (depuis 1992), de l'intégration communautaire et mondiale de notre économie (progression des importations) et de l'incorporation croissante de biens et services non agricoles dans notre alimentation.

⁴⁸ Compte tenu du changement de base des comptes nationaux en 2010, la décomposition de l'euro alimentaire restauration incluse avant 2010 nécessiterait des estimations spécifiques qui n'ont pas été entreprises pour l'instant.

Graphique 203

L'euro alimentaire hors restauration de 1999 à 2014 décomposé en production agricole, importations alimentaires, valeurs en aval et taxes



Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

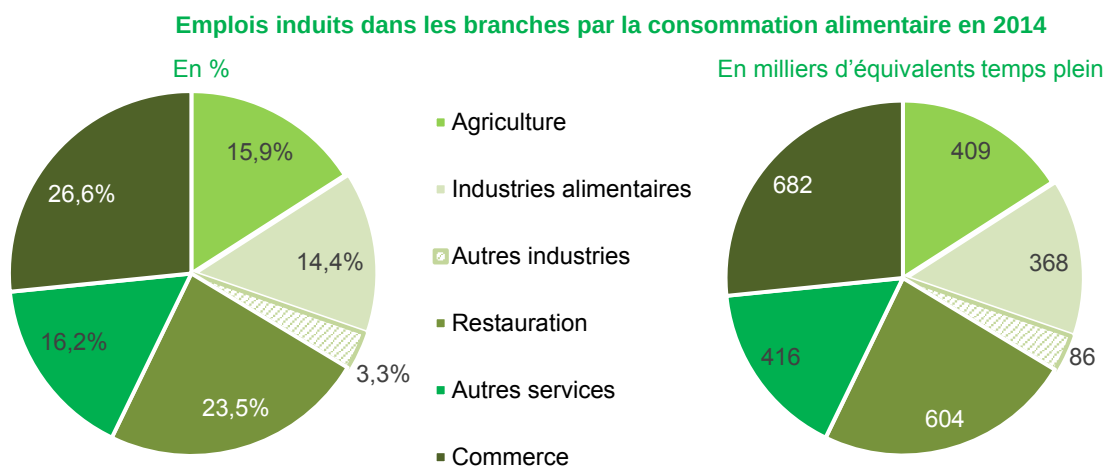
La production agricole prise en compte ici est celle *incluse* dans la valeur de la consommation alimentaire et non la production *nécessaire*. La production incluse, contrairement à la production nécessaire, ne comprend pas les doubles comptes constitués par les intraconsommations agricoles *directes* - par exemple, la production agricole des semences utilisées dans la production agricole du blé utilisé pour la fabrication de pain, et *indirectes* - par exemple, la production agricole de maïs incluse dans la production industrielle d'aliments consommés par les bovins de boucherie - (Canning et al, 2016). Rapportée à la consommation finale, la production agricole *incluse* est inférieure d'environ 3 points à la production *nécessaire*.

La production *nécessaire* pour satisfaire la consommation alimentaire détermine, en agriculture comme dans les autres branches, les emplois induits dans ces branches.

2.3. De nombreux emplois induits par la consommation alimentaire hors agriculture et industrie alimentaire

En 2014, ces emplois induits par la consommation alimentaire sont évalués, restauration incluse, à 2,6 millions d'équivalents temps plein, soit 10% de l'emploi total. Ils sont répartis par branche comme ci-après :

Graphique 204



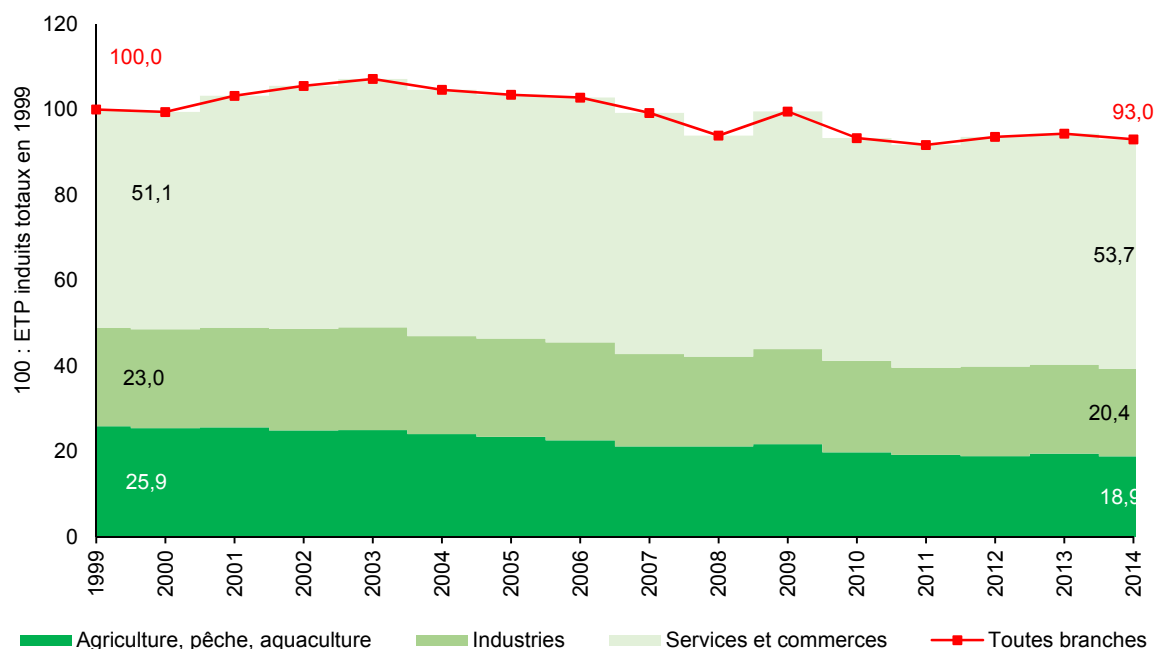
Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

L'emploi généré par la consommation alimentaire hors agriculture et hors industries alimentaires s'avère relativement important, avec près de 70% des emplois induits, concentrés dans le commerce et les services.

La complexité des circuits alimentaires crée des emplois dans ces branches, sans toutefois compenser la baisse de l'emploi en agriculture et dans l'industrie : les emplois induits par la consommation alimentaire, qui ne peuvent être suivis que hors restauration sur une plus longue période, ont diminué de 7% depuis 1999 (Graphique 205). Les gains de productivité, mais aussi les importations croissantes en produits alimentaires finals et, surtout, en produits intermédiaires, comme on le verra plus loin, entretiennent cette tendance.

Graphique 205

Évolution de l'emploi induit dans les branches par la consommation alimentaire hors restauration de 1999 à 2014



Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

La prise en compte de la restauration atténuerait la baisse de l'emploi induit par la demande alimentaire, compte tenu de la progression de la part de la restauration dans la consommation alimentaire totale (+3% entre 1999 et 2014, selon les comptes nationaux) et de son plus fort contenu en emplois : en 2014, pour un même niveau de consommation finale, la restauration induit un tiers d'emplois directs et indirects de plus que la consommation finale hors restauration (Insee, comptes nationaux et calculs OFPM).

3. LE PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE EN VALEURS AJOUTÉES

Cette **seconde décomposition** de l'euro alimentaire propose une analyse plus complète de la valeur. Alors que l'approche précédente s'arrêtait au calcul de la valeur des produits agricoles incluse dans la valeur de la consommation alimentaire, on exprime ici cette dernière comme une somme de valeurs ajoutées distribuées dans les branches de l'économie nationale (rémunérations brutes des « facteurs primaires » : travail et capital) et de valeurs transférées à l'étranger (importations finales et intermédiaires), somme à laquelle s'ajoutent les taxes sur la consommation (TVA, accises sur alcools,...) et toutes les taxes sur les intrants.

La chaîne de valeur conduisant à l'offre alimentaire est ainsi décomposée non pas dans la seule filière agroalimentaire, au sens « vertical » du terme (agriculture, industrie alimentaire, distribution), mais dans l'ensemble de l'économie nationale.

Le principe de cette analyse est, en quelque sorte, que « les charges des uns sont les rémunérations de tous » : au-delà de la rémunération des producteurs de produits alimentaires, les dépenses effectuées dans les branches en consommations intermédiaires qui concourent de près ou de loin à la formation de la valeur des produits alimentaires, « finissent » par rémunérer le travail et le capital d'autres branches de l'économie nationale... ou à l'étranger (importations d'intrants).

3.1. Valeurs ajoutées induites en 2014 par la consommation alimentaire

En 2014, la valeur ajoutée induite dans l'agriculture est de 6,5 € pour 100 € de dépenses alimentaires et d'environ 10% de la valeur ajoutée totale. Cette part est en légère progression par rapport à 2013, du fait d'une hausse conjoncturelle du taux de valeur ajoutée de la branche agricole, découlant notamment, en 2014, de la baisse des prix de certains intrants (produits végétaux pour l'alimentation animale) et la hausse de certains produits agricoles (lait).

Cette répartition des valeurs ajoutées est le résultat de deux déterminants :

- l'un, d'ordre structurel, est la « distance » entre le produit agricole et le produit alimentaire, accrue par l'incorporation croissante de divers services dont le coût « se retrouve » dans la valeur finale : élaboration et assemblage, conditionnement, logistique, sécurité sanitaire, mais aussi publicité et marketing ;
- l'autre déterminant est constitué par les « prix relatifs », notamment, s'agissant de la part de l'agriculture, le rapport entre prix agricoles et prix des autres produits. Ces prix relatifs résultent de l'organisation des marchés (notamment par la politique agricole), de la structure de ces marchés (concentration et pouvoir de marché, asymétrie) et de sa régulation (politique en matière de concurrence), et de façon particulièrement sensible depuis 2007, de leur conjoncture (volatilité des prix).

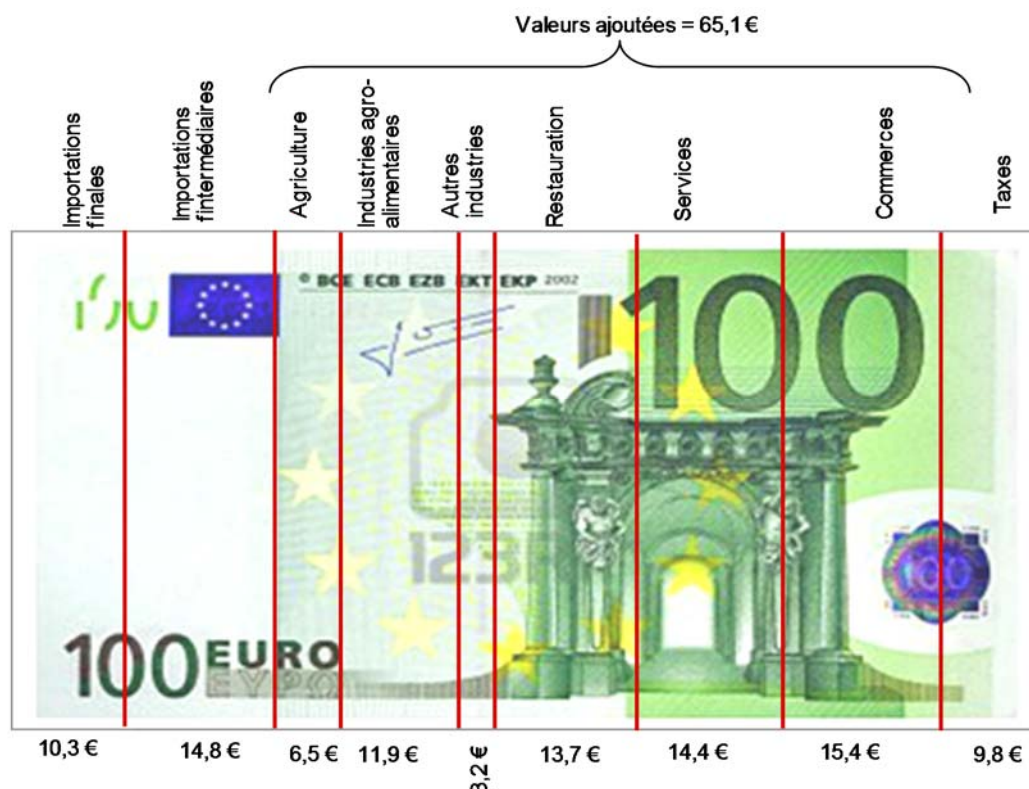
3.2. Valeurs ajoutées induites en 2014 par la consommation alimentaire

En longue période (1999-2014), la part de la valeur ajoutée de l'agriculture dans la consommation alimentaire hors restauration a diminué de 30%, dont 20% entre 1999 et 2005 de façon presque linéaire. Après 2005, la tendance à la baisse se poursuit mais avec des irrégularités dues à la plus grande volatilité des prix.

La part croissante des importations finales et intermédiaires (intrants) dans lesquelles dominent les « introductions » en provenance de l'UE, contribue à la baisse de la part de la valeur ajoutée induite en agriculture par la consommation alimentaire. La part des importations passe de 24% en 1999 à 29% en 2014, après un maximum de 30% atteint en 2013 ; la volatilité des prix des matières premières lui imprime des variations interannuelles marquées (hausse de 2008 et 2013, baisse de 2009).

Schéma 18

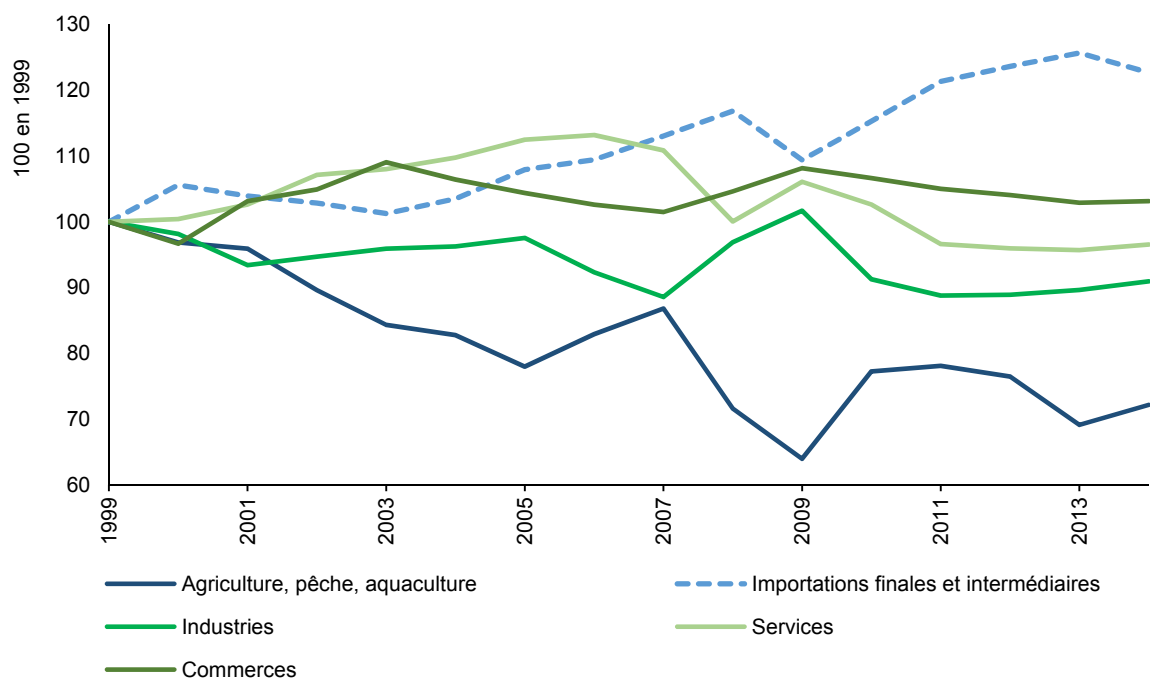
L'euro alimentaire en 2014 décomposé en valeurs ajoutées, importations intermédiaires, importations alimentaires, aval et taxes



Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

Graphique 206

Évolutions des parts de valeurs ajoutées par branche et des importations dans l'euro alimentaire hors restauration



Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

3.3. Le partage entre salaires et profits bruts de la valeur ajoutée induite par la consommation alimentaire

La valeur ajoutée se répartit entre rémunération brute du travail salarié (salaires et cotisations sociales) et excédent brut d'exploitation (EBE). L'EBE est la ressource allouée à la rémunération du capital, à divers transferts, aux impôts sur les bénéfices et à l'épargne (cf. plus bas). Dans les entreprises individuelles, dont en agriculture, l'EBE est « revenu mixte », qui, outre les emplois précités, rémunère également le travail non salarié.

En 2014, toutes branches confondues, la valeur ajoutée induite par la consommation alimentaire se partage pour 57% en salaires et 43% en EBE (revenu mixte compris)

À titre indicatif, on note que d'après le [Tableau économique d'ensemble](#) (Insee, 2014), l'EBE des sociétés (ce qui exclut les entreprises individuelles, agricoles notamment) se répartit entre les emplois suivants :

- l'épargne : 57%,
- les revenus distribués aux propriétaires du capital : 19% (dont dividendes, intérêts nets, autres revenus d'investissements),
- les autres transferts nets (cotisations moins prestations, indemnités moins primes d'assurance) : 9%
- et l'impôt sur les sociétés : 15%.

Les revenus distribués aux propriétaires du capital constituent dans certaines approches la base d'évaluation du « coût du capital » ([Garnier et al., 2015](#), [Cordonnier et al., 2013](#)).

Une analyse complète du partage de la valeur ajoutée induite par la consommation alimentaire entre coût (ou rémunération) du travail et coût (ou rémunération) du capital reste à faire. Elle nécessiterait notamment de pouvoir répartir les revenus mixtes (EBE des entreprises artisanales non sociétaires, dont agricoles) entre ces deux rémunérations, et de connaître les emplois de l'EBE branche par branche.

3.4. Salaires et EBE induits dans les branches par la consommation alimentaire

La répartition par branche des EBE (dont revenus mixtes) et des salaires induits par la consommation alimentaire des ménages restauration incluse, en 2014, est donnée par le Graphique 207 et le Graphique 208.

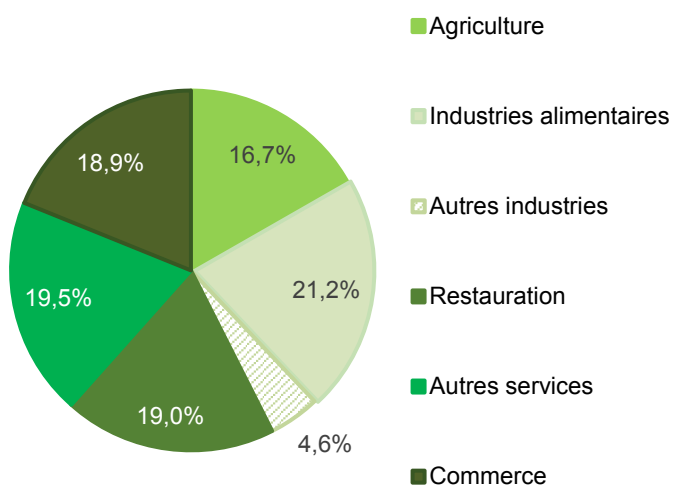
L'EBE (dont revenu mixte) induit dans toutes les toutes branches par la consommation alimentaire s'élève à 78 milliards d'euros soit 8% du total des EBE de l'économie nationale. Du fait de la faiblesse relative du salariat en agriculture, la part de cette branche dans les EBE (dont revenus mixtes) induits par la consommation alimentaire peut sembler élevée (Graphique 207), avec 16,7% en 2014. À noter que cet EBE, puisqu'il est induit par la consommation, est hors subventions.

Les salaires bruts induits par la consommation alimentaire en 2014 s'élèvent à 88 milliards d'euros soit 8% du total des salaires versés dans l'économie nationale.

La part par branche (Graphique 208) est la plus élevée dans le commerce (27%) suivi par les services (24%), la restauration (23%) et les industries alimentaires (16 %).

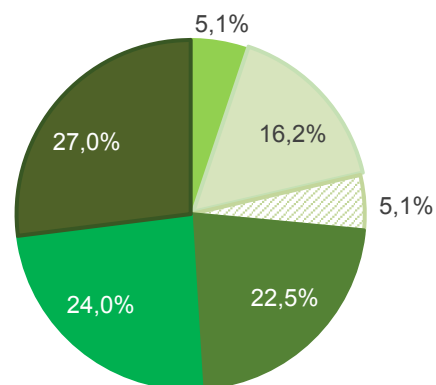
Graphique 207

**Répartition par branche des EBE induits
par la consommation alimentaire**



Graphique 208

**Répartition par branche des salaires
induits par la consommation
alimentaire**



Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

4. IMPACT MÉCANIQUE D'UNE HAUSSE DES PRIX AGRICOLES SUR LA DÉPENSE ALIMENTAIRE

Des calculs sur le TES, de même type que ceux utilisés pour la décomposition en valeurs ajoutées, permettent de simuler la sensibilité du coût de la consommation finale alimentaire à une hausse initiale et exogène donnée des prix des produits agricoles domestiques, et ce, « toutes choses égales par ailleurs », notamment sans prendre en compte l'effet de cette hausse de prix sur le volume de la demande. La simulation prend en comptes les transmissions de cette hausse jusqu'à la consommation alimentaire, via les impacts sur le prix des biens et services intervenant directement ou indirectement comme consommations intermédiaires pour la production et la distribution alimentaire. La simulation est toutefois « mécanique », limitée à la seule transmission des prix : on ne modélise pas ici de réaction de la demande, *i.e.* de modifications des quantités achetées sous l'effet des hausses de prix. On fixe arbitrairement à 10% l'augmentation initiale et exogène des prix des produits agricoles domestiques. Cette hausse se répercute directement ou indirectement sur le prix des consommations intermédiaires de toutes les branches, donc elle diminue leur valeur ajoutée. On simule alors la hausse des prix des produits de chaque branche qui permet de maintenir sa valeur ajoutée au niveau initial, en compensant exactement l'impact de la hausse des prix agricoles sur les consommations intermédiaires. Enfin, on considère que les *taux* (et non les montants) de taxes et de marges de commerce et de transport restent constants. Les résultats, calculés sur la base du TES de 2014, sont présentés sur le tableau ci-après.

Tableau 51

Impact « mécanique » d'une hausse initiale de 10% des prix des produits agricoles sur la dépense de consommation alimentaire (TES 2014)

	Augmentation de la dépense finale de consommation alimentaire en produits <u>domestiques</u> (*) et en restauration (**)	Augmentation de la dépense finale de consommation alimentaire en produits <u>domestiques</u> (*) <u>et importés</u> et en restauration (**)
Produits agricoles	12,3%	9,9%
Produits de la pêche et de l'aquaculture	0,1%	0,1%
Produits des industries alimentaires et des boissons	3,6%	3,2%
Consommation alimentaire hors restauration	4,4%	3,8%
Restauration	0,9%	0,6%
Consommation alimentaire avec restauration	3,0%	2,7%

(*) Les produits considérés ici sont les produits alimentaires finals, les produits finals domestiques peuvent incorporer des intrants importés. (**) La restauration est par nature un service domestique, mais qui peut recourir à des intrants importés.

Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

Sous toutes les hypothèses précédentes (et donc sans réaction de la demande), une hausse initiale des prix agricoles domestiques de 10% entraîne « mécaniquement » une hausse finale de 12,3% de ces mêmes prix pour maintenir la valeur ajoutée de la branche agricole au niveau visé par l'augmentation de prix initiale de 10%. Dans les autres branches offrant des produits alimentaires, cette augmentation des prix agricoles détermine une faible hausse des prix des produits aquatiques domestiques (0,1%) et une hausse sensible des prix des produits des industries alimentaires (+3,6%). En moyenne, la dépense alimentaire en produits domestiques augmente, toujours « mécaniquement », de 4,4%. Rapportée à l'ensemble de la consommation alimentaire, incluant les produits de consommation finale importés non affectés par les hausses de prix domestiques, la hausse est de 3,8% hors restauration, 2,7% en l'incluant.

Les résultats dépendent fortement de l'hypothèse faite sur les marges de commerce et de transport. On a considéré ci-dessus que les taux de marges restaient constants. L'hypothèse alternative consiste à supposer que ce sont les *niveaux* (en €) des marges, et non plus leurs *taux* (en %) qui restent constants. Dans ce cas, l'impact de la hausse des prix agricoles sur la dépense de consommation finale est amorti : l'augmentation de la dépense totale de consommation alimentaire en produits domestiques et importés, restauration incluse, s'établit à 2% contre 2,7% dans l'hypothèse précédente.

En 2014, les dépenses alimentaires restauration incluses représentaient 20% des dépenses des ménages⁴⁹ (Insee, comptes nationaux) : ainsi, par exemple, la hausse de 2,7% des dépenses alimentaires restauration incluses simulée plus haut augmente les dépenses totales des ménages de 0,5%.

⁴⁹ Hors dépenses réalisées au profit des ménages par les administrations publiques et les institutions sans but lucratif.

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** [2016]. *Graph'Agri France 2016*. Ministère de l'agriculture de l'agroalimentaire et de la forêt, service de la statistique et de la prospective. <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2016>
- AGRESTE** [2016] Bilan conjoncturel 2016. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective, décembre.
- ANDRIEUX V, D'ISANTO A.** [2015] [Des marges commerciales variées selon les produits, mais proches entre grandes surfaces](#). Insee Focus – n° 45.
- 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** [2014]. [Réalisation d'une étude portant sur la valorisation du 5^e quartier](#). Note de synthèse, juin. Les études de FranceAgriMer.
- BOYER Ph.** [2017]. [La formation des prix et des marges du pré à l'assiette](#). Cahiers de l'institut d'aménagement et d'urbanisme d'Ile-de-France, n° 173.
- BOYER Ph.** [2016]. [Le partage de l'euro alimentaire : première estimation incluant la restauration](#). La lettre de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, n° 11, décembre.
- BOYER Ph.** [2016]. [« L'Euro alimentaire » : résultats en 2012](#). La lettre de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, n° 9, janvier.
- BOYER Ph., HOURT A.** [2015]. [Le suivi des prix, des coûts et des marges dans les filières viandes](#). Viandes et Produits Carnés, 2015, 31 4-8.
- BOYER Ph. et al.** [2014]. [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.** [2014]. [« 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 aux 6^{ème} journées de la recherche en sciences sociales (SFER), INRA – FranceAgriMer.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2014]. [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 2014, 4.
- CANNING P.** [2011]. [A Revised and Expanded Food Dollar Series: A Better Understanding of Our Food Costs](#), ERR-114, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, février.
- 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, DGTPE, mars. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326896>
- COE-REXECODE.** [2014]. Évaluation de la répartition sectorielle du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi, 19 novembre 2012.

<http://www.coe-rexencode.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]. Économie 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 [2014]. [Espagne : Loi sur les mesures visant à l'amélioration du fonctionnement de la chaîne alimentaire](#). DG Trésor - Ouvrage : *Sillons d'Europe* n°153.

EUROPEAN MARKET OBSERVATORY FOR FISHERIES AND AQUACULTURE PRODUCTS. (EUFOMA) Site : <http://www.eumofa.eu/>

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&reg_id=0#inter7

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. [2015]. [Le diagramme de la distribution en 2014, le tableau de bord de la filière](#). *Ctifl-Infos*, n° 3016, novembre.

INSEE. Base de données en ligne : indices des prix agricoles à la production (IPPAP), indice des prix de l'industrie et des services aux entreprises, indices des prix à la consommation, statistiques annuelles d'entreprises (Esane). <https://www.insee.fr/fr/information/2411675>

INSTITUT DE L'ÉLEVAGE [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.

INSTITUT DE L'ÉLEVAGE [2015]. Où va le bœuf ? Vers toujours plus de transformation ! *Économie de l'élevage* – Dossier Viande bovine française, n° 461, octobre.

INTERBEV [2005]. Le point sur l'alimentation des bovins et des ovins et la qualité des viandes. http://www.interbev.fr/uploads/tx_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., HAIGNERÉ C. [2014]. 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 2014. <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. État 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. [2014]. [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 2014, Project code 2273000397.

RASTOIN J.L., GHERSI G. [2010]. Le système alimentaire mondial. Concepts, méthodes, analyses et dynamiques. *Éditions Quae*

SSP [2012, 2014]. Notes internes du bureau des statistiques des IAA sur les comptes des « sous-secteurs » 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/>

BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES

ARTICLES LÉGISLATIFS DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

Article L682-1

Modifié par [LOI n°2016-1691 du 9 décembre 2016 - art. 105](#)

Modifié par [LOI n°2016-1691 du 9 décembre 2016 - art. 98](#)

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. Deux députés et deux sénateurs sont désignés par leur assemblée respective pour siéger au comité de pilotage de l'observatoire.

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions. Il peut les demander directement aux entreprises ou les obtenir par l'intermédiaire de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 et du service statistique public auprès duquel elles sont recueillies.

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 examine la répartition de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne de commercialisation des produits agricoles.

Il compare, sous réserve des données disponibles équivalentes, ces résultats à ceux des principaux pays européens.

Lorsque les dirigeants d'une société commerciale transformant des produits agricoles ou commercialisant des produits alimentaires n'ont pas procédé au dépôt des comptes dans les conditions et délais prévus aux articles L. 232-21 à L. 232-23 du code de commerce, le président de l'observatoire peut saisir le président du tribunal de commerce afin que ce dernier adresse à la société une injonction de le faire à bref délai sous astreinte. Le montant de cette astreinte ne peut excéder 2 % du chiffre d'affaires journalier moyen hors taxes réalisé en France par la société au titre de cette activité, par jour de retard à compter de la date fixée par l'injonction.

L'observatoire remet chaque année un rapport au Parlement.

L'observatoire procède, par anticipation au rapport annuel, à la transmission des données qui lui sont demandées par les commissions permanentes compétentes et par les commissions d'enquête de l'Assemblée nationale et du Sénat sur la situation des filières agricoles et agroalimentaires.

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 1^{er} 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 LÉGISLATIFS DU CODE DE COMMERCE

Article L441-8

Modifié par LOI n°2015-990 du 6 août 2015 - art. 33 (extrait)

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.

ARTICLES DE LA LOI n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique

Article 96

Dans un délai d'un an à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur les pistes de renforcement des missions de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (...)

ARTICLES RÉGLEMENTAIRES DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

Art. D. 682-1.

(...) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- recueille auprès des services et établissements publics compétents les données statistiques disponibles nécessaires à l'analyse des mécanismes de formation des prix dans la chaîne alimentaire ;
- demande à ces services et établissements de collecter, en tant que de besoin, des données supplémentaires ;
- 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.

À ces fins, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires s'appuie sur l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 du code rural et de la pêche maritime.

Art. D. 682-2

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. 682-3

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'État :

-Le directeur général de la performance économique et environnementale des entreprises 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. 682-4.

I.- Le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires se réunit dans les conditions définies par l'article 5 du décret n° 2006-672 du 8 juin 2006

relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif. Ces séances ne sont pas publiques.

Le comité approuve son règlement intérieur.

Il 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.

Il peut décider, dans les conditions définies par l'article 6 du décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif, de procéder à l'audition de toute personne extérieure au comité.

III.- Les membres du comité de pilotage sont tenus au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance en raison de leurs fonctions.

Ils sont associés à la préparation du rapport au Parlement mentionné à l'article L. 682-1. Après avoir entendu le comité de pilotage, son président valide et transmet chaque année ce rapport au Parlement et aux ministres chargés de l'alimentation et de la consommation.

ARRÊTÉ DU 24 AOÛT 2017 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 et du ministre de l'agriculture et de l'alimentation en date du 24 août 2017, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, à compter du 1^{er} septembre 2017, pour une durée de trois ans.

ARRÊTÉ DU 23 MARS 2017 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, porte-parole du Gouvernement, en date du 23 mars 2017, 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 l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture :
M. SERVANT (Luc).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles :
M. BENEZIT (Patrick).
M. VIVIEN (Thomas).
M. LUCAS (François).
M. MEYNIER (Philippe).
M. GUILLAUME (Benjamin).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture :
M. JOUINEAU (José).
Mme LEVADOUX (Marine).
M. MARAVAL (Philippe).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire :
M. PECQUEUR (Mathieu).
Mme ANJUERE (Maud).
M. DELAINE (Yves).
M. PICOT (Olivier).
M. POULET (Jacques).
M. VOLUT (Robert).
M. DIOT (Marc).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire :
M. CREYSSEL (Jacques).
M. RISAC (Claude).
M. BOURDEAU DE FONTENAY (Stéphane).
Mme FILLAUD (Isabelle).
M. DUMONT (Eric).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs :
Mme DESORGE (Marine).
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. MALPEL (Georges-Pierre).
Mme CHAMBOLLE (Claire).
M. TOUSSAIN (Rémi).

DÉCRET N° 2017-1573 DU 15 NOVEMBRE 2017 RELATIF À LA COMPOSITION DU COMITÉ DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Art. 1^{er}. – L'article D. 682-3 du code rural et de la pêche maritime est ainsi modifié :

1° Au deuxième alinéa, après le mot: «président», sont insérés les mots: «et les parlementaires mentionnés au deuxième alinéa de l'article L. 682-1»;

2° Au dix-huitième alinéa, après les mots: «autres que ceux mentionnés au 1°», sont insérés les mots: «et les parlementaires,»;

3° Le même alinéa est complété par une phrase ainsi rédigée: «Les députés et les sénateurs sont nommés respectivement pour la durée de leur mandat législatif et jusqu'au renouvellement triennal pour moitié du Sénat.»

Art. 2. – Le ministre de l'agriculture et de l'alimentation est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

ASSEMBLÉE NATIONALE

Le président de l'Assemblée nationale a nommé, le 10 novembre 2017, pour siéger dans plusieurs organismes extraparlimentaires, les députés dont les noms suivent :

Comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires	Titulaire	M. Fabien Di Filippo
Comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires	Titulaire	M. Yves Daniel
Comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires	Suppléant	M. Thierry Benoit
Comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires	Suppléant	M. Jean-Baptiste Moreau

SÉNAT

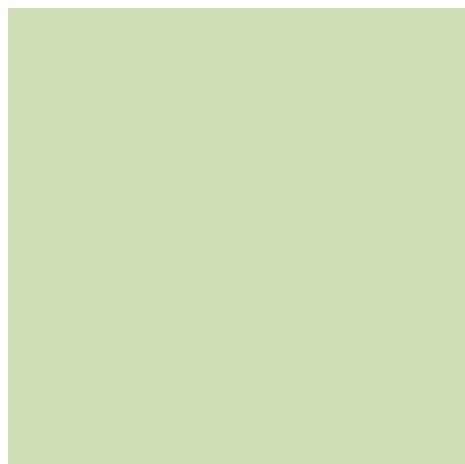
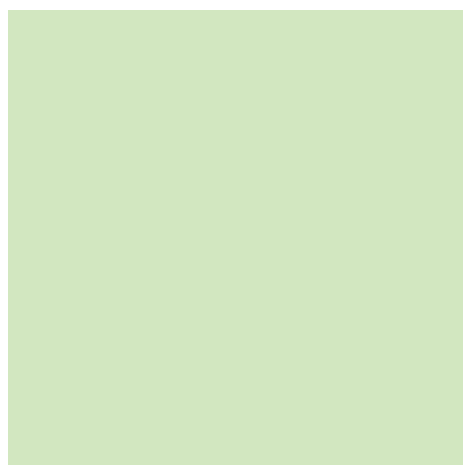
Le président du Sénat a nommé le 30 janvier 2018: – M. Michel Raison membre titulaire et M. Henri Cabanel membre suppléant du comité de pilotage de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

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 international 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	Équivalent carcasse
ESANE	Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises
ETP	Équivalent 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
Fedev	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes.
Fict	Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes
GMS	Grandes et moyennes surfaces
GTE	Gestion technico-économique
ha	Hectare
HD	Hard discount, maxi discompte

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 – Économie et sociologies rurales
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
INTERBEV	Association nationale interprofessionnelle 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 d'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'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie
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 : " <i>Prêt à cuire</i> " (poulet) ou " <i>Politique Agricole Commune</i> "
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>

