MINISTÈRE
DE L'ECONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

Liberté
Égalité
Fraternité

L'inflation des produits alimentaires

NOVEMBRE 2022

Anne **PERROT**
Christophe **HEMOUS**
Thomas **BRAND**
Pierre **CHAMOUARD**
Paul-Armand **VEILLON**
Quentin **BOLLIET**
Mouad **EL ISSAMI**

Inspection générale
des finances

MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

Liberté
Égalité
Fraternité

Inspection générale
des finances

RAPPORT

N° 2022-M-042-02

L'INFLATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Établi par

CHRISTOPHE HEMOUS
Inspecteur des finances

PAUL-ARMAND VEILLON
Responsable adjoint du pôle
Science des données de l'IGF

THOMAS BRAND
Inspecteur des finances

QUENTIN BOLLIET
Data scientist au pôle
Science des données de l'IGF

PIERRE CHAMOUARD
Inspecteur des finances adjoint

MOUAD EL ISSAMI
Data scientist au pôle
Science des données de l'IGF

Sous la supervision de
ANNE PERROT
Inspectrice générale des finances

- NOVEMBRE 2022 -

SYNTHÈSE

Depuis janvier 2021, les tensions inflationnistes, en particulier sur les produits alimentaires, ont atteint des niveaux sans précédent depuis 40 ans. S'élevant à 6,1 % en juillet 2022, l'inflation[1] devrait d'après l'Insee se situer à 6,4 % en glissement annuel en fin d'année. Ces niveaux d'inflation n'ont pas été atteints depuis le pic d'avril 1980 qui se situait à 13,9 %. Pour leur part, les prix des produits alimentaires ont commencé à augmenter fortement à partir de mi-2021 et enregistrent aujourd'hui une hausse de 10 % (septembre 2022) avec 12 % prévue en décembre par l'Insee. Il est à noter que certains produits alimentaires[2] ont connu des hausses de prix particulièrement élevées avec par exemple +60 % pour les huiles, +22 % pour la farine, +20 % pour les pâtes et +16 % pour la volaille. L'augmentation des prix, y compris pour les produits alimentaires, reste en France inférieure à celle des autres principaux pays européens.

La hausse des prix des produits alimentaires s'explique par celle des prix des intrants utilisés tout au long de la chaîne de valeur (agriculture, industrie agroalimentaire, grande distribution). D'une part, les matières premières agricoles connaissent, sur les marchés mondiaux, des augmentations de prix considérables[3] depuis janvier 2020 alors qu'elles constituent les ingrédients de base des produits alimentaires et de l'alimentation animale. D'autre part, les produits énergétiques - utilisés pour faire fonctionner les machines agricoles, produire les engrais, chauffer les serres, transformer les aliments et fabriquer les emballages – ont connu une hausse dès 2021 avec une forte accélération à partir de février 2022[4]. Au total, la hausse des prix des produits alimentaires résulte de la combinaison de plusieurs facteurs : guerre en Ukraine, reprise post-*covid,* réchauffement climatique[5], crise sanitaire animale et divers facteurs de nature économique (compétitivité de l'économie, pénurie de main d'œuvre…).

Les négociations commerciales entre l'industrie agroalimentaire et la grande distribution ont conduit à couvrir la totalité des hausses des prix des matières premières agricoles et une partie des autres coûts de production dont l'énergie et les emballages. Conformément à la loi EGALIM II, le cadre des négociations a évolué afin de « sanctuariser » la part de la matière première agricole dans les contrats. D'après les données transmises par l'Association nationale des industries alimentaires, à l'issue du cycle annuel de négociations, l'industrie agroalimentaire a demandé une hausse moyenne de 7 %, débouchant après négociations avec la grande distribution sur un accord de hausse à 3,5 %. Face à l'augmentation de ses coûts, l'industrie agroalimentaire a renégocié ses tarifs à partir d'avril en demandant des hausses moyennes de 9,0 % conduisant à des accords de 6,2 %.

*

[1] Indice des prix à la consommation (IPC, Insee).

[2] En glissement annuel à fin septembre 2022. Les moyennes de prix d'un produit sont néanmoins susceptibles de cacher des dispersions importantes selon les régions et les enseignes dans lesquelles il est vendu.

[3] Les prix du blé, de l'huile de tournesol et du maïs ont été multipliés de 2 à 2,5 entre janvier 2020 et mai 2022.

[4] Les prix de l'électricité et du gaz vendus en France ont été multipliés respectivement par 10 et 8,5 entre janvier 2021 et août 2022. Le prix du pétrole (Brent) a doublé sur la même période même s'il connaît une légère décrue depuis le début de l'été.

[5] Notamment, les sécheresses au Canada et en Inde ayant des effets directs sur les rendements des récoltes.

Dans ce contexte inflationniste, la mission a analysé les dynamiques des situations financières des maillons – agriculture, industrie agroalimentaire, grande distribution - de la chaîne de valeur des produits alimentaires. La mission a retenu comme indicateur l'évolution de l'excédent brut d'exploitation entre 2019 et le premier semestre 2022[6].

Les résultats de l'analyse montrent que les maillons de la chaîne de valeur connaissent des évolutions très différentes entre 2019 et le premier semestre 2022.

D'abord, l'EBE de l'agriculture progresse de 12 % principalement sous l'effet d'une hausse des prix de vente de la production. Cette hausse des prix de vente (+20,8 %) est liée pour un peu plus de la moitié à la hausse des prix des intrants et pour le reste à la hausse des revenus[7] des agriculteurs. Cette dernière s'explique essentiellement par l'augmentation des prix mondiaux des céréales et des oléagineux et pourrait, également, procéder d'un effet indirect des dispositions d'EGALIM II[8].

Ensuite, l'EBE de l'industrie agroalimentaire baisse significativement de 16 % sous l'effet d'une hausse des prix des intrants qui n'est pas compensée par celle des prix de vente de la production à la grande distribution. D'après les estimations de la mission, **la contraction de l'EBE de l'industrie agroalimentaire contribuerait, à elle seule, à réduire la hausse des prix finaux à la consommation des biens alimentaires de 1,3 %**. Les difficultés de cette industrie s'inscrivent, par ailleurs, dans un contexte de dégradation tendancielle de son taux de marge, passé de 45 % au début des années 2000 à 35 % aujourd'hui.

Enfin, l'EBE du commerce se dégrade très légèrement de 1 % notamment sous l'effet des revalorisations salariales[9]. Convergents avec les entretiens menés avec la grande distribution et les données collectées[10] par la mission, ces résultats suggèrent que l'EBE de la grande distribution connaît une légère baisse ou une stagnation.

*

La mission a cherché à évaluer l'évolution des marges brutes[11] des maillons de la chaîne de valeur pour un échantillon de douze produits alimentaires du quotidien : le jambon cuit, le bœuf haché, l'escalope de poulet, le lait demi-écrémé, le veau, la viande ovine, le yaourt nature, le beurre, l'emmental, le camembert, la baguette et les pâtes alimentaires. Les principaux résultats des analyses menées sur cet échantillon sont les suivants.

D'une part, la hausse des prix de vente s'explique essentiellement par celle des prix des matières premières agricoles. Pour huit produits[12], l'augmentation du prix des matières premières agricoles est très significativement supérieure à celle du prix de vente signifiant que, sur ces produits, l'industrie agroalimentaire et la grande distribution ont comprimé leurs marges brutes.

---

[6] Pour le premier semestre 2022, comparaison à la moyenne semestrielle de l'année 2019. L'année 2019 a été retenue afin de neutraliser l'effet de la crise Covid-19 et des mesures de soutien mises en place pendant la période 2020-2021.

[7] Les revenus finançant la rémunération des exploitants agricoles et leurs investissements.

[8] Assurée de pouvoir transmettre la hausse des matières premières agricoles en aval auprès de la grande distribution, l'industrie agroalimentaire pourrait avoir une incitation moins forte à négocier leur prix d'achat auprès des agriculteurs.

[9] Le salaire moyen par tête y a progressé de 6,7 % au premier trimestre 2022 en comparaison au quatrième trimestre 2019 contre 4,3 % pour l'industrie agroalimentaire, et 1,9 % pour le secteur du transport.

[10] Qui indiquent une stagnation ou une baisse de l'EBE pour une majorité des enseignes.

[11] Définie par la mission pour chaque maillon de la chaîne de valeur alimentaire, la marge brute d'un produit correspond à la part, dans le prix de vente du produit au consommateur, qui revient à ce maillon. Pour l'agriculture, la marge brute correspond à la part de la matière agricole dans le prix de vente au consommateur, soit le prix d'achat de la matière première agricole par l'industriel. Pour l'industrie agroalimentaire, elle correspond à la différence entre le prix de vente à la grande distribution et le prix de la matière première agricole. Pour la grande distribution, elle correspond à la différence entre le prix de vente au consommateur et le prix d'achat à l'industrie agroalimentaire.

[12] Pâtes, baguette, emmental, lait demi-écrémé, viande ovine, bœuf, veau, escalope de poulet.

D'autre part, pour la moitié des produits, la grande distribution diminue sa marge brute avec une baisse très significative de celle-ci pour les pâtes alimentaires (-15,6 %), le bœuf haché (-6 %) et l'escalope de poulet (-6,4 %). *A contrario,* une augmentation de la marge brute de la distribution est observée pour quatre produits, mais elle n'est significative que pour deux d'entre eux (le camembert (+6,1 %) et le yaourt (4,2 %)).

Enfin, pour plus des deux tiers des produits, les analyses menées montrent que l'augmentation des coûts de production de l'industrie agroalimentaire est significativement supérieure à l'évolution de sa marge brute. Seuls trois produits (l'escalope de poulet, le beurre et le jambon) présentent, sans que cela puisse être interprété comme une évolution anormale, l'évolution de la marge brute de deux à trois points plus élevée que l'évolution de l'estimation des coûts de production réalisée par la mission.

Ainsi, la combinaison des analyses menées au niveau sectoriel et sur l'échantillon de produits alimentaires suggère que dans le contexte inflationniste actuel :

- **l'industrie agroalimentaire a comprimé ses marges ;**
- **la grande distribution n'a pas contribué à renchérir les prix à la consommation des produits alimentaires.**

*

Au total, plusieurs facteurs pourraient contribuer à maintenir les prix des produits alimentaires à des niveaux élevés en 2023. D'une part, les prévisions macroéconomiques et anticipations de marché convergent vers des niveaux d'inflation significativement supérieurs à 4 % et parfois proches de 5 %. D'autre part, le maintien des prix des matières premières agricoles à des niveaux élevés en 2023, la flambée des prix de l'énergie et les possibles difficultés à produire pour l'industrie agroalimentaire (en raison des contraintes sur l'approvisionnement, la main d'œuvre et le financement) risquent d'alimenter les tensions sur les prix des produits alimentaires.

SOMMAIRE

INTRODUCTION **1**

1. INÉDITES PAR LEUR AMPLEUR, LES TENSIONS INFLATIONNISTES, NOTAMMENT SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES, RESTENT DAVANTAGE CONTENUES EN FRANCE QUE DANS LES AUTRES PAYS EUROPÉENS **2**

1.1. Les tensions inflationnistes actuelles, en particulier sur les produits alimentaires, sont sans précédent depuis 40 ans 2

1.1.1. L'inflation a atteint des niveaux très élevés *2*

1.1.2. Les produits alimentaires sont, avec l'énergie, la composante la plus dynamique de l'inflation *3*

1.1.3. L'augmentation des prix des produits alimentaires a des effets directs sur le comportement des consommateurs *5*

1.1.4. L'inflation en France demeure néanmoins plus contenue que dans les principaux pays européens *5*

1.2. L'activité de la chaîne de valeur des produits alimentaires – agriculture, industrie agroalimentaire et grande distribution – repose notamment sur des intrants agricoles et énergétiques 6

1.3. Sous l'effet d'une pluralité de facteurs, les prix des principaux intrants de la chaîne de valeur des produits alimentaires ont considérablement augmenté depuis début 2020 8

1.4. Dans ce contexte inflationniste, les négociations entre industrie agroalimentaire et grande distribution ont débouché sur des transmissions de hausses tarifaires 10

1.4.1. La mise en place d'EGALIM II a fait évoluer le cadre juridique encadrant les négociations commerciales entre industrie agroalimentaire et grande distribution *10*

1.4.2. Les négociations commerciales entre l'industrie agroalimentaire et la grande distribution ont permis de couvrir la totalité des hausses des prix des matières premières agricoles et une partie de ses autres coûts notamment à l'énergie et aux emballages *11*

2. ENTRE 2019 ET MI-2022, LE SECTEUR DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE CONNAÎT UNE FORTE COMPRESSION DE SON EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION ALORS QUE CELUI DE LA GRANDE DISTRIBUTION STAGNE ET CELUI DU SECTEUR AGRICOLE AUGMENTE **14**

2.1. Depuis 2019, l'industrie agroalimentaire a connu une baisse de son excédent brut d'exploitation de 16 % tandis que celui du commerce stagne à -1 % et celui de l'agriculture progresse de 12 % 15

2.2. L'agriculture a préservé son EBE notamment sous l'effet d'une hausse des prix mondiaux des matières premières agricoles tandis que l'industrie agroalimentaire a comprimé les siennes contribuant ainsi à modérer la hausse des prix à la consommation 16

2.3. Ces récentes évolutions peuvent être mises en perspective avec la dégradation tendancielle de la situation financière de l'industrie agroalimentaire et la stabilité de l'EBE de l'agriculture, laquelle ne doit pas masquer la faiblesse des revenus dans ce secteur 19

3. L'ANALYSE DE L'ÉVOLUTION RÉCENTE DES MARGES BRUTES ATTRIBUABLES AUX DIFFÉRENTS SECTEURS SUR UN ÉCHANTILLON DE DOUZE PRODUITS ALIMENTAIRES NE RÉVÈLE PAS D'ANOMALIE 21

3.1. Un échantillon de douze produits alimentaires a été retenu 21

3.2. L'évolution entre 2019 et mi-2022 du prix à la vente de chaque produit s'explique dans la majorité des cas par la hausse de la contribution de la matière première agricole 22

3.3. La grande distribution a réduit sa marge brute pour la moitié des produits de l'échantillon 23

3.4. Au-delà des douze biens de l'échantillon, la mission s'est intéressée à deux produits alimentaires courants – la farine et l'huile – dont le prix a très fortement augmenté 24

3.5. Pour la majorité des produits de l'échantillon, l'évolution de la marge brute de l'industrie agroalimentaire ne suffirait pas à compenser la hausse des coûts de production hors matière première agricole 25

3.5.1. L'hétérogénéité de l'évolution de la marge brute des industries agroalimentaires entre 2019 et mi-2022 s'explique par différents facteurs 25

3.5.2. Pour une très grande majorité des produits, la marge brute dégagée par l'industrie agroalimentaire ne couvre pas l'augmentation de ses principaux coûts de production (énergie, emballages et contenants, logistique, masse salariale) 26

4. LES TENSIONS INFLATIONNISTES, EN PARTICULIER SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES, VONT PERDURER EN 2023 28

4.1. Les prévisions macroéconomiques suggèrent une persistence de l'inflation à un niveau significativement supérieur à 4 % en 2023 avant un reflux progressif en 2024 vers un niveau proche de 2 % 28

4.2. Trois principaux facteurs pourraient contribuer à maintenir les prix des produits alimentaires à des niveaux élevés en 2023 29

INTRODUCTION

Par lettre de mission transmise en juillet 2022, le ministre de l'Économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique a confié à l'Inspection générale des finances (IGF) une mission portant sur l'analyse des conséquences de l'inflation sur la chaîne de valeur des produits alimentaires du quotidien.

La mission a conduit ses travaux entre fin juillet et fin octobre 2022. Pour ce faire, elle a bénéficié de l'appui d'un groupe de travail composé de deux députés, M. Frédéric Descrozaille et M. Stéphane Travert, et de deux agriculteurs, M. Guillaume Cabot et M. Yannick Fialip. Réuni à trois reprises, le groupe de travail a contribué à nourrir les réflexions de la mission en particulier sur les sujets relatifs au secteur agricole.

En outre, la mission a fait reposer ses analyses statistiques essentiellement sur des bases de données et des enquêtes produites par l'Insee et ses analyses qualitatives sur les travaux et la documentation disponibles ainsi que sur une cinquantaine d'entretiens. Ces entretiens ont été menés auprès d'un large spectre d'acteurs :

- des administrations centrales du ministère de l'Économie et des finances dont la direction générale de la concurrence et de la répression de la fraude et la direction générale des entreprises ;
- d'entités publiques réalisant des prévisions d'inflation et mesurant l'évolution des prix (Insee, Banque de France) ou impliquées dans le suivi des négociations commerciales (Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, médiateur des relations commerciales agricoles…) ;
- les acteurs économiques et leurs représentants (fédérations, associations, syndicats) des secteurs de l'agriculture, de l'industrie agroalimentaire, de la logistique/ transport ainsi que du commerce/ de la grande distribution ;
- des acteurs de la société civile (universitaires, OFCE, associations de consommateurs).

La méthode de travail de la mission a consisté à :

- mettre en évidence le contexte inflationniste actuel et ses déterminants : analyse des tensions sur les produits alimentaires, comparaison avec d'autres pays européens, panorama des facteurs de l'inflation, présentation des prévisions et anticipations macroéconomiques ;
- présenter le nouveau cadre juridique découlant d'EGALIM II régissant les relations commerciales agriculteurs/industrie agroalimentaire, d'une part, et industrie agroalimentaire/grande distribution d'autre part ;
- exposer, dans ce contexte, l'évolution de l'excédent brut d'exploitation des maillons de la chaîne de valeur des produits alimentaires (agriculture, industrie agroalimentaire, commerce) ;
- analyser, pour un échantillon de produits alimentaires du quotidien, l'évolution des marges attribuables à ces différents maillons de la chaîne de valeur.

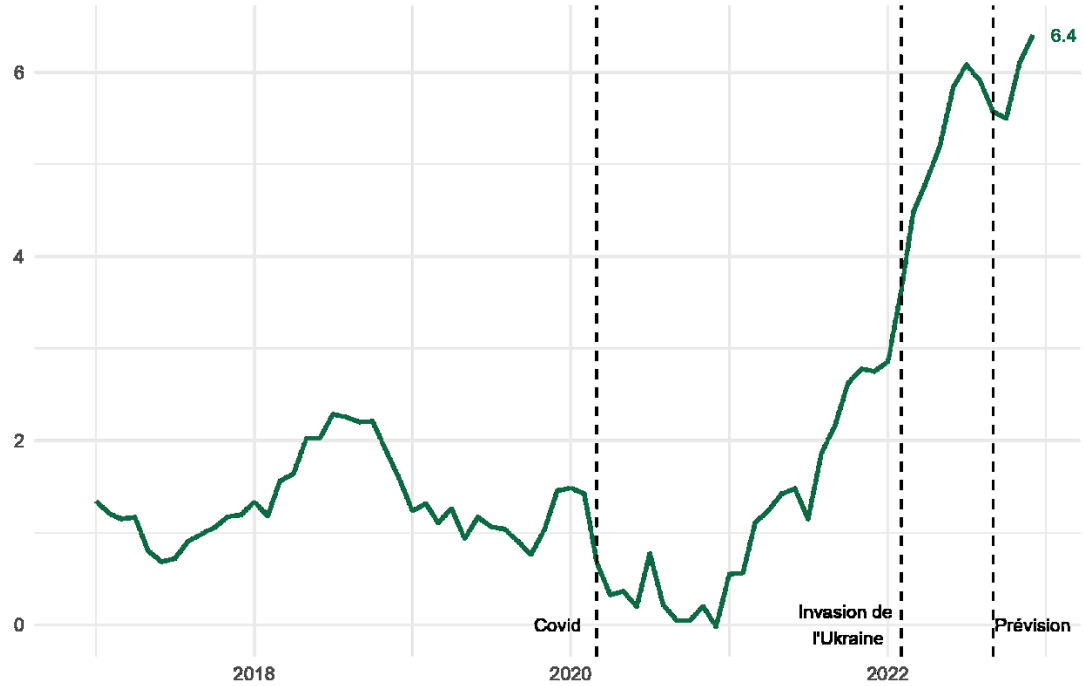
1. Inédites par leur ampleur, les tensions inflationnistes, notamment sur les produits alimentaires, restent davantage contenues en France que dans les autres pays européens

1.1. Les tensions inflationnistes actuelles, en particulier sur les produits alimentaires, sont sans précédent depuis 40 ans

1.1.1. L'inflation a atteint des niveaux très élevés

Depuis janvier 2021, l'inflation[13] a tendanciellement augmenté. Elle a atteint jusqu'à 6,1 % en glissement annuel en juillet 2022, avant d'entamer un reflux en août et en septembre, à 5,9 % puis 5,6 % (*cf.* graphique 1). Elle devrait atteindre 6,4 % au mois de décembre en glissement annuel. **En moyenne sur l'année 2022, l'inflation des prix à la consommation devrait s'élever à 5,2 %[14]**.

Graphique 1 : Indice des prix à la consommation, 2017M1-2022M9 (en glissement annuel, en %)



Source : Mission d'après les données de l'Insee.

L'actuelle dynamique inflationniste contraste avec les chiffres enregistrés au cours des 40 dernières années puisque le dernier épisode inflationniste majeur remonte au début des années 1980 avec un pic atteint en avril 1980 à 13,9 %. Au cours de la période récente, l'épisode le plus inflationniste avait eu lieu en 2008 (avec une inflation de 4 % en juillet 2008 notamment liée à une hausse des prix du pétrole).

[13] Indice des prix à la consommation (IPC, Insee).

[14] Insee, *Note de conjoncture*, 6 octobre 2022.

1.1.2. Les produits alimentaires sont, avec l'énergie, la composante la plus dynamique de l'inflation

Les produits alimentaires ont augmenté très fortement à partir du deuxième semestre 2021/début 2022 pour atteindre près de 10 % en septembre 2022. La dynamique des prix des biens alimentaires[15] permet d'expliquer un tiers de l'inflation totale enregistrée. L'Insee prévoit une dynamique des prix des produits alimentaires en progression avec un taux en glissement annuel de 12 %[16] en décembre 2022.

Graphique 2 : Évolution des prix à la consommation des produits alimentaires, 2017M1-2022M9 (en glissement annuel, en %)

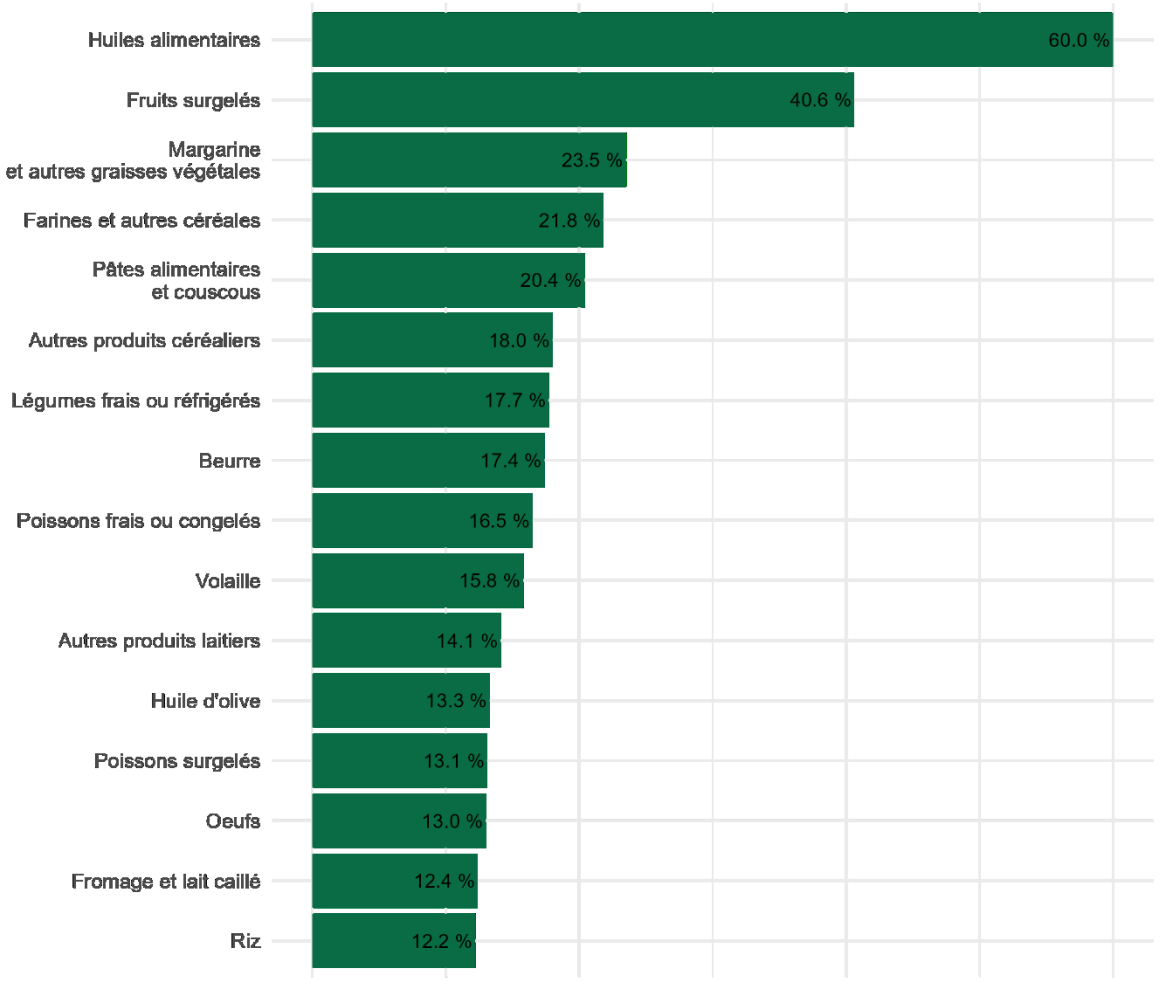
Source : Mission d'après les données de l'Insee (prix à la consommation hors tabac).

Parmi les 16 produits dont le prix a le plus augmenté au cours de la dernière année, on retrouve les huiles (+60 % en septembre 2022), la farine (+22 %), les pâtes (+20 %), le beurre (+17 %), la volaille (+16 %) et le fromage (+12 %).

[15] Hors tabac.

[16] Les hausses de prix des matières premières agricoles et énergétiques déjà intervenues au cours des derniers mois n'ont pas été que partiellement transmises aux prix finaux en raison des délais inhérents aux négociations commerciales.

Graphique 3 : Prix à la consommation des 16 produits alimentaires qui ont le plus augmenté en septembre 2022 (en glissement annuel, en %)



Source : Mission d'après les données de l'Insee.

Il faut néanmoins noter que toute analyse conduite sur une moyenne de prix cache des dispersions. Le prix d'un même produit varie selon (i) les enseignes de distribution[17] et (ii) les régions[18].

[17] N. Beradi et P. Sevestre montrent que le prix d'un même produit entre enseignes peut varier d'environ 10%. (« The price of the same product often varies across stores, but you can guess where to go shopping », *VOX EU*, mars 2018). Une enquête d'association de consommateurs montre qu'il existe un écart de 17 % du prix d'un panier de biens entre l'enseigne la moins chère et la plus chère « De gros écarts entre supermarchés », *Union fédérale des consommateurs – Que choisir*, février 2022.

[18] Le prix moyen du panier de consommation est, par rapport à la moyenne nationale, plus faible dans l'ouest de la France, légèrement supérieur dans le nord et l'est mais plus élevé en Île de France et dans le sud. Ces écarts peuvent s'expliquer par des niveaux de richesse et des intensités concurrentielles variables selon les régions ainsi que par des politiques commerciales différenciées selon les enseignes.

1.1.3. L'augmentation des prix des produits alimentaires a des effets directs sur le comportement des consommateurs

Sujet de préoccupation majeur, l'augmentation des prix des produits alimentaires a fait évoluer les comportements des consommateurs. D'après un sondage *Harris Interactive*[19], 80 % des Français ont modifié leurs comportements d'achats de produits alimentaires. En pratique[20], ils sont davantage à la recherche des meilleurs prix - qu'ils considèrent comme le premier critère d'achat - et fréquentent désormais un plus grand nombre d'enseignes (5 enseignes en 2022 contre 4 en 2021).

Les analyses menées par la mission[21] sur les comportements d'achat montrent que :

- les ménages ont réduit leur consommation de produits alimentaires en volume. Les ventes en volume de produits de grande consommation ont reculé en moyenne de 2,4 % sur un an et cette baisse est particulièrement marquée pour l'épicerie (-6,6 %)[22] ;
- pour un même produit, ils optent plus fréquemment pour une gamme de prix moins chère ce dont témoigne la progression de la part de marché des marques de distributeur (+0,7 point en août 2022 par rapport à août 2021) et la chute des ventes des produits « bio » (-10,1 % de ventes en volume sur la même période).

1.1.4. L'inflation en France demeure néanmoins plus contenue que dans les principaux pays européens

Depuis début 2021, la dynamique de l'inflation en France est inférieure à celle enregistrée dans les autres principaux pays européens principalement sous l'effet d'une moindre progression des prix de l'énergie[23]. Les chiffres enregistrés en France ont été quasiment toujours inférieurs à ceux de l'Allemagne, de l'Italie et de l'Espagne. En particulier, en septembre 2022, l'inflation[24] allemande est de 10,9 %, l'inflation italienne de 9,4 % et l'inflation espagnole de 9,0 %, alors qu'elle est de 6,2 % en France.

Plus spécifiquement, les produits alimentaires connaissent une dynamique relativement moins prononcée en France. Ainsi, en septembre 2022, les prix de l'alimentation augmentent de 14,4 % en Allemagne, de 13,1 % en Espagne et de 10,2 % en Italie contre moins de 10 % en France. Parmi les seize produits alimentaires qui augmentent le plus en France, la hausse des prix demeure, dans la majorité des cas, plus contenue que dans les autres principaux pays de l'Union européenne notamment pour les huiles, le fromage, le beurre, la farine, les pâtes, les œufs et la volaille. Ces différences de dynamiques de prix des produits alimentaires ne peuvent être complètement expliquées même si elles pourraient, en partie, provenir de transmissions plus fortes et plus rapides de hausses des tarifs de l'industrie agroalimentaire à la grande distribution dans les autres pays européens (cf. *infra*).

---

[19] « Les Français, le pouvoir d'achat et les enjeux de l'alimentation » (juin 2022).

[20] D'après *Opinion Way* (« Étude grandes surfaces alimentaires : la préparation d'achat et le classement des enseignes alimentaires » (septembre, 2022)).

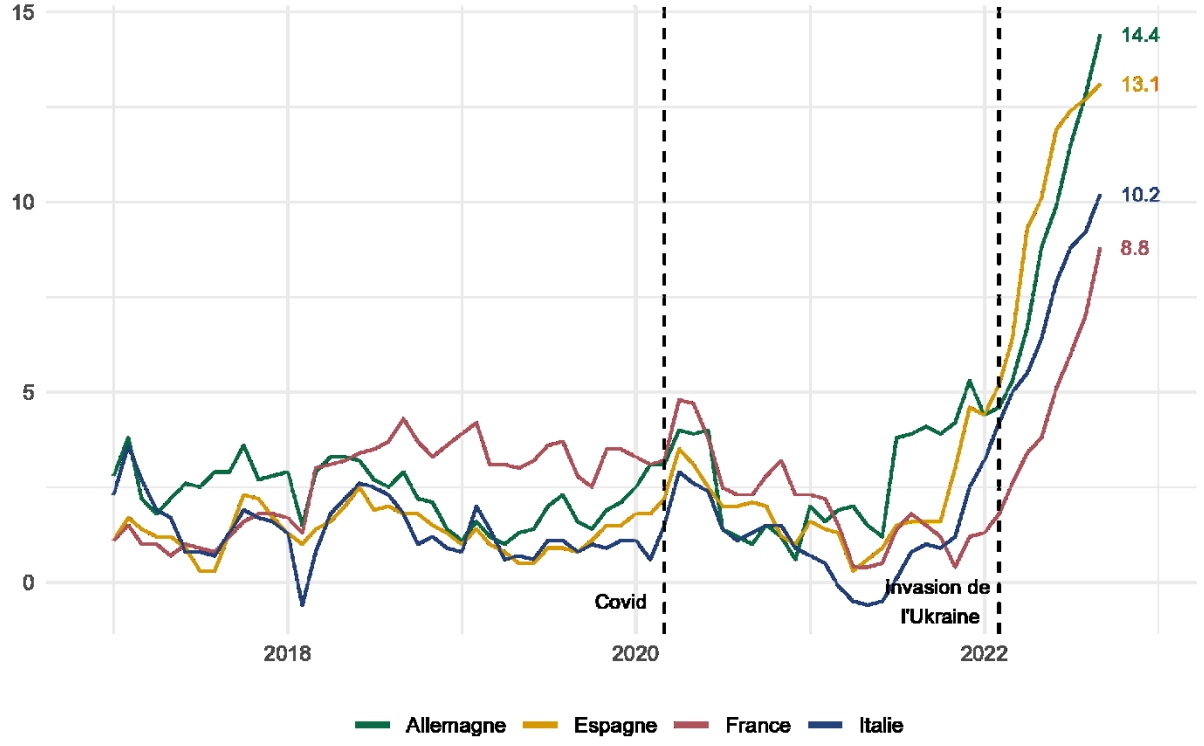
[21] Sur la base des données de l'Enquête Mensuelle sur l'Activité des Grandes Surfaces Alimentaires (EMAGSA) et des indices de ventes en volume dans le secteur du commerce et les données de l'IRI.

[22] IRI Vision *Le Mensuel*, août 2022.

[23] En septembre 2022, l'énergie contribue à l'inflation totale à hauteur de 1,9 point en France contre 2,6 points en Espagne, 4,4 points en Italie et 5,3 points en Allemagne.

[24] Mesurée par l'indice des prix à la consommation harmonisé (Eurostat).

Graphique 4 : Indice harmonisé des prix des biens alimentaires, 2017M1-2022M9 (en %, en glissement annuel)



Source : Mission d'après les données Eurostat.

1.2. L'activité de la chaîne de valeur des produits alimentaires – agriculture, industrie agroalimentaire et grande distribution – repose notamment sur des intrants agricoles et énergétiques

Les trois principaux secteurs intervenant dans la chaîne de valeur des produits alimentaires sont :

- l'agriculture : premier maillon de la chaîne de valeur, l'agriculture regroupe près de 685 000 actifs[25] pour une production de 85 Md€[26]. L'activité de l'agriculture repose sur des intrants constitués principalement de l'énergie (4,7 Mds€) ainsi que des engrais et produits phytosanitaires (7,7 Mds€). Les importations sont équivalentes à 14 % de la production nationale. L'agriculture représentait 1,9 % du PIB en 2019 ;
- l'industrie agroalimentaire : deuxième maillon de la chaine, l'industrie agrolimentaire utilise notamment des produits agricoles comme intrants (38 Mds€ de matières premières agricoles achetées par ce secteur). Les autres principaux intrants utilisés par le secteur sont les emballages (6,9 Mds€), l'énergie (2,9 Mds€) et la logistique et transport (environ 3 Mds€). Les importations sont équivalentes à 23 % de la production nationale. Le secteur emploie 630 000 personnes[27] avec une production de 175 Md€ destinée essentiellement à la grande distribution et représentait 1,9 % du PIB en 2019 ;

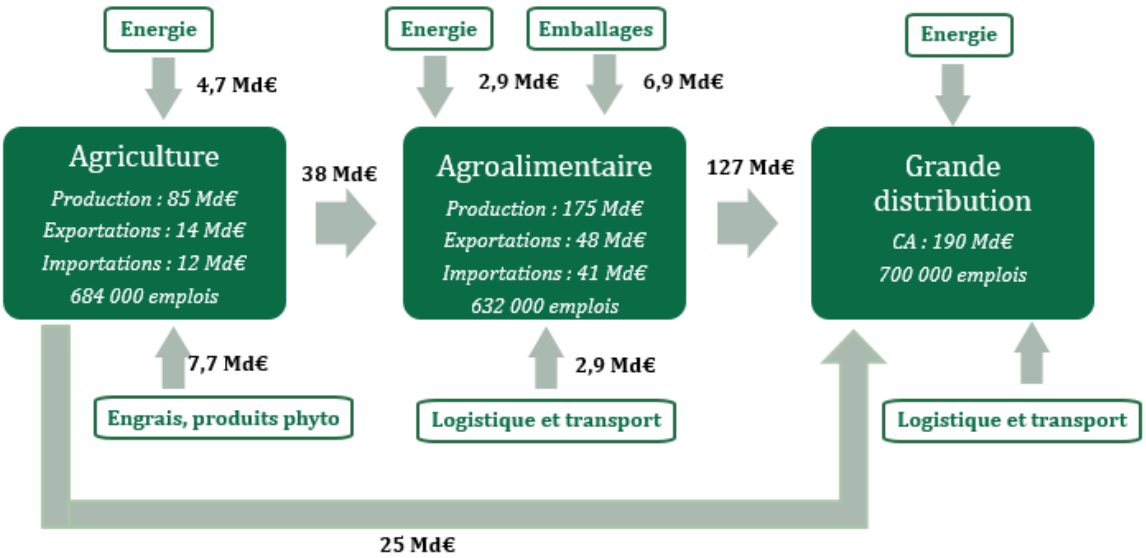
[25] Bilan annuel de l'emploi agricole – Résultats 2019, Agreste.

[26] Données issues du Tableau des Entrées Intermédiaires pour l'année 2018 produit par l'Insee.

[27] *Insee, estimations d'emploi ; estimations trimestrielles Acoss-Urssaf, Dares.*

- la grande distribution : dernier maillon de la chaîne de valeur, la grande distribution représente 700 000 emplois pour un chiffre d'affaires de 190 Mds€[28] dont 80 %[29] liés aux produits alimentaires. Contribuant à 70 % de la vente des produits alimentaires[30], la grande distribution est le principal acteur de ce marché. En outre, les enseignes présentent des modes d'organisation différenciés qui reposent sur une intégration complète, un système de franchises ou encore des regroupements d'acteurs indépendants. Par ailleurs, certaines enseignes ont intégré des entités de l'industrie agroalimentaire qui les approvisionnent directement pour certains produits. Le niveau de concurrence[31] de la grande distribution en France se situe dans la moyenne européenne et proche de celui observé en Allemagne ou au Royaume-Uni. Au total, le commerce de détail en magasin non spécialisé représentait 1,5 % du PIB en 2019[32].

Graphique 5 : Chaîne de valeur des produits alimentaires



Source : Mission d'après les données de l'Insee – Comptes nationaux, AGRESTE (emploi agricole), FCD (chiffre d'affaires et emploi dans la grande distribution).

Au total, l'activité de l'ensemble de la chaîne de valeur des produits alimentaires repose fortement sur deux principaux intrants :

- les matières premières agricoles qui sont les ingrédients de base des produits alimentaires et de l'alimentation animale ;
- les matières premières énergétiques : les produits dérivés du pétrole sont utilisés pour faire fonctionner les machines agricoles et assurer le transport routier des produits alimentaires, le gaz pour produire les engrais, chauffer les serres et dans certains processus de fabrication alimentaire et l'électricité pour transformer les aliments et fabriquer les matériaux d'emballage des produits alimentaires.

[28] D'après la Fédération du Commerce et de la Distribution.

[29] Chiffres Nielsen pour 2018.

[30] « Les hypermarchés n°1 des ventes de produits alimentaires », *Insee Focus*, avril 2020.

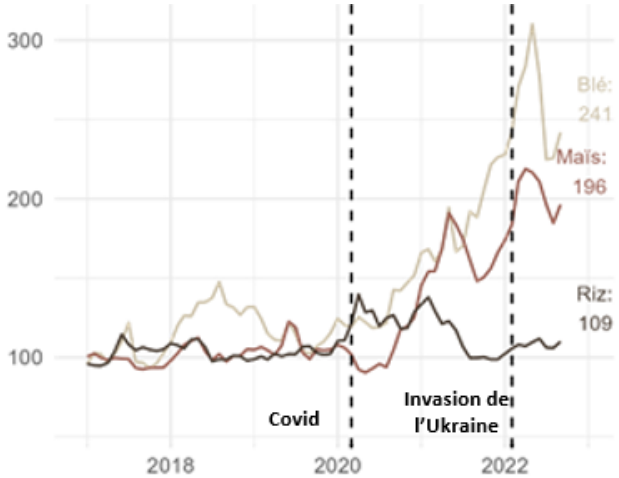
[31] Mesurée par la part de marché du top 3 et top 5 des enseignes.

[32] Source : Insee, Esane 2019. Ce chiffre constitue un minorant dans la mesure où il n'intègre pas la valeur ajoutée des centrales d'achat, qui appartiennent au secteur du commerce de gros.

1.3. Sous l'effet d'une pluralité de facteurs, les prix des principaux intrants de la chaîne de valeur des produits alimentaires ont considérablement augmenté depuis début 2020

Les matières premières agricoles indexées sur des cours mondiaux enregistrent de fortes augmentations depuis début 2020 : les prix du blé, de l'huile de tournesol et du maïs ont été multipliés par 2 à 2,5 entre janvier 2020 et mai 2022.

Graphique 6 : Indice des cours de matières premières agricoles, 2017M1-2022M9

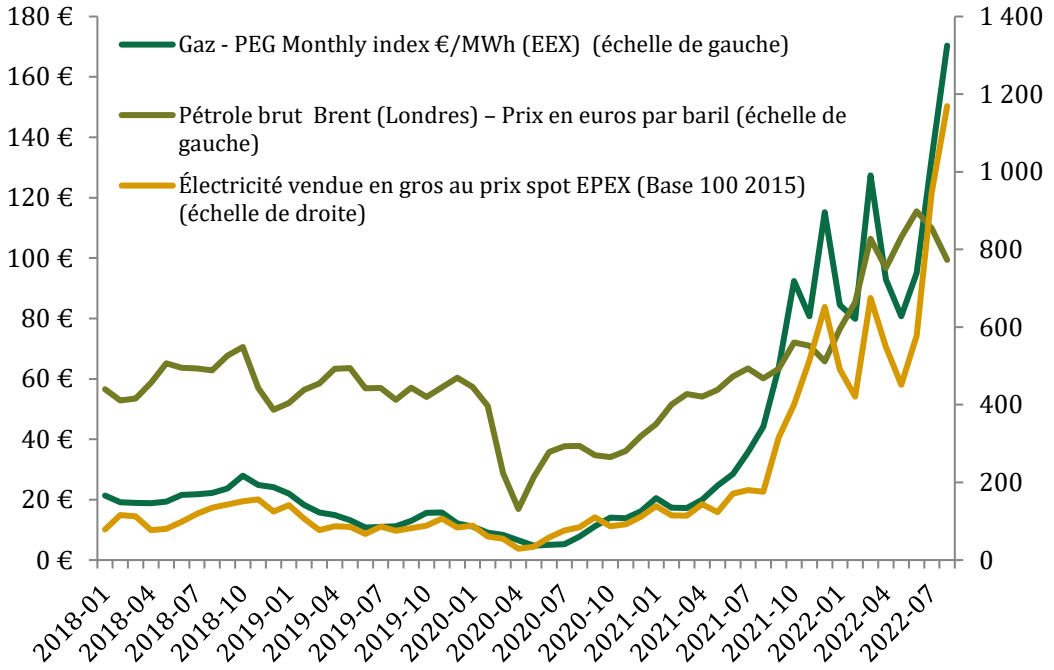


Source : Mission d'après les données FMI.

Pour leur part, les prix de l'énergie au niveau européen ont connu une croissance quasi-exponentielle depuis 2021. Les prix de l'électricité et du gaz vendus en France ont été multipliés respectivement par 10 et 8,5 entre janvier 2021 et août 2022. Les prix du pétrole (Brent) ont doublé sur la même période même s'ils connaissent une légère décrue depuis le début de l'été. Il est à noter que sous l'effet de la hausse du prix du gaz, le prix des engrais[33] a augmenté très significativement en faisant plus que doubler depuis début 2021.

[33] Les engrais peuvent également être fabriqués à base de phosphore et potassium.

Graphique 7 : Évolutions des prix de l'énergie depuis 2018



Source : Mission d'après les données de l'Insee, EPEX et EEX.

Enfin, les emballages et contenants, qui sont utilisés par l'industrie agroalimentaire, ont vu leurs prix[34] augmenter depuis 2019 et surtout au cours des 9 derniers mois. Ainsi,

- pour les emballages en papier et carton : + 19 % depuis 2019 et +16 % depuis début 2022 ;
- pour les emballages en matières plastiques : + 17 % depuis 2019 et +8 % depuis le début 2022 ;
- pour les emballages métalliques : +29 % depuis 2019 et +4 % depuis le début 2022 ;
- pour les emballages en verre : +13 % depuis 2019 et +9 % depuis début 2022.

[34] Prix de vente moyen de la production d'emballages et contenants en France.

Pour partie expliquées par la reprise *post-covid* et la guerre en Ukraine, les hausses des prix des matières premières procèdent aussi d'autres facteurs. En particulier pour les matières premières agricoles, les conditions météorologiques liées au réchauffement climatique (épisodes de sécheresse au Canada et en Inde ayant des effets directs sur les rendements des récoltes, pluies diluviennes) et les crises sanitaires animales (grippe aviaire, peste porcine) ont eu des effets directs sur les volumes de production. Il est, par ailleurs, à noter que divers facteurs de nature économique (pénurie de main-d'œuvre, perte de compétitivité de l'agriculture française) affectent directement les prix des produits alimentaires.

1.4. Dans ce contexte inflationniste, les négociations entre industrie agroalimentaire et grande distribution ont débouché sur des transmissions de hausses tarifaires

1.4.1. La mise en place d'EGALIM II a fait évoluer le cadre juridique encadrant les négociations commerciales entre industrie agroalimentaire et grande distribution

Suivant les états généraux de l'alimentation de 2017, les lois EGALIM I en 2018 puis EGALIM II en 2021 ont été adoptées pour améliorer le revenu des producteurs agricoles. Les dispositions EGALIM[35] ont conduit à faire évoluer le cadre des négociations commerciales même si l'ensemble des dispositions ne sont pas encore entrées en vigueur :

- en amont de la filière avec l'obligation[36], dès le 1er janvier 2023, de recourir à la contractualisation écrite sur une durée pluriannuelle entre le producteur agricole et son premier acheteur. Les contrats doivent arrêter une formule de prix reposant sur des indicateurs de coût de production spécifiques à chaque filière pour permettre une indexation des prix de vente sur les coûts réels de production ;
- en aval de la filière avec la « sanctuarisation » de la part de la matière première agricole (c'est-à-dire sa « non négociabilité ») dans les contrats signés lors du cycle annuel de négociations entre industrie agroalimentaire et distribution. Pour assurer cette « sanctuarisation », l'industrie agroalimentaire justifie sa demande à l'aide de trois options :
  - soit l'entreprise dévoile à son client l'intégralité des matières premières agricoles qu'elle utilise et l'évolution de leurs prix respectifs (« option 1 ») ;
  - soit elle ne fournit qu'une information agrégée (« option 2 ») ;
  - soit elle fait certifier sa demande de revalorisation par un tiers de confiance (« option 3 »). Cette option a été adoptée par plus de trois quarts des entreprises de l'industrie agroalimentaire.
- le dispositif prévoit également des mécanismes de réouverture de négociations et d'indexation des prix permettant d'adapter les contrats en cas d'évolution de prix des matières premières agricoles.

[35] Des dispositions relatives à la fixation des prix par les distributeurs sont prévues par la loi EGALIM I : les promotions sont plafonnées à 34 % du prix de vente au consommateur et le prix doit être fixé à un niveau qui excède le seuil de revente à perte plus 10 %. L'objectif de ces deux mesures est d'inciter les distributeurs à limiter la pression à la baisse sur les prix des produits alimentaires. La loi EGALIM II limite aussi le recours par les distributeurs à des pénalités logistiques appliquées à l'industrie agroalimentaire en cas de retard de livraison.

[36] Sauf exception notamment pour la filière céréalière, les fruits et légumes, les viandes bovines et les volailles non labellisées.

Insérées dans le code du commerce, les mesures relatives à la formation des prix à l'aval de la filière prévues ont été appliquées pour la première fois dans les négociations commerciales clôturées au 1er mars 2022. La majorité des acteurs rencontrés ont indiqué être satisfaits du dispositif et des effets qu'il emporte en matière de transparence des coûts. Pour autant, deux principaux problèmes ont pu être observés. D'une part, les parties aux contrats ont eu des difficultés à identifier puis converger sur des indicateurs partagés de coûts de production. D'autre part, les dysfonctionnements de l'option 3, qui prévoit l'intervention d'un tiers de confiance, ont été relevés, avec des certifications du coût de la matière première agricole intervenant après la conclusion des négociations et donc trop tardivement.

En tout état de cause, la mission estime qu'une évaluation d'EGALIM II[37] ne pourra être menée qu'ultérieurement afin d'avoir davantage de recul sur ses effets. Plusieurs éléments conduisent la mission à recommander une évaluation dans au moins un à deux ans :

- le dispositif vient d'entrer en vigueur sur l'aval de la filière avec un unique cycle de négociation commerciale concerné par les dispositions d'EGALIM II ;
- le dispositif n'a pas encore été rendu pleinement obligatoire pour l'amont de la filière ;
- inédit pour les acteurs du secteur, le contexte inflationniste actuel ne permet pas d'appréhender les effets d'EGALIM II dans un cadre de stabilité des prix avec une inflation proche de la cible des 2 %.

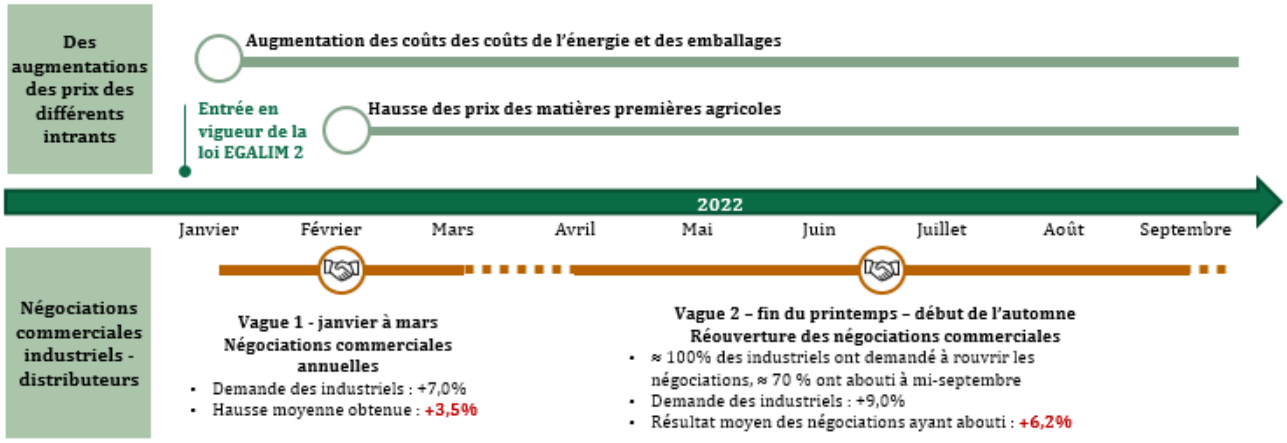
1.4.2. Les négociations commerciales entre l'industrie agroalimentaire et la grande distribution ont permis de couvrir la totalité des hausses des prix des matières premières agricoles et une partie de ses autres coûts notamment à l'énergie et aux emballages

Encadrées par le code du commerce[38], les négociations commerciales se déroulent habituellement une fois par an. En 2022, le cycle de négociations s'est déroulé comme chaque année avec une clôture au 1er mars mais exceptionnellement des négociations ont été réouvertes à partir d'avril pour prendre en compte l'augmentation des coûts des matières premières agricoles et énergétiques.

[37] Les dispositions d'EGALIM I ont, pour leur part, déjà fait l'objet de premières évaluations.

[38] Ces négociations font l'objet d'un cadre précis défini par le titre IV du code du commerce et récemment modifié par l'ordonnance n°2019-359 du 24 avril 2019. Les dispositions visent à à favoriser la transparence dans les négociations et à prévenir les éventuels déséquilibres entre parties dont la capacité de négociation peut être inégale. Il est prévu que la négociation porte sur les conditions générales de vente dans lesquelles l'inscription de diverses clauses (éléments de détermination du prix, conditions de règlement…) est rendue obligatoire.

Graphique 8 : Cycle des négociations commerciales industrie agroalimentaire/grande distribution



Source : Mission.

D'abord, les négociations commerciales annuelles entre industrie agroalimentaire et grande distribution ont essentiellement permis de répercuter les hausses des prix des matières premières agricoles. D'après les données transmises par l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA), l'industrie agroalimentaire a demandé une hausse moyenne de 7 %, débouchant après négociations avec la grande distribution sur un accord de hausse à 3,5 %. D'après les entretiens menés par la mission, la hausse obtenue correspond essentiellement à la hausse des prix des matières premières agricoles utilisées par l'industrie agroalimentaire. La transmission de cette hausse correspond donc à l'application des dispositions d'EGALIM II qui prévoient la sanctuarisation de la matière première agricole.

Ensuite, l'accélération de la hausse des prix des matières premières agricoles et l'augmentation des coûts de l'énergie et des emballages et contenants ont conduit à une réouverture exceptionnelle des négociations à partir d'avril. La quasi-totalité des entreprises a sollicité la réouverture des négociations et, à mi-septembre, plus des deux tiers d'entre elles avaient abouti. L'ANIA estime que les demandes de hausse tarifaires ont atteint 9,0 % et, qu'après négociations, des hausses de 6,2 % ont été obtenues auprès de la grande distribution. D'après les données collectées par la mission, cette hausse aurait permis de transmettre à nouveau les augmentations des prix de matières premières agricoles et de couvrir, selon les produits,d'un tiers à la moitié des hausses de prix de l'énergie et des emballages et contenants.

Les éléments chiffrés relatifs à ces négociations doivent être pris avec prudence :

- ils masquent des différences significatives dans les niveaux de hausses de tarifs transmis selon les types de produits (pâtes, produits laitiers, jambon…)[39] et les marques (marques nationales, marques de distributeurs[40], marques premiers prix) ;
- ils peuvent différer selon les acteurs : les négociations menées par l'industrie agroalimentaire avec les centrales d'achats n'ont pas débouché sur des accords identiques[41] et par ailleurs, les grands groupes et les ETI/PME de l'industrie agroalimentaire disposent de marges de négociations différentes ;

[39] Dont la fabrication est plus ou moins dépendante des matières premières agricoles.

[40] D'après les interlocuteurs rencontrés, les distributeurs ont, pour une majorité de produits, davantage accepté les hausses de tarifs négociés par l'industrie agroalimentaire sur les produits « marques de distributeurs » que sur les « marques nationales » par crainte de pénurie potentielle dans les rayons.

[41] Par exemple, un des acteurs de l'industrie agroalimentaire rencontré par la mission indique avoir pu obtenir plus de trois quarts des demandes de hausses tarifaires auprès d'un distributeur contre la moitié auprès d'un autre tandis qu'il n'a pas pu conclure d'accord avec un troisième distributeur.

- si la quasi-totalité des produits ont fait l'objet de deux négociations, certains produits dont l'huile ont conduit à davantage de négociations.

La mission souhaite souligner qu'**une très grande majorité des interlocuteurs de l'industrie agroalimentaire rencontrés a indiqué avoir transmis des hausses tarifaires significativement plus élevées[42] dans les autres pays européens dans lesquels ils opèrent**. Les interlocuteurs mettent en avant quasi-systématiquement le caractère conflictuel[43] et difficile des négociations commerciales en France. En tout état de cause, la transmission plus forte et plus rapide des hausses tarifaires pourrait contribuer à expliquer les niveaux d'inflation des produits alimentaires relativement plus élevés dans les principaux pays européens qu'en France.

[42] Par exemple, un des acteurs de l'industrie agroalimentaire indique avoir transmis pour ses produits une hausse de tarifs deux fois plus élevée en Allemagne qu'en France.

[43] Le caractère conflictuel des négociations se serait renforcé en 2022 par rapport à 2021 ce dont témoigne la multiplication par plus de 4 des demandes de médiations auprès du Médiateur des relations commerciales agricoles.

2. Entre 2019 et mi-2022, le secteur de l'industrie agroalimentaire connaît une forte compression de son excédent brut d'exploitation alors que celui de la grande distribution stagne et celui du secteur agricole augmente

Pour conduire ses analyses sur la situation financière des différents maillons de la chaîne de valeur et la répartition de la valeur entre chacun d'entre eux pour un échantillon de produits, la mission a utilisé une série d'indicateurs. Ces indicateurs sont présentés dans l'encadré ci-dessous.

Encadré 1 : Présentation et définition des indicateurs utilisés pour la mission

L'excédent brut d'exploitation (EBE) ou marge nette : retenu comme indicateur de la rentabilité, l'EBE peut être calculé au niveau d'une entreprise ou agrégé au niveau d'un secteur. Cet indicateur est égal à la valeur ajoutée (soit la différence entre la production et l'ensemble des consommations intermédiaires ayant servi à la production) diminuée de la rémunération des salariés, des impôts sur la production et augmentée des subventions d'exploitation. Cet indicateur mesure donc les revenus tirés du cycle d'exploitation d'une entreprise ou agrégé au niveau d'un secteur sans prendre en compte le mode de financement[44].

Le taux de marge : il est calculé, en comptabilité nationale, par le ratio de l'EBE sur la valeur ajoutée.

Le prix de vente de la production : il représente le prix de vente de chaque maillon de la chaîne au maillon suivant. C'est donc le prix de vente de la production des agriculteurs à ses clients et le prix de vente de la production de l'industrie agroalimentaire à ses clients. Dans certaines de ses analyses, la mission décompose l'évolution du prix de vente de la production entre ses différentes composantes : prix des intrants, excédent brut d'exploitation et rémunération des salariés et autres (regroupant les impôts et les subventions à la production).

La marge <u>brute</u> d'un produit : définie par la mission pour chaque maillon de la chaîne de valeur alimentaire, elle correspond à la part, dans le prix de vente du produit au consommateur, qui revient à ce maillon :

- pour l'agriculture, la marge brute correspond à la part de la matière agricole dans le prix de vente au consommateur soit le prix d'achat de la matière première agricole par l'industriel ;
- pour l'industrie agroalimentaire, elle correspond à la différence entre le prix de vente à la grande distribution et le prix de la matière première agricole ;
- pour la grande distribution, elle correspond à la différence entre le prix de vente au consommateur et le prix d'achat à l'industrie agroalimentaire.

Le prix de vente du produit au consommateur peut alors se décomposer comme suit : $Prix\ de\ vente\ du\ produit = marge\ brute\ agriculture + marge\ brute\ agroalimentaire + marge\ brute\ grande\ distribution$

L'excédent brut d'exploitation d'une entreprise peut être calculé à partir de la marge brute de l'ensemble de ses produits en soustrayant l'ensemble des coûts de production à l'exception du coût d'achat des intrants au maillon précédent. Ces coûts de production comprennent principalement les rémunérations, les charges d'énergie, les services (transport, logistique…) et les emballages et contenants. Ainsi, une augmentation de la marge brute ne conduit pas nécessairement à une hausse de l'EBE et peut, en réalité, correspondre à une hausse des coûts de production d'un produit (hors matière première agricole pour l'agroalimentaire, et hors prix d'achat à l'agroalimentaire pour la grande distribution).

[44] En particulier, il n'intègre pas les revenus de la propriété, les autres impôts, ni les impacts du mode de financement et notamment les charges et produits financiers.

2.1. Depuis 2019, l'industrie agroalimentaire a connu une baisse de son excédent brut d'exploitation de 16 % tandis que celui du commerce stagne à -1 % et celui de l'agriculture progresse de 12 %

Comme la lettre de mission l'y invitait, la mission a analysé les dynamiques des situations financières des différents maillons de la chaîne de valeur dans le contexte inflationniste actuel. Pour ce faire, la mission a :

- retenu l'évolution de l'EBE pour mesurer l'évolution de la situation financière des secteurs ;
- retenu l'évolution de l'EBE du commerce comme *proxy* de celle de la grande distribution. En effet, si le secteur du commerce regroupe à la fois le commerce de gros, le commerce et réparation d'automobile, le commerce de proximité et la grande distribution, on observe que :
  - sur longue période, les évolutions de l'EBE du commerce et du commerce de détail généraliste, soit principalement la grande distribution, sont très fortement corrélées[45] ;
  - la dynamique des prix au sein du secteur du commerce et au sein du sous-secteur de la grande distribution est quasi-similaire entre août 2021 et août 2022 ;
- conduit ses analyses sur la période 2019[46] – mi 2022 afin de neutraliser l'effet de la crise Covid-19 et des mesures mises en place pendant la période 2020-2021.

Au total, les trois secteurs de la chaîne de valeur connaissent des trajectoires financières très différenciées entre 2019 et mi-2022. L'EBE progresse de 12 % pour l'agriculture, baisse de 1 % pour le commerce et se replie de 16 % pour l'industrie agroalimentaire. En particulier :

- l'EBE de l'agriculture augmente principalement sous l'effet d'une contribution de la hausse des prix de vente de la production (56 %) supérieure à la contribution de l'augmentation du prix des intrants (-29 %). La hausse des prix des intrants s'explique à plus de 70 % par l'augmentation des coûts de l'énergie et des engrais ;
- l'EBE de l'agroalimentaire baisse significativement par rapport à 2019 sous l'effet de la hausse des prix des intrants non compensée par celle du prix de vente ce qui converge avec les données concernant les hausses de tarifs demandées et obtenues par l'industrie agroalimentaire lors des négociations avec la grande distribution. On relève que la hausse des prix des intrants s'explique à 57 % par une hausse des prix de la matière première agricole et le reste procède notamment des coûts liés à l'énergie et aux emballages ;
- l'EBE du commerce se dégrade légèrement notamment sous l'effet des revalorisations salariales[47]. Les analyses menées sur la grande distribution montrent une tendance convergente avec celle du secteur du commerce (*proxy* retenu par la mission). D'après les entretiens réalisés avec la grande distribution et les données collectées, la majorité des enseignes anticipent ou présentent un EBE soit en stagnation soit en légère baisse. Par ailleurs, les données collectées auprès d'organismes privés suggèrent qu'environ 90 % des entreprises du secteur devraient observer une baisse ou une stagnation du résultat d'exploitation par rapport à 2021[48].

---

[45] À hauteur de 0,89 entre 2013 et 2019 : c'est-à-dire que la quasi-totalité des variations d'une des variables s'explique par celles de l'autre et inversement.

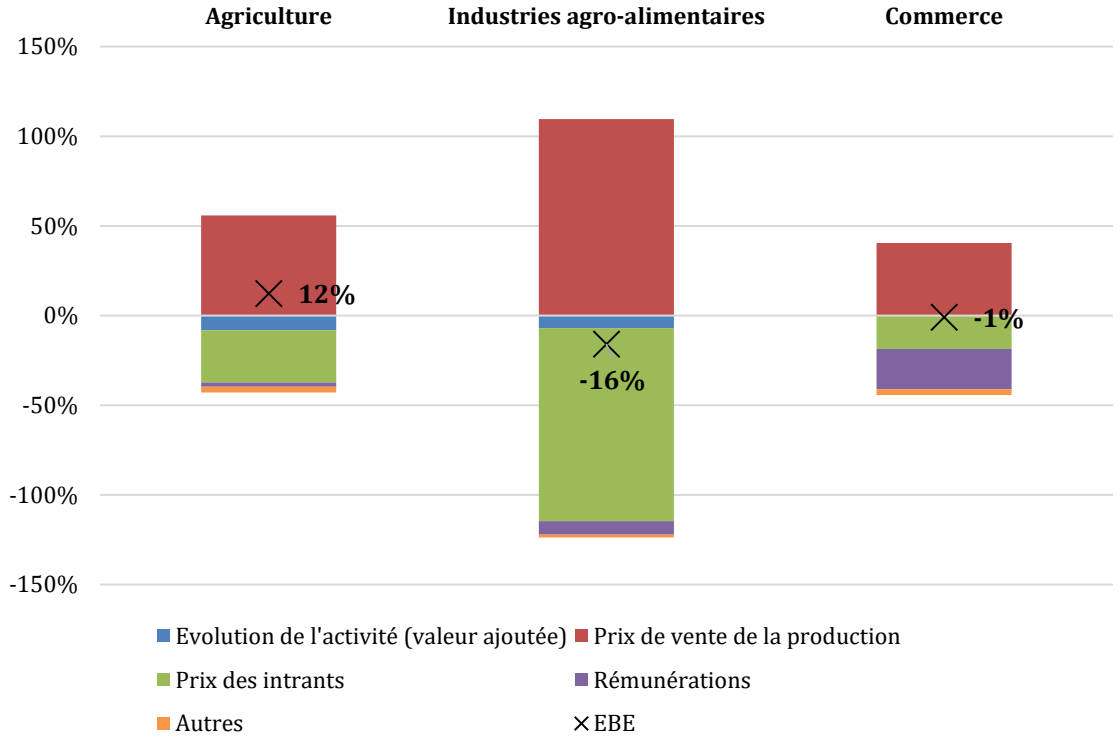
[46] Pour le premier semestre 2022, comparaison à la moyenne semestrielle de l'année 2019.

[47] Le salaire moyen par tête y a progressé de 6,7 % au premier trimestre 2022 en comparaison au quatrième trimestre 2019 contre 4,3 % pour l'agroalimentaire, et 1,9 % pour le secteur du transport.

[48] D'après Xerfi, 44 % des entreprises de la grande distribution prévoient une baisse de leur résultat d'exploitation, 44 % une stabilité et seulement 12 % une hausse.

Ainsi, le contexte inflationniste - se traduisant par une augmentation des prix des intrants et des prix de vente de la production - est le déterminant essentiel de l'évolution récente de la situation financière des secteurs. *A contrario,* l'évolution du volume d'activité a un impact quasi nul sur l'évolution de l'EBE des trois secteurs.

Graphique 9 : Évolution de l'EBE entre 2019 et le premier semestre 2022



Source : Insee – Comptes de la Nation (base 2014). Calculs pôle Science des données de l'IGF.

Note de lecture : L'EBE du secteur de l'agriculture a progressé de 12 % entre 2019 et le premier semestre 2022. Cette évolution peut se décomposer en 56 % de contribution de l'évolution des prix de vente de la production, -29 % de la contribution de la hausse des prix des intrants, -8 % de baisse de l'activité, -5 % de contribution des autres composantes de l'EBE. L'item « autres » recouvre l'effet des impôts et subventions à la production.

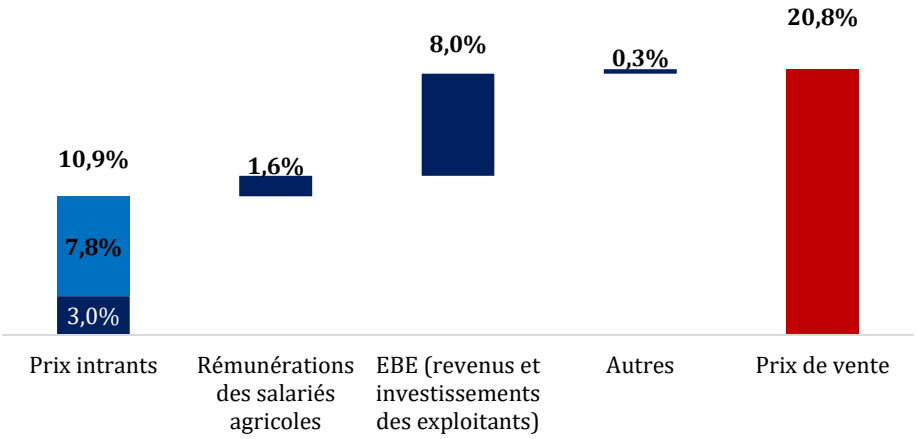
2.2. L'agriculture a préservé son EBE notamment sous l'effet d'une hausse des prix mondiaux des matières premières agricoles tandis que l'industrie agroalimentaire a comprimé les siennes contribuant ainsi à modérer la hausse des prix à la consommation

La mission a cherché à appréhender les mécanismes de transmission tout au long de la chaîne de valeur des produits alimentaires. La décomposition du prix de vente de la production entre prix des intrants, excédent brut d'exploitation et rémunération des salariés permet d'isoler les facteurs de hausse ou de baisse.

Dans le secteur de l'agriculture, la hausse des prix de vente de la production (+20,8 % entre 2019 et le premier semestre 2022) provient essentiellement (i) de la hausse des prix des intrants (avec une contribution de 10,9 %) et (ii) de l'EBE des exploitations agricoles (avec une contribution de 8,0 %). L'EBE des exploitations agricoles correspond à la somme du revenu de l'exploitant agricole et du montant de ses investissements.

Cela confirme que l'augmentation des prix de vente des produits agricoles fait plus que couvrir l'augmentation des prix des intrants.

Graphique 10 : Contribution des différentes composantes à l'évolution du prix de vente de la production de l'agriculture entre 2019 et le premier semestre 2022



Source : Insee. Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

Note de lecture : Les rémunérations correspondent à la masse salariale et cotisations des salariés du secteur de l'agriculture. L'EBE et revenu mixte correspond à la rémunération des agriculteurs exploitants ou co-exploitants ainsi qu'à leurs investissements.

En particulier, la hausse de l'EBE du secteur agricole peut s'expliquer par deux raisons.

D'abord, cette hausse s'explique principalement par l'augmentation des prix de vente de la production des exploitations de grandes cultures (céréales, oléagineux) qui peuvent vendre à des cours mondiaux décorrélés du coût de revient/réel de la production locale.

Ensuite, elle peut procéder d'un effet indirect des dispositions d'EGALIM II : assurée de pouvoir transmettre la hausse des prix des matières premières agricoles en aval auprès de la grande distribution, l'industrie agroalimentaire pourrait avoir une incitation moins forte à négocier à la baisse le prix d'achat des matières premières agricoles en amont auprès des agriculteurs :

- les exploitations spécialisées dans l'élevage (porcins, ovins, bovins, lait et viandes) ont transmis une hausse des prix de leur production qui les a préservées de la hausse des coûts des intrants. Cette transmission de hausse pourrait être, pour partie, attribuée à EGALIM II même s'il n'est pas possible d'en quantifier l'impact ;
- *a contrario,* les exploitations fruitières et spécialisées dans le maraîchage ont connu une hausse très modérée de leurs prix de vente, voire une baisse par rapport à 2019 pour les légumes frais et ont vu la hausse de leurs coûts se répercuter directement sur leur EBE. Or, la saisonnalité et la multiplicité des références font que ces produits ne pas couverts par le dispositif EGALIM II dans la relation commerciale agriculture/ industrie agroalimentaire.

Ces chiffres consolidés sur le secteur agricole appellent deux remarques :

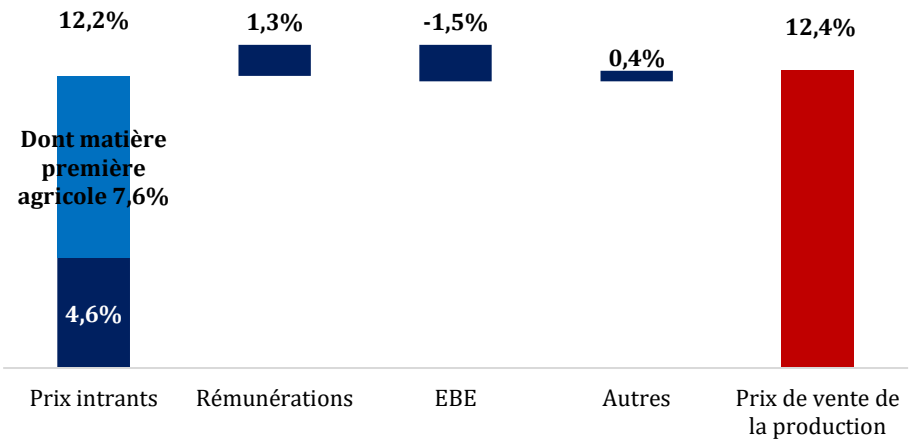
- l'évolution des prix de production est très hétérogène selon les produits. En effet, le prix des légumes frais est de 9 % inférieur à celui de janvier 2019 tandis que celui des céréales est, aujourd'hui, de 78 % supérieur à celui de janvier 2019. Ces évolutions des prix ont mécaniquement des effets différenciés sur les revenus des agriculteurs ;
- la variation du volume de production[49] des différents produits agricoles a également un impact sur les revenus des agriculteurs.

[49]Par exemple, d'après l'Agreste, la production de volailles a diminué de 15 % sur un an en raison de la grippe aviaire.

***A contrario,* la hausse des prix de production (+12,4 % entre 2019 et le premier semestre 2022) dans le secteur de l'industrie agroalimentaire s'explique quasi-exclusivement par la hausse des prix des intrants**, notamment en raison de la hausse du prix de la matière première agricole (contribution de 7,6 %) (graphique 11). La baisse de l'EBE de 16 % par rapport à 2019, contribue à réduire de 1,5 % la hausse des prix de vente de la production à l'étage aval (le commerce).

Ce résultat suggère, en retenant une hypothèse de marge pour la grande distribution de 17,5 %[50], **que la contraction de l'EBE de l'industrie agroalimentaire contribue, à elle seule, à réduire la hausse des prix finaux à la consommation des produits alimentaires de 1,3 %**.

Graphique 11 : Contribution des différentes composantes à l'évolution du prix de vente de la production de l'industrie agroalimentaire entre 2019 et le premier semestre 2022



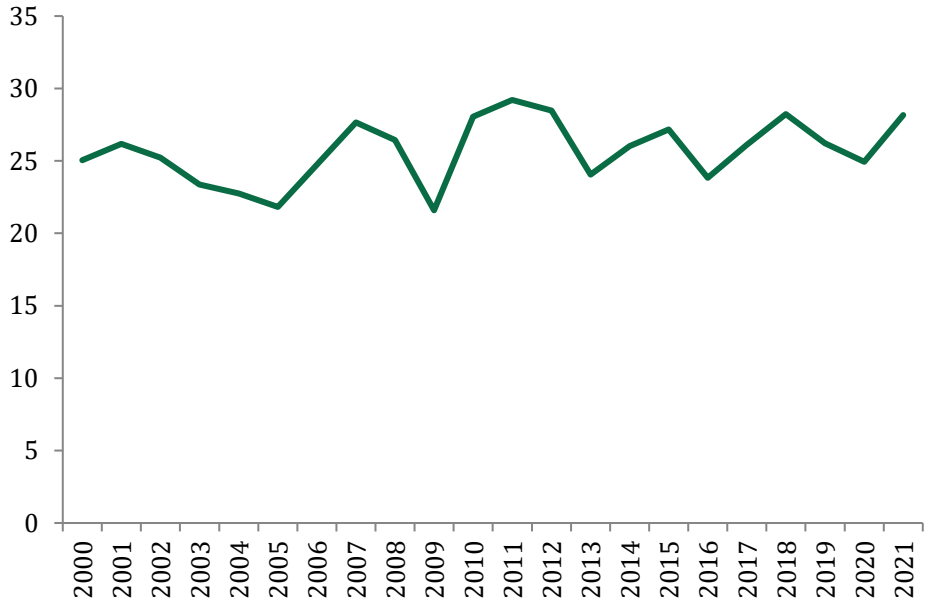
Source : Insee. Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

[50] D'après les données de Xerfi.

2.3. Ces récentes évolutions peuvent être mises en perspective avec la dégradation tendancielle de la situation financière de l'industrie agroalimentaire et la stabilité de l'EBE de l'agriculture, laquelle ne doit pas masquer la faiblesse des revenus dans ce secteur

Depuis 20 ans, l'EBE du secteur de l'agriculture connaît une stagnation autour de 25 Mds€ en euros constants mais reste néanmoins marquée par des oscillations entre 21,6 Mds€ en 2009 et 29,2 Mds€ en 2011. Cette stagnation doit être mise en perspective car la population agricole dispose, historiquement, d'un niveau de vie inférieur à celui de la population française en emploi[51].

Graphique 12 : Excédent brut d'exploitation (y.c revenu mixte des exploitants) Md€ en euros constants

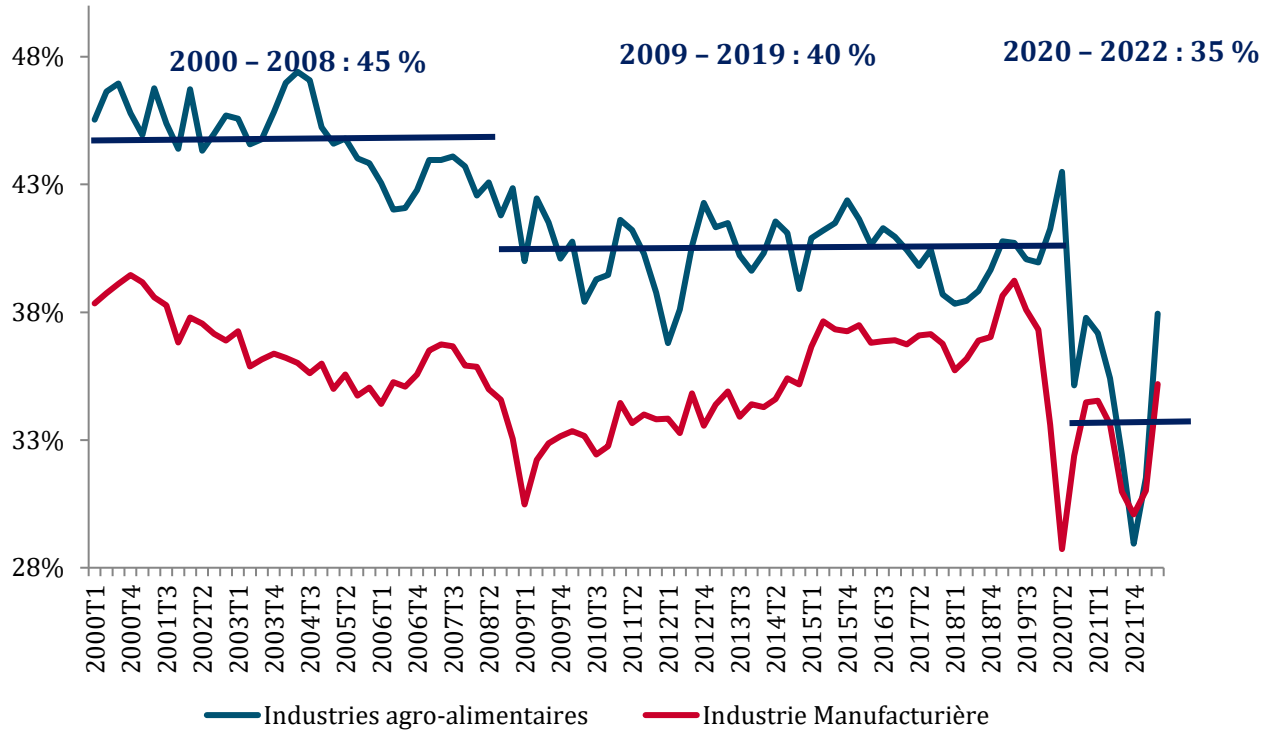


Source : Insee – Comptes nationaux.

Pour sa part, depuis le milieu des années 2000, le secteur de l'industrie agroalimentaire présente une baisse continue de son taux de marge en niveau et en comparaison avec l'ensemble du secteur industriel. S'élevant en moyenne à 45 % de 2000 à 2008, ce taux a baissé de 5 points pour atteindre 40 % de moyenne sur la période 2009 à 2019 (graphique 13). Plus récemment, il a, à nouveau, diminué de 5 points sous l'effet de la crise du covid-19 et de la hausse des prix des intrants. Ces données consolidées peuvent cacher de fortes disparités entre entreprises du secteur dont les performances varient selon leur positionnement (mono ou multi-produits) et leurs marchés (un ou plusieurs pays d'opérations).

[51] Le niveau de vie médian des ménages agricoles s'élève à 22 200 € en 2018 contre 23 900 € pour les personnes en emploi en France. Le taux de pauvreté est deux fois plus élevé pour les agriculteurs (18,1 %) que dans la population en emploi (8,4 %) et par rapport à l'ensemble de la population française (14,8 %). Les exploitants agricoles spécialisés dans l'élevage de bovins et d'ovins, en particulier, rencontrent de plus grandes difficultés.

Graphique 13 : Evolution du taux de marge dans le secteur de l'industrie agroalimentaire



Source : Insee – Comptes de la Nation (base 2014). Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

3. L'analyse de l'évolution récente des marges brutes attribuables aux différents secteurs sur un échantillon de douze produits alimentaires ne révèle pas d'anomalie

Comme la lettre de mission l'y invitait, la mission a cherché à évaluer l'évolution des marges attribuables aux principaux maillons de la chaîne de valeur pour un échantillon de produits alimentaires du quotidien.

3.1. Un échantillon de douze produits alimentaires a été retenu

Douze produits alimentaires ont été retenus : le jambon cuit, le bœuf haché, l'escalope de poulet, le veau, la viande ovine, le lait demi-écrémé, le yaourt nature, le beurre, l'emmental, le camembert, la baguette et les pâtes alimentaires. Quatre raisons ont conduit la mission à retenir cet échantillon :

- ils présentent une augmentation de prix, en moyenne, similaire à celle de l'ensemble des produits alimentaires ;
- il s'agit de produits du quotidien que l'on retrouve dans les paniers des ménages ;
- la disponibilité des données Insee sur l'évolution de leurs prix garantit la comparabilité et la fiabilité des résultats ;
- l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires les retient également dans son rapport annuel.

Pour chaque bien, le prix moyen de vente[52] est décomposé en 3 parts comme présenté dans l'encadré 1 :

- le prix payé à l'agriculteur pour l'achat des matières premières agricoles ;
- la marge brute des entreprises de l'industrie agroalimentaire (soit la différence entre le prix de vente à la grande distribution et le prix d'achat à l'agriculteur de la matière agricole). La marge brute doit permettre de rémunérer la masse salariale, le transport et la logistique ainsi que les intrants autres que la matière première agricole (dont les emballages et l'énergie) ;
- la marge brute des entreprises de distribution (soit la différence entre le prix de vente aux consommateurs et le prix d'achat à l'industrie agroalimentaire). De même, la marge brute doit permettre de rémunérer les autres postes de dépenses dont la masse salariale, le transport et la logistique ainsi que l'énergie.

Cette décomposition montre que la part revenant à chaque maillon varie fortement en fonction des produits. Pour l'industrie agroalimentaire, elle représente 14 % du prix final pour la fabrication d'emmental[53] et 56 % du prix final pour la production de pâtes en 2019. Pour la distribution, elle oscille entre 18 % et 42 % selon les produits[54]. Pour les agriculteurs, la part est plus élevée pour les viandes, produit moins transformé, représentant jusqu'à 57 % du prix final.

---

[52] Prix moyen de vente de détail défini par l'Insee.

[53] Pour les produits laitiers, les fortes variations s'expliquent par les différences de nombre de litres de lait nécessaires à la production d'un kilogramme de matière. Il faut par exemple 8 l/kg pour le camembert, 12 l/kg pour l'emmental, 20 l/kg pour du beurre et un peu plus de 1 l/kg pour le yaourt.

[54] La baguette apparaît comme un produit singulier : puisqu'un grand nombre de boulangeries produisent et vendent leur pain, il n'est pas possible de distinguer la marge brute liée l'activité de vente de celle liée à l'activité de fabrication du pain : cela explique pourquoi les 87 % du prix final d'une baguette revient au dernier maillon de la chaîne de valeur. L'industrie agroalimentaire recouvre ici uniquement les activités de meunerie.

Tableau 1 : Décomposition du prix final entre les différents acteurs de la chaîne de valeur en 2019

Produit	Distribution	Industrie agroalimentaire	Matière première agricole
Jambon cuit	31%	35%	34%
Bœuf haché	30%	30%	40%
Veau	43%		57%
Viande ovine	43%		57%
Escalope de poulet	42%	27%	32%
Lait demi-écrémé	23%	42%	35%
Yaourt nature	36%	49%	16%
Emmental	36%	14%	50%
Camembert	28%	34%	38%
Beurre	18%	31%	51%
Baguette	87%	6%	6%
Pâtes alimentaires	19%	56%	25%

Source : OFPM, Insee. Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

3.2. L'évolution entre 2019 et mi-2022 du prix à la vente de chaque produit s'explique dans la majorité des cas par la hausse de la contribution de la matière première agricole

Comme l'y invitait la lettre de mission, les travaux ont été menés pour évaluer si les évolutions récentes des prix de l'échantillon pouvaient s'expliquer ou présentaient des mouvements anormaux. Pour chaque produit de l'échantillon, la mission a décomposé l'évolution du prix à la vente en fonction des marges brutes des maillons de la chaîne de valeur (cf. tableau 2).

Tableau 2 : Décomposition des principaux contributeurs à l'évolution du prix entre 2019 et août 2022 (pour 2022, moyenne des prix de janvier à août)

	Evolution 2019-2022 du prix en GMS	dont contribution de la distribution	dont contribution des industries agroalimentaires	dont contribution de la matière première agricole
Jambon cuit	8,5%	2,8 pp	4,6 pp	1,1 pp
Bœuf haché	9,4%	-6,0 pp	-2,7 pp	18,1 pp
Veau	6,8%		-1,4 pp	8,2 pp
Viande ovine	14,7%		-6,5 pp	21,1 pp
Escalope de poulet	8,2 %	-6,4 pp	5,1 pp	9,5 pp
Lait demi-écrémé	4,4%	0,0 pp	-2,2 pp	6,6 pp
Yaourt	8,1%	4,2 pp	0,3 pp	3,6 pp
Emmental	2,4%	-1,0 pp	-3,2 pp	6,6 pp
Camembert	8,8%	6,1 pp	-2,4 pp	5,0 pp
Beurre	5,3%	-1,5 pp	5,3 pp	1,5 pp
Baguette	4,4%	2,7 pp	-4,6 pp	6,3 pp
Pâtes alimentaires	13,2%	-15,6 pp	1,8 pp	26,9 pp

Source : OFPM, Insee, calculs mission. Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

Note de lecture : Le prix du jambon cuit a progressé de 8,5 % entre 2019 et 2022. La matière première agricole contribue à cette hausse à hauteur de +1,1 pp, l'industrie agroalimentaire contribue à cette hausse à hauteur de +4,8 pp et la distribution contribue à cette hausse à hauteur de +2,8 pp. Les chiffres présentés ci-dessus sont arrondis au dixième près.

La hausse des prix de vente des produits transformés observée s'explique essentiellement par la hausse des prix des matières premières agricoles :

- pour les douze produits de l'échantillon, on relève une augmentation de la contribution de la matière première agricole ;
- pour huit produits - pâtes, baguette, emmental, lait demi-écrémé, viande ovine, bœuf, veau, escalope de poulet - cette augmentation est significativement supérieure à celle du prix à la vente. Cela signifie que, sur ces produits, l'industrie agroalimentaire et la grande distribution ont comprimé leurs marges brutes.

Les résultats de cette analyse convergent, par ailleurs, avec la hausse de l'excédent brut d'exploitation observée au niveau agrégé pour le secteur agricole (cf. partie II).

3.3. La grande distribution a réduit sa marge brute pour la moitié des produits de l'échantillon

Pour cinq produits sur dix, la grande distribution diminue sa marge brute[55]. Cette baisse est très significative pour les pâtes alimentaires (-15,6 %), le bœuf haché (-6 %) et l'escalope de poulet (-6,4 %). Cette baisse est moins significative pour le beurre et l'emmental (de l'ordre de - 1 %). Pour la moitié des produits de l'échantillon, la compression de la marge brute de la grande distribution vient donc limiter la transmission de la hausse des prix à la consommation. On relève, *a contrario,* une augmentation de la marge brute de la distribution pour quatre produits. Cette augmentation est significative pour le camembert (+6,1 %) et le yaourt (4,2 %). Pour mémoire, l'augmentation de marge brute sur ces produits peut permettre de couvrir l'augmentation d'autres coûts de la grande distribution (salaires, énergie) et ne traduit donc pas nécessairement une hausse de l'excédent brut d'exploitation.

Combinés à la stagnation de l'excédent brut d'exploitation du commerce observée au niveau agrégé (cf. partie II), ces résultats suggèrent que la grande distribution ne contribue pas à renchérir les prix à la consommation des produits alimentaires.

Ces résultats doivent, néanmoins, être pris avec prudence :

- l'analyse est limitée à un échantillon réduit de produits et ne saurait être extrapolée pour mesurer la marge brute de la grande distribution sur la totalité des produits alimentaires qu'elle vend ;
- l'analyse ne distingue pas marques premiers prix, marques nationales et marques de distributeurs qui ont fait l'objet de négociations tarifaires différentes et qui présentent des trajectoires de prix différenciées[56] ;
- la stratégie commerciale des enseignes de grande distribution, dont le modèle d'affaires est « multi-produits », repose sur une péréquation entre prix des produits vendus. Une baisse des marges sur certains produits (y.c sur les produits étudiés) peut être compensée par une hausse sur d'autres y compris non alimentaires (produits d'hygiène, de maquillage).

[55] Pour deux produits sur douze, les données ne permettent pas de distinguer la marge brute de la grande distribution et de l'industrie agroalimentaire.

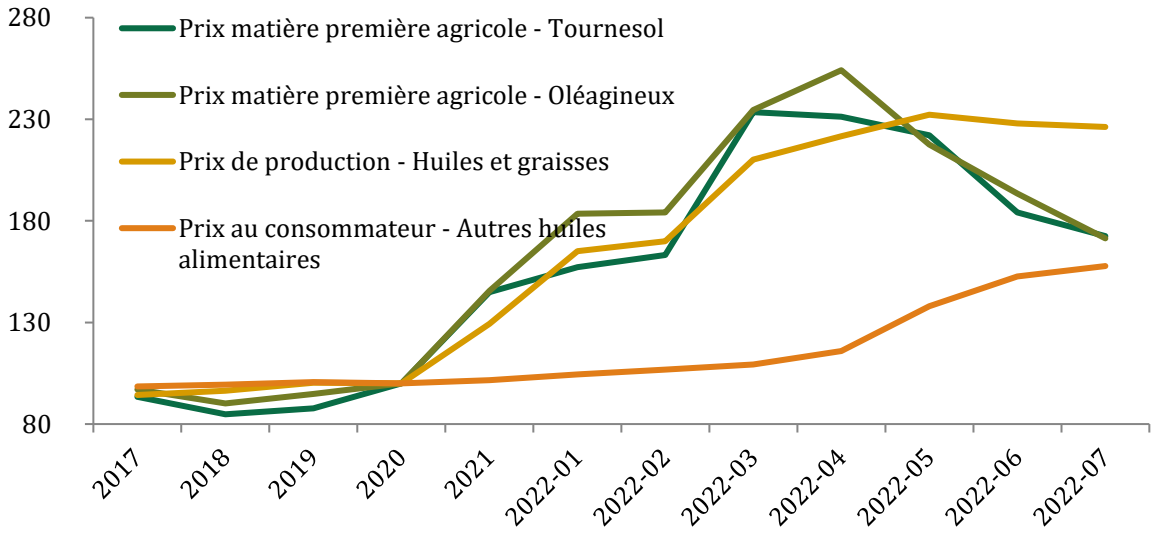
[56] Les prix des marques nationales (MN), distributeurs (MDD) et premier prix (PPX) progressent respectivement de 6,9 %, 10,7 % et 12,9 %.

3.4. Au-delà des douze biens de l'échantillon, la mission s'est intéressée à deux produits alimentaires courants – la farine et l'huile – dont le prix a très fortement augmenté

Pour la farine et l'huile, la décomposition du prix de vente selon les marges brutes attribuables aux acteurs de la chaîne de valeur n'est pas possible en l'absence de données. Néanmoins, il est opportun de mettre en miroir les évolutions des prix à la consommation de ces deux produits, de leur prix de vente à la production et des prix des matières premières essentielles à leur production (blé tendre, tournesol et autres oléagineux).

Concernant l'huile de tournesol**,** le prix de sa matière première – le tournesol – a été multiplié par 2,4 entre 2020 et mars 2022 avant de revenir en juillet à des niveaux proches de ceux de début 2022. De manière quasi-concomitante, son prix de vente à la production a été multiplié par 2,2 entre début 2020 et mars 2022. *A contrario,* le prix de vente de l'huile au consommateur a augmenté plus tardivement (surtout entre mars et juillet 2022) en étant multiplié par 1,6 ; il a donc moins progressé que le prix de la matière première et le prix de la production.

Graphique 14 : Évolution des prix de l'huile et du tournesol (base 100 en 2020)

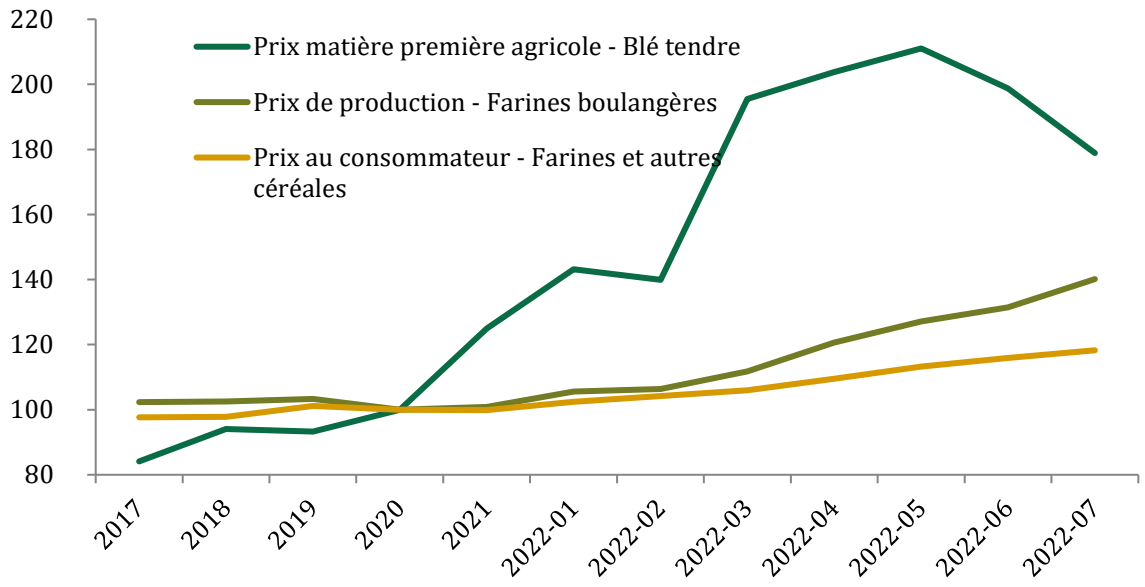


Source : Mission d'après les données Insee.

Concernant la farine, le prix de la matière première agricole - le blé tendre - a augmenté de 79 % entre janvier 2020 et juillet 2022. Deux phases d'augmentation peuvent être identifiées : une hausse de 43 % entre 2020 et janvier 2022 pour des raisons climatiques (sécheresse en Amérique du Nord et inondations en Europe) puis de 40 % à partir de mars 2022 sous l'effet de la guerre en Ukraine[57]. *A contrario,* le prix de vente de la farine a connu une augmentation moins forte et plus progressive de l'ordre de 20 % entre janvier 2020 et juillet 2022.

[57] L'Ukraine représente 12 % des exportations mondiales de blé et la Russie 20 % des exportations.

Graphique 15 : Évolution des prix du blé et des farines (base 100 en 2020)



Source : Mission d'après les données Insee.

Ainsi, pour l'huile et la farine, leurs prix à la consommation a, depuis début 2020, significativement moins augmenté que celui de leurs matières premières. Pour autant, on peut relever que les impulsions de hausses de prix des matières premières se transmettent avec retard ou de manière plus étalée[58] sur les prix à la consommation. Cela peut suggérer que leurs prix à la consommation resteraient à des niveaux élevés au cours des prochains mois.

3.5. Pour la majorité des produits de l'échantillon, l'évolution de la marge brute de l'industrie agroalimentaire ne suffirait pas à compenser la hausse des coûts de production hors matière première agricole

3.5.1. L'hétérogénéité de l'évolution de la marge brute des industries agroalimentaires entre 2019 et mi-2022 s'explique par différents facteurs

Les résultats montrent pour l'industrie agroalimentaire des évolutions de marges brutes différenciées selon les produits. La marge brute diminue pour les industries agroalimentaires qui produisent de la viande de bœuf, du lait, de l'emmental, du camembert et du pain et elle progresse pour le jambon, l'escalope de poulet, le yaourt, le beurre et les pâtes. D'après les entretiens menés par la mission, cela pourrait s'expliquer, entre autres, par les craintes de rupture d'approvisionnement pour les produits sous tension (comme les pâtes ou le beurre) donnant ainsi plus de pouvoir de négociation à l'industrie agroalimentaire face à la grande distribution et lui permettant de transmettre plus facilement ses hausses de prix.

[58] Plusieurs éléments pourraient l'expliquer. D'une part, il existe des contrats à terme sur ces marchandises pour lesquels une partie du prix peut avoir été fixée antérieurement et être éloignée du prix du marché spot à un instant donné. D'autre part, ces marchandises pouvant être stockées, pour un certain temps, l'huile ou la farine produite un semestre peuvent correspondre à des achats de matière première agricole issus d'une récolte antérieure et achetée à un prix inférieur à celui d'un instant donné.

3.5.2. Pour une très grande majorité des produits, la marge brute dégagée par l'industrie agroalimentaire ne couvre pas l'augmentation de ses principaux coûts de production (énergie, emballages et contenants, logistique, masse salariale)

Pour chaque produit de l'échantillon[59], la mission a comparé l'augmentation des coûts des emballages, de la logistique, de la masse salariale et de l'énergie avec l'évolution de la marge brute de l'industrie agro-alimentaire. Les coûts de production estimés par la mission sont des minorants[60] des coûts totaux de production**.** Une hausse de la marge brute inférieure à l'augmentation des coûts de production correspond à une baisse de l'excédent brut d'exploitation. À l'inverse, une hausse de la marge brute supérieure à l'augmentation des coûts de production[61] ne permet pas de conclure sur l'évolution de l'excédent brut d'exploitation.

L'encadré ci-après précise la méthode employée pour estimer les coûts de production de l'industrie agroalimentaire et le tableau ci-après indique les résultats obtenus.

Encadré 2 : Méthodologie d'estimation des coûts de production de l'industrie agroalimentaire

La démarche de la mission a consisté à :

- estimer pour chaque sous-secteur industriel la part dans sa marge brute des différents coûts de production : logistique, transport, énergie, emballage et masse salariale[62] ;
- appliquer les hausses de prix de ces intrants telles que mesurées par les séries d'indices de prix produits par l'Insee ou de données mises à disposition de la mission.

L'analyse au niveau des produits est approchée par le biais de l'analyse sous-sectorielle, en indiquant si le produit est plus ou moins intensif en intrants que les autres produits fabriqués par le sous-secteur :

- pour le transport et la logistique, la part des coûts est disponible pour chacun des sous-secteurs dans le tableau des entrées intermédiaires de la comptabilité nationale de l'année 2018. Il est fait l'hypothèse d'une hausse de 16 %[63] des coûts liés à la logistique depuis 2019. L'augmentation des coûts est donnée par sous-secteur. Celle-ci peut être hétérogène pour les produits d'un même sous-secteur (le coût du transport et de la logistique rapporté au prix est plus élevé pour un yaourt que pour du fromage[64]). Pour ces raisons, il est précisé si la hausse des coûts afférente à un produit spécifique est inférieure ou supérieure à la moyenne du sous-secteur à dire d'expert ;
- pour l'énergie, la part des coûts a été estimée à partir de l'enquête EACEI 2019[65] pour les entreprises produisant le produit considéré. Il est fait l'hypothèse d'une augmentation de 88 % des prix de l'énergie depuis 2019[66]. L'augmentation des prix de l'énergie représente moins de 1 % à 3 % du prix du produit considéré ;
- pour l'emballage, la part des coûts de production est calculée à partir du tableau des entrées intermédiaires et affinée par produit à partir de données d'enquête fournies à la mission. En raison de la forte hétérogénéité au sein d'un sous-secteur, il est précisé si la hausse des coûts est inférieure ou supérieure à la moyenne du sous-secteur à dire d'expert, sans quantifier ces différences ;
- pour la masse salariale, il est fait l'hypothèse d'une progression du salaire moyen par tête du secteur de l'agroalimentaire de 6 %[67]. Pour chacun des sous-secteurs, la part de la masse salariale a été calculée afin d'estimer la hausse des coûts liée à l'augmentation du salaire moyen par tête.

---

[59] À l'exception du veau et de la viande ovine pour lequels les données ne permettent pas de distinguer la marge brute de la grande distribution et de l'industrie de transformation.

[60] Cette estimation n'intègre pas la hausse de l'ensemble des coûts liés aux services aux entreprises (coûts d'entretien, coûts de gestion administrative, dépenses d'intérim,…) et les coûts liés à l'eau, à l'assainissement ou aux autres intrants industriels.

[61] Sur un champ partiel des coûts de production incluant la logistique et le transport, l'énergie, l'emballage et la masse salariale.

[62] Cette estimation est réalisée en supposant constante la structure de production depuis 2018, soit sous l'hypothèse d'absence de substitution entre les différents intrants nécessaire à la production.

[63] Indice des prix de production dans les services pour le secteur de l'entreposage et services auxiliaires de transport entre l'année 2018 et le premier semestre 2022.

[64] Du fait de la différence de prix pour un kilogramme de matière.

[65] Enquête annuelle sur les consommations d'énergie dans l'industrie.

[66] Indice de prix de vente de l'électricité de gros et de gaz manufacturé de l'Insee.

[67] Point de conjoncture de l'Urssaf de septembre 2022. Evolution y compris prime exceptionnelle de pouvoir d'achat.

Tableau 3 : Augmentation des coûts de production estimés par la mission et hausse de la marge brute entre 2019 et 2022(pour 2022, moyenne des prix de janvier à août) (en points de pourcentage du prix final)

Produit	Augmentation de la marge brute de l'industrie agroalimentaire	Augmentation des coûts de production estimés				
		Logistique	Energie	Masse Salariale	Emballage	Total
Jambon cuit	5 pp	≅0,3 pp	>1 pp	0,8 pp	>0,5 pp	>2 pp
Bœuf haché	-3 pp	≅0,3 pp	1 pp	0,8 pp	>0,5 pp	>2 pp
Escalope de poulet	5 pp	≅0,3 pp	1 pp	0,8 pp	<0,5 pp	>2 pp
Lait demi-écrémé	-2 pp	>0,2 pp	1 pp	0,7 pp	>2 pp	>4 pp
Yaourt nature	0 pp	>0,2 pp	>1 pp	0,6 pp	>2 pp	>3 pp
Emmental	-3 pp	<0,2 pp	3 pp	0,7 pp	<0,8 pp	>4 pp
Camembert	-2 pp	<0,2 pp	3 pp	0,7 pp	<0,8 pp	>4 pp
Beurre	5 pp	<0,2 pp	>1 pp	0,6 pp	>1 pp	>3 pp
Baguette	-5 pp	<0,3 pp	1 pp	1,0 pp	≅0 pp	>2 pp
Pâtes alimentaires	2 pp	≅0,3 pp	2 pp	1,2 pp	<1 pp	>4 pp

Source : Données Insee et Acoss. Calculs : pôle Science des données de l'IGF.

Pour l'ensemble des produits, à l'exception du beurre, de l'escalope de poulet et du jambon, l'augmentation des seuls coûts de production estimés est supérieure à l'évolution de la marge brute de l'industriel. En particulier :

- l'écart entre la marge brute et la hausse des autres coûts de production est élevé dans le secteur de la fabrication de produits laitiers (à l'exception du beurre) avec une baisse de l'EBE ou de la marge nette représentant au moins 6 points du prix du produit final, de même pour la baguette ou la baisse de la marge nette dépasserait les 6 points ;
- l'escalope de poulet, le beurre et le jambon se distinguent par une augmentation de la marge brute supérieure d'environ 2 à 3 points aux coûts de production estimés. Cette différence peut s'expliquer par une hausse de coûts non pris en compte par l'estimation de la mission mais peut aussi traduire une situation de marché, plus favorable aux industriels[68] leur permettant d'augmenter leur marge nette ;
- en tout état de cause, la hausse des marges brutes de 2 à 3 points par rapport à celle de l'estimation des coûts de production est trop faible pour être interprétée comme une évolution anormale.

Ainsi, l'analyse sur l'échantillon montre donc que, pour une très grande majorité de produits, les entreprises de l'industrie agroalimentaire ont vu leurs coûts augmenter plus fortement que leur marge brute conduisant ainsi à une contraction de leur marge nette ou EBE.

Conjuguée aux résultats au niveau sectoriel montrant une baisse de 16 % de l'EBE de l'industrie agroalimentaire, l'analyse sur l'échantillon montre que ce secteur tend à comprimer ses marges dans le contexte inflationniste actuel.

[68] La hausse du prix du beurre pourrait s'expliquer par une baisse structurelle de la production ainsi qu'une augmentation de la consommation de beurre en raison de la pénurie d'huile végétale et de la hausse de la demande internationale : en 2021, les exportations de beurre ont crû de 16,8 % d'après le ministère de l'agriculture.

4. Les tensions inflationnistes, en particulier sur les produits alimentaires, vont perdurer en 2023

4.1. Les prévisions macroéconomiques suggèrent une persistence de l'inflation à un niveau significativement supérieur à 4 % en 2023 avant un reflux progressif en 2024 vers un niveau proche de 2 %

Les prévisions d'inflation pour 2023 des différents instituts publics et privés convergent globalement vers une inflation très significativement supérieure à 4 % voire égale à 5 % en 2023. L'inflation pour 2023 en France serait supérieure à 4 % selon la direction générale du Trésor, la Banque de France, la Commission européenne et la plupart des instituts privés. On relève que l'OCDE anticipe même une inflation de 5,8 %. De même, les instituts privés anticipent en moyenne une inflation de 4,3 % en 2023. Une forte incertitude à la hausse pèse sur ces prévisions comme en témoigne la formulation de deux scénarios par la Banque de France : l'un pessimiste avec une inflation à 6,9 % en 2023 et l'autre optimiste à 4,2 %.

À partir de 2024 et par la suite, l'inflation pourrait décélérer tout en restant supérieure à 2 %. Les prévisions d'inflation par les instituts publics et privés suggèrent une inflation qui évoluerait entre 2,1 % et 2,7 % en 2024. À long terme à horizon 10 ans, les anticipations d'inflation par les marchés s'établissent à environ 2,5 %[69] pour la France.

Tableau 4 : Prévisions d'inflation en France par des instituts publics (en moyenne annuelle, en %)

Organisme	Publication	Date	2022	2023	2024
FMI	Perspectives de l'économie mondiale	octobre 2022	5,8	4,6	2,4
OCDE	Perspectives économiques	septembre 2022	5,9	5,8	NA
Commission européenne	Prévisions économiques	juillet 2022	5,9	4,1	NA
Trésor	Projet de loi de finances	septembre 2022	5,3	4,2	3,0[70]
Banque de France	Projections macroéconomiques	septembre 2022	5,8	{4,2 ; 6,9}	2,7
Insee	Prévisions	octobre 2022	5,2	NA	NA
Moyenne	-	-	5,7	5,0	2,8

Source : Mission.

Tableau 5 : Prévisions d'inflation en France par des instituts privés (en moyenne annuelle, en %)

Organisme	Publication	Date	2022	2023	2024
BNP Paribas	Eco perspectives	21 septembre 2022	5,8	4,2	2,2
Société générale	Scénario éco	septembre 2022	5,9	3,7	2,1
Crédit Agricole	Études économiques	juillet 2022	5,5	4,5	NA
COE Rexecode	Perspectives économiques	19 septembre 2022	5,3	4,7	NA
OFCE	Présentation HCFP	14 septembre 2022	5,2	4,5	2,1
Moyenne	-	-	5,5	4,3	2,1

Source : Mission.

[69] Par lecture du point mort d'inflation à 10 ans sur les obligations d'État indexées sur l'inflation (OATIi, Agence France Trésor, données d'août 2022).

[70] D'après le projet de loi de programmation des finances publiques 2023-2027.

4.2. Trois principaux facteurs pourraient contribuer à maintenir les prix des produits alimentaires à des niveaux élevés en 2023

Tout d'abord, **les cours des matières premières agricoles devraient rester à des niveaux élevés en 2023.** La lecture des prix des produits dérivés (« futures ») montre que les marchés anticipent une hausse modérée du prix du blé et du maïs jusqu'au premier trimestre 2023 avant un maintien à des niveaux élevés : à mi-2025, les prix du blé et du maïs seraient de 40 % plus élevés que leur niveau de janvier 2020.

Ensuite, **la flambée actuelle des coûts de l'énergie va très probablement perdurer et pourrait s'amplifier en 2023 conduisant l'industrie agroalimentaire à augmenter ses demandes tarifaires lors du prochain cycle annuel de négociations commerciales, au-delà des hausses non passées en 2022**[71]**.** L'industrie agroalimentaire pourrait être touchée en 2023 (i) par des hausses de prix déjà matérialisées mais dont les entreprises étaient couvertes par leurs contrats et (ii) par de nouvelles hausses des prix de l'énergie et des matières premières industrielles.

Enfin, **l'industrie agroalimentaire pourrait rencontrer des difficultés significatives à produire les produits alimentaires dans les mois qui viennent**. Les contraintes sur l'offre liées à l'approvisionnement, à la pénurie de main d'œuvre et au financement pourraient limiter les volumes de production de produits alimentaires, créant ainsi un ajustement supplémentaire à la hausse des prix de vente à la grande distribution (cf. encadré ci-dessous).

Encadré 3 : Risques pesant sur la production de l'industrie agroalimentaire

Plusieurs entretiens menés par la mission auprès des acteurs ont montré que le secteur anticipe des difficultés de production à court terme. Les enquêtes de conjoncture de l'Insee pour le secteur de l'agroalimentaire indiquent également que 52 % des entreprises déclaraient en septembre 2022 des difficultés liées à l'offre (le précédent record ayant été atteint en 2007 avec une proportion de 38 %). D'après les résultats des enquêtes de conjoncture de l'Insee, ces difficultés sont liées à :

- l'approvisionnement : présents depuis la reprise post-covid, les problèmes d'approvisionnement concernent près d'un tiers des entreprises agroalimentaires contre 10 % en moyenne par le passé ;
- l'insuffisance de personnel : au troisième trimestre 2022, un tiers des entreprises déclarent une activité limitée par l'insuffisance de personnel ;
- les contraintes financières qui concernent 10 % des entreprises en septembre contre 2 % six mois plus tôt.

Ces difficultés peuvent varier selon la taille des entreprises opérant dans l'industrie agroalimentaire. D'après la Fédération Française des Entreprises et Entrepreneurs de France 39 % des PME et ETI anticipent à court terme une réduction de leurs de gammes de produits avec des arrêts de production.

[71] Plusieurs acteurs de l'industrie agroalimentaire envisagent, d'ores et déjà, de demander des hausses tarifaires plus élevées lors du prochain cycle de négociations que pour celles réalisées entre avril et septembre 2022.