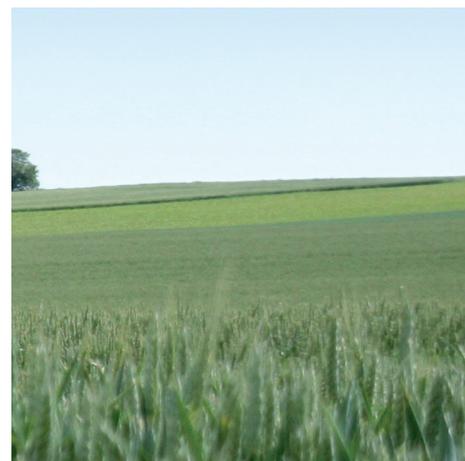
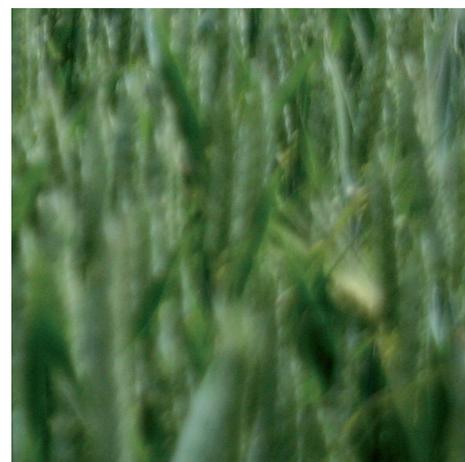


> ÉDITION  
décembre 2013

# RAPPORT AU PARLEMENT 2013



# 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 ;
- Philippe BOYER (FranceAgriMer) : groupe de travail grande distribution ;
- Philippe CHALMIN : groupes de travail grande distribution et filière viande bovine ;
- Dominique DEFRANCE (FranceAgriMer, délégué aux filières pêche et aquaculture) : groupe de travail filières aquatiques
- Michel MEUNIER (FranceAgriMer, délégué aux filières viandes) : groupe de travail filière viande ovine ;
- Olivier PERRAULT (Contrôle général économique et financier) : groupe de travail filière fruits et légumes ;
- Pierre-Henri TEXIER (Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et des espaces ruraux) : groupe de travail filières porc et volaille.

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

- Philippe BOYER (FranceAgriMer).

Les principaux rédacteurs et contributeurs du rapport 2013 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Julie BARAT (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Pauline BECK (FranceAgriMer), filière laitière caprine ;
- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode générale ;
- Jean-Pierre BUTAULT (INRA), « euro alimentaire », expertise et méthodologie économiques générales ;
- Thierry de CORLIEU (SSP) : travaux statistiques sur le RICA ;
- Fabien DJAOUT (FranceAgriMer), filière porcine ;
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière viande bovine ;
- Béranger GUYONNET (FranceAgriMer), filière laitière ;
- Lionel HEBRARD (SSP) : travaux statistiques sur les comptes des industries des viandes
- Amandine HOURT (FranceAgriMer), industrie, distribution, coûts de production agricole ;
- Laurene JOLLY (FranceAgriMer), filières ovines ;
- Alice JOSEPH (FranceAgriMer), produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Christophe LESIEUR (SSP) : travaux statistiques sur les comptes des industries laitières ;
- Baptiste MONTANGE (FranceAgriMer), filière fruits et légumes.



# Sommaire

|  |            |
|--|------------|
| <b>SOMMAIRE</b> .....  | <b>5</b>   |
| <b>PRESENTATION</b> .....  | <b>9</b>   |
| <b>RESUME</b> .....  | <b>11</b>  |
| <b>SYNTHESES PAR FILIERE</b> .....   | <b>13</b>  |
| <b>VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE</b> .....   | <b>15</b>  |
| <b>VIANDE BOVINE</b> .....   | <b>19</b>  |
| <b>VIANDE OVINE</b> .....  | <b>23</b>  |
| <b>VOLAILLES DE CHAIR</b> .....  | <b>25</b>  |
| <b>PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE</b> .....  | <b>29</b>  |
| <b>PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE CHEVRE</b> .....   | <b>35</b>  |
| <b>PAIN</b> .....  | <b>37</b>  |
| <b>PATES ALIMENTAIRES</b> .....  | <b>41</b>  |
| <b>FRUITS ET LEGUMES FRAIS</b> .....   | <b>45</b>  |
| <b>PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE</b> .....  | <b>49</b>  |
| <b>INTRODUCTION DU PRESIDENT DE L'OBSERVATOIRE</b> .....   | <b>51</b>  |
| <b>CHAPITRE 1. MISSIONS, ORGANISATION ET MOYENS</b> .....  | <b>55</b>  |
| 1. <i>Missions et contexte</i> .....   | 55         |
| 2. <i>Organisation</i> .....   | 57         |
| 3. <i>Moyens pour le recueil des données, leur traitement et la diffusion des résultats</i> .....  | 58         |
| <b>CHAPITRE 2. METHODES ET DONNEES DE CADRAGE</b> .....  | <b>61</b>  |
| 1. <i>La notion de marge brute : une étape dans l'analyse de la formation des prix</i> .....   | 61         |
| 2. <i>La part de la production agricole dans la dépense alimentaire nationale</i> .....  | 66         |
| 3. <i>L'évaluation des coûts et des marges dans les rayons alimentaires de la grande distribution</i> .....  | 68         |
| 4. <i>Données de cadrage sur la grande distribution alimentaire</i> .....  | 81         |
| <b>CHAPITRE 3. MARGES BRUTES ET COUTS PAR FILIERE</b> .....  | <b>85</b>  |
| <b>INTRODUCTION</b> .....  | <b>85</b>  |
| <b>SECTION 1 – VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE</b> .....   | <b>87</b>  |
| 1. <i>Les circuits de commercialisation en filière porcine</i> .....   | 87         |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière porcine</i> .....             | 90         |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande porcine et du jambon cuit</i> .....                                    | 91         |
| 4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage porcin et coût de production du porc en élevage</i> .....  | 96         |
| 5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande porcine et charcuterie et coût de production dans l'abattage-découpe de porcs</i> ..... | 99         |
| 6. <i>Compte des rayons boucherie et charcuterie des GMS</i> .....   | 101        |
| 7. <i>La transmission des prix dans la filière porcine</i> .....   | 105        |
| <b>SECTION 2 – VIANDE BOVINE</b> .....   | <b>109</b> |
| 1. <i>Les circuits de commercialisation en filière viande bovine</i> .....   | 109        |
| 2. <i>Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière viande bovine</i> .....       | 113        |
| 3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande bovine</i> .....   | 122        |
| 4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin viande et coût de production des bovins viande en élevage</i> .....                            | 126        |
| 5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande bovine et coût de production dans l'abattage-découpe de bovins</i> .....                | 130        |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 6.   | Comptes du rayon boucherie des GMS .....  | 132        |
| 7.   | La transmission des prix dans la filière viande bovine .....  | 136        |
| <b>SECTION 3 – VIANDE OVINE .....</b>                        |   | <b>139</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière viande ovine .....   | 139        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière viande ovine .....                           | 143        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande ovine... ..   | 145        |
| 4.   | Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin viande et coût de production des ovins viande en élevage .....   | 147        |
| 5.   | Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande ovine .....   | 150        |
| 6.   | Comptes du rayon boucherie des GMS .....  | 151        |
| <b>SECTION 4 – VOLAILLES DE CHAIR .....</b>                  |   | <b>155</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière volailles de chair .....   | 155        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière volailles de chair .....                     | 157        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande de volailles .....  | 158        |
| 4.   | Coût de production des volailles en élevage .....   | 162        |
| 5.   | Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande de volailles .....  | 165        |
| 6.   | Comptes du rayon volailles des GMS .....  | 166        |
| 7.   | La transmission des prix dans la filière volailles .....  | 169        |
| <b>SECTION 5 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE .....</b>  |   | <b>173</b> |
| 1.   | Bilan et flux dans la filière des produits laitiers .....   | 173        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière des produits laitiers de lait de vache ..... | 175        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des produits laitiers ..   | 176        |
| 4.   | Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin laitier et coût de production du lait de vache en élevage .....   | 197        |
| 5.   | Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière .....   | 201        |
| 6.   | Comptes du rayon des produits laitiers des GMS .....  | 208        |
| 7.   | La transmission des prix dans la filière laitière .....   | 211        |
| <b>SECTION 6 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE CHEVRE .....</b> |   | <b>219</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière laitière caprine .....   | 219        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière laitière caprine .....                       | 222        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS du fromage de chèvre de type bûche .....   | 226        |
| 4.   | Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage caprin laitier et coût de production du lait de chèvre en élevage .....   | 228        |
| 5.   | Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière caprine .....   | 232        |
| 6.   | Comptes du rayon produits laitiers des GMS .....  | 232        |
| <b>SECTION 7 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE BREBIS .....</b> |   | <b>233</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière laitière ovine .....   | 233        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière laitière ovine .....                         | 236        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des fromages de lait de brebis .....   | 237        |
| 4.   | Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage ovin laitier et coût de production du lait de brebis en élevage .....   | 240        |
| 5.   | Compte de résultat des entreprises de transformation du lait de brebis .....  | 244        |
| 6.   | Comptes du rayon produits laitiers des GMS .....  | 244        |
| <b>SECTION 8 – PAIN .....</b>                                |   | <b>245</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière DU pain .....  | 245        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière pain .....                                   | 246        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marge brute du prix de la baguette .....   | 248        |
| 4.   | Transmission des prix dans le circuit blé-pain .....  | 251        |
| 5.   | Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre et coût de production du blé tendre... ..   | 253        |
| 6.   | Comptes de résultat des entreprises de l'industrie et du commerce artisanal de la filière farine-pain ... ..  | 256        |
| 7.   | Comptes du rayon boulangerie des GMS .....  | 260        |
| <b>SECTION 9 – PÂTES ALIMENTAIRES .....</b>                  |   | <b>263</b> |
| 1.   | Les circuits de commercialisation en filière des pâtes alimentaires .....   | 263        |
| 2.   | Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière des pâtes alimentaires .....                 | 264        |
| 3.   | Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail tous circuits des pâtes alimentaires .....  | 266        |

|  |  |            |
|--|--|------------|
| 4.   | <i>Transmission des prix dans le circuit ble dur-pâtes alimentaires.....</i>   | 269        |
| 5.   | <i>Compte de résultat des exploitations céréalières à blé dur et coût de production du blé dur.....</i>  | 271        |
| 6.   | <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière des pâtes alimentaires.....</i>  | 272        |
| 7.   | <i>Comptes du rayon épicerie salée des GMS.....</i>  | 272        |
| <b>SECTION 10 – FRUITS ET LEGUMES FRAIS.....</b>   |  | <b>273</b> |
| 1.   | <i>Les circuits de commercialisation des fruits et des légumes.....</i>  | 273        |
| 2.   | <i>Données et méthodes spécifiques de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour la filière des fruits et des légumes.....</i> | 276        |
| 3.   | <i>Décomposition des prix au détail en GMS des fruits et des légumes.....</i>  | 278        |
| 4.   | <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées fruitières et légumières et coût de production de certains fruits et légumes.....</i>                               | 301        |
| 5.   | <i>Compte de résultat des entreprises d'expédition et de commerce en gros de la filière des fruits et des légumes.....</i>   | 311        |
| 6.   | <i>Comptes du rayon fruits et légumes des GMS.....</i>   | 314        |
| <b>SECTION 11 – PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE.....</b>  |  | <b>317</b> |
| 1.   | <i>Présentation de la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture et circuits de commercialisation.....</i>   | 317        |
| 2.   | <i>Données et méthodes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture.....</i>                                 | 320        |
| 3.   | <i>Décomposition des prix au détail dans la filière des produits aquatiques : un exemple.....</i>  | 324        |
| 4.   | <i>Comptes du rayon poissonnerie des GMS.....</i>  | 326        |
| 5.   | <i>Comptes du commerce de détail spécialisé de poissonnerie.....</i>   | 329        |
| <b>CHAPITRE 4. « L'EURO ALIMENTAIRE » ET LA REPARTITION DE LA VALEUR AJOUTEE INDUITE PAR LA DEPENSE ALIMENTAIRE DANS LES BRANCHES DE L'ECONOMIE.....</b> |  | <b>331</b> |
| 1.   | <i>Objectif, méthodes, limites.....</i>  | 331        |
| 2.   | <i>L'euro alimentaire dans l'Union Européenne.....</i>   | 333        |
| 3.   | <i>Mise à jour de la serie de l'euro alimentaire en France.....</i>  | 337        |
| <b>ANNEXES.....</b>  |  | <b>343</b> |
| <b>REUNIONS DE L'OBSERVATOIRE. SAISON 2013.....</b>  |  | <b>343</b> |
|  | <i>Réunions du comité de pilotage de l'observatoire.....</i>   | 343        |
|  | <i>Réunions du groupe de travail Grande Distribution.....</i>  | 343        |
|  | <i>Réunions du groupe de travail Filières Viande Bovine-Viande Ovine.....</i>  | 343        |
|  | <i>Réunions du groupe de travail Filière Produits Laitiers.....</i>  | 343        |
|  | <i>Réunions du groupe de travail Filière Fruits et Légumes.....</i>  | 343        |
|  | <i>Réunions du groupe de travail Filière des produits de la pêche et de l'aquaculture.....</i>   | 343        |
|  | <i>Réunion du groupe de travail Filières Porc et Volailles.....</i>  | 343        |
|  | <i>Réunion de travail avec les fédérations professionnelles des filières nouvellement traitées.....</i>  | 344        |
| <b>PRESENTATION DES TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE EN ASSEMBLEES GENERALES, SEMINAIRES ET COLLOQUES.....</b>  |  | <b>344</b> |
|  | <i>Présentation de l'observatoire, session « viande bovine » des Jeunes Agriculteurs.....</i>  | 344        |
|  | <i>Présentation de l'euro alimentaire de 1995 à 2007, colloque SFER.....</i>   | 344        |
|  | <i>Présentation de l'observatoire au séminaire « régulation dans la filière agroalimentaire », Ukraine.....</i>  | 344        |
|  | <i>Présentation des travaux de l'observatoire, conseil d'administration d'Interbev Bourgogne.....</i>  | 344        |
| <b>AUDITION PAR LE PARLEMENT, CONSULTATION ET PARTICIPATIONS A DES MISSIONS.....</b>   |  | <b>344</b> |
|  | <i>Projet de loi « consommation ».....</i>   | 344        |
|  | <i>Mission sénatoriale sur la filière viande.....</i>  | 344        |
| <b>PUBLICATIONS DES TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE.....</b>   |  | <b>345</b> |
|  | <i>La Lettre de l'observatoire de la formation des prix et des marges.....</i>   | 345        |
|  | <i>Autres publications.....</i>  | 345        |
| <b>BASES LEGISLATIVES ET REGLEMENTAIRES.....</b>   |  | <b>346</b> |
|  | <i>Articles législatifs du Code rural et de la pêche maritime.....</i>   | 346        |
|  | <i>Articles réglementaires du Code rural et de la pêche maritime.....</i>  | 346        |
|  | <i>Arrêté du 28 octobre 2010 portant nomination du président de l'Observatoire.....</i>  | 348        |
|  | <i>Arrêté du 25 octobre 2013 portant nomination du président de l'Observatoire.....</i>  | 348        |
|  | <i>Arrêté du 18 février 2011 complété par l'arrêté du 27 août 2012 portant nomination au comité de pilotage de l'Observatoire.....</i>                                   | 348        |
| <b>SIGLES.....</b>   |  | <b>350</b> |



## Présentation

Ce troisième rapport de l'observatoire de la formation des prix et des marges se présente sous une forme et avec un contenu sensiblement différents des éditions précédentes.

Il peut se lire à plusieurs niveaux.

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

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

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

Le « Chapitre 1 », sur les missions, l'organisation et les moyens du dispositif, présente une simple mise à jour des informations en la matière.

S'agissant de la description des sources utilisées en matière de prix dans l'agroalimentaire et de coûts de production agricole, le « Chapitre 2 », sur les matériaux et les méthodes de l'observatoire, est « allégé » par rapport à l'édition précédente, à laquelle il est toujours possible de se référer pour plus d'informations. S'agissant de l'approche des comptes par rayon dans la grande distribution, le Chapitre 2 propose cette année une description plus détaillée de la méthode mise en œuvre en 2013, améliorée par rapport à 2012, et une synthèse des résultats.

Le « Chapitre 3 » présente de façon plus complète les différents résultats résumés dans les « Synthèses ». Toutefois, par rapport à l'édition précédente, les sources et méthodes d'étude spécifiques dans chaque filière ne sont détaillées que pour les filières ou produits nouvellement pris en compte par l'observatoire : pain et pâtes alimentaires, lait et fromage de chèvre, produits de la pêche et de l'aquaculture.

Comme dans l'édition 2012, le « Chapitre 4 » est consacré à l'approche macroéconomique de la répartition de la valeur ajoutée induite dans l'économie par la consommation alimentaire. Une comparaison des « euros alimentaires » des Etats membres de l'Union européenne est proposée sur la base de leurs comptes nationaux de 2005. La décomposition de « l'euro alimentaire » national n'a pas pu être mise à jour, les dernières données indispensables lors de la rédaction étant celles de 2009, déjà exploitées dans « La Lettre n°2 de l'Observatoire », parue début 2013.



## Résumé

Les résultats présentés dans cette 3<sup>ème</sup> édition du rapport de l'observatoire des prix et des marges des produits alimentaires retracent les impacts différenciés de la poursuite, au moins jusqu'au début de 2013, de la hausse des prix des matières premières agricoles sur les coûts de production en élevage (hausse du prix des aliments pour animaux), les coûts d'approvisionnement des industries de transformation et du commerce, et, *in fine*, les prix au détail.

Une demande mondiale soutenue a entraîné la poursuite de l'augmentation des prix à la production des **animaux de boucherie**, ne compensant que partiellement les hausses des coûts de production agricoles mais exposant les industries des viandes à une progression importante de leurs charges en matière première.

L'effet sur les prix au détail de ces hausses en amont des filières des produits carnés a été amorti, - avec des nuances parfois importantes selon les produits -, par l'industrie ou la grande distribution, voire par les deux maillons, comme en témoigne le suivi des marges brutes de 2011 à 2012 ou entre le 1<sup>er</sup> semestre 2012 et le 1<sup>er</sup> semestre 2013. Selon les produits, les marges brutes baissent, ou augmentent moins que l'ensemble des charges qu'elles doivent couvrir.

Dans les industries des viandes, cette situation se traduit par des bénéfices faibles, représentant de 0% à 2% du chiffre d'affaires selon les secteurs, et en baisse dans l'abattage-découpe de porcs et de bovins ou dans la charcuterie-salaison.

Dans la grande distribution, les résultats par rayon en 2012 apparaissent contrastés, entre la boucherie, qui présente une marge nette négative (-1,3% du CA, avant impôt) après répartition des charges communes entre tous les rayons, et les rayons « volailles » et « charcuterie » qui bénéficient des taux moyens de marge nette rapportée au chiffre d'affaires les plus élevés des rayons alimentaires frais (8% à 9% du CA, avant impôt).

Dans la **filière laitière** (lait de vache), depuis 2008, le prix du lait à la production se situe nettement en dessous de celui qui aurait maintenu à son niveau antérieur la marge moyenne des élevages sur leurs consommations intermédiaires.

Au détail en GMS, on note, sur la période 2012-2013, une relative stabilité des prix des divers produits laitiers suivis par l'observatoire ; selon les produits et les périodes, l'amortissement des hausses des prix est assuré plutôt par l'industrie ou plutôt par la distribution, par le resserrement de leurs marges respectives.

En GMS, le rayon des produits laitiers présente en 2012 une marge nette avant impôt de 3,7% du CA en moyenne, supérieure à la moyenne des rayons frais étudiés par l'observatoire (2,3%).

L'observatoire a commencé cette année l'approche de la formation des prix au détail dans deux autres filières laitières : lait de chèvre et fromage de type « bûche », lait de brebis et fromages de type roquefort et féta. Dans la filière lait de chèvre, le prix au détail en GMS est largement déconnecté des variations saisonnières du prix du lait à la production, amorties dans l'industrie *via* la gestion, par le stockage et la congélation, des excédents et des déficits saisonniers de lait de chèvre.

Sur les cinq dernières années, le prix moyen au détail des fromages de type « bûche » a peu évolué. Il en est de même pour le fromage de brebis d'AOP roquefort, filière caractérisée en outre par des prix du lait à la production stabilisés sur l'année par les contrats passés avec les industriels.

Les producteurs de lait de chèvre sont actuellement confrontés à une forte hausse de leurs coûts de production, sous l'effet de l'augmentation des prix des aliments. Leur rémunération, très largement tributaire des subventions, a ainsi en moyenne sensiblement baissé depuis 2010. Un effet de ciseau des prix du lait et des charges (dont aliments) défavorable s'observe également depuis 2012 en production de lait de brebis.

La hausse du prix du blé en 2012-2013 a contribué à celle du prix du **pain**, mais dans une faible proportion, le blé ne représentant qu'entre 8% et 9% de la valeur de la baguette au 1<sup>er</sup> semestre 2013 (contre environ 4% en 2009). Le secteur industriel de la meunerie, dont le poids de la matière première dans le CA est passé de 55% en 2010 à 61% en 2011, a amorti la hausse du prix du blé. On constate ainsi qu'en 2012 et au 1<sup>er</sup> semestre 2013, le prix du pain est resté en deçà du niveau qui aurait résulté de la transmission intégrale des hausses de l'ensemble des charges de la filière.

Le rayon « boulangerie-pâtisserie-viennoiserie » des GMS présente une marge nette avant impôt négative (-2% du CA), moins sous l'effet des frais de personnel dédié à la fabrication et à la vente assistée (qui laissent une marge semi-nette proche de celles d'autres rayons) que du fait de l'affectation de diverses charges communes.

La fabrication des **pâtes alimentaires** a également dû faire face à la hausse des cours de sa matière première, le blé dur, qui contribue pour 20% à 25% du prix des pâtes au détail en 2012-2013 (13% en 2005). Déjà sensible en 2011, cette hausse du coût de la matière première et d'autres charges externes s'était traduite par une diminution importante du résultat courant moyen du secteur rapporté à son chiffre d'affaires, atténuant l'impact de la hausse des coûts sur le prix au détail. Ainsi, le prix moyen au détail des pâtes alimentaires, bien qu'en hausse, est resté, depuis mi-2010, en deçà du niveau qui aurait résulté de la transmission mécanique et intégrale des hausses de l'ensemble des charges de la filière.

Tant à l'expédition qu'au détail, les prix moyens hebdomadaires des principaux **fruits et légumes** français, réunis dans un panier de saison, se sont situés en 2012 au dessus des valeurs moyennes quinquennales 2008-2011, particulièrement lors du 2<sup>o</sup> semestre s'agissant des fruits, après un début de saison maussade peu favorable à la consommation. L'indicateur hebdomadaire de marge brute de la distribution en GMS de chacun de ces deux paniers a varié pendant l'année 2012 sans s'écarter sensiblement des niveaux moyens quinquennaux lors du 1<sup>er</sup> semestre puis en se situant sensiblement au dessus ensuite.

L'observatoire a initié cette année une première approche de la filière des **produits de la pêche et de l'aquaculture**. Le rayon poissonnerie des GMS apparaît comme l'un des moins « individuellement rentables », sous l'effet notamment de l'importance du personnel dédié (vente assistée traditionnelle) et des pertes de produits (liées à leur grande périssabilité), mais aussi de par la répartition des charges communes entre les rayons.

Dans une **perspective macroéconomique**, les prix alimentaires rémunèrent *in fine* les services du travail (salaires, partie des revenus mixtes rémunérant le travail non salarié, comme en agriculture) et du capital (profits, épargne) dans toutes les branches de l'économie et non dans les seules activités classiquement situées dans la filière agroalimentaire (agriculture, IAA, commerce alimentaire). Cette approche de **l'euro alimentaire** a été appliquée pour le présent rapport dans une vingtaine de pays de l'UE. Elle met en évidence des différences notables entre ces pays dans le partage de la valeur ajoutée induite par la dépense alimentaire entre les différentes branches.

## Synthèses par filière

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

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

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

Les données proviennent de statistiques sur les prix et d'informations fournies directement par les entreprises à l'observatoire (rendements techniques, certains prix sortie usine). Les moyennes annuelles de ces composantes des prix au détail (2009-2012) sont présentées ainsi que les moyennes des 1<sup>ers</sup> semestres de 2009 à 2013 (les dernières données disponibles lors de la rédaction du rapport portant sur juin 2013).

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

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

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

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

Certains produits nouvellement suivis par l'observatoire en 2013 ne sont pas inclus dans les Synthèses, faute de résultats suffisants (lait – fromage de brebis, produits de la pêche et de l'aquaculture).



## Viande porcine et charcuterie

### Décomposition du prix de la longe au détail en GMS

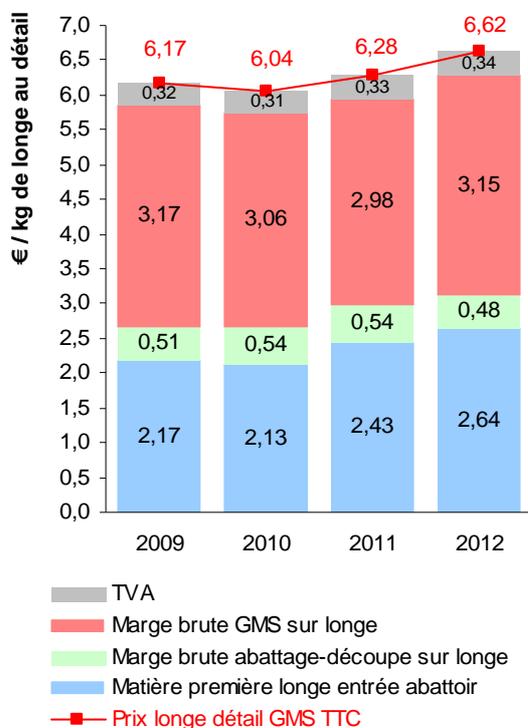
La longe est la pièce débitée en côtes et rôti de porc. Cette dernière découpe de la longe en portions proposées en libre-service peut être réalisée en GMS, - les portions fabriquées par les magasins s'appellent alors des UVCM (unités de vente-consommateurs magasins) -, ou par l'industriel, qui fournit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

Les graphiques suivants portent sur le circuit UVCM.

En moyenne annuelle, le prix au détail augmente de +34 cts en 2012, soit plus que la hausse du coût de la matière première (+21 cts), sous l'effet de l'augmentation de la marge brute en GMS (+17 cts), la marge brute de l'industrie diminuant de 6 cts.

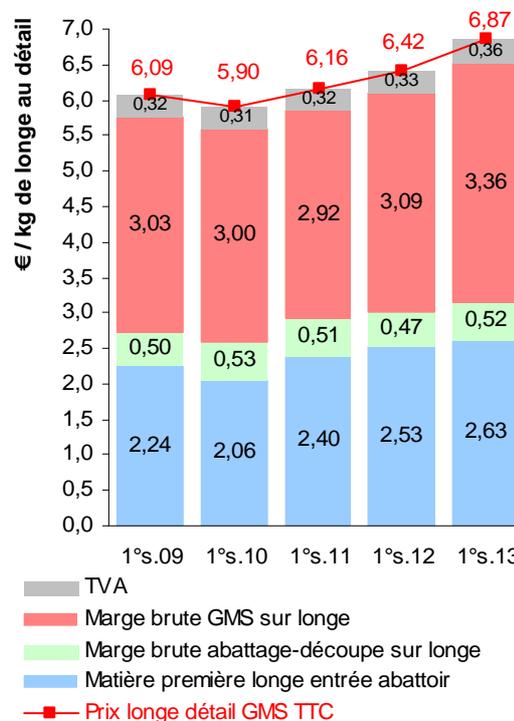
L'observatoire ayant recueilli et traité des données pour le présent rapport jusqu'en juin 2013, le 1<sup>er</sup> semestre 2013 peut être comparé aux précédents (graphique 2, ci-contre) ; on y retrouve une hausse des prix au détail supérieure à celle du coût en matière première. Il convient de signaler qu'outre la matière première, d'autres postes de charges, s'imputant sur les marges brutes de l'industrie et de la distribution, ont pu progresser (Cf. pages suivantes, « Coûts dans l'industrie », « Comptes des rayons boucherie des GMS »).

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



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

Graphique 2. Composantes du prix moyen de la longe de porc UVCM en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestres 2009 - 2013)



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

### Décomposition du prix du jambon cuit au détail en GMS

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

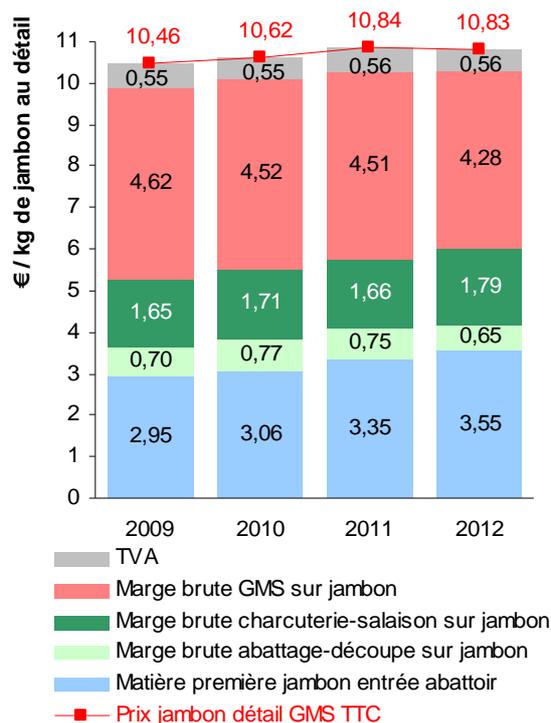
Le jambon représente 25% de la production totale de charcuterie (1 million de tonnes), les autres produits étant fabriqués à partir de pièces de découpe ayant très fortement augmenté.

S'agissant du jambon, le graphique 3 (page suivante) montre que l'impact de la hausse en 2012 par rapport à 2011 de la matière première initiale sur le prix au détail est amorti par la baisse de la marge brute dans l'abattage-découpe.

La GMS amortit également l'impact de la hausse de 2012 en réduisant sa marge brute de 23 cts.

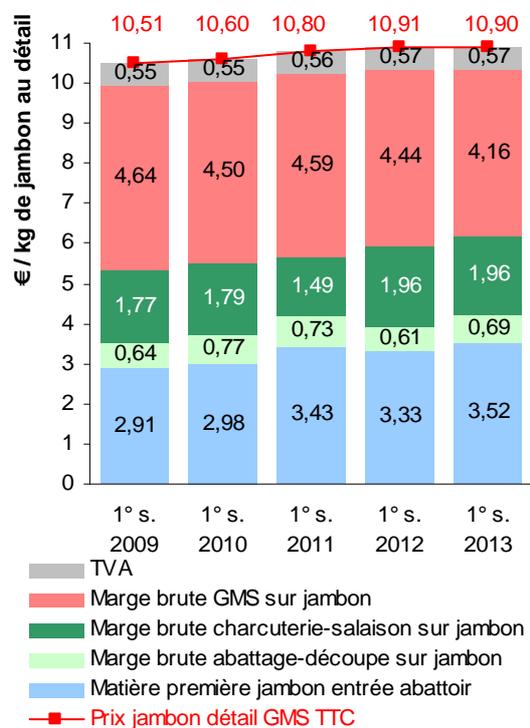
La marge brute de la charcuterie-salaison augmente en 2012, par rapport à son bas niveau de 2011 ; au 1<sup>er</sup> semestre de 2013 (graphique 4), elle se situe au même niveau qu'à la même période de l'année précédente, situation qui devrait se détériorer au 2<sup>e</sup> semestre avec une nouvelle hausse de la pièce de jambon, en juillet et août 2013.

Graphique 3. Composantes du prix moyen du jambon cuit en GMS (moyennes annuelles)



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

Graphique 4. Composantes du prix moyen du jambon cuit en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)

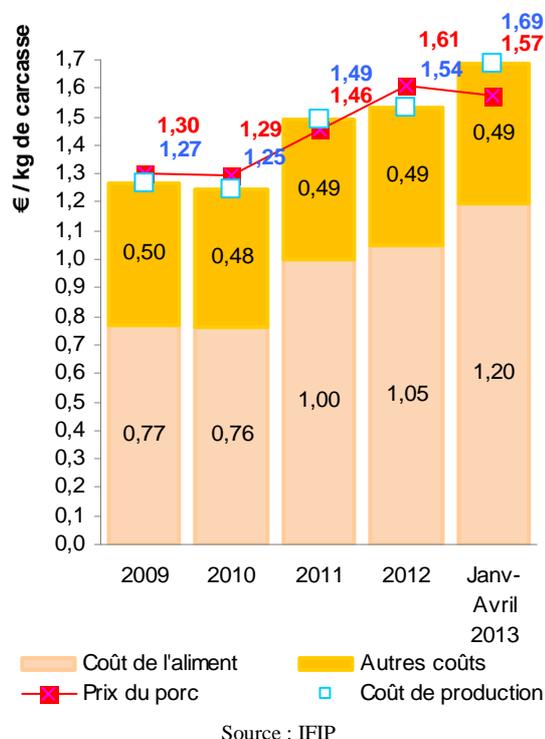


Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

## Coûts de production du porc en élevage

Début 2013, la hausse du prix du porc à la production ne compense plus l'augmentation des coûts de production de l'élevage (intégrant ici un calcul de rémunération de l'unité de travail familial à hauteur de 1,5 SMIC), due à la forte hausse des prix des matières premières de l'alimentation animale.

Graphique 5. Coûts de production du porc



Source : IFIP

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

Cf. graphique 6 page suivante.

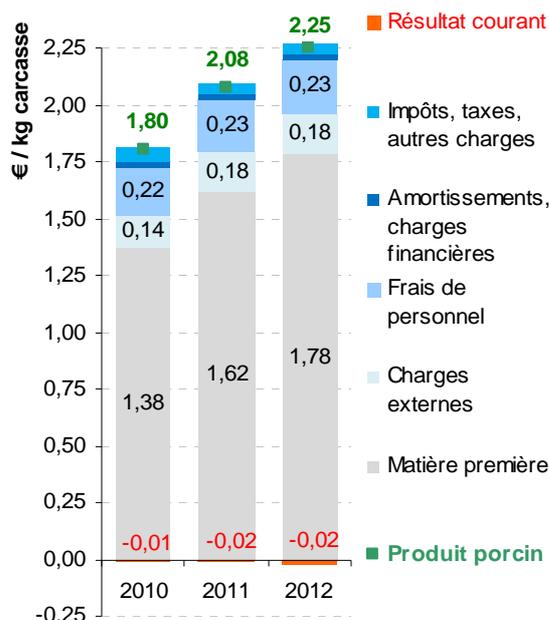
Le panel d'abatteurs-découpeurs de porcs suivis par FranceAgriMer présente des comptes de résultat marqués par la hausse du coût de la matière première par kg de carcasse traité (+24 cts dès 2011, +16 cts en 2012) et des autres charges. Ces charges sont juste répercutées dans le chiffre d'affaires par kg, mais sans progression du bénéfice par kg, qui reste négatif (-1 ct).

## Coûts dans l'industrie de la charcuterie

Cf. graphique 7 page suivante.

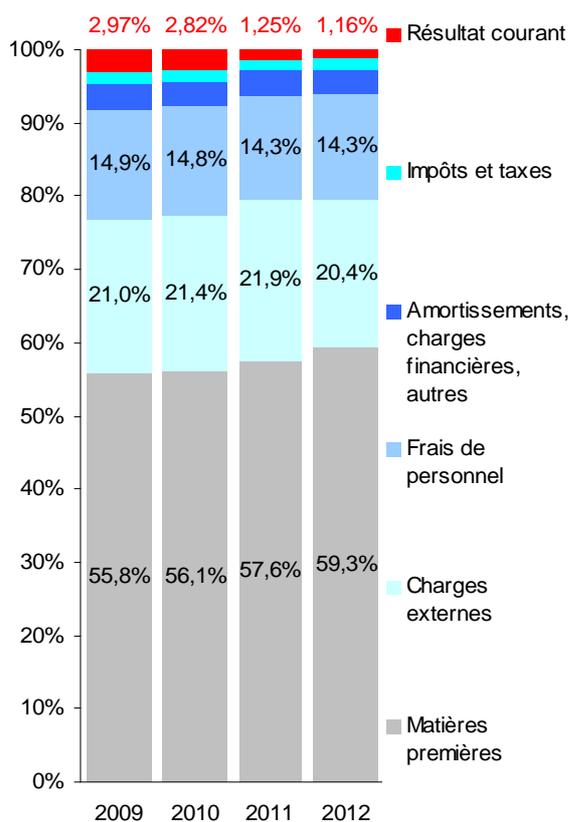
Les résultats présentés proviennent de 238 entreprises spécialisées dans la fabrication de produits de charcuterie, dont les comptes ont été traités aux fins d'analyses par la Banque de France. Ces comptes, présentés en pourcentage du produit comptable, font apparaître, de 2009 à 2012, une baisse du bénéfice, sous l'effet de la hausse des coûts en matière première.

Graphique 6. Coûts de l'abattage-découpe de porcs



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

Graphique 7. Compte de résultat des entreprises de charcuterie-salaison



Source : Banque de France

## Comptes des rayons boucherie et charcuterie des GMS

La viande fraîche de porc relève du rayon boucherie et le jambon du rayon charcuterie. En 2012 comme en 2011, la contribution du rayon boucherie au résultat net avant IS de l'ensemble des rayons apparaît négative (-1,4 à -1,3 % du chiffre d'affaires du rayon), principalement sous l'effet du poids des frais de personnel spécifique (bouchers).

Le rayon charcuterie présente l'un des taux de marge nette avant IS les plus élevés des rayons alimentaires frais des GMS, en 2011 (7,3% du CA) tout comme en 2012 (9,1%). La part relativement modeste de la main d'œuvre (peu de vente à la coupe par rapport au libre-service), la densité et la rotation élevée du rayon contribuent à ce résultat.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. En outre, le résultat net du rayon boucherie, en particulier, présente une forte dispersion entre enseignes.

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

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

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

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

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

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

## Transmission des prix dans la filière porc

A chaque stade de la filière (élevage, abattage-découpe, charcuterie-salaison, GMS), on calcule un prix **simulé** du produit issu de ce stade (carcasse entrée abattoir, pièce de jambon issue de la découpe, jambon cuit issu de la charcuterie salaison, jambon au détail en GMS).

Ce prix simulé est calculé de façon que la marge brute de l'opérateur (éleveur, abatteur-découpeur, charcutier-salaisonier, GMS) sur sa matière première est maintenue, malgré les variations du prix de sa matière première (aliment pour porc, porc entrée abattoir, pièce sortie découpe, jambon sortie 2° transformation) à un niveau de référence (moyenne 2002-2004), majoré de l'inflation,

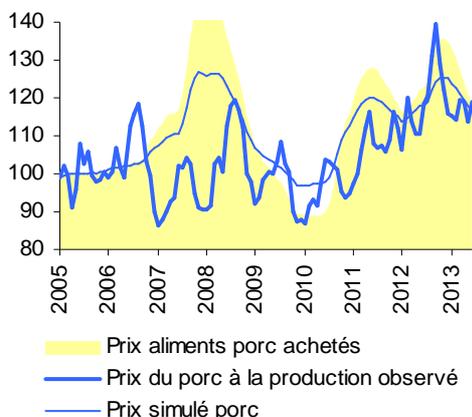
On compare ce prix simulé du produit avec celui observé.

La proximité des deux courbes indique une transmission quasi-intégrale du coût de la matière première dans le prix du produit et le maintien de la marge sur matière première à son niveau de référence (incluant l'inflation, pour tenir compte de l'évolution des autres coûts que la seule matière première).

Le décalage entre les deux courbes indique au contraire une amélioration (prix réel supérieur au prix simulé) ou une détérioration (prix réel inférieur au prix simulé) de cette marge sur matière première et de la couverture des autres coûts

En **élevage** (graphique 8), la tendance à la hausse du prix du porc à partir de 2010 le situe toutefois en-deçà du prix simulé qui permettrait la compensation des hausses du prix de l'aliment et des autres charges.

Graphique 8. Prix du porc, observé et simulé



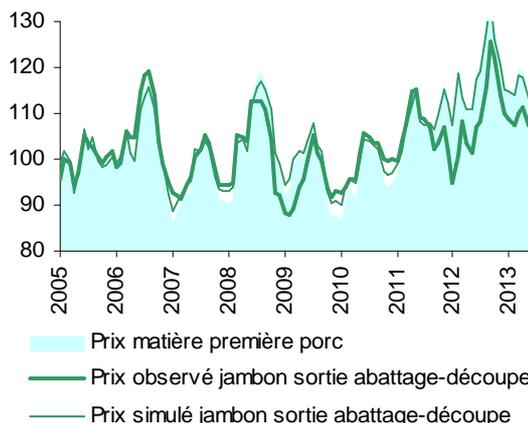
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, INSEE

Dans **l'abattage-découpe** (graphique 9), le prix de vente suit d'assez près celui du porc et il est proche du niveau de référence sauf à certaines périodes et particulièrement à partir de mi-2012.

Dans **la 2° transformation** (graphique 10), jusqu'en 2011, le prix du jambon observé sortie usine a amorti les variations du prix de la matière première et s'est situé tantôt au-dessus, tantôt en-dessous du prix de référence qui assurerait la transmission intégrale des coûts dans le prix de vente.

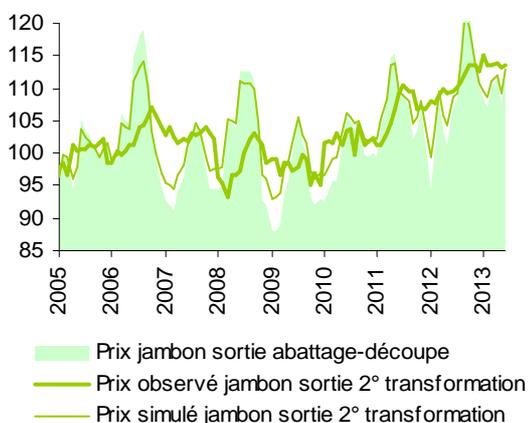
A partir de 2011, le prix de ce produit s'inscrit dans la tendance à la hausse du prix de sa matière première. L'indexation prévue dans plusieurs contrats entre industriels et GMS sur le jambon contribue ici, pour ce produit, à la relative proximité des prix simulés et observés.

Graphique 9. Prix de la découpe de jambon sortie abattage-découpe, observé et simulé



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

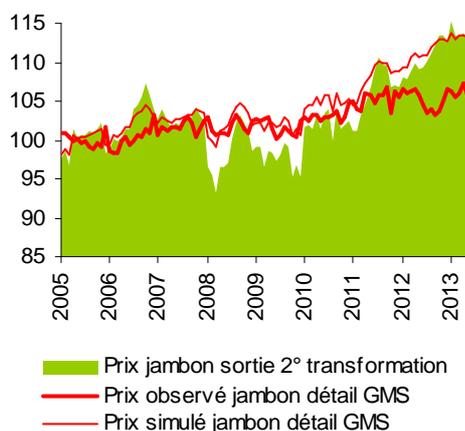
Graphique 10. Prix du jambon sortie 2° transformation, observé et simulé



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

Au détail **en GMS** (graphique 11), le prix du jambon amortit les variations du prix du produit sortie usine, lissant tantôt les baisses (2008-2009), tantôt les hausses (2011 à mi-2013). Depuis 2011, le prix réel des achats en GMS, déconnecté du prix simulé, lui est inférieur.

Graphique 11. Prix du jambon en GMS, observé et simulé



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

## Viande bovine

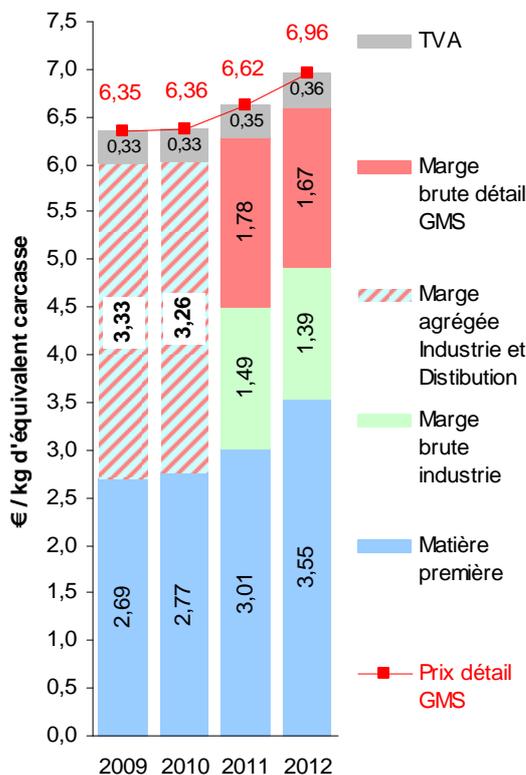
Le produit de consommation dont le prix en GMS est étudié ici est constitué de l'ensemble des morceaux de viande rouge bovine, pondérés par leur poids dans la carcasse (moyenne des carcasses de vache de types raciaux laitier et viande). La carcasse, sur la base du prix de laquelle est rémunéré l'éleveur, est ainsi reconstituée jusqu'au rayon boucherie des GMS.

### Décomposition du prix moyen de la carcasse reconstituée au détail en GMS

Les valeurs du graphique sont exprimées en € par kg d'équivalent carcasse, donc de viande avant désossage. Elles peuvent être converties en € par kg de viande après désossage en les multipliant par l'inverse du rendement en viande de la carcasse soit environ 1/0,7 = 1,42.

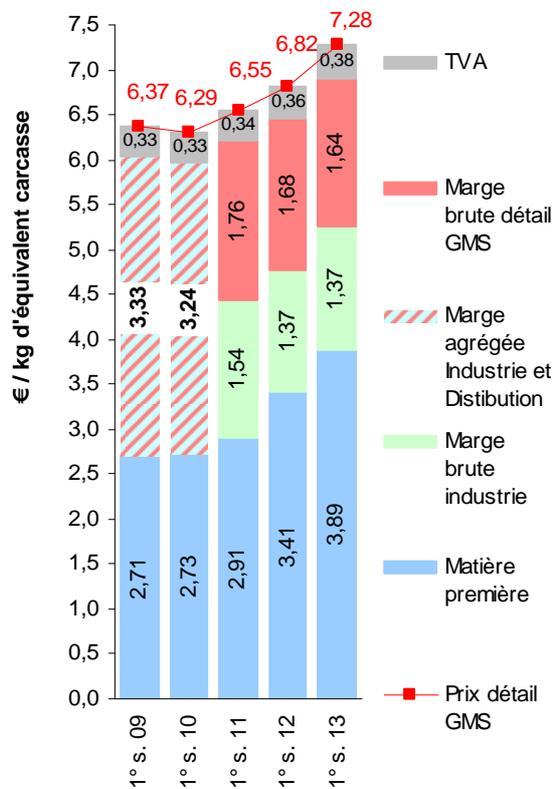
La progression des débouchés à l'export en 2011-2012 et la pénurie de vaches sur le marché français ont renchéri la matière première. L'impact de la hausse des prix des bovins en 2012 (+54 cts par rapport à 2011) sur le prix au détail (+34 cts en 2012 par rapport à 2011) est partiellement amorti par l'industrie et la distribution, avec -10 cts de marge brute dans l'industrie et -11 cts en GMS. Au 1<sup>er</sup> semestre 2013 par rapport à la même période de l'année précédente, matière première et prix au détail présentent des hausses sensibles et de même ampleur (+46 cts au détail, +48 cts pour la matière première), l'industrie et de la distribution ont contenu leurs marges brutes au niveau de celles du 1<sup>er</sup> semestre 2012, inférieur à celui des semestres antérieurs.

Graphique 1. Composantes du prix moyen en GMS de la carcasse de vache reconstituée au détail (moyennes annuelles)



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

Graphique 2. Composantes du prix moyen en GMS de la carcasse de vache reconstituée au détail (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)



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

### Coûts de production de la matière première en élevage bovin viande

Cf. graphique 3 page suivante.

En 2011, dans le **système naisseur-engraisseur**, la recette incluant prix de vente des bovins, subventions et produits joints est pratiquement égale, cette année, au coût de production calculé en valorisant la main d'œuvre familiale au niveau de 1,5 SMIC par personne. La hausse des prix des animaux a permis ce relatif rééquilibrage des comptes de ces exploitations.

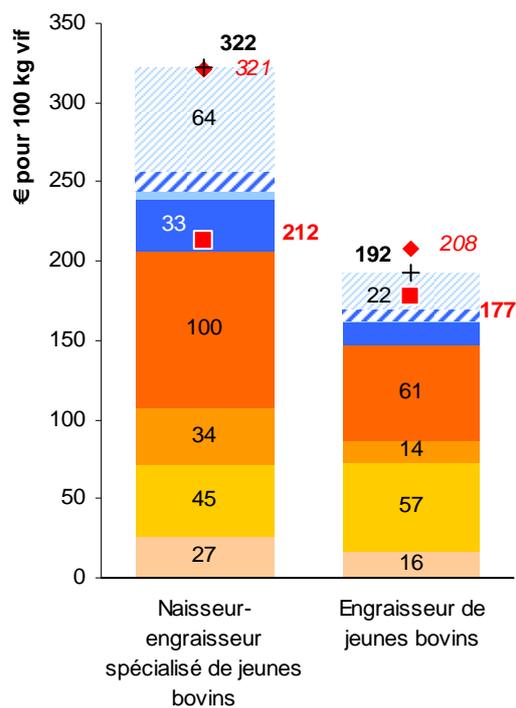
La situation est plus tendue dans le **système « engraisseur »**, moins herbager, donc avec un poids relativement plus important de la charge en aliments en progression sous l'effet de la hausse des prix des céréales.

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

Cf. graphique 4 page suivante.

Les comptes du panel d'entreprises d'abattage-découpe de bovins suivies par FranceAgriMer mettent en évidence l'impact en 2011, et surtout en 2012, de la hausse du prix de la matière première, et, dans une moindre mesure, des autres charges. Ces hausses de coûts au kg de carcasse traitée ne sont que partiellement transmises dans le CA, d'où une baisse du bénéfice avant impôt en 2011 et en 2012.

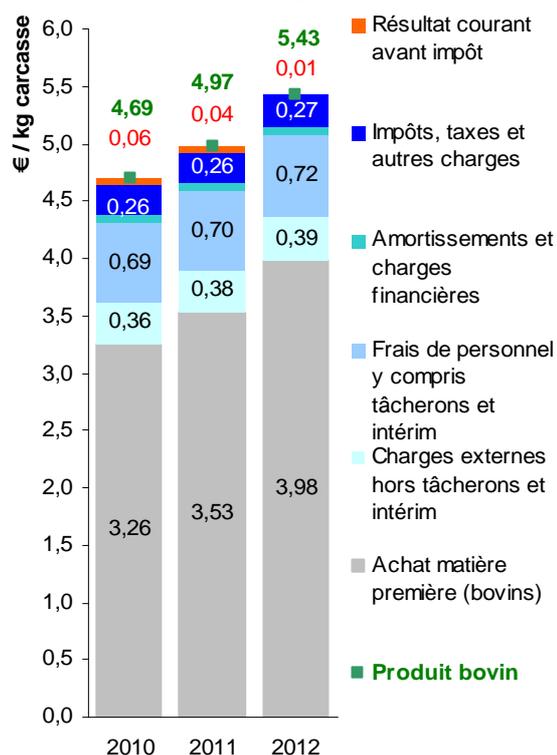
Graphique 3. Coûts de production en élevage bovin viande en 2011



- ▨ Charges supplétives : travail
- ▨ Charges supplétives : capital et foncier
- Frais de personnel salarié
- Foncier et capital
- Bâtiment, installations et mécanisation
- Frais d'élevage
- Alimentation des animaux
- Approvisionnements des cultures
- + Total coût de production
- ◆ Produits bovins + subventions
- Produits bovins

Sources : Institut de l'Élevage

Graphique 4. Coûts de l'abattage-découpe de bovins



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

### Comptes du rayon boucherie des GMS

La viande bovine relève du rayon boucherie des GMS, (avec les viandes de veau, de porc frais, d'ovins et d'équins). En 2012 comme en 2011, la contribution du rayon boucherie au résultat net de l'ensemble des rayons apparaît négative (-1,4 à -1,3 % du chiffre d'affaires), sous l'effet du poids des frais de personnel dédié (bouchers).

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

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

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

## Transmission des prix dans la filière viande bovine

A chacun des deux stades extrêmes de la filière (élevage, GMS), on calcule un prix simulé du produit issu de ce stade (carcasse entrée abattoir, carcasse reconstituée en GMS)<sup>1</sup>.

Ce prix simulé est calculé de façon que :

- la marge brute de l'éleveur sur consommations intermédiaires est maintenue à un niveau de référence (moyenne année 2005), majoré de l'inflation, malgré les variations du prix des consommations intermédiaires (suivi par l'IPAMPA bovins viande) ;
- la marge brute agrégée industrie-distribution, qui est différence entre le prix de la carcasse reconstituée en GMS et le prix de la carcasse entrée abattoir, est maintenue à un niveau de référence (moyenne année 2005), majorée de l'inflation, malgré les variations du prix de la carcasse entrée abattoir.

On compare les prix simulés des produits (carcasse entrée abattoir, carcasse en GMS) avec leurs prix observés.

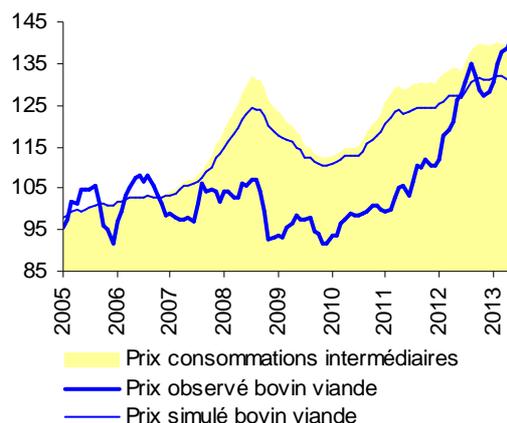
La proximité des deux courbes indique une transmission quasi intégrale du coût de la matière première dans le prix du produit et le maintien de la marge à son niveau de référence (incluant l'inflation, donc l'évolution des autres coûts que la seule matière première).

Le décalage entre les deux courbes indique au contraire une amélioration (prix réel supérieur au prix simulé) ou une détérioration (prix réel inférieur au prix simulé) de cette marge sur matière première et de la couverture des autres coûts

A partir de 2007 jusque courant 2012, le prix à la production des bovins viande ne permet pas de maintenir la marge sur les consommations intermédiaires à son niveau de référence (graphique 5), ni de couvrir l'évolution des autres charges (simulée par la prise en compte de l'inflation). Depuis 2011, le prix des bovins viande s'inscrit dans une tendance à la hausse plus soutenue que celle des coûts, mais l'équilibre n'est rejoint que dans l'année 2012 et au 1<sup>er</sup> semestre 2013.

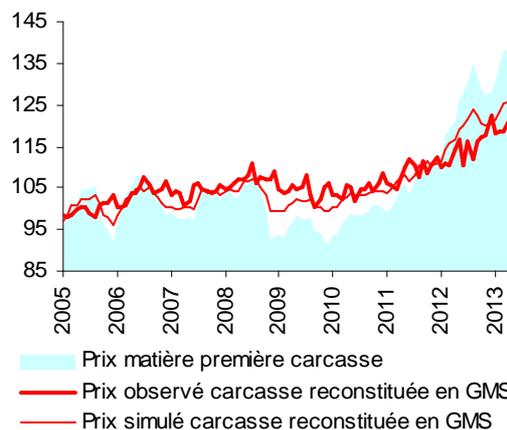
En GMS, le prix de la carcasse reconstituée au détail évolue autour du prix assurant une marge brute agrégée maintenue, inflation incluse, au niveau de référence (graphique 6), tantôt au-dessus comme dans la période 2009-2010 (faible transmission des baisses de prix amont), tantôt en-dessous, comme en 2012 et début 2013 (amortissement des hausses de prix amont).

Graphique 5. Prix de la carcasse de vache entrée abattoir, observé et simulé



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel, INSEE, Institut de l'élevage

Graphique 6. Prix de la carcasse de vache en GMS, observé et simulé



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel, INSEE, Institut de l'élevage

<sup>1</sup> On ne dispose pas de série de prix industriels suffisamment longue pour intégrer le stade industriel dans cette approche.



## Viande ovine

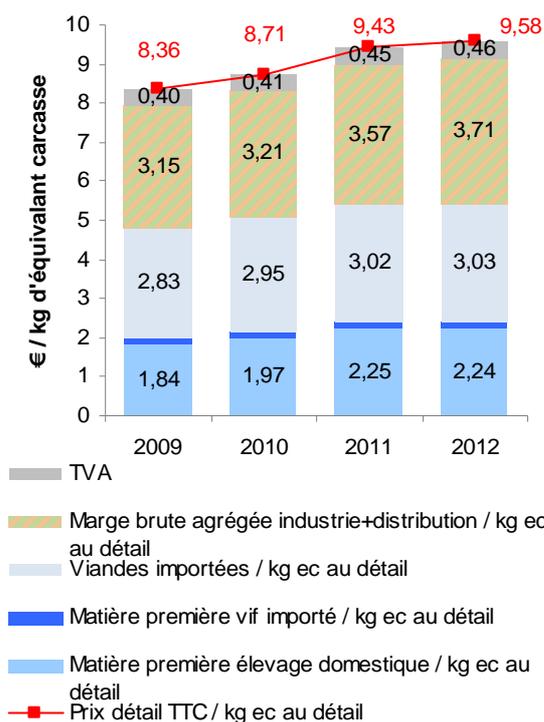
Compte-tenu du poids des importations dans la consommation nationale de viande ovine (plus de 60%), l'observatoire analyse la composition du prix moyen de l'ensemble de l'offre de viande ovine fraîche et congelée en GMS toutes origines. La matière première de ce « panier » de produits est hétérogène. Elle comprend, dans leurs proportions respectives dans la ressource : les carcasses issues du cheptel national, les viandes importées en vif (marginales), les importations en carcasses et les importations de viandes fraîches, réfrigérées ou congelées.

L'absence, à ce stade, de données de prix sortie abattage-découpe ne permet pas de distinguer, dans la valeur ajoutée par l'aval, les parts respectives de l'industrie et de la distribution : on décompose alors le prix au détail en matière première et « marge agrégée », industrie et distribution confondues.

### Décomposition du prix moyen des viandes ovines en GMS

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

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

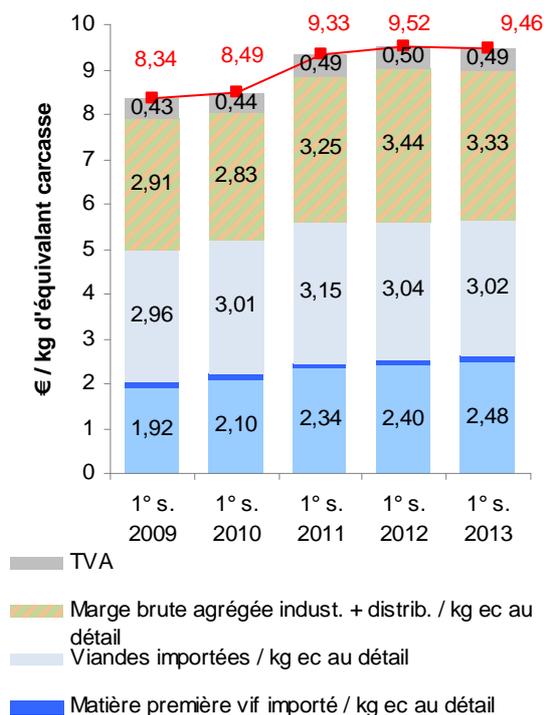


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

En 2012, le montant de la matière première est stable par rapport à 2011, toutefois, les prix au détail augmentent, d'où une marge agrégée qui paraît également en hausse.

La série des résultats des premiers semestres (graphique 2) intègre la période de Pâques caractérisée par une plus forte demande et des prix ponctuellement plus élevés, mais qui ne relèvent pas le prix moyen du 1<sup>er</sup> semestre par rapport au prix moyen annuel.

Graphique 2. Composantes du prix de la viande ovine en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestres 2009-2013)



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

### Coûts de production de la matière première : les coûts en élevage ovin viande

Cf. graphique 3 page suivante.

En 2011, le prix de vente des animaux est inférieur aux coûts avant même prise en compte des charges supplémentaires calculées (rémunération du travail des exploitants, de leur capital personnel et de leur foncier en propriété), les subventions constituant l'essentiel de la rémunération des éleveurs, ceci quel que soit le système d'élevage.

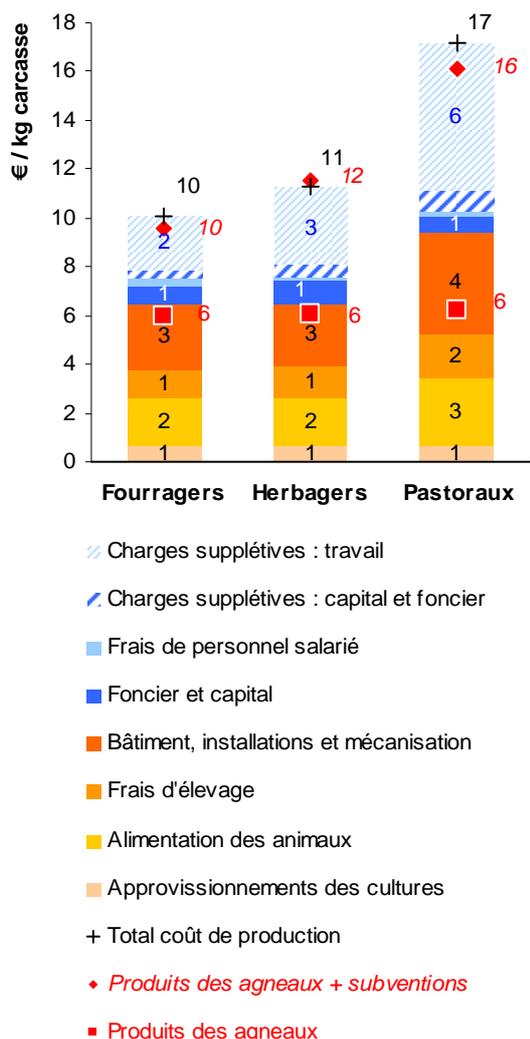
### Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe des ovins

Cf. graphique 4 page suivante.

L'analyse des comptes des entreprises d'abattage-découpe spécialisées en viande ovine, suivies par FranceAgriMer, met en évidence la hausse des coûts en matière première, peu amortie par la réduction des autres postes de charges.

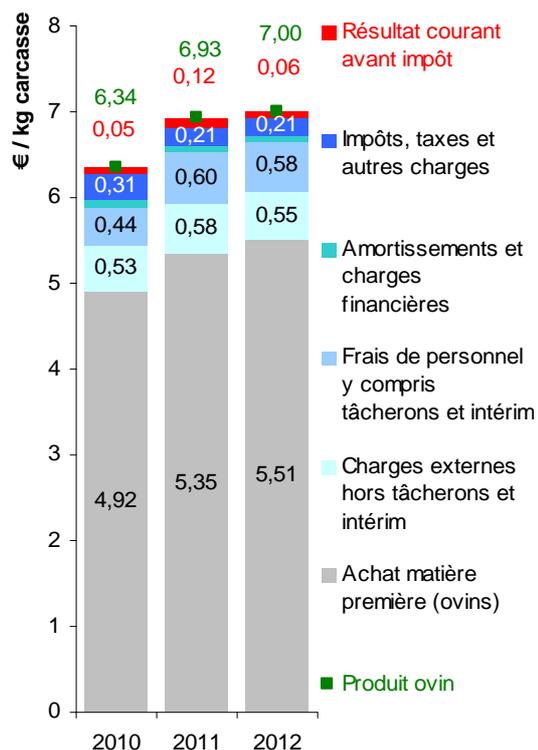
Relativement élevé en 2011, le résultat courant moyen avant impôt baisse en 2012 et retrouve pratiquement son niveau de 2010, sous l'effet combiné de la hausse des coûts en matière première et de l'augmentation du prix de vente moyen du kg de carcasse.

Graphique 3. Coût de production en élevage ovin viande en 2011



Source : Institut de l'élevage

Graphique 4. Coûts de l'abattage-découpe d'ovins



Source : FranceAgriMer, panel d'entreprises

### Comptes du rayon boucherie des GMS

La viande ovine relève du rayon boucherie des GMS, (avec les viandes bovines, de porc frais et d'équins). En 2012 comme en 2011, la contribution du rayon boucherie au résultat net de l'ensemble des rayons apparaît négative (-1,4 à -1,3 % du chiffre d'affaires), sous l'effet du poids des frais de personnel dédié(bouchers).

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

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

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

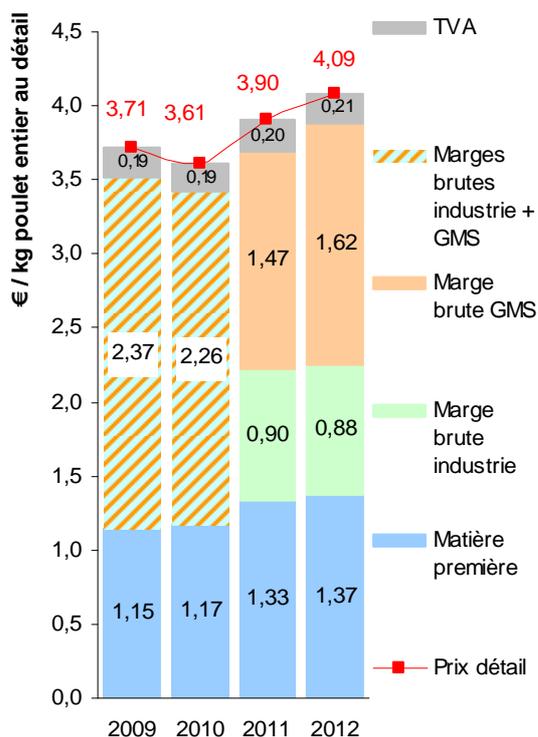
## Volailles de chair

L'observatoire suit la formation du prix du poulet entier prêt à cuire (PAC) standard, du poulet entier PAC de label et de certaines découpes de poulet et de dinde. Toutefois, il dispose pour l'instant d'informations complètes sur les prix au stade industriel uniquement pour le poulet entier standard, alors que cet article ne représente plus qu'une part assez faible de l'offre de volailles en GMS, comparée à celles des découpes (standard et label) et des poulets entiers de label.

### Décomposition du prix moyen du poulet entier standard au détail en GMS

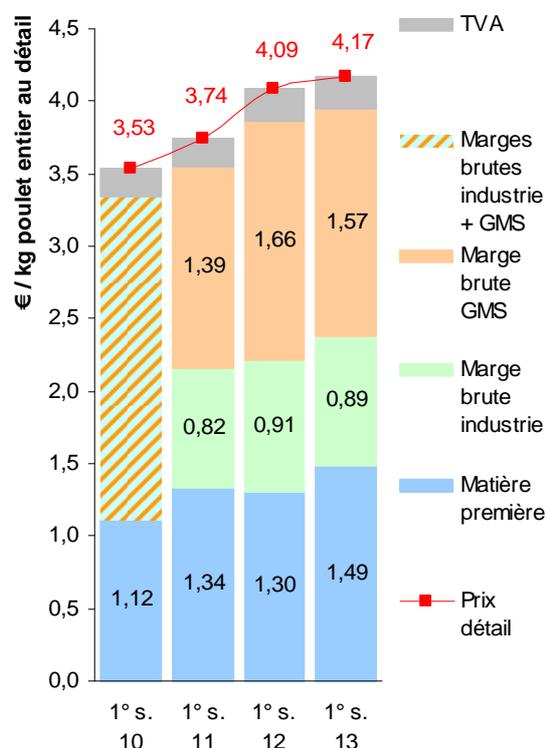
Sous l'effet de la hausse du prix des matières premières végétales de l'alimentation animale, le coût du poulet entrée abattoir a augmenté en 2011 (+16 cts) et 2012 (+4 cts). En 2011 et 2012, la hausse du prix au détail (+31 cts, +19 cts) est supérieure à ces augmentations en amont. En 2012, l'augmentation de la marge brute en GMS (+15 cts) paraît déterminante dans la hausse du prix au détail (+19 cts). Au 1<sup>er</sup> semestre 2013, l'effet de la hausse du prix entrée abattoir sur le prix au détail est amorti, dans l'industrie et dans les GMS, qui voient leur marge brute respective baisser par rapport à la même période de l'année précédente.

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



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

Graphique 2. Composantes du prix moyen du poulet standard en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009-2013)



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

### Coûts de production de la matière première : les coûts en élevage de poulet standard

Cf. graphique 3 page suivante.

Le coût de production, calculé en simulant une rémunération de la main-d'œuvre non salariée au niveau de 2 SMIC par personne, reste supérieur au prix du poulet, malgré la hausse de ce dernier, sous l'effet de la hausse du coût de l'alimentation.

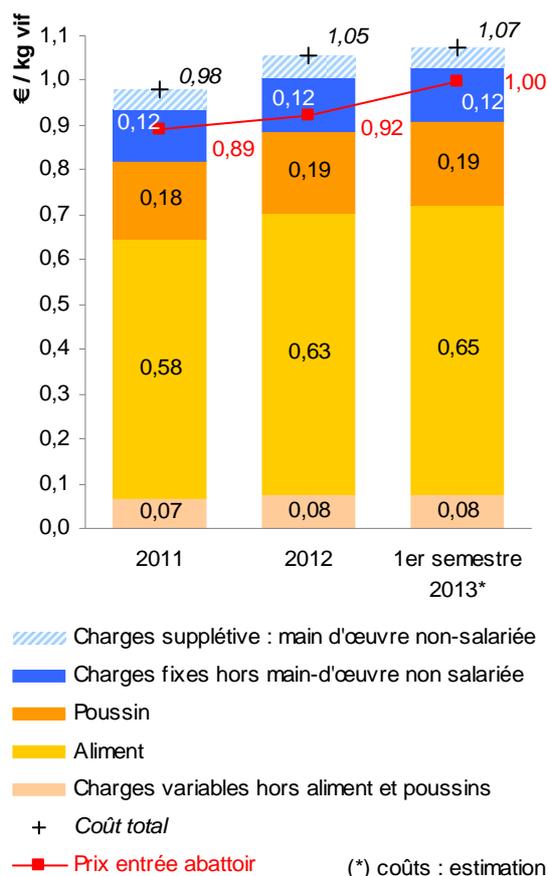
### Coûts dans l'industrie d'abattage-découpe des volailles

Cf. graphique 4 page suivante.

Les entreprises observées sont celles spécialisées à plus de 2/3 de leur CA dans l'abattage et la découpe de poulets (hors export) et de dindes.

Le compte de résultat moyen de ces entreprises met en évidence l'augmentation de la part des coûts en matière première en 2011.

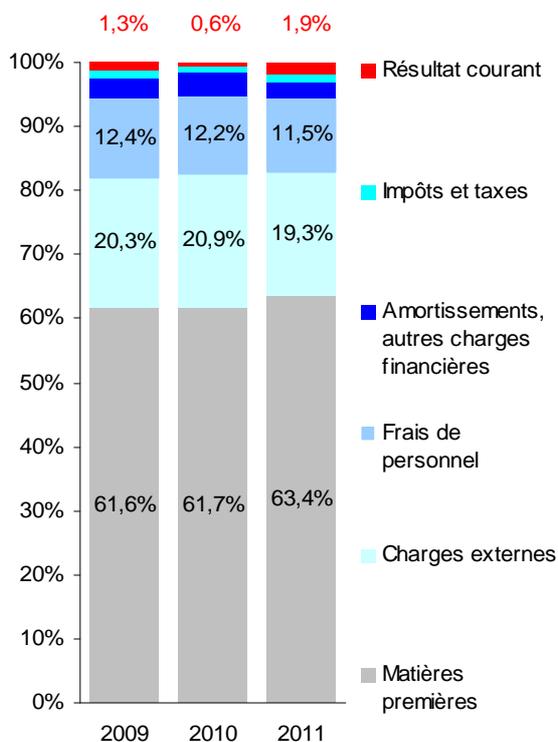
Graphique 3. Coût de production en élevage de poulet standard



Charges supplétive : main d'œuvre non-salariée  
 Charges fixes hors main-d'œuvre non salariée  
 Poussin  
 Aliment  
 Charges variables hors aliment et poussins  
 + Coût total  
 Prix entrée abattoir (\*) coûts : estimation

Source : ITAVI

Graphique 4. Compte de résultat du secteur de l'abattage-découpe de poulets et dindes



Source : SSP, traitements des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

## Comptes du rayon volailles des GMS

Tableau 1. Comptes moyens du rayon volailles en GMS. Pour 100 € de CA

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

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Avec environ 8 € pour 100 € de CA en 2011 comme en 2012, le rayon volailles présente l'un des plus forts taux de marge nette des rayons étudiés. Ce rayon étant principalement en libre-service (même s'il inclut la pâtisserie et des ventes assistées dans certains magasins), les frais de personnel dédié pèsent relativement peu sur le CA.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres. En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

## Transmission des prix dans la filière volaille de chair

Cf. graphiques 5 et 6 page suivante.

L'analyse est conduite sur le poulet de label, cœur de marché du poulet entier.

A chacun des deux stades extrêmes de la filière (élevage, détail), on calcule un prix simulé du produit issu de ce stade (poulet entrée abattoir, poulet en GMS)<sup>2</sup>. Ce prix simulé est calculé de façon que :

- la marge brute de l'élevage sur aliments est maintenue à un niveau de référence (moyenne année 2005), majoré de l'inflation, malgré les variations du prix des aliments (suivi par l'indice ITAVI) ;
- la marge brute agrégée industrie-distribution, différence entre le prix en GMS et le prix entrée abattoir, est maintenu à un niveau de référence (moyenne année 2005), majorée de l'inflation, malgré les variations du prix de la carcasse entrée abattoir.

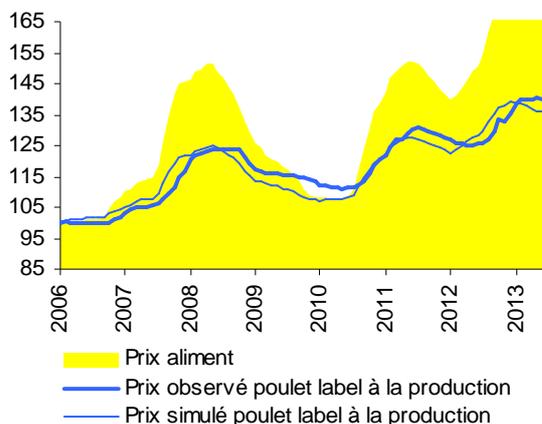
On compare les prix simulés des produits (poulet de label entrée abattoir, poulet de label en GMS) avec leurs prix observés. La proximité des deux courbes indique une transmission quasi intégrale du coût de la matière première dans le prix du produit et le maintien de la marge à son niveau de référence (incluant l'inflation, pour tenir compte de l'évolution des autres coûts). Le décalage entre les deux courbes indique au contraire une amélioration (prix réel supérieur au prix

<sup>2</sup> On ne dispose pas de série de prix industriels permettant d'intégrer le stade industriel dans cette approche.

simulé) ou une détérioration (prix réel inférieur au prix simulé) de cette marge sur matière première et de la couverture des autres coûts.

Le prix entrée abattoir observé est très proche du prix simulé, couvrant l'évolution des coûts en élevage, dont principalement le coût en aliments, conséquence de l'intégration de l'élevage.

**Graphique 5. Prix du poulet label entrée abattoir, observé et simulé**

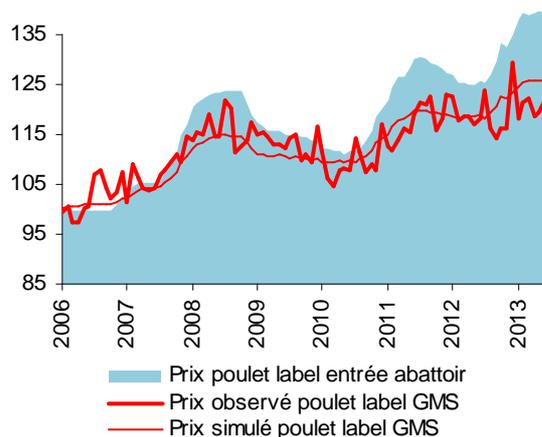


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel, INSEE, ITAVI

Le prix moyen du poulet label en GMS présente des oscillations dues notamment aux promotions, mais il s'inscrit dans la tendance du prix simulé, lequel suit les variations du prix entrée abattoir.

On note cependant qu'il tend depuis 2012 à être inférieur à ce prix simulé, alors qu'il était supérieur auparavant.

**Graphique 6. Prix du poulet label en GMS, observé et simulé**



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



## Produits laitiers de lait de vache

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

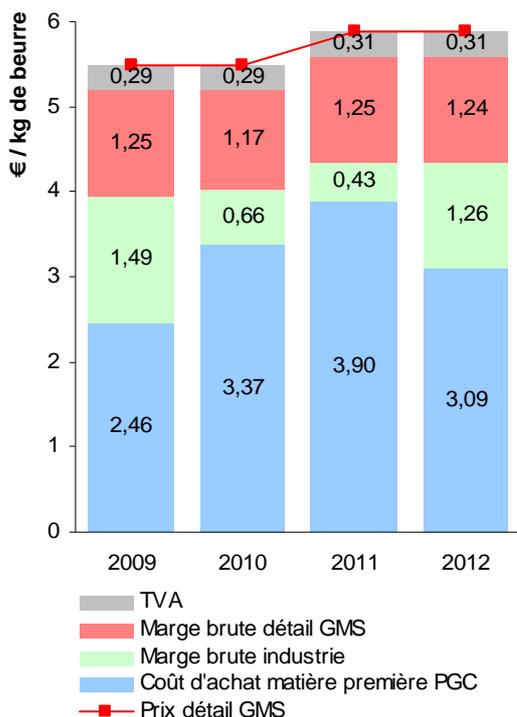
### Décomposition du prix moyen en GMS de quelques produits laitiers

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

#### Beurre plaquette

La matière première du **beurre plaquette** considérée ici est le beurre industriel, coproduit des autres produits laitiers. Les cours du beurre industriel, liés aux marchés internationaux, sont assez variables d'une année à l'autre, d'où une marge brute industrielle elle-même très variable sur le beurre plaquette.

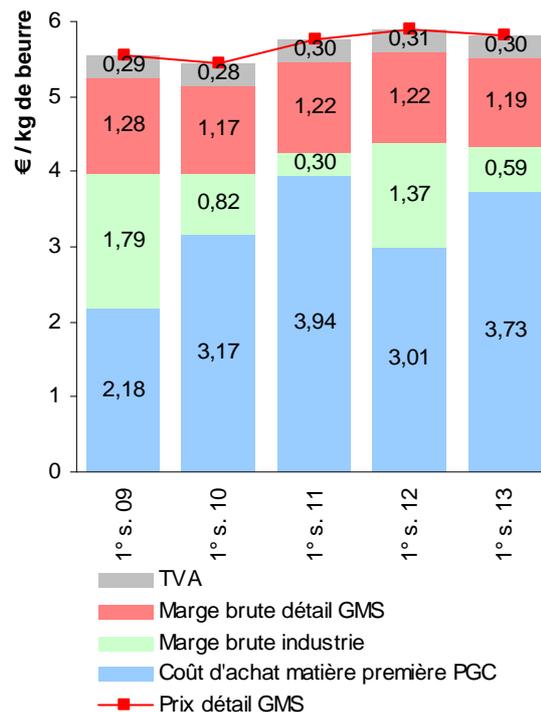
Graphique 1. Composantes du prix moyen du beurre plaquette en GMS (moyennes annuelles)



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

En 2011 et 2012 par rapport à 2010, le prix au détail a augmenté sensiblement sous l'effet, en 2011, de la hausse du coût de la matière première, malgré le resserrement de la marge brute de l'industrie, tandis qu'en 2012, le prix sortie usine est maintenu malgré le repli du coût de la matière première. Le même type de compensation interannuelle s'observe lorsqu'on compare les premiers semestres.

Graphique 2. Composantes du prix moyen du beurre plaquette en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)



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

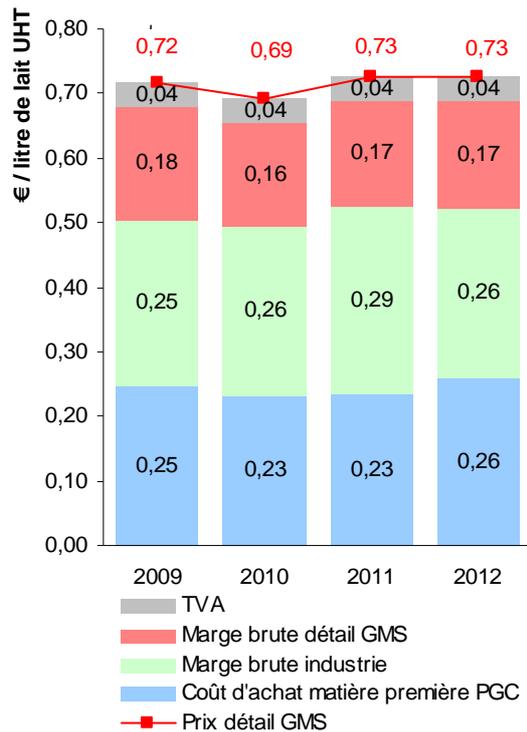
#### Lait UHT ½ écrémé

Pour le **lait UHT**, les prix moyens annuels au détail ont peu varié, ainsi que ses composantes, malgré des valeurs aux 1<sup>ers</sup> semestres plus contrastées (graphiques 3 et 4 page suivante).

Comparée au beurre, la structure du prix au détail du lait UHT est caractérisée par une plus grande stabilité des parts relatives des composantes et par le poids moins important du coût en matière première.

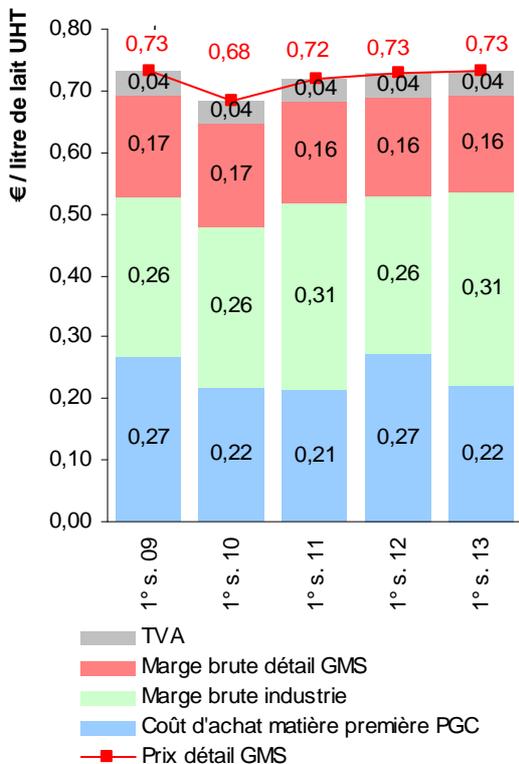
Ce coût n'est pas seulement celui de l'achat du lait nécessaire. Il comprend les achats de lait supplémentaires en période d'excédent. On le corrige ensuite par le résultat net de la transformation des coproduits du lait UHT (beurre et poudre issus du processus de fabrication et des excédents) et de leur valorisation.

Graphique 3. Composantes du prix moyen du lait UHT ½ écrémé en GMS (moyennes annuelles)



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

Graphique 4. Composantes du prix moyen du lait UHT ½ écrémé en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)

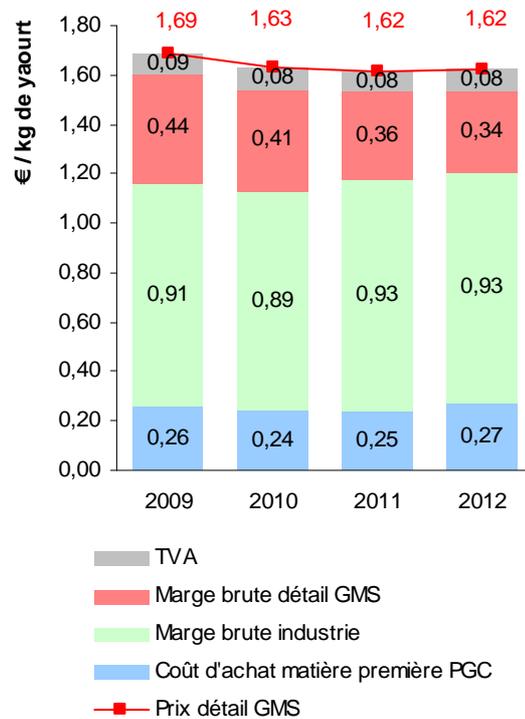


Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

## Yaourt nature

Le prix moyen annuel au détail des yaourts nature tous segments (marques nationales et marques de distributeurs) diminue sur la période, probablement, sous l'effet d'une recomposition du « panier » des achats vers les produits meilleurs marchés. Une diminution de la marge brute moyenne en GMS (-10 cts de 2009 à 2012) accompagne cette évolution.

Graphique 5. Composantes du prix moyen du yaourt nature en GMS (moyennes annuelles)

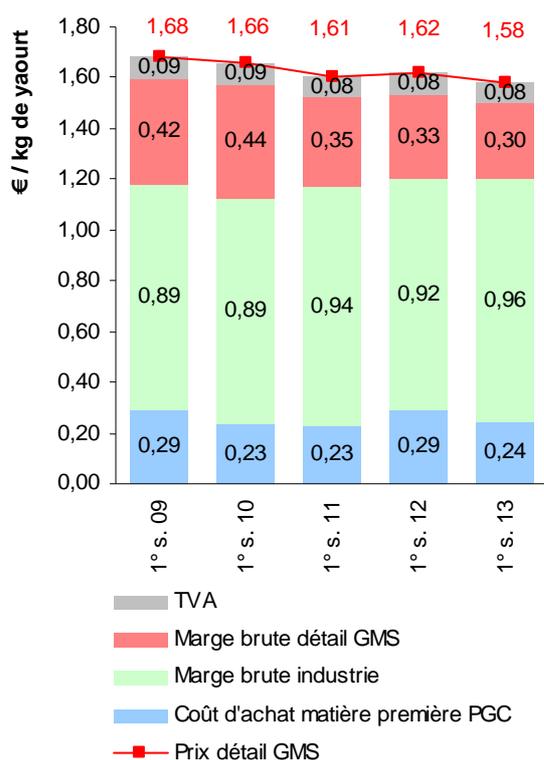


Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Il s'agit d'un produit à valeur ajoutée relativement plus forte que celle du lait UHT ou du beurre en plaquette, le poids du coût en matière première (lait nécessaire, lait excédentaire, et résultat de la gestion des coproduits) est la plus faible parmi les PGC.

La marge brute de l'industrie sur ce produit est donc relativement élevée et compense les niveaux plus faibles observés sur d'autres PGC.

Graphique 6. Composantes du prix moyen du yaourt nature en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)



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

## Emmental

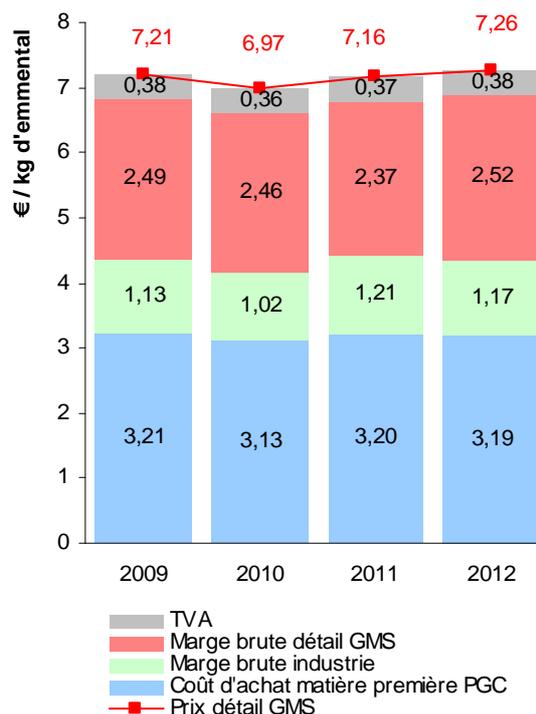
Le prix moyen de l'emmental progresse en 2012, sous l'effet d'une augmentation de la marge brute en GMS, alors que marge industrielle et coût en matière première sont en diminution. Des évolutions inverses de la marge en GMS s'observent les années précédentes.

Le poids de la matière première (lait nécessaire et lait excédentaire, résultat de la valorisation des coproduits dont, ici, lactosérum) est importante, sous l'influence du rendement du lait en fromage (plus de 11 kg de lait pour 1 kg de fromage).

Contrairement aux produits précédents (lait et, surtout, yaourt), la part des GMS dans les marges brutes de l'aval est ici prépondérante. Ces différences de marges au détail résultent des péréquations qui s'opèrent entre produits sous l'effet de la détermination concurrentielle des prix de vente aux consommateurs. La formation du prix sortie usine pouvant être par ailleurs influencée par la production conjoncturelle d'emmental à partir d'excédents laitiers et l'offre de produits importés.

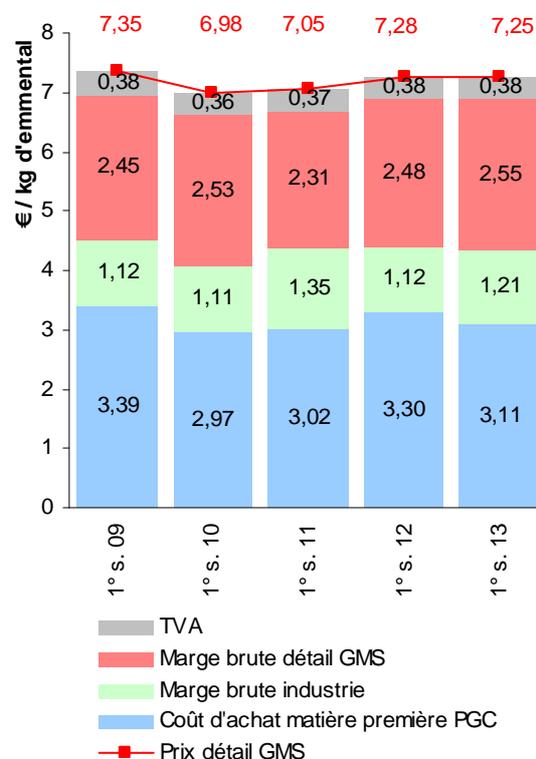
La vente assistée en rayon traditionnel ou préparation de portions préemballées d'emmental pour libre service, qui pourraient générer des charges spécifiques à couvrir par la marge brute en GMS, ne sont toutefois pas très importantes pour ce produit.

Graphique 7. Composantes du prix moyen de l'emmental en GMS (moyennes annuelles)



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

Graphique 8. Composantes du prix moyen de l'emmental en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009 - 2013)



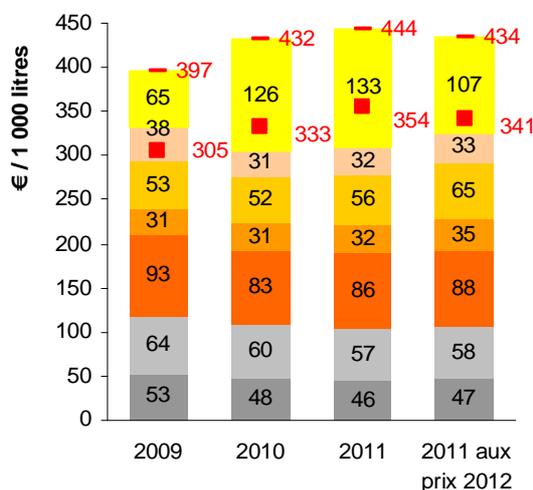
Sources : OFPM d'après SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

### Coûts de production de la matière première : la production du lait

Les données du réseau d'information comptable agricole (RICA) permettent d'estimer un coût de production du lait de vache dans les exploitations très spécialisées.

On constate que les seules recettes de l'élevage laitier (lait, veaux, réformes) ne suffisent pas à couvrir les charges réelles en 2009. Cette situation s'améliore en 2010 et 2011, bien que les subventions restent importantes dans la formation du revenu. Cependant, toutes choses égales par ailleurs, la situation se détériore à nouveau en 2012 (simulation faite en appliquant aux structures de 2011 les prix de 2012), sous les effets de la progression des charges d'aliments du bétail et des autres consommations intermédiaires, combinée à la baisse des recettes laitières.

Graphique 9. Coûts de production du lait de vache



- Rémunération permise
- Intrants cultures
- Aliments du bétail achetés
- Energies, entretien matériel
- Autres consommations intermédiaires
- Amortissements
- Autres charges de structure
- Recettes laitières + subventions (pour 1 000 l)
- Recettes laitières (pour 1 000 l)

Source : RICA (SSP)

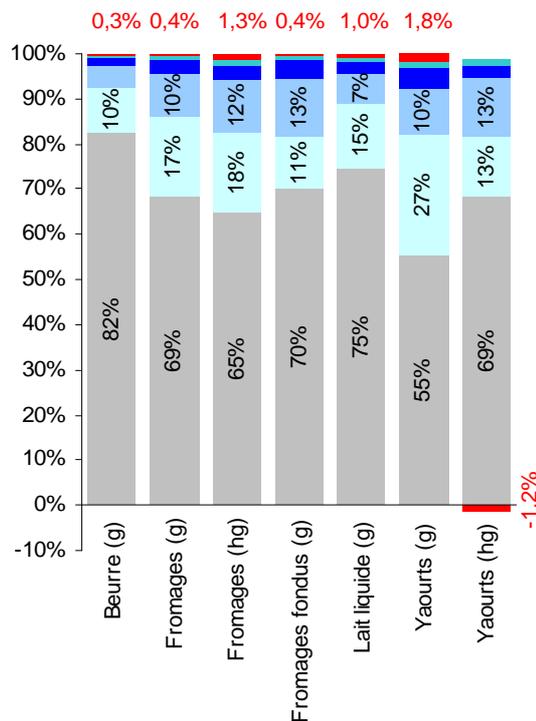
### Coûts dans l'industrie de transformation laitière

Les résultats présentés sont issus d'un traitement spécifique des données des statistiques d'entreprises réalisé par le SSP pour l'observatoire. Les entreprises de transformation laitière sont reclassées selon leur structure de fabrication (désignée par la production dominante). Ceci qui permet de comparer les poids relatifs des divers postes de charge dans la valeur produite.

Lorsque le respect des règles du secret statistique le permet, chaque type de structure de fabrication est

scindé en fonction de l'appartenance des entreprises à un groupe laitier ou non.

Graphique 10. Structure des charges dans les industries laitières spécialisées, selon leur fabrication dominante en 2011



- (g) : entreprises incluse dans un groupe,
- (hg) : entreprises hors groupe
- Résultat courant avant impôt
- Impôts et taxes
- Dotations aux amortissements, aux provisions, frais financiers, autres charges courantes
- Frais de personnel
- Autres achats et charges externes
- Achats de marchandises, matières premières, autres appro.

Source : SSP, traitements enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Ces résultats doivent être considérés en gardant à l'esprit que les flux entrants (produits) et sortants (charges, dont matière première, notamment) des entreprises de transformation incluses dans des groupes, sont évalués avec des prix de cession qui peuvent influencer sur le résultat courant avant impôt. En effet, la matière première laitière peut être cédée par d'autres entreprises du groupe chargées de la collecte, et les produits peuvent être vendus non pas à leurs destinataires finals (GMS, par exemple) mais à d'autres entités du groupe chargées de la commercialisation. Sous ces réserves (qui portent d'ailleurs sur l'ensemble des statistiques de comptes d'entreprises), on remarque en 2011, selon les orientations de fabrications, une disparité des résultats courants, un poids variable de la matière première dans la valeur de la production, des différences importantes dans les résultats et la structure des charges entre entreprises incluses dans des groupes et celles hors groupes.

## Comptes moyens du rayon produits laitiers des GMS

Tableau 1. **Comptes moyens du rayon produits laitiers en GMS.** Pour 100 € de CA

|  | 2011          | 2012          |
|--|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires du rayon  | 100,0 €       | 100,0 €       |
| - Coût d'achat des produits  | 76,6 €        | 74,1 €        |
| <b>= Marge brute</b>   | <b>24,3 €</b> | <b>25,9 €</b> |
| - Frais de personnel du rayon  | 4,0 €         | 4,1 €         |
| <b>= Marge semi - nette</b>  | <b>19,4 €</b> | <b>21,8 €</b> |
| - Autres charges   | 16,5 €        | 18,3 €        |
| <b>= Marge nette avant impôt (*)</b>                                 | <b>2,9 €</b>  | <b>3,7 €</b>  |
| <i>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (*)</i> | <i>1,9 €</i>  | <i>2,4 €</i>  |

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Le rayon des produits laitiers est, en termes de CA, le plus important des rayons étudiés par l'observatoire. Largement en libre service, ce rayon présente des frais de personnel spécifiques relativement peu importants ramenés au CA (malgré des rayons avec vente de fromages à la coupe, ou, plus souvent, avec vente en libre service de produits découpés et préemballés en magasin).

Sa marge nette rapportée au CA est, avec 3,7% en 2012, supérieure à la moyenne des rayons étudiés. Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres. En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

## Transmission des prix dans la filière laitière

A chacun des stades de la filière (élevage, industrie, détail en GMS), on calcule un prix simulé du produit issu de ce stade (lait à la production, lait UHT sortie usine, lait UHT en GMS)<sup>3</sup>. Ce prix simulé est calculé de façon que :

- la marge brute de l'élevage sur consommations intermédiaires est maintenue à un niveau de référence (moyenne année 2005), majoré de l'inflation, malgré les variations du prix des intrants (suivi par l'indice IPAMPA lait de vache) ;
- la marge brute de l'industrie sur achat de lait et celle des GMS sur le lait UHT, sont maintenues à un niveau de référence (moyenne année 2005), majorée de l'inflation, malgré les variations du prix du lait à la production (pour l'industrie) et du lait UHT sortie usine (pour les GMS).

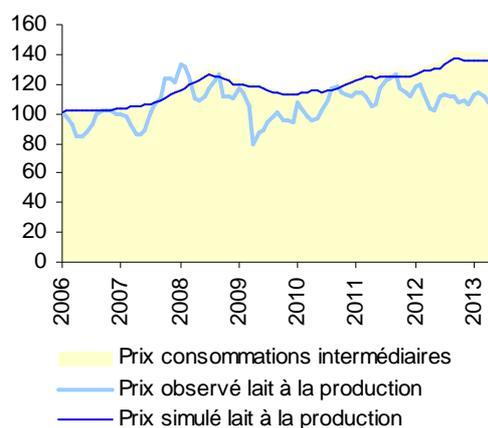
On compare les prix simulés des produits (lait à la production, lait UHT sortie usine, lait UHT au détail en GMS) avec leurs prix observés.

La proximité des deux courbes indique une transmission quasi intégrale du coût de la matière première dans le prix du produit et le maintien de la marge à son niveau de référence (incluant l'inflation,

donc l'évolution des autres coûts que la seule matière première). Le décalage entre les deux courbes indique au contraire une amélioration (prix réel supérieur au prix simulé) ou une détérioration (prix réel inférieur au prix simulé) de cette marge sur matière première et de la couverture des autres coûts.

Le prix du lait à la production « décroche » en 2009-2010, puis à nouveau en 2012-2013, par rapport au prix simulé qui assurerait la couverture des charges à hauteur de la situation prise ici en référence (année 2005).

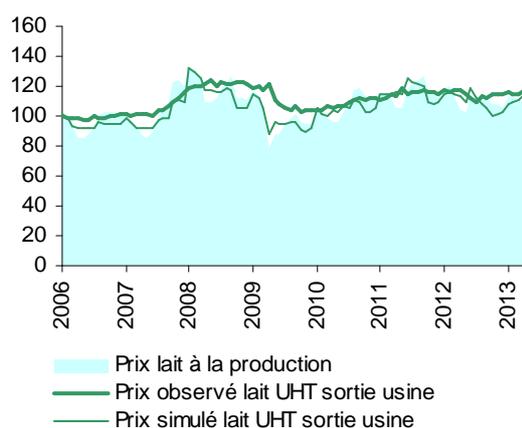
Graphique 11. **Prix du lait à la production, observé et simulé**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE, Institut de l'élevage

Le prix du lait sortie usine suit grossièrement les variations du prix à la production et s'inscrit dans la tendance d'évolution du prix simulé, sauf certaines années où il s'en écarte sensiblement (2009). On rappelle que le coût de production industriel du lait UHT dépend, outre du prix du lait à la production (seul élément pris en compte ici) de la valorisation de ses coproduits (beurre, poudre de babeurre), laquelle est variable.

Graphique 12. **Prix du lait UHT sortie usine, observé et simulé**

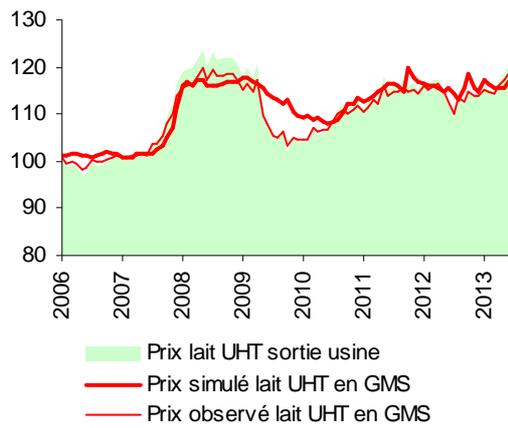


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE, Institut de l'élevage

En GMS (Graphique 13), le prix du lait UHT n'a pas répercuté la baisse du prix sortie usine en 2009 (on rappelle que ce constat fut l'un des éléments invoqués pour justifier la création de l'observatoire). Par la suite, et comme auparavant, prix simulé (marge constante inflation comprise) et prix réel sont quasi identiques.

<sup>3</sup> Le lait UHT est pris ici comme exemple mais l'approche est évidemment applicable aux autres produits laitiers.

Graphique 13. Prix du lait UHT en GMS, observé et simulé



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE, Institut de l'élevage

## Produits laitiers de lait de chèvre

Cette filière est nouvellement inscrite au programme de l'observatoire et certaines des données indispensables manquent encore pour y appliquer intégralement la démarche suivie pour les autres produits.

Ainsi, on raisonne pour l'instant en termes de « marge agrégée », sans distinguer la contribution de l'industrie et celle du commerce dans la valeur ajoutée à la matière première.

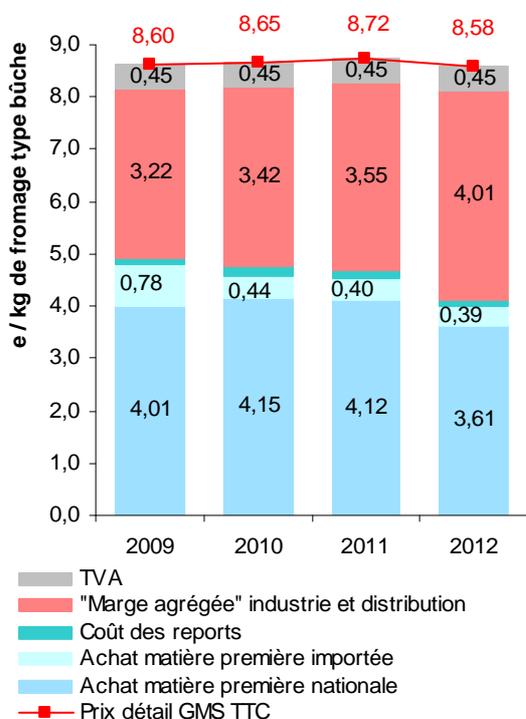
### Décomposition du prix moyen en GMS de la bûche de chèvre

La bûche ou bûchette de chèvre est le principal type de fromage de chèvre commercialisé en GMS.

La matière première se compose du lait collecté et transformé directement en fromages, de produits de report (caillé) fabriqués et congelés lors des périodes d'excédent de collecte, stockés en vue d'une utilisation ultérieure, puis utilisés pour la fabrication de fromages lors des périodes de déficit de collecte. S'y ajoutent des importations de lait ou d'autres produits laitiers intermédiaires.

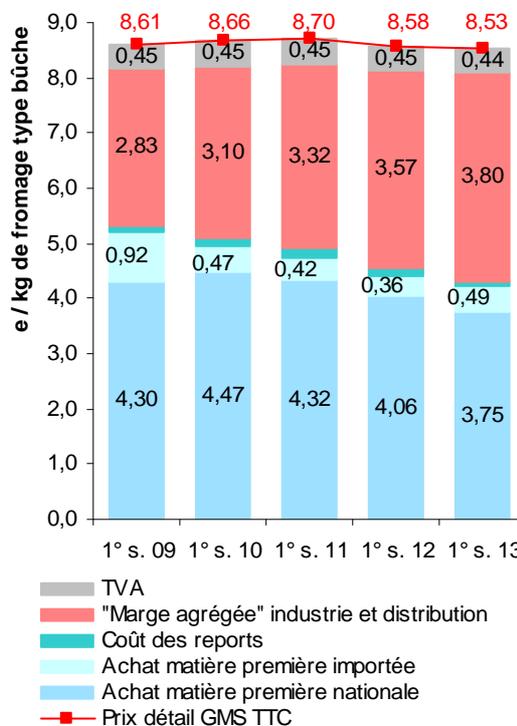
Dans les graphiques suivants, le coût en matière première d'une période est assimilé au montant des achats de lait et de produits importés de la même période, auquel on ajoute le coût mensualisé des reports (congélation-décongélation, frais de stockage, assurances).

Graphique 1. Composantes du prix moyen du fromage de chèvre de type bûche en GMS (moyennes annuelles)



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

Graphique 2. Composantes du prix moyen du fromage de chèvre de type bûche en GMS (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009-2013)



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

### Coûts de production de la matière première : la production du lait de chèvre

Cf. graphique 3 page suivante.

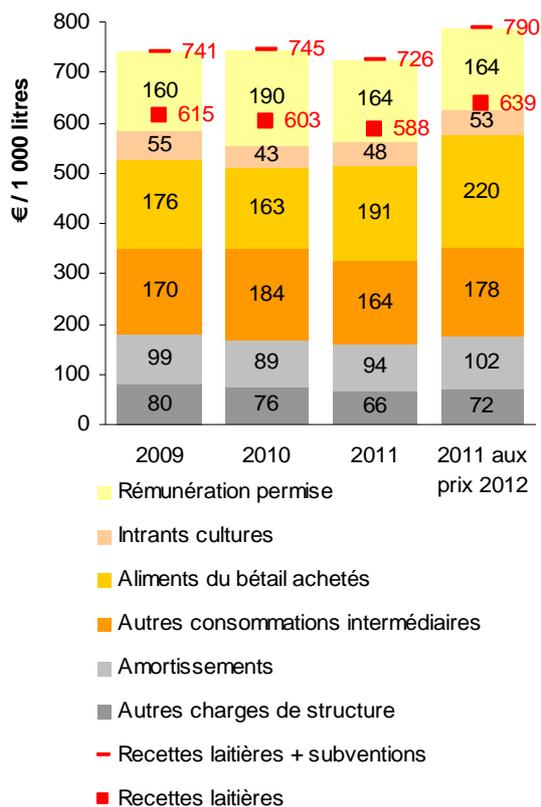
Les données du réseau d'information comptable agricole (RICA) permettent d'estimer les coûts de production du lait de chèvre dans les exploitations très spécialisées.

On constate que les seules recettes laitières (lait, chevreaux, réformes) couvrent à peine les charges réelles ; cette situation se détériorant sous l'effet de la progression des charges en aliments.

Les subventions restent donc essentielles dans la formation du revenu.

### Coûts dans l'industrie du fromage de chèvre

On ne dispose pas de données de comptes d'entreprises spécialisées dans la fabrication de fromages de chèvre.

Graphique 3. **Coût de production du lait de chèvre**


Source : RICA (SSP)

En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

### Comptes du rayon produits laitiers des GMS

 Tableau 1. **Comptes moyens du rayon produits laitiers en GMS.** Pour 100 € de CA

|  | 2011          | 2012          |
|--|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires du rayon  | 100,0 €       | 100,0 €       |
| - Coût d'achat des produits  | 76,6 €        | 74,1 €        |
| <b>= Marge brute</b>   | <b>24,3 €</b> | <b>25,9 €</b> |
| - Frais de personnel du rayon  | 4,0 €         | 4,1 €         |
| <b>= Marge semi - nette</b>  | <b>19,4 €</b> | <b>21,8 €</b> |
| - Autres charges   | 16,5 €        | 18,1 €        |
| <b>= Marge nette avant impôt (*)</b>                                 | <b>2,9 €</b>  | <b>3,7 €</b>  |
| <i>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (*)</i> | <i>1,9 €</i>  | <i>2,4 €</i>  |

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Le rayon des produits laitiers est, en termes de CA, le plus important des rayons étudiés par l'observatoire. Largement en libre service, ce rayon présente des frais de personnel dédié relativement peu importants ramenés au CA (malgré des rayons avec vente de fromages à la coupe, ou, plus souvent, avec vente en libre service de produits découpés et préemballés en magasin).

Sa marge nette rapportée au CA est, avec 3,7% en 2012, supérieure à la moyenne des rayons étudiés.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres.

## Pain

Cette filière a été nouvellement inscrite au programme de l'observatoire courant 2013 et toutes les données requises ne sont pas encore disponibles pour y appliquer intégralement la méthode développée sur les filières suivies avec davantage d'antériorité.

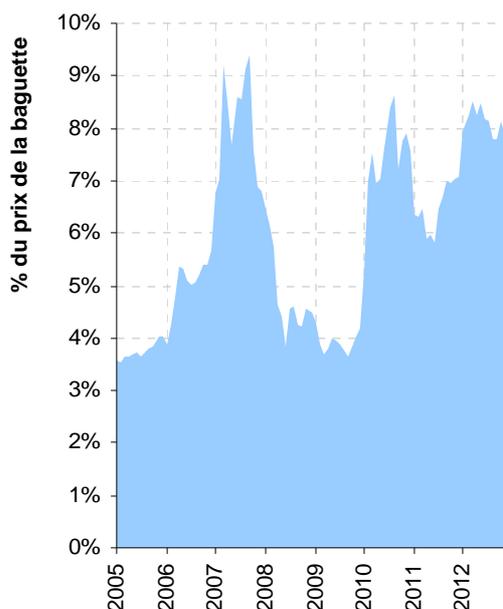
On ne dispose pas encore de prix moyens périodiques des farines, ni de prix moyens de la baguette en fonction des circuits de commercialisation. Le prix du blé acheté par les meuniers aux organismes stockeurs n'est pas appréhendé avec précision par les diverses cotations du blé.

Pour ces raisons, l'observatoire présente une décomposition simplifiée du prix moyen mensuel de la baguette de pain tous circuits confondus (source : INSEE). Elle distingue d'une part, la **valeur de la matière première** (évaluée sur la base du prix du blé au départ d'une zone importante de production) et, d'autre part, la **totalité de la valeur ajoutée à cette matière première** par la 1<sup>ère</sup> transformation (meunerie) et les diverses étapes en aval (boulangerie industrielle, boulangerie artisanale, terminaux de cuisson, commerce de détail spécialisé, GMS...). On ne peut, à ce stade distinguer les marges des différents secteurs (industrie, commerces).

### Décomposition du prix au détail de la baguette

Cette approche met en évidence à la fois le faible poids de la matière première blé dans le prix de la baguette, et la répercussion de la hausse du coût en matière première (prix du blé affecté des rendements du blé en farine et de la farine en pain), avec une marge agrégée de l'aval plutôt stable en moyenne annuelle.

Graphique 1. Evolution de la part de la matière première blé dans le prix de la baguette

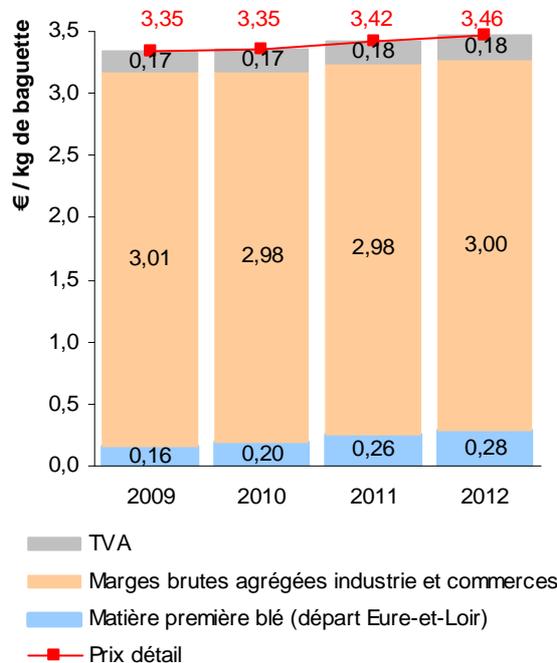


■ Valeur du blé au prix spot producteur dans le kg de baguette

Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

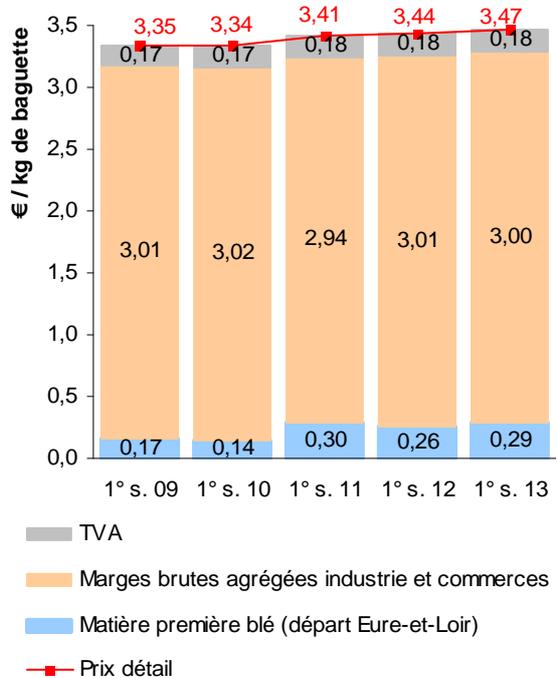
La distribution des produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie est assurée à 60% environ des quantités par la boulangerie artisanale, à 32% par d'autres commerces de détail spécialisés et à 9% par les GMS.

Graphique 2. Composantes du prix moyen de la baguette, tous circuits (moyennes annuelles)



Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

Graphique 3. Composantes du prix moyen de la baguette, tous circuits (moyennes 1<sup>er</sup> semestre 2009-2013)



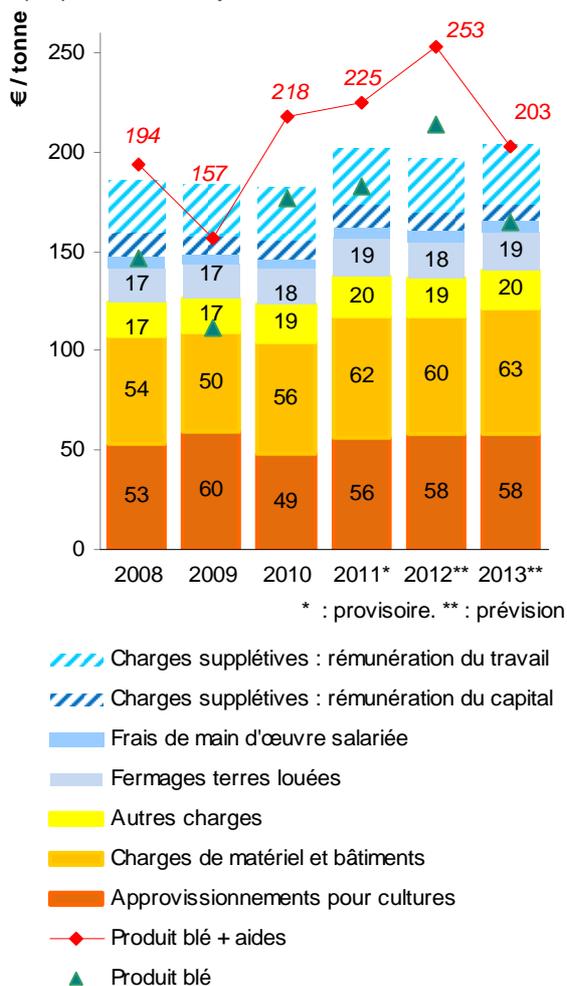
Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

### Coûts de production de la matière première : production du blé tendre

Les coûts de production progressent (graphique page suivante), pouvant dépasser le CA en blé lorsque les rendements sont faibles et le prix du blé en diminution (2009).

De 2010 à 2012 (prévision), la hausse des cours du blé a assuré une marge nette hors subventions positive et, subventions incluses, laissant un résultat net au-delà des charges calculées de rémunération du travail et du capital personnel. En 2013 (prévision) la marge nette hors subvention serait quasi nulle et, subventions incluse, égale aux rémunérations calculées du travail et du capital.

Graphique 4. Coûts de production du blé tendre



\* : provisoire. \*\* : prévision

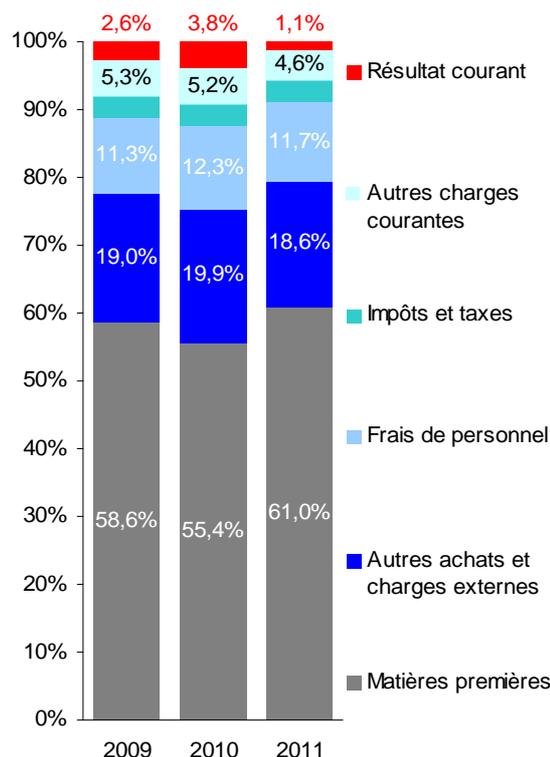
(Le millésime désignant l'exercice comptable est celui de la récolte)

Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

### Coûts dans l'industrie de la meunerie

Sous l'effet de la hausse du prix du blé, non intégralement répercutée dans le prix de la farine, la part de la matière première s'accroît dans le produit des entreprises du secteur de la meunerie, diminuant le taux de résultat courant.

Graphique 5. Compte de résultat du secteur de la meunerie

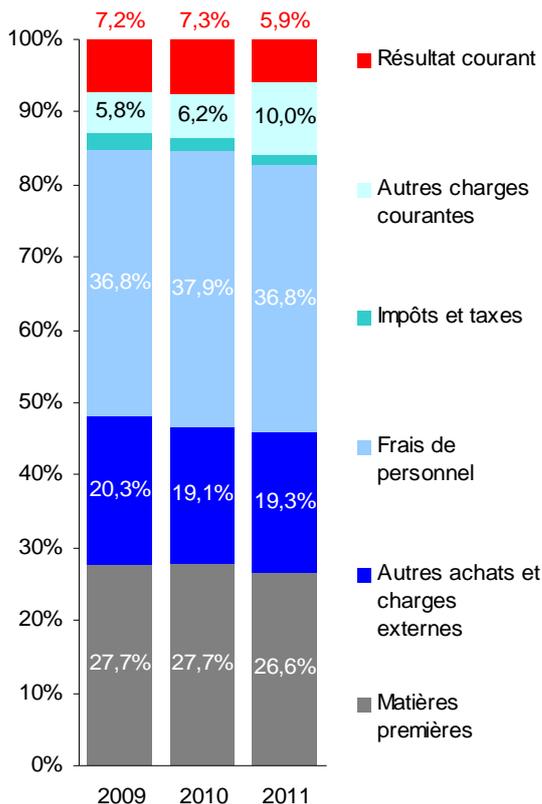


Source : ESANE (INSEE, SSP)

### Coûts dans l'artisanat commercial de boulangerie et pâtisserie

Cf. graphique 6 page suivante.

Le secteur de la boulangerie artisanale est caractérisé par le poids important des frais de personnel (37% à 38 % du produit courant), alors que la matière première pèse relativement moins (27% à 28%). Ce poids de la matière première apparaît assez peu sensible à la hausse des prix du blé, via celle de la farine, ce qui tend à indiquer que cette hausse est amortie en amont et est transmise dans le prix des produits finals, ainsi que l'illustraient également les graphiques précédents (2 et 3).

Graphique 6. **Compte de résultat du secteur de la boulangerie et pâtisserie**


Source : ESANE (INSEE)

### Comptes du rayon boulangerie des GMS

 Tableau 1. **Compte moyen du rayon boulangerie en GMS.**  
 Pour 100 € de CA

|  | 2011 | 2012          |
|--|------|---------------|
| Chiffre d'affaires du rayon  | nd   | 100,0 €       |
| - Coût d'achat des produits  | nd   | 44,2 €        |
| = <b>Marge brute</b>   | nd   | <b>55,8 €</b> |
| - Frais de personnel du rayon  | nd   | 30,5 €        |
| = <b>Marge semi - nette</b>  | nd   | <b>25,2 €</b> |
| - Autres charges   | nd   | 27,3 €        |
| = <b>Marge nette avant impôt (*)</b>                                 | nd   | <b>-2,0 €</b> |
| <i>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (*)</i> | nd   | <i>-1,3 €</i> |

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

 Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.  
 nd : non disponible

Nouvellement couvert par l'observatoire, le rayon boulangerie des GMS recouvre une certaine diversité car, si de nombreux hypermarchés réalisent eux-mêmes sur place la fabrication des pains à partir de farine, d'autres magasins se limitent à la cuisson finale.

Ce rayon est caractérisé par un fort taux de marge brute (en moyenne toutes enseignes). Plus de la moitié de cette marge doit cependant couvrir les frais de personnel dédié, dont le poids rapporté au CA est également le plus élevé parmi les rayons observés. La présence d'une activité de fabrication (activité boulangère complète ou terminal de cuisson), et parfois de vente assistée explique évidemment cette

particularité. Le poids de diverses autres charges réaffectées au rayon est également élevé et fait apparaître une marge nette négative. Parmi ces charges, certaines sont plus spécifiques au rayon (énergie, emballages...), d'autres lui sont imputées au moyen de clés de répartition, ce qui doit conduire à relativiser le résultat analytique ainsi obtenu.

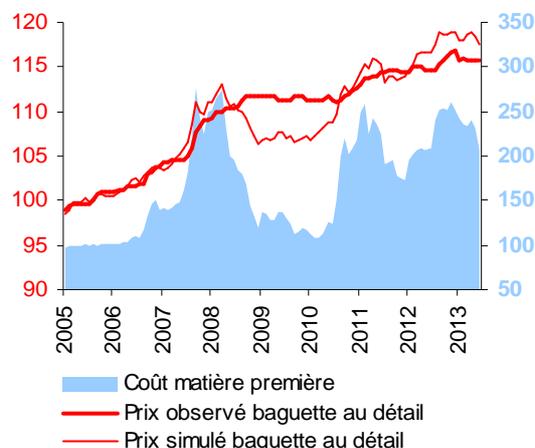
Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres. En outre, ces résultats nets présentent une grande dispersion entre enseignes.

### Transmission des prix dans la filière du pain

On représente sur le graphique suivant le prix observé de la baguette au détail (indice 100 en 2005), le coût de la matière première blé tendre et le prix simulé de la baguette qui permettrait le strict maintien à son niveau moyen de 2005, majoré par l'inflation, de la marge brute agrégée de l'aval (industrie et détail).

En 2008-2009, le prix moyen de la baguette est resté au-dessus du niveau de prix qui aurait tout juste équilibré le coût en matière première (en baisse sur cette période) et une progression des autres charges à hauteur de l'inflation.

En revanche, lors des phases suivantes de hausse, le prix moyen réel de la baguette a tendance à rester en deçà du prix simulé.

 Graphique 7. **Prix de la baguette au détail, observé et simulé**


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE



## Pâtes alimentaires

Le circuit des pâtes alimentaires est étudié ici sous contraintes de disponibilités des données, liées au respect du secret statistique. En effet, le secteur industriel pastier est devenu très concentré, avec la disparition de nombreuses entreprises, consécutive à une vive concurrence italienne couvrant environ 60% de la consommation française. Il n'est donc pas envisageable de diffuser des prix moyens des pâtes alimentaires françaises sortie usine pour les GMS. L'analyse du prix au détail se limite donc à deux composantes : la **matière première (blé dur)** et l'ensemble des **valeurs ajoutées en aval** à cette matière première, par l'industrie et le commerce.

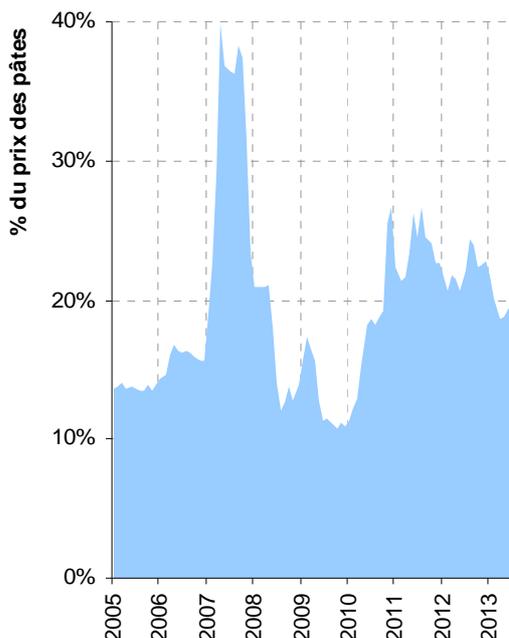
Par ailleurs, le produit de consommation considéré est le « panier » de pâtes supérieures tous circuits de commercialisation au détail confondus (les GMS étant toutefois largement prépondérantes), suivi par l'INSEE. Les références de prix amont ne correspondent pas exactement à des prix d'achat du blé dur par les usines ; parmi les cotations disponibles, le « rendu Port-La-Nouvelle » est, à dire d'expert, le plus adapté.

### Décomposition du prix des pâtes supérieures au détail

On constate une très forte progression en 2011 de la part de la valeur de la matière première dans le prix au détail, sur lequel cette hausse n'est pas répercutée : en conséquence, la marge brute agrégée de l'aval (industrie et distribution non distinguée) est nettement comprimée.

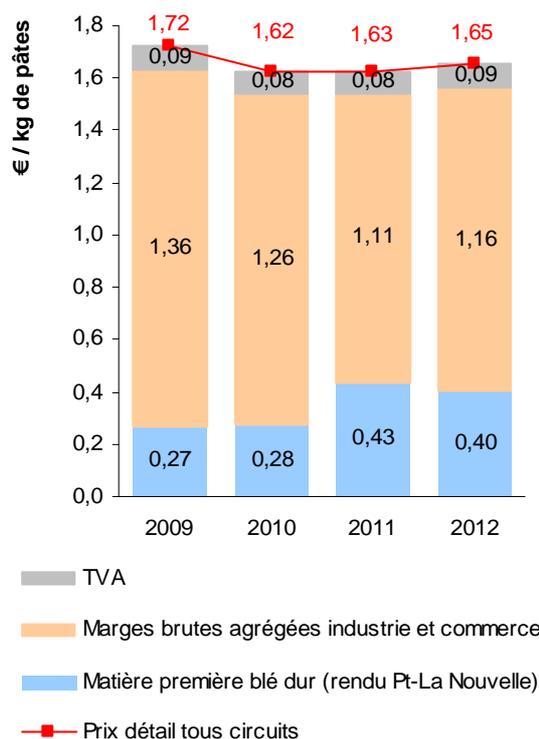
Le coût de la matière première baisse un peu en 2012 et au 1<sup>er</sup> semestre 2013 par rapport à 2011, permettant une progression de la marge brute de l'aval qui reste cependant très en dessous de ses niveaux de 2009 ou 2010.

Graphique 1. Evolution de la part de la matière première blé dur dans le prix au détail des pâtes alimentaires



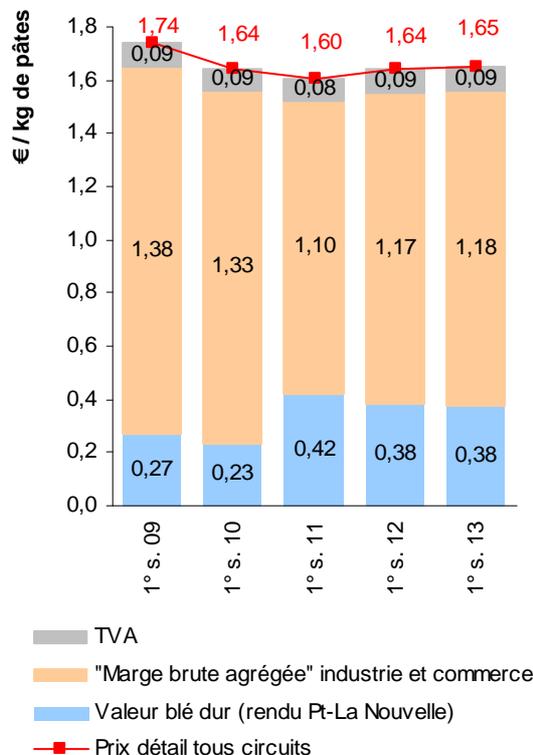
Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

Graphique 2. Composantes du prix moyen des pâtes supérieures, tous circuits (moyennes annuelles)



Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

Graphique 3. Composantes du prix moyen des pâtes supérieures, tous circuits (moyennes 1<sup>er</sup> semestres 2009-2013)

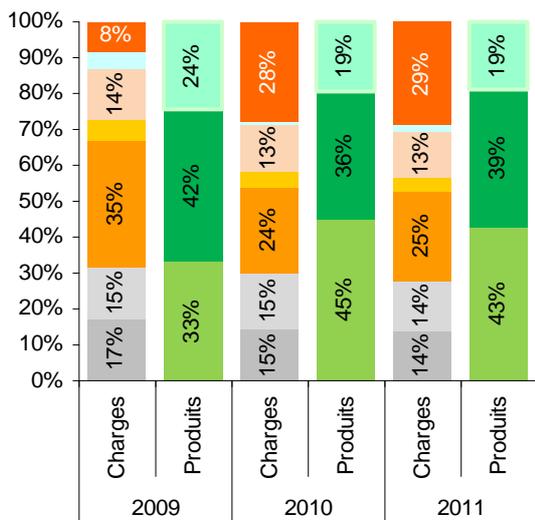


Source : OFPM d'après INSEE, FranceAgriMer, Les Marchés

### Coûts de production du blé dur

A ce stade des travaux de l'observatoire, on ne dispose pas de coûts de production unitaire du blé dur. A défaut, on présente la structure du compte de résultat des exploitations fortement spécialisées dans cette production. Le blé dur entrant dans un assolement, cette « forte » spécialisation est évidemment relative (environ 40 % du produit total) et les charges du compte, portant ici sur l'ensemble des productions, ne peuvent être imputées au seul blé dur. On note, sous cette réserve, la progression du résultat courant (relativement au produit total) sous l'effet de la hausse des cours des céréales.

Graphique 4. **Compte de résultat des exploitations spécialisées dans la production de blé dur**



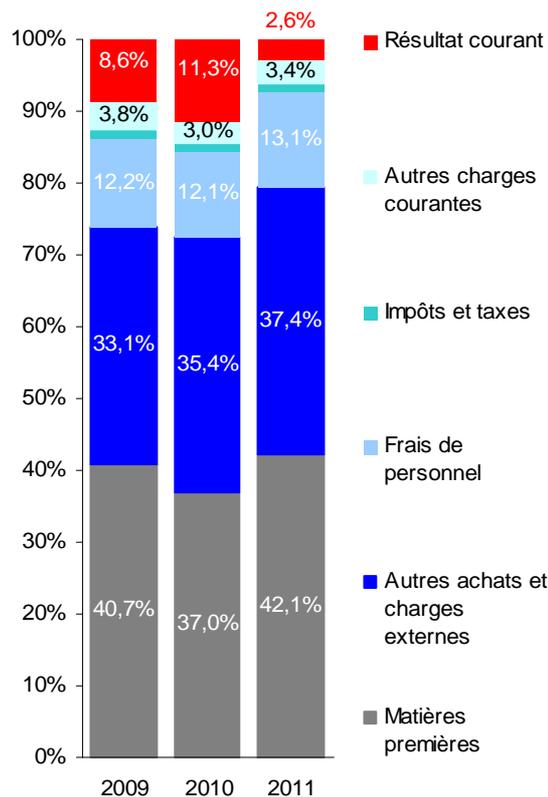
- Subventions d'exploitation
- Autres produits
- Produit blé dur
- Résultat courant avant impôt
- Frais de personnel salarié
- Travaux par tiers, autres charges externes
- Carurants, lubrifiants, combustibles
- Intrants cultures et autres appro.
- Amortissements
- Autres charges de structure

Source : RICA (SSP)

### Coûts dans l'industrie de fabrication des pâtes alimentaires

Les comptes du secteur de la fabrication des pâtes alimentaire montrent la réduction du taux moyen de résultat courant des entreprises en 2011 sous l'effet de la progression du poids des charges en matières premières et autres achats ou charges externes, non intégralement transmise dans les prix de vente.

Graphique 5. **Compte de résultat du secteur de la fabrication des pâtes alimentaires**



Source : ESANE (INSEE)

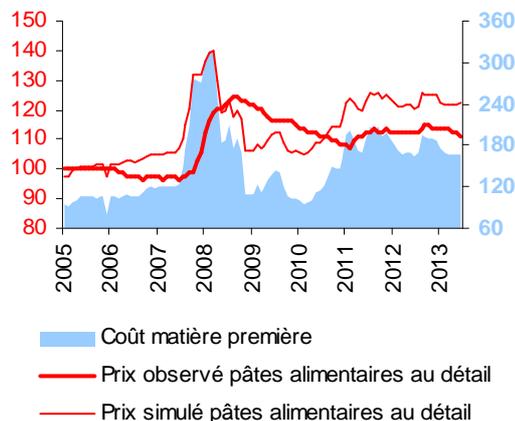
### Comptes du rayon épicerie salée des GMS

Les pâtes alimentaires ne constituant qu'une petite partie de leur rayon de rattachement, il n'apparaît pas pertinent de présenter ici les comptes de ce rayon.

### Transmission des prix dans la filière des pâtes

On représente sur le graphique suivant le prix observé des pâtes supérieures au détail (indice 100 en 2005), le coût de la matière première blé dur et le prix simulé des pâtes au détail qui permettrait le strict maintien à son niveau moyen de 2005, majoré par l'inflation, de la marge brute agrégée (industrie et détail).

Graphique 6. **Prix des pâtes alimentaires au détail, observé et simulé**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Le prix moyen des pâtes au détail suit avec retard et de façon amortie la hausse des coûts de 2007-2008, puis il lisse les variations à la hausse et à la baisse de la période 2009-2010, en restant au-dessus du prix simulé (correspondant à la transmission intégrale des coûts dans le prix).

Lors de la nouvelle phase de hausse du prix du blé dur en 2010-2011, le prix au détail continue d'abord de baisser puis il remonte un peu pour se stabiliser à un niveau inférieur au prix simulé équilibrant le coût en matière première (en baisse sur cette période) et la progression des autres charges à hauteur de l'inflation. Rappelons que le prix suivi ici au détail est celui des pâtes alimentaires toutes origines confondues, les importations représentant 60% de l'offre. Le rapprochement du prix au détail avec celui de la matière première blé dur français présente donc certaines limites.



## Fruits et légumes frais

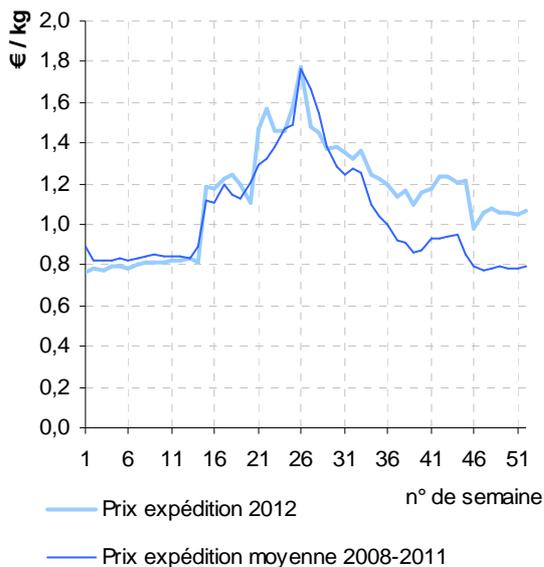
Afin d'appréhender de façon synthétique un « univers fruits et légumes frais » très diversifié, l'observatoire propose désormais de suivre les évolutions de prix, à l'expédition (la première mise en marché) et au détail en GMS, de deux « paniers » de produits d'origine France, l'un de fruits, l'autre de légumes. Leur composition hebdomadaire varie dans l'année en fonction de la saisonnalité des produits. Cependant, la composition du panier de chaque semaine calendaire a été fixée quelle que soit l'année (structure moyenne des achats hebdomadaires de 2008 à 2011) afin de ne suivre, semaine à semaine, que des évolutions de prix, hors effets des variations des quantités achetées des différents produits.

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

La « marge brute de distribution en GMS » considérée ici est la différence entre prix au détail en GMS et prix à l'expédition : outre des coûts dans le périmètre des GMS (centrales, logistique, magasins...) elle peut recouvrir des éléments de marges brute de grossistes. Les prix à l'expédition et au détail du panier de fruits présentent des variations saisonnières similaires et donc une impression de parallélisme au cours de la campagne. Pour autant, la marge brute varie (ce qui ne serait pas le cas si les prix à l'expédition et au détail évoluaient de façon rigoureusement parallèle), elle est plus élevée au printemps, étant ainsi plus ou moins proportionnelle au prix à l'expédition.

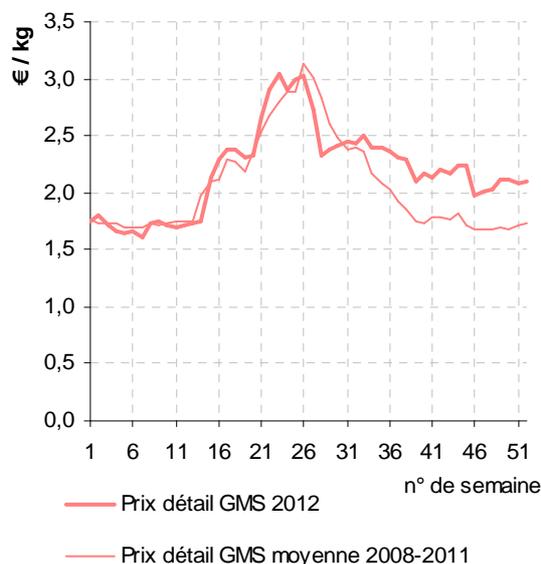
A partir de la 31<sup>ème</sup> semaine, l'année 2012 présente des prix à l'expédition et au détail et des marges brutes hebdomadaires sensiblement plus élevés que la moyenne des cinq années précédentes qui intègrent des périodes de crises importantes.

Graphique 1. Prix expédition du panier de fruits en 2012 comparés à la moyenne 2008-2011



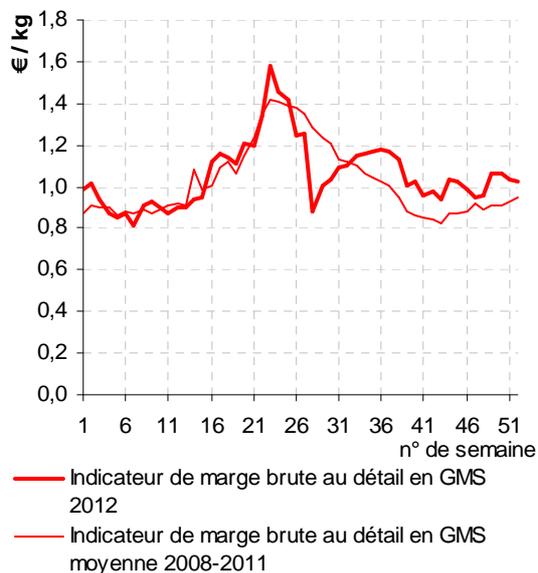
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 2. Prix au détail en GMS du panier de fruits en 2012 comparés à la moyenne 2008-2011



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

Graphique 3. Indicateur de marge brute de distribution en GMS du panier de fruits en 2012 comparé à la moyenne 2008-2011



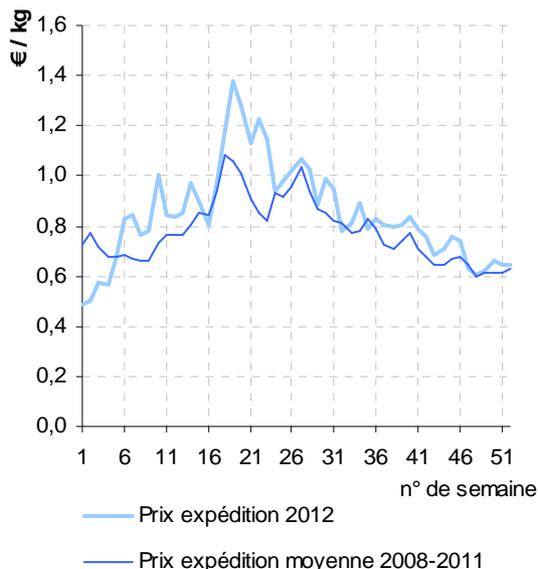
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

## Prix moyen et marge brute de distribution en GMS du panier de légumes de saison

Les prix à l'expédition et au détail du panier de légumes présentent un pic entre la 16<sup>ème</sup> et la 21<sup>ème</sup> semaine, période à partir de laquelle on observe également que la marge brute de la distribution tend à diminuer.

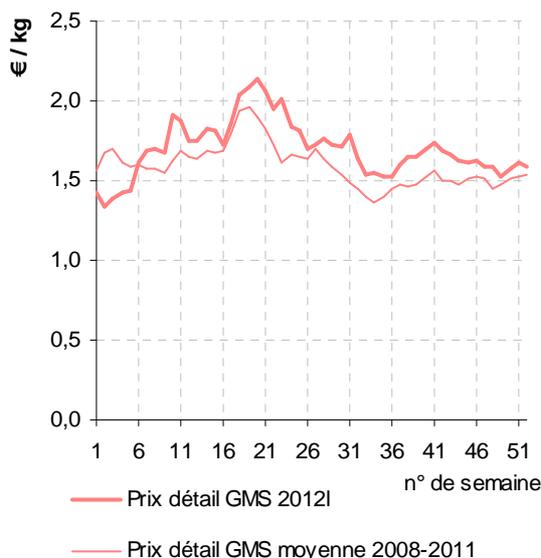
L'année 2012 a présenté des prix à l'expédition et au détail, ainsi que des marges brutes, globalement plus élevés que ceux de la moyenne des cinq années précédentes.

Graphique 4. Prix à l'expédition du panier de légumes en 2012 comparés à la moyenne 2008-2011



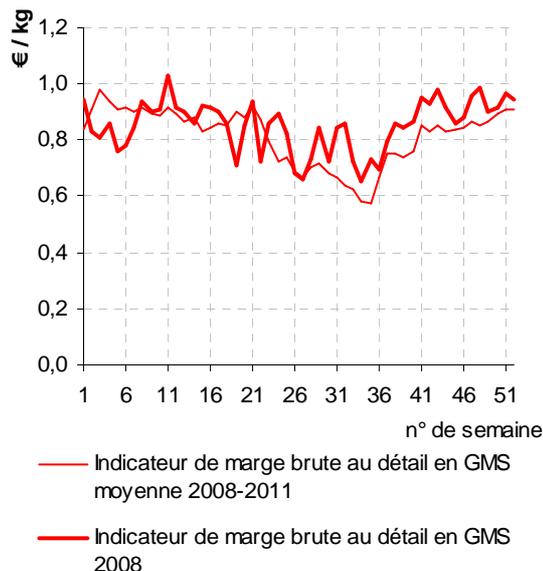
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 5. Prix au détail en GMS du panier de légumes en 2012 comparés à la moyenne 2008-2011



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

Graphique 6. Indicateur de marge brute de distribution en GMS du panier de légumes en 2012 comparé à la moyenne 2008-2011



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

## Comptes des exploitations légumières 2011

Cf. graphique 7 page suivante.

Les comptes des exploitations légumières (qui recouvrent une grande variété de systèmes, appréhendée dans le chapitre 3 du rapport) sont caractérisés par le poids important de la main-d'œuvre salariée.

En 2011, le revenu net calculé en imputant un niveau standard de rémunération du travail familial est négatif (-7,4 k€), la rémunération calculée (42,6 k€) excédant le bénéfice comptable hors rémunération calculée (soit 35,2 k€).

## Comptes des exploitations fruitières 2011

Cf. graphique 8 page suivante.

Point commun avec les exploitations légumières : le poids de la main-d'œuvre salariée dans les exploitations fruitières est également important.

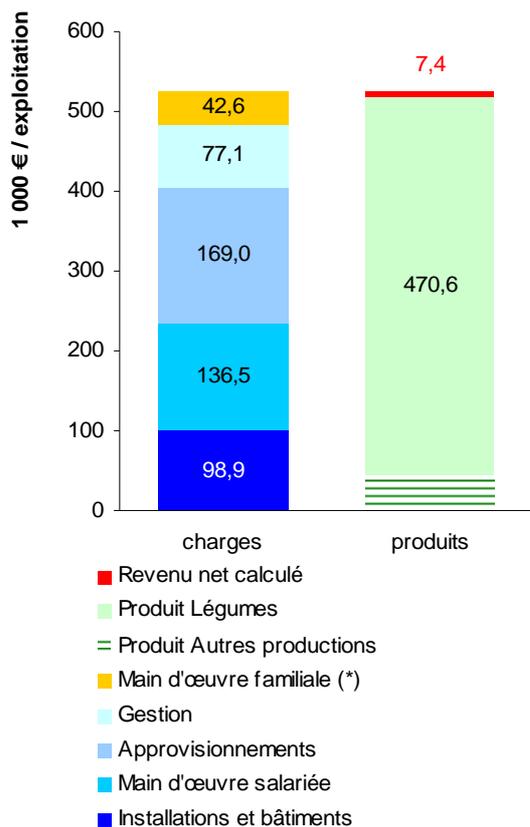
En 2011, le revenu net calculé en imputant un niveau standard de rémunération du travail familial est négatif (-1,01 k€), la rémunération calculée (34,04 k€) excédant le bénéfice comptable hors rémunération calculée (soit 33,03 k€).

## Coûts des entreprises d'expédition de fruits et légumes

Cf. graphique 9 page suivante.

En 2011, le poste des achats de marchandises (fruits et légumes à commercialiser) représente en moyenne 74% du CA des entreprises qui assurent la 1<sup>ère</sup> mise en marché des fruits et des légumes. La marge commerciale, soit donc environ 26% du CA et autres produits, recouvre les diverses consommations intermédiaires (énergie, emballages...), les frais de personnel et d'autres charges, laissant un résultat courant égal à 1,5% du produit en 2011, proche du taux de 2010 et supérieur à celui de 2009 (1%).

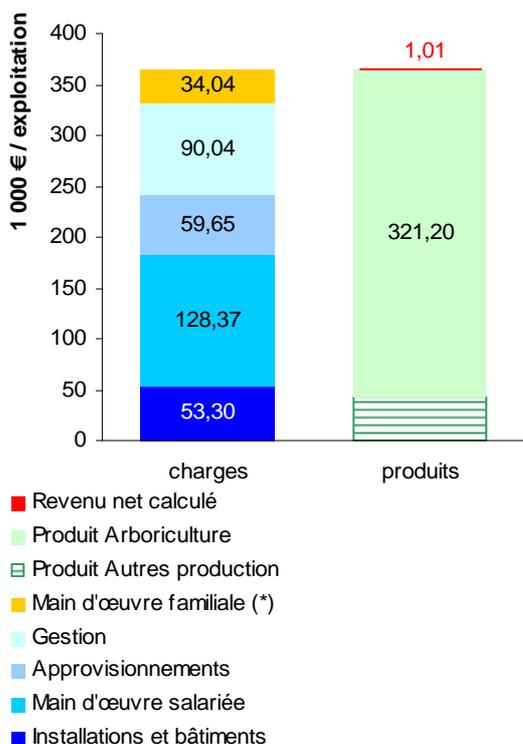
Graphique 7. Comptes des exploitations légumières spécialisées (2011)



(\*) charge supplétive calculée

Source : CTIFL, Légumes de France, CerFrance, FranceAgriMer

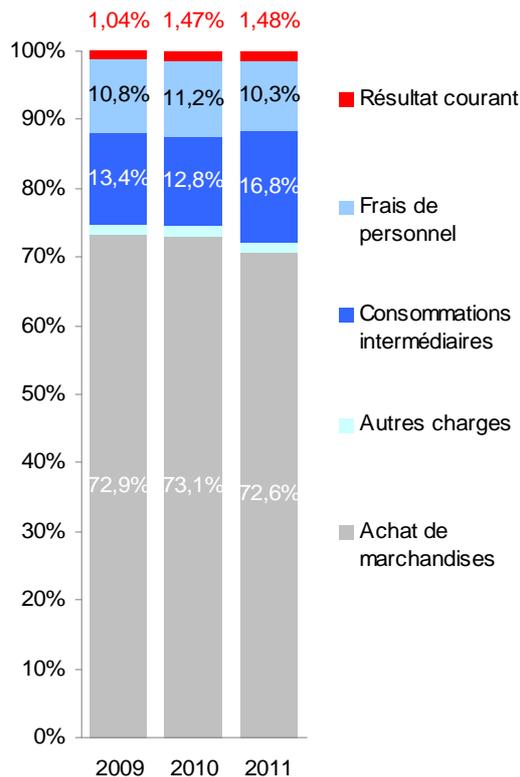
Graphique 8. Comptes des exploitations fruitières spécialisées (2011)



(\*) charge supplétive calculée

Source : CTIFL, FNPF, CerFrance, FranceAgriMer

Graphique 9. Coûts des entreprises d'expédition de fruits et légumes



Source : CTIFL

### Comptes du rayon fruits et légumes des GMS

Le rayon fruits et légumes présente des frais de personnel dédiés assez importants, du fait notamment du réassortiment fréquent du rayon, ils représentent : 8% du chiffre d'affaires. De plus, l'affectation forfaitaire de diverses charges communes en fonction de la superficie a pour effet de grever la marge nette de ce rayon, étendu en surface au regard de son chiffre d'affaires.

Tableau 1. Comptes moyens du rayon Fruits et Légumes en GMS. Pour 100 € de CA

|  | 2011          | 2012          |
|--|---------------|---------------|
| Chiffre d'affaires du rayon  | 100,0 €       | 100,0 €       |
| - Coût d'achat des produits  | 72,6 €        | 70,2 €        |
| = <b>Marge brute</b>   | <b>27,4 €</b> | <b>29,8 €</b> |
| - Frais de personnel du rayon  | 8,0 €         | 8,1 €         |
| = <b>Marge semi - nette</b>  | <b>19,4 €</b> | <b>21,7 €</b> |
| - Autres charges   | 18,4 €        | 20,3 €        |
| = <b>Marge nette avant impôt</b>                                     | <b>1,1 €</b>  | <b>1,4 €</b>  |
| <i>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (*)</i> | <i>0,7€</i>   | <i>0,9€</i>   |

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres.

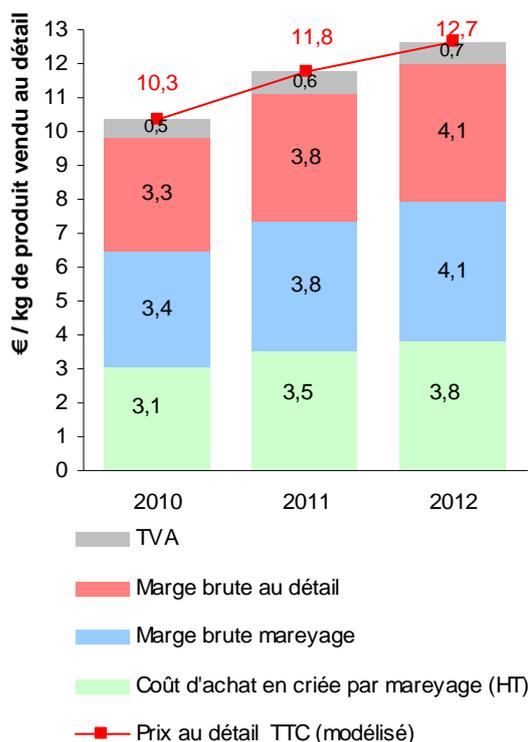


## Produits de la pêche et de l'aquaculture

L'analyse de la formation des prix au détail pour les produits de cette filière nouvellement inscrite au programme de l'observatoire se heurte à l'absence de données de prix représentatives et régulièrement renseignées aux stades « intermédiaires » du circuit, entre la 1<sup>ère</sup> mise en marché en criée et la vente au détail.

### Exemple de décomposition du prix au détail d'un poisson : le merlan

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



Sources : GEM

Bien que le prix en criée, entre 0,98 et 1,20 € / kg de merlan, ne représente environ que 8 à 10% du prix au détail, le jeu des rendements et des taux de pertes entraîne que les achats en criée nécessaires pour assurer la vente d'un kg au détail sont compris entre 3,1 et 3,8 € dans le circuit aboutissant en GMS (Graphique 1).

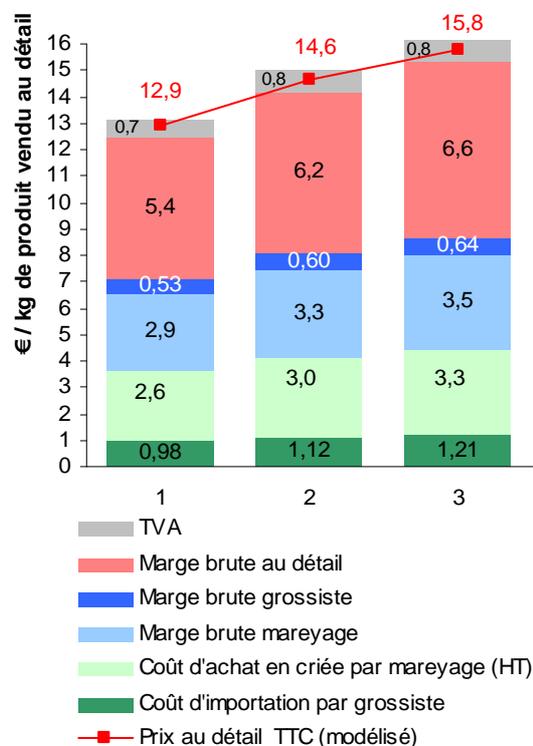
Dans ce circuit, marges brutes du mareyage-filetage et de la GMS sont du même ordre de grandeur.

Le taux de marge au détail en GMS est de l'ordre de 34% pour ce produit, supérieur à la moyenne du rayon poissonnerie (cf. tableau 1 page suivante).

Dans le circuit « poissonnerie » modélisé par l'étude du cabinet GEM, une partie du produit final est importé par des grossistes qui fournissent les poissonniers (Graphique 2) ; la marge brute du détail représente environ 40% du prix au consommateur.

Cette marge brute recouvre les charges et le résultat courant représentés en couleur (non grisé) sur le graphique 3.

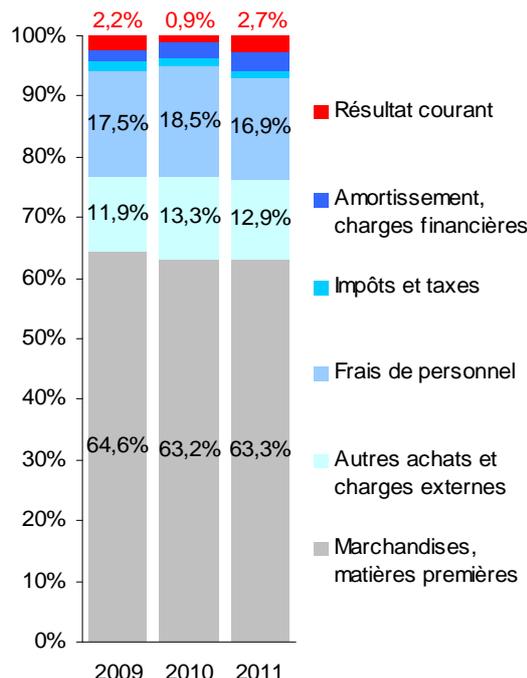
Graphique 2. Composantes du prix du merlan au détail en commerce de poissonnerie spécialisé



Sources : GEM

### Structure des charges des commerces de détail spécialisés de poissonnerie

Graphique 3. Structure des charges du commerce spécialisé de poissonnerie au détail



Source : ESANE (INSEE)

## Comptes du rayon poissonnerie

Le rayon poissonnerie recouvre ici la poissonnerie traditionnelle (vente assistée), le libre service de produits frais en UVCI ou UVCM, la saurisserie et les produits de « traiteur de la mer ». Il présente des frais de personnel dédié importants, du fait notamment du réassortiment fréquent du rayon, de la vente assistée, de la préparation de produits en magasin (UVCM).

La répartition des autres charges entraîne une marge nette négative.

Tableau 1. **Comptes moyens du rayon Poissonnerie en GMS.** Pour 100 € de CA

|  | 2011      | 2012          |
|--|-----------|---------------|
| Chiffre d'affaires du rayon  | <i>nd</i> | 100,0 €       |
| - Coût d'achat des produits  | <i>nd</i> | 72,2 €        |
| <b>= Marge brute</b>   | <i>nd</i> | <b>27,8 €</b> |
| - Frais de personnel du rayon  | <i>nd</i> | 15,3 €        |
| <b>= Marge semi - nette</b>  | <i>nd</i> | <b>12,5 €</b> |
| - Autres charges   | <i>nd</i> | 18,3 €        |
| <b>= Marge nette avant impôt</b>                                     | <i>nd</i> | <b>-5,8 €</b> |
| <i>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (*)</i> | <i>nd</i> | <i>-3,7 €</i> |

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

*nd* : non disponible.

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes réalisée par FranceAgriMer avec leur concours, 2012 et 2013.

Rappelons que les résultats nets par rayon doivent être examinés globalement, en considérant la péréquation qui peut s'opérer entre rayons à marge nette positive et ceux à marge nette négative. Les rayons de la grande distribution n'existent pas et ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres.

## Introduction du Président de l'Observatoire

La campagne 2012-2013 a encore été marquée par de fortes tensions sur les marchés agricoles tant mondiaux qu'europeens. Au plan mondial, la sécheresse américaine de l'été 2012 s'est traduite par des hausses de prix du maïs et du soja, ce qui a eu un impact notable sur les coûts de l'alimentation du bétail en Europe et en France au moins jusqu'au printemps 2013. Par la suite une récolte mondiale de grains exceptionnelle a favorisé une détente relative des cours qui restaient à l'automne 2013 à des niveaux soutenus, d'autant plus qu'apparaissait une demande nouvelle en provenance de Chine pour le maïs et le blé. Parallèlement les marchés des produits animaux (viande bovine, porcine, et dans une moindre mesure produits laitiers) bénéficiaient en Europe d'une conjoncture favorable qui a pu compenser en partie la hausse des coûts de l'alimentation animale.

Ces fortes perturbations des marchés agricoles ont provoqué des tensions au sein des filières allant du champ à l'assiette. Dans un contexte économique marqué par la récession et la montée du chômage, les prix alimentaires au stade de la consommation sont restés relativement stables, contrastant avec la volatilité qui est désormais la règle à l'amont, au niveau des marchés agricoles, avec la poursuite du démantèlement des dernières mesures d'encadrement des marchés dans le cadre de la Politique Agricole Commune.

Ceci n'a pas manqué d'avoir des conséquences en termes de marges tant au niveau de l'industrie que de la distribution, au cœur donc de la mission de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires. Rarement en effet l'existence de l'Observatoire ne s'est autant justifiée à la fois comme vecteur de la transparence au-delà de bien des idées reçues et comme lieu d'échanges entre les grandes familles de la production agricole, de la transformation alimentaire, du commerce et de la distribution.

Le troisième rapport que l'Observatoire présente au Parlement approfondit la logique des deux rapports précédents tout en élargissant de manière importante ses champs d'investigations :

- au niveau des filières couvertes tout d'abord, avec l'intégration de secteurs nouveaux comme ceux des filières céréalières au niveau pour l'instant de la boulangerie et des pâtes alimentaires, la pêche et l'aquaculture ainsi que les fromages de chèvre. Dans certains cas toutefois, l'état de développement des analyses demeure embryonnaire mais il devrait faire l'objet de notables améliorations dans les années à venir, l'objectif étant de couvrir l'essentiel des filières agroalimentaires françaises, au moins partout où une démarche de la nature de celle de l'Observatoire apparaît pertinente.
- au niveau du calcul des marges brutes et nettes tant de la transformation que de la grande distribution. Un effort tout particulier a été réalisé en 2013 pour affiner les calculs de marge nette des rayons de la grande distribution qui avaient été présentés pour la première fois en 2012. Il en a été de même pour les marges industrielles en particulier en ce qui concerne l'industrie laitière.
- au niveau enfin des coûts de production agricole : les méthodes de calcul ont été davantage harmonisées et des simulations sur la période en cours sont proposées.

Pour chacune des filières, des analyses de la transmission des prix ont été réalisées, permettant de mesurer les capacités plus ou moins grandes d'amortissement des variations des prix agricoles au stade de l'industrie ou à celui de la distribution.

Quelles sont les principales conclusions que l'on peut tirer de ce rapport de l'Observatoire :

- en premier lieu, constater que le produit agricole (matière première) ne représente qu'une part relativement faible du prix à la consommation, même pour des produits « basiques » peu ou pas transformés (de l'ordre de 50% pour les fruits et légumes). Si la part du blé dans le pain a évolué entre 4% et 9% sur la période d'observation de 2005 à 2012 (8,35% au premier semestre 2013), celle du lait dans le yaourt n'est en 2013 que de 15%, de 43% par contre dans l'emmental. Pour la carcasse reconstituée de viande bovine, on est au premier semestre à 53% (44% un an auparavant), à près de 35% de porc dans le jambon, un chiffre identique à celui du poulet. Si on tenait compte des plats cuisinés et autres produits alimentaires élaborés, on arriverait à ce constat d'une part agricole bien faible dans le panier alimentaire des ménages. Ceci est bien entendu confirmé par les calculs réalisés sur la répartition de la valeur ajoutée générée par la consommation alimentaire, présentés à nouveau à la fin du rapport dans une perspective européenne.
- remarquer cependant qu'en période de fortes tensions sur les cours, cette part agricole a tendance à augmenter comme cela a été noté pour la viande bovine, le jambon (de 31,7% à 34,8% en un an) et bien sûr pour la baguette... . A la différence d'autres pays européens, le lissage des prix à la consommation est une caractéristique du modèle français probablement accentué par la concentration de la grande distribution et l'existence de négociations annuelles pour de très nombreux produits. Sur les dernières campagnes, ce lissage a clairement joué en faveur des consommateurs, la plupart de nos graphiques mettant en évidence que les prix au détail simulés, tenant compte des hausses des prix des matières premières ou des prix en amont, sont supérieurs aux prix effectivement observés. C'est particulièrement vrai en 2013 pour des produits comme le jambon, la viande bovine, le poulet et les pâtes alimentaires.
- suivant les secteurs la répartition de « l'effort » entre l'industrie et la grande distribution est variable, le rôle d'amortisseur de la grande distribution étant plus sensible pour les produits les plus directement soumis aux variations des prix agricoles. Ceci peut d'ailleurs contribuer à expliquer que c'est dans ces rayons que les marges nettes de la grande distribution sont les plus faibles, voire franchement négatives. En revanche, pour d'autres secteurs comme les produits laitiers, l'ajustement est souvent le fait de l'industrie. De façon plus structurelle, interviennent également dans l'effet « amortisseur » des hausses des prix des intrants, les gains de productivité, plus ou moins importants selon les secteurs de la filière, mais devenus difficiles à réaliser dans certains maillons « matures » de l'industrie agroalimentaire, comme l'ont montré plusieurs études.
- la vive concurrence entre enseignes de distribution semble bien être le fluide du « circuit de refroidissement » des hausses de prix agroalimentaires et de leur transmission vers le consommateur. Ceci étant, force est de constater que dans bien des filières – notamment animales – nous sommes arrivés aux limites du supportable. Même en tenant compte des hausses de prix, les secteurs d'élevage étaient au début de 2013 clairement dans le rouge dans le domaine du porc, de la volaille et à peine à l'équilibre – en tenant compte des subventions – pour la viande bovine et le lait. Quant aux comptes des industriels – notamment dans la première transformation – ils n'ont cessé de se dégrader, ce que l'on retrouve sur le terrain avec les difficultés de nombreuses entreprises. La fin des dernières mesures issues de la PAC (quotas laitiers, restitutions à l'exportation pour les volailles) n'a fait qu'accroître le phénomène.

C'est en effet dans un contexte nouveau que vont devoir évoluer les filières agroalimentaires en France, un contexte marqué par l'instabilité des prix des produits agricoles (et le besoin de disposer de marchés de référence fiables, transparents et bien régulés) et par la nécessité de rentrer dans des logiques de contractualisation permettant de mieux répartir les ajustements nécessaires y compris au stade de la consommation.

Nous sommes là au cœur même de la raison de l'existence de l'Observatoire : fournir à l'ensemble des acteurs, ainsi qu'aux décideurs politiques, un ensemble unique (et sans équivalent en Europe) de données et d'analyses permettant de suivre les prix et les marges au long des filières alimentaires. Ceci permet d'aller à l'encontre de bien des idées reçues et d'opinions préconçues. Mais cette « somme » ne sera rien si elle n'est pas mise au service d'un véritable esprit de dialogue et de partenariat à l'inverse des querelles et des affrontements stériles qui ont trop longtemps marqué les relations commerciales dans un pays comme la France.

De ce point de vue, le président de l'Observatoire ne peut que louer la qualité et la participation des professionnels qui ont apporté leur contribution à la vingtaine de réunions tant du comité de pilotage que des groupes de travail spécialisés et qui ont souvent accepté de participer à la collecte de données nécessaires notamment en ce qui concerne la grande distribution. Preuve de cette volonté de « travailler ensemble », il faut souligner que le présent rapport au Parlement a fait l'objet d'une adoption à l'unanimité par toutes les organisations représentées au comité de pilotage : producteurs, industriels, commerçant et distributeurs, consommateurs, suite à la réunion du comité de pilotage qui s'est tenue le 20 novembre 2013.

Qu'il me soit enfin permis de souligner que ce travail n'a été possible que grâce aux efforts des équipes de l'Observatoire autour de son secrétaire général, Philippe Boyer, et de l'ensemble des collaborateurs pour la plupart issus de FranceAgriMer. Leur implication a été essentielle tout comme celle des services de la statistique du Ministère de l'Agriculture, de l'INSEE, de l'INRA... La France a la chance de disposer d'un appareil de collecte et de traitement des statistiques tout à fait exceptionnel notamment dans le champ agroalimentaire et il serait dommage de ne pas le mettre en valeur.

Puisse ainsi la petite musique de l'Observatoire faire son chemin et permettre au-delà de la transparence d'aller vers un peu plus de confiance. C'est là le vœu d'un président qui ne peut que remercier encore tous ceux qui l'ont accompagné en cette année 2013.

Philippe CHALMIN

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



# Chapitre 1. Missions, organisation et moyens

## 1. MISSIONS ET CONTEXTE

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 L621-1<sup>4</sup> 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.

Les travaux de l'observatoire rejoignent ceux de dispositifs de même nature en Europe (Espagne, notamment), aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Ils ont fait à ce titre l'objet de présentations dans des instances internationales (Commission européenne et OCDE en 2011), lors de séminaires à l'étranger (Canada - Québec et Ukraine en 2012) et de visites d'organisations étrangères en France (ISMEA – agence italienne d'informations économiques sur les margés agricoles – en 2012 et 2013, LEI – centre de recherches en économie agricole de l'Université de Wageningen, Pays Bas, en 2013).

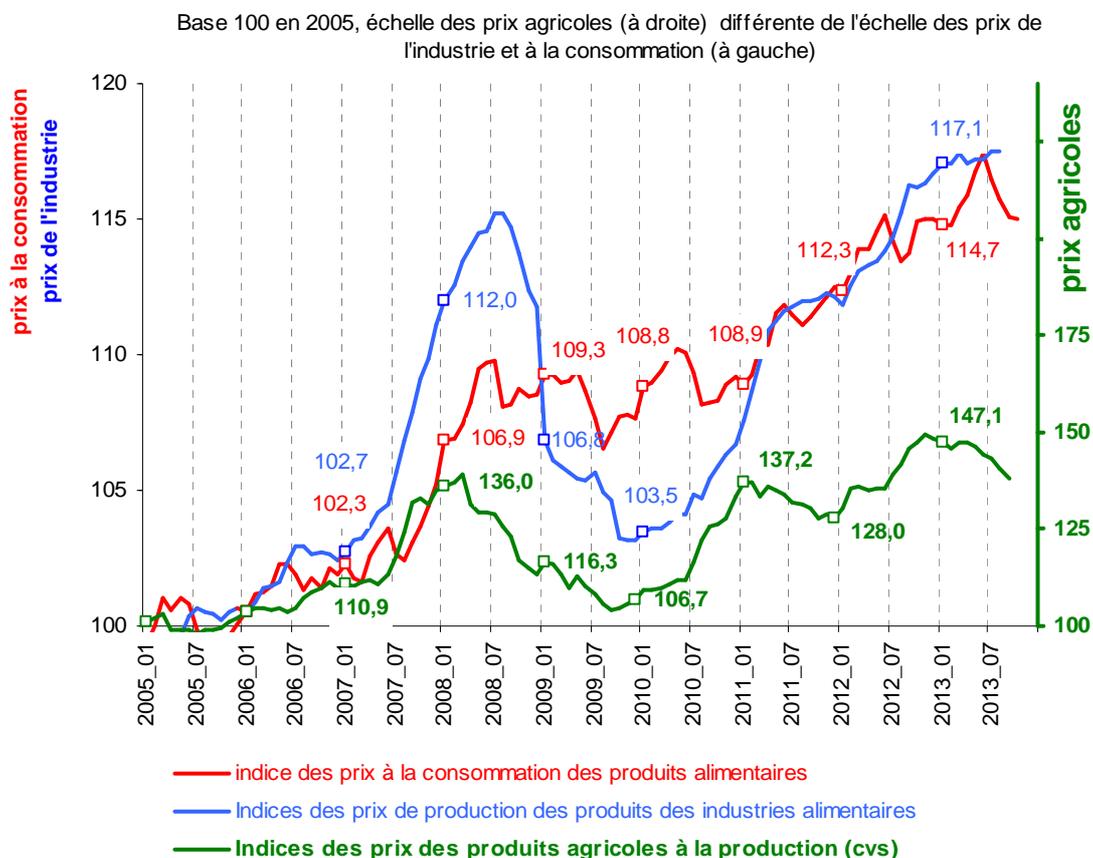
---

<sup>4</sup> FranceAgriMer, Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer

Encadré 1

**Mise en place d'un observatoire des prix et des marges des produits alimentaires dans un contexte initial de forte hausse conjointe des prix amont et aval (mi-2007-2008), suivi d'évolutions contrastées (2008-2011) puis d'une nouvelle phase de hausse générale (2012-mi-2013).**

Graphique 1



Source : INSEE-SSP

Les évolutions des prix alimentaires ne peuvent pas reproduire, sauf de façon amortie, celles des prix agricoles. En effet, le produit agricole n'intervient que pour partie dans la valeur du produit fini, et dans une proportion d'autant plus faible que le produit alimentaire résulte de transformations plus importantes.

En 2007, les prix agricoles enregistrent une forte hausse (+ 23% sur l'année<sup>5</sup>), qui s'accompagne d'une augmentation sensible des prix alimentaires à la consommation (+ 4 % dans la même période). Les prix alimentaires sortie usine, eux, ont enregistré dans le même temps une croissance de 9 %.

En 2008 et 2009, la hausse précédente des prix agricoles est annulée (baisse de -22%), les prix alimentaires sortie usine enregistrent une baisse de 8 % alors que les prix alimentaires à la consommation continuent de progresser (+2%). C'est dans ce contexte d'évolutions divergentes des prix amont et aval qu'est mis en place, par les ministres chargés de l'agriculture et de la consommation, le dispositif d'observatoire des prix et des marges des produits alimentaires, que la LMAP a consolidé en juillet 2010.

En 2010, les prix agricoles ont augmenté à nouveau (+ 29 %), retrouvant début 2011 les niveaux atteint début 2008 ; cette augmentation n'est pas reproduite par les prix des produits alimentaires à la consommation, dont l'indice reste stable sur la même période malgré l'augmentation des prix industriels.

En 2011, nouvelle évolution divergente entre les prix agricoles, qui redescendent (-7 %), et les prix industriels et à la consommation, qui augmentent (+4% et +3%)

L'année 2012 se caractérise par une remontée des prix agricoles (+15%), industriels (+4%) et à la consommation (+2%).

Au premier semestre 2013, les prix agricoles enregistrent une baisse, habituellement observée en cette période, tandis que les prix en aval poursuivent leur progression jusqu'en juillet 2013. Les prix à la consommation baissent habituellement dans le 2<sup>nd</sup> semestre, en 2013 cette baisse paraît très nettement marquée.

<sup>5</sup> NB : avec  $I_2$  et  $I_1$  les indices de prix en janvier des années 2 et 1, la variation de prix en pourcentage correspondante est

donnée par :  $\frac{I_2}{I_1} - 1$

## 2. ORGANISATION

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires prend la forme d'une « *commission administrative consultative* ». Projet mobilisant essentiellement, en sus de leurs travaux courants, diverses équipes constituées pour d'autres missions, ce n'est pas un service propre du MAAF<sup>6</sup> ou de FranceAgriMer.

Ainsi que le prévoit l'article D692-1 du code rural et de la pêche maritime, le dispositif s'appuie sur FranceAgriMer pour recueillir les données nécessaires, les traiter et les analyser, réaliser ou faire réaliser des travaux d'étude, produire les rapports sur ces travaux et assurer la diffusion des résultats.

Le même article prévoit qu'un comité de pilotage, présidé par le président de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et associant les représentants des diverses familles professionnelles, des consommateurs et des services concernés de l'Etat, assure l'orientation et le suivi des travaux. La composition de cette instance est prévue par l'article D692-3 et ses membres ont été nommés par un arrêté du 18 février 2011 complété par les arrêtés du 27 août 2012 et du 28 octobre 2013. (cf. site internet de l'observatoire).

Des « groupes de travail » ont en outre été constitués, afin de suivre les travaux spécifiques de chaque filière, de mobiliser l'expertise de différents services publics ou d'organisations professionnelles et de solliciter, auprès des fédérations professionnelles de l'industrie et du commerce, les données comptables et technico-économiques indispensables.

Les travaux techniques de l'observatoire sont principalement réalisés par FranceAgriMer avec la collaboration du Service de la statistique et de la prospective (SSP) du MAAF, de l'INSEE, et des instituts techniques interprofessionnels et de certaines fédérations du commerce ou des industries agroalimentaires, selon le partage des tâches suivant :

- la conception des modèles de calcul des marges brutes, la constitution des bases de données de prix nécessaires et le traitement de ces informations sont assurés par FranceAgriMer (direction Marchés, études et prospective) ;
- l'élaboration des données de coûts de production agricoles et d'indicateurs représentatifs au niveau national, à partir des données du RICA<sup>7</sup>, s'appuie sur les travaux SSP ;
- via des traitements particuliers des données des enquêtes annuelles d'entreprises, le SSP produit en outre des comptes sectoriels industriels adaptés à l'analyse des coûts dans les industries de transformation des viandes ; dans certains secteurs, une information similaire mais plus adaptée est fournie par les fédérations professionnelles à partir d'analyses faites par la Banque de France (charcuterie-salaison), les Centres de gestion agréés (boulangerie artisanale) ou les services de FranceAgriMer ;
- les instituts techniques interprofessionnels assurent l'analyse des coûts de production agricoles en fonction de la diversité des systèmes d'exploitation ; pour les fruits et les légumes, le centre technique de la filière fournit en outre à l'observatoire des informations comptables sur le commerce spécialisé ;
- l'INSEE transmet à l'observatoire des données de prix aux stades industriels qu'il recueille dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Les fédérations professionnelles (industrie, commerce) participent également à l'information de l'observatoire en la matière, dans le respect des règles de la concurrence et de confidentialité ;
- depuis l'édition 2012, le rapport de l'observatoire présente les résultats d'une approche macroéconomique (le suivi des prix et des marges par produit étant plutôt de nature microéconomique) de la formation de la valeur des produits alimentaires conçue, avec la collaboration de l'INSEE, par Jean-Pierre Butault, directeur de recherches à l'INRA, membre en tant qu'expert du comité de pilotage de l'observatoire.

---

<sup>6</sup> Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et de la forêt.

<sup>7</sup> Réseau d'information comptable agricole : base de données comptables individuelles, complétées par des données de structure, constituée par un échantillon représentatif des exploitations agricoles dites « professionnelles ».

FranceAgriMer coordonne les travaux, assure la synthèse de ces différentes contributions, la préparation des documents de travail et des rapports, la mise à jour et la diffusion périodiques des résultats via un site internet spécialement conçu à cet effet.

### 3. MOYENS POUR LE RECUEIL DES DONNEES, LEUR TRAITEMENT ET LA DIFFUSION DES RESULTATS

#### 3.1. Recueil des données de prix aux différents stades

En matière de **prix à la production** ou à la **première mise en marché des produits agricoles**, l'observatoire s'appuie principalement sur les dispositifs de cotations gérés par FranceAgriMer et mis en œuvre dans les réseaux régionaux de l'établissement, tels que le Réseau des nouvelles des marchés (fruits et légumes, porc) et le réseau des cotations bovines. Les moyens humains alloués à la réalisation de ces cotations à la production ou à la première mise en marché sont estimés à 30 équivalents temps plein (ETP), pour le recueil des données utilisées par l'observatoire (entre autres utilisateurs, évidemment).

Les **prix au détail** sont suivis par FranceAgriMer principalement au travers de l'achat de données de panels de consommateurs ou de distributeurs à des sociétés de sondage, pour un coût de 2,5 M€ en 2013. Pour les fruits et légumes, les références utilisées sont les relevés hebdomadaires de prix effectués par les agents du réseau des nouvelles des marchés dans un panel national de 150 magasins de grande et moyenne surfaces (cf. chapitre 2), les moyens humains mobilisés pour ce dispositif représentent 15 ETP pour le recueil des données intéressant l'observatoire (entre autres utilisateurs, évidemment). Dans certains cas, les prix moyens au détail diffusés par l'INSEE sont utilisés.

Une convention établie entre FranceAgriMer et l'INSEE en 2011 prévoit le recueil, par l'institut, de données de **prix agroalimentaires sortie usine** pour l'observatoire. Opérationnel dans les filières viandes et lait de vache, l'extension de ce dispositif aux filières céréalières abordées pour la première fois dans ce rapport 2013 a nécessité des travaux préalables et les premiers résultats ne seront disponibles qu'en 2014.

Dans la filière viande bovine, FranceAgriMer a bénéficié du concours actif des fédérations professionnelles industrielles pour mettre en place, dans le respect des règles de la confidentialité et de la concurrence, le recueil de données de prix « sortie industrie », jusque-là non disponibles, fondée sur un modèle-type de la valorisation industrielle de l'ensemble de la carcasse.

#### 3.2. Connaissance des coûts sectoriels

L'analyse des « marges brutes » (valeurs ajoutées à la matière première) dans **l'industrie de transformation** nécessite de disposer de données comptables d'un niveau de précision (type de produits élaborés, flux physiques...) généralement supérieur à celui des séries statistiques sectorielles des industries agroalimentaires habituellement diffusées par le SSP. Dans ce but, le SSP a réalisé des traitements spécifiques de ses bases de données de comptes industriels (issues des enquêtes EAE et ESANE<sup>8</sup>) afin de répondre aux besoins de l'observatoire de la formation des prix et des marges.

Pour certaines filières, FranceAgriMer complète ces données par des éléments provenant des fédérations professionnelles et de comptes d'entreprises suivies par l'établissement.

Le caractère multi-produit (y compris non alimentaire) de **la grande distribution**, les diverses modalités d'organisation et d'articulation entre têtes de réseau d'enseigne, centrales d'achat et magasins, les divers modes de comptabilité analytique des magasins et des enseignes et d'évidentes contraintes de moyens... ont nécessité de concevoir et de mettre en place un dispositif spécifique

---

<sup>8</sup> EAE : enquête annuelle d'entreprise, dispositif de recueil de données économiques dans les IAA, remplacé à partir de 2008 par ESANE (élaboration des statistiques annuelles d'entreprises), dispositif qui mobilise dans le même objectif les données fiscales et sociales des entreprises.

pour recueillir des données sur les coûts analytiques des GMS, afin d'expliquer les niveaux de marges brutes, ou marges commerciales, par rayon.

Pour le présent rapport 2013, la méthode initialement mise en œuvre en 2012 a été améliorée. A ce titre, elle est présentée en détail dans le chapitre 2.

La prise en compte du stade du **commerce en gros ou interentreprises** dans la formation des prix aux consommateurs s'impose particulièrement dans les filières des fruits et légumes (première mise en marché par les expéditeurs), où, pour la connaissance des coûts propres à ces opérateurs, l'observatoire de la formation des prix et des marges a bénéficié de données issues d'organisations et d'instituts techniques professionnels, retraitées par FranceAgriMer. Ce suivi du commerce interentreprises n'a pas pu, cette année 2013, être étendu au commerce du bétail en vif entre l'élevage et l'abattage.

Les travaux sur les **coûts de production agricole** mobilisent les instituts techniques professionnels et le SSP. Le SSP fournit à FranceAgriMer des données issues du réseau d'information comptable agricole (RICA) que les deux organismes exploitent ensemble pour l'observatoire. Le dispositif mobilise un équivalent temps plein pendant 25 jours au SSP.

### **3.3. Coordination des travaux, études et rapports, réalisation d'un site internet par FranceAgriMer**

En 2013, FranceAgriMer a mobilisé directement les moyens humains suivants pour l'observatoire :

- un cadre à plein-temps (secrétaire général de l'observatoire), soit 1 ETP ;
- une chargée de mission à mi-temps (coordination, études horizontales : coûts de production agricoles, comptes des GMS et des IAA), soit 0,5 ETP ;
- huit ingénieurs chargés d'études économiques sectoriels, pour environ 25 % de leur temps, soit 2 ETP ;
- conception et développement de la deuxième version du site internet : 0,5 ETP.

Soit 4 ETP, auxquels s'ajoutent le secrétariat et la quote-part des services généraux, non évalués.



## Chapitre 2. Méthodes et données de cadrage

La présentation détaillée des sources de prix agroalimentaires utilisées par l'observatoire figure dans l'édition 2012 du rapport, disponible en ligne sur le site internet de l'observatoire ([www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr](http://www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr)). Elle n'est pas renouvelée ici.

Le présent chapitre revient cependant sur la notion de « marge brute », au départ des analyses de l'observatoire.

Ensuite, un développement particulier est consacré à la méthode utilisée pour cerner les coûts et marges par rayon dans la grande distribution. Cette méthode, mise en œuvre pour la première fois en 2012, a été améliorée en 2013 pour le présent rapport afin d'apporter davantage de précisions dans la nomenclature des coûts pris en compte (« éclatement » de postes qui n'avaient pu être appréhendés que de façon très agrégée l'an dernier) et d'homogénéité dans les périmètres d'activités considérés (ensemble constitué des magasins, des centrales d'achat qui les approvisionnent et des entités-supports), quel que soit le mode d'organisation de l'enseigne.

Des « données de cadrage » extraites des statistiques disponibles (INSEE) présentent quelques résultats utiles pour resituer chacun des sujets traités dans ce chapitre à une échelle plus globale que celle principalement appliquée par l'observatoire.

### 1. LA NOTION DE MARGE BRUTE : UNE ETAPE DANS L'ANALYSE DE LA FORMATION DES PRIX

#### 1.1. Définitions

La notion de « marge brute » utilisée dans ce rapport est celle définie dans les divers travaux sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires. Certaines de ces études sont anciennes [MASSON, 1975] et d'autres plus récentes, françaises [MAINSANT, 2002, 2003, 2004, 2009], ou étrangères comme celles du service de recherches économiques du ministère de l'agriculture des Etats-Unis [USDA-ERS, 2012]. Ce service publie périodiquement sous la rubrique « *Prices spreads from farm to consumers* » des données sur les parts respectives de l'agriculture et de l'aval agroalimentaire dans le niveau des prix alimentaires au détail.

<http://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer.aspx>

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

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

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

Si la quantité prise comme référence est la quantité vendue sur un exercice comptable, cette marge brute est la « marge commerciale » telle que définie dans la comptabilité générale des entreprises [CASIMIR et al. 1996].

$$\begin{aligned} & \text{Marge brute commerciale} \\ &= \text{Ventes des marchandises} \\ & - \text{Coût d'achat des marchandises} \end{aligned}$$

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

*Marge brute commerciale par unité vendue*  
 = *Prix de vente du produit (par unité vendue)*  
 - *Coût d'achat du produit pour une unité de produit vendu*

ou :

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

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

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

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

*Marge brute de transformation par unité de produit transformé*  
 = *Prix de vente du produit transformé*  
 - *Coût d'achat de la matière première par unité de produit transformé*

ou :

*Marge brute de transformation par unité de produit transformé*  
 = *Prix de vente du produit transformé*  
 - *Prix d'achat de la matière première (net des recettes en coproduits)* ×  $\frac{\text{Quantités de matière première}}{\text{Quantités de produit transformé}}$

Le rapport  $\frac{\text{Quantités de matière première}}{\text{Quantités de produit transformé}}$  est l'inverse du rendement des opérations de transformation, rendement que l'on peut relier à un taux de pertes physiques.

Soulignons qu'une marge brute unitaire de transformation ne peut pas être calculée autrement que sur une même unité, sachant qu'on a le choix entre l'unité de produit fabriqué (par exemple, le kg de viande désossée) et l'unité de matière première (par exemple la carcasse, avec un rendement donné en viande).

Au risque de répéter une évidence, une « marge brute » n'est pas un « bénéfice », un solde net de toutes charges, mais une ressource d'abord destinée à contribuer à la couverture de certaines charges autres que celle de l'approvisionnement en matière première (ou de l'achat du produit, pour les stades du commerce), dont les autres « consommations intermédiaires », les frais de personnel (salaires et charges sociales), loyers, honoraires, etc.

La marge brute est un élément de la valeur ajoutée, c'est la valeur ajoutée à l'une des consommations intermédiaires : la matière première. En notant VAMP pour « valeur ajoutée à la matière première » (VAMP) :

*Valeur ajoutée* = *Production* – *Consommations intermédiaires*  
*Valeur ajoutée* = *Production* – *Matière première* – *Autres consommations intermédiaires*  
*Valeur ajoutée* = « VAMP » - *Autres consommations intermédiaires*  
*Valeur ajoutée* = *Marge brute* - *Autres consommations intermédiaires*

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

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

Sous réserve d'être très prudent dans l'interprétation, cette décomposition des prix de détail révèle **la création successive de valeur, ajoutée à leur matière première par les différents opérateurs de la filière en aval de l'agriculture.**

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

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

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

Notons  $R[\text{stade}]$  le rapport entre quantités vendues (ou transformées) et quantités achetées (ou matière première) de chaque stade.

Compte tenu des pertes au détail, pour vendre une unité de produit, le stade détail doit avoir acheté à son fournisseur (industrie, dans l'exemple) une quantité égale à :

$$\frac{1}{R[\text{détail}]}$$

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

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

Du fait des pertes au détail, la marge brute est inférieure à la simple différence des prix.

Le stade industrie doit donc produire une quantité égale à :

$$\frac{1}{R[\text{détail}]}$$

par unité de produit vendu au détail ;

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

$$\frac{1}{R[\text{industrie}]R[\text{détail}]}$$

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

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

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

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

Du fait des rendements dans l'industrie, la marge brute unitaire est inférieure à la simple différence de prix.

Ensuite, ces différentes composantes du prix au détail sont analysées afin d'identifier les coûts qui les composent :

$$\begin{aligned} MB [\text{à un stade donné}] &= \text{approvisionnements} \\ &+ \text{services} \\ &+ \text{salaires} \\ &+ \text{frais financiers} \\ &+ \dots \\ &+ \text{résultat net (bénéfice ou perte)} \end{aligned}$$

Il faut encore insister sur le fait qu'en toute rigueur, une marge brute n'est pas une simple différence de prix, tant dans le commerce où, même en l'absence de transformation des produits (les marchandises vendues sont de même nature que celles achetées), des pertes<sup>9</sup> entraînent que la vente d'une unité de produit a nécessité l'achat de plus d'une unité du même produit ; a fortiori dans l'industrie, où interviennent des rendements de transformation.

Dans les travaux de l'observatoire, les rendements de transformation sont pris en compte pour l'estimation périodique des indicateurs de marges brutes unitaire dans l'industrie, composantes des prix au détail. Cette prise en compte nécessite des calculs relativement simples pour les industries de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> transformation des viandes dont le travail s'apparente à un « démontage » de la carcasse ; les calculs sont plus complexes pour l'industrie laitière, qui élabore des produits de consommation en recombinaison les différents constituants de la matière première.

En revanche, faute de disposer de données précises par produit sur les taux de pertes dans la distribution (pertes physiques en rayon ou dans les plates-formes), les indicateurs périodiques de marges brutes unitaires en GSM présentés dans le chapitre 3 sont calculés sans tenir compte de ces pertes, donc par simple différence entre prix de vente au consommateur et prix d'achat au fournisseur. Dans ce cas, il faut donc avoir à l'esprit que la marge brute ainsi calculée recouvre non seulement les diverses charges (approvisionnements, salaires, frais financiers...) mais aussi les pertes de marchandises.

### 1.3. L'analyse du « contenu des marges brutes » et de la valeur de la matière première agricole : coûts et « marges nettes »

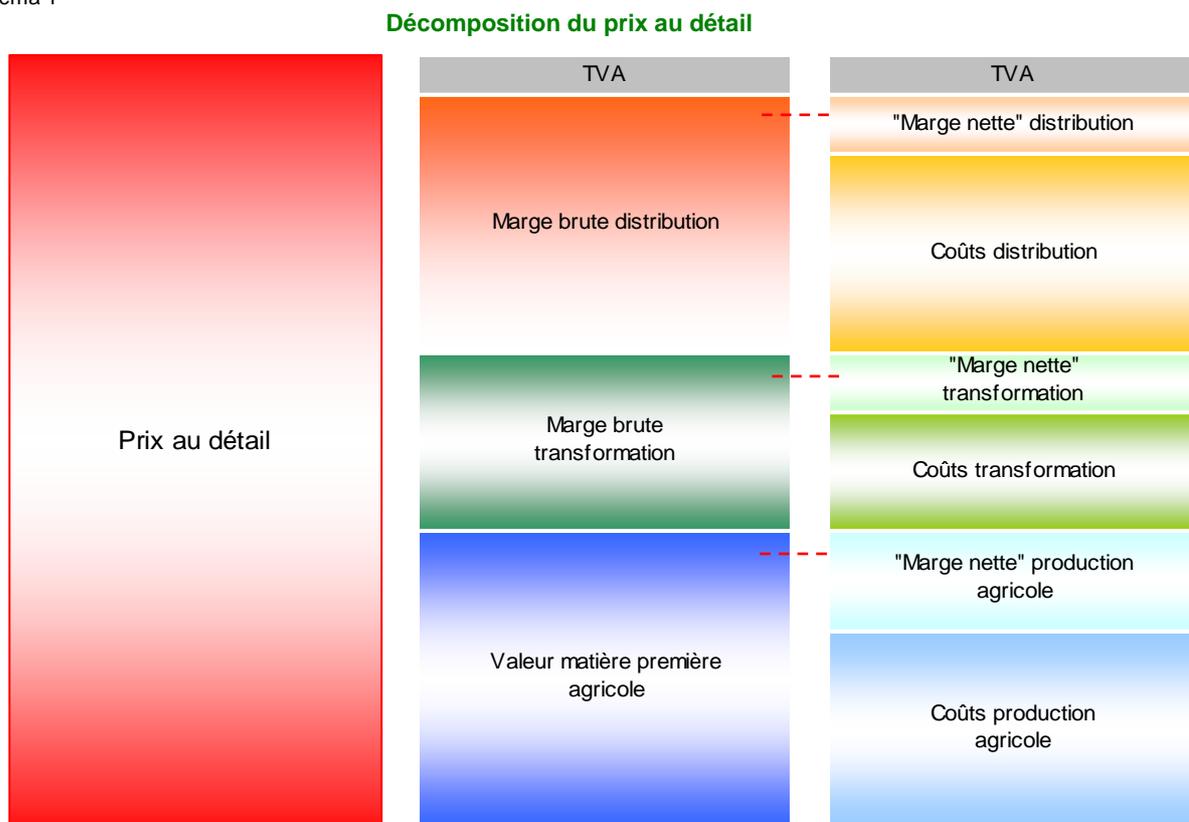
En 2<sup>ème</sup> étape, les principaux éléments des **coûts de production agricole** doivent être mis en regard de la composante « **valeur de la matière première agricole** » du prix de détail. La différence entre le prix du produit agricole et son coût de production constitue la marge nette unitaire (par kg, litre...) à la production agricole de ce produit. Ce résultat est souvent négatif dans certaines productions (bovins viande, notamment), et cette situation est compensée par les subventions (ou « aides directes ») allouées aux agriculteurs dans le cas de la politique agricole commune.

La 3<sup>ème</sup> étape de l'observatoire est d'analyser le contenu des marges brutes de l'industrie et du commerce par produit, en identifiant, à partir de données comptables, les **charges** couvertes par ces marges. On évalue 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. **Toutefois, l'observatoire ne peut évidemment pas refaire la comptabilité analytique des entreprises** : cette 3<sup>ème</sup> 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.

<sup>9</sup> Pertes physiques : freinte, casse, vols et autres « démarque inconnue », élimination pour cause de dépassement de date limite de consommation.

Le schéma ci-après résume la démarche :

Schéma 1



La « marge nette » représentée sur ce schéma est la différence entre d'une part la recette unitaire et les coûts unitaires. Ce résultat peut s'avérer négatif (alors que pour des commodités de représentation, il est figuré comme étant positif sur le schéma). C'est régulièrement le cas pour certains produits agricoles, où cette situation, qui ne saurait être viable, est alors compensée par l'existence de subventions publiques allouées aux producteurs agricoles dans le cadre de la politique agricole commune.

Les marges brutes peuvent bien être calculées produit par produit, en référence à un produit précis de grande consommation, dès lors qu'on connaît les prix et les rendements de transformation aux différents stades...

**...en revanche, il est pratiquement impossible de décomposer les marges brutes en coûts et marge nette par produit précis (par exemple : tomate ronde, lait UHT, côte de porc ...), faute de pouvoir disposer et traiter les nombreux résultats de comptabilité analytique d'entreprises qui seraient alors nécessaires (et qui n'existent pas forcément à ce niveau de détail dans les entreprises concernées)<sup>10</sup>.**

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

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

La continuité entre les parties centrale et droite du Schéma 1 est ainsi assez théorique et vise simplement à illustrer la démarche de l'observatoire.

<sup>10</sup> Sous réserve de l'existence de données de bases fiables et accessibles, portant sur de nombreuses entreprises, des méthodes économétriques sont susceptibles d'être utilisées pour estimer les coûts unitaires dans divers secteurs multi produits. Ce type d'approche a été appliqué certaines années sur les données du RICA pour estimer des coûts de production par produit et pourrait en théorie s'envisager dans la grande distribution pour répartir les charges par rayon.

## 2. LA PART DE LA PRODUCTION AGRICOLE DANS LA DEPENSE ALIMENTAIRE NATIONALE

On transpose ici une des approches développées par l'USDA<sup>11</sup> pour analyser la formation des coûts de l'alimentation.

Elle consiste à décomposer le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale<sup>12</sup> en séparant d'une part la valeur des matières premières agricoles ou de la pêche consommées avec ou sans transformation, et, d'autre part, les valeurs ajoutées en aval à ces matières premières par l'industrie agroalimentaire, le commerce et le transport.

Ainsi :

*Dépense alimentaire nationale*  
 = Consommation finale de produits de l'agriculture et de la pêche, domestiques et importés, au prix de base<sup>13</sup>  
 + Consommation finale de produits des IAA, domestiques et importés, au prix de base  
 + Marges de commerce et de transport  
 + Taxes

Soit encore, en décomposant la consommation finale de produits des IAA domestiques en matière première et marge brute :

*Dépense alimentaire nationale*  
 = Produits domestiques de l'agriculture et de la pêche pour la consommation finale  
 + Produits domestiques de l'agriculture et de la pêche pour la consommation intermédiaire des IAA  
 + Produits de l'agriculture et de la pêche importés pour la consommation intermédiaire des IAA  
 + « Marge brute de transformation » ou valeur ajoutée par les IAA aux produits de l'agriculture et de la pêche  
 + Consommation finale de produits des IAA importés, au prix de base  
 + Marges de commerce et de transport  
 + Taxes

Cette approche est à **ne pas confondre avec le calcul de la dépense alimentaire en valeurs ajoutées dans les branches**, présentée au Chapitre 4, dans lequel les valeurs des productions domestiques agricoles et des IAA et des marges de commerce et de transport font l'objet d'une décomposition complète en valeurs ajoutées, importations et taxes.

Ici, notamment, à l'instar de la décomposition des prix au détail en valeur de la matière première et marges d'aval, dont elle est la version globale, l'analyse s'arrête au montant de la production agricole domestique incorporée dans la consommation alimentaire, tandis que l'approche développée au Chapitre 4 décompose encore cette production jusqu'aux valeurs ajoutées qu'elle induit dans toutes les branches et aux importations en tous produits qu'elle nécessite.

Le graphique 2, sur lequel certains postes listés plus haut ont été regroupés, montre ainsi que dans 100 € de dépenses alimentaires en 2009, on a :

- 14,6 € de productions domestiques de l'agriculture et de la pêche<sup>14</sup>, utilisées en consommation finale (4,7 €) et, surtout, intermédiaire (9,9 €) ;
- 14,2 € de produits importés l'agriculture et de la pêche, pour consommation finale (1,8 €) et intermédiaires (3,2 €), et de produits des IAA importés pour consommation finale (9,2 €) ;
- 30,3 € de valeur ajoutée par les IAA aux matières premières agricoles et de la pêche, domestiques ou importées ;
- 31,2 € de marges de commerce et de transport ;
- 9,7 € de taxes.

Sur les 15 années observées, les évolutions les plus marquées sont la baisse de la part de la production de l'agriculture et de la pêche (liée à la baisse des prix agricoles organisée par les réformes de la politique agricole commune) et l'augmentation de la part des marges brutes du commerce, du transport et des IAA (valeurs ajoutées à la matière première agricole et halieutique).

<sup>11</sup> Cf. « farm share – marketing share » du « food dollar » : <http://www.ers.usda.gov/data-products/food-dollar-series.aspx>

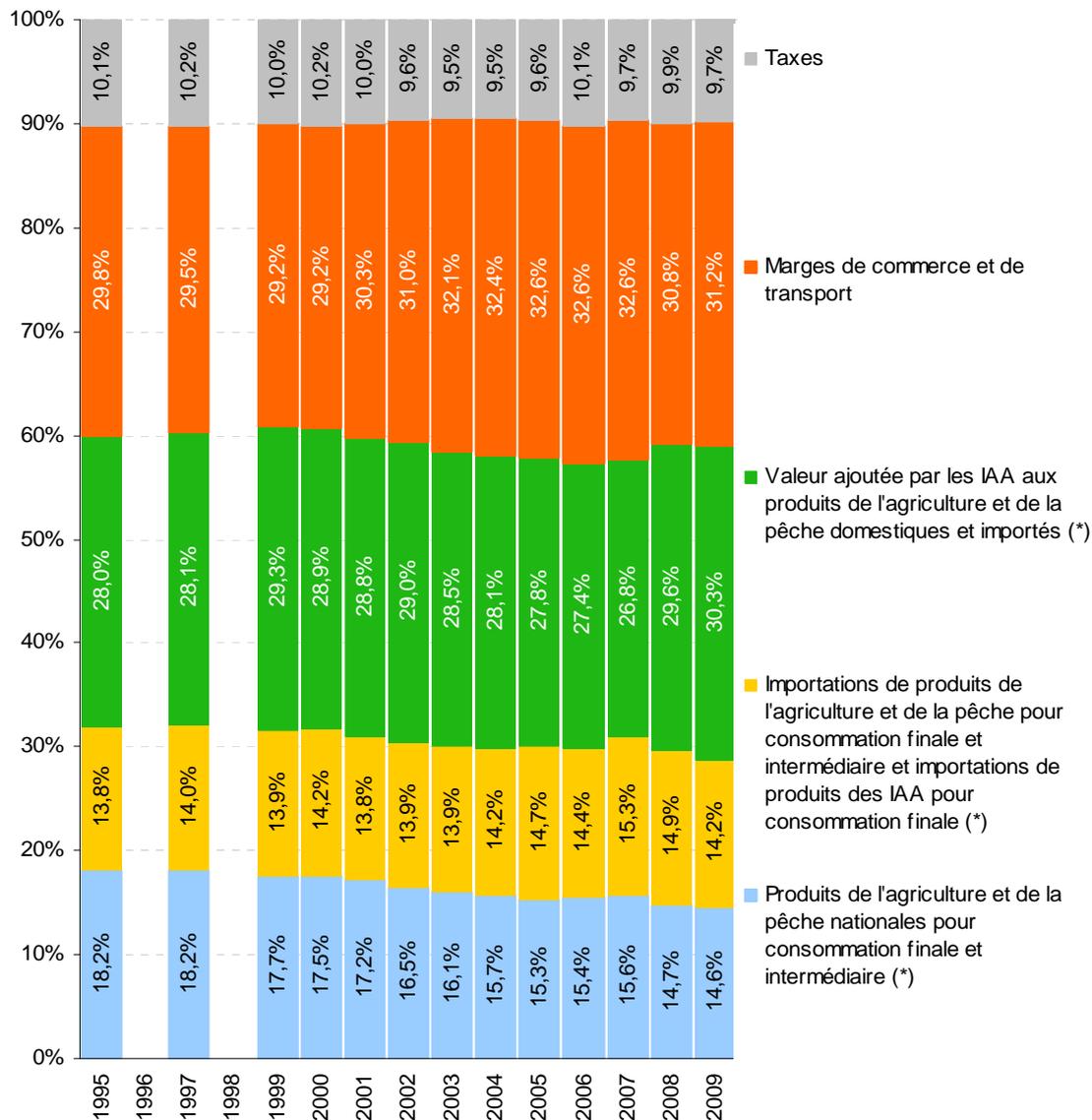
<sup>12</sup> N'inclut pas, faute de données de base adaptées, la restauration hors foyer.

<sup>13</sup> Hors taxes et avant marges de commerce et de transport, sans subvention au produit.

<sup>14</sup> La pêche représentant un faible part dans le total agriculture + pêche.

Graphique 2

**Décomposition de la consommation finale alimentaire nationale en valeur de la matière première, marge brute des IAA, marges de transport et de commerce et taxes**



(\*) valeur « au prix de base » : hors taxes et avant marges du commerce et de transport, hors subventions aux produits.

Source : INSEE, calculs FranceAgriMer-OFPM d'après INRA

### 3. L'ÉVALUATION DES COÛTS ET DES MARGES DANS LES RAYONS ALIMENTAIRES DE LA GRANDE DISTRIBUTION

En matière de connaissance des coûts aux différents stades des filières, les statistiques fournissent des comptes de secteurs industriels, des comptes dans le secteur agricole et des comptes de secteurs du commerce (dont GMS). Dans les deux premiers secteurs (agriculture, industrie,), il est possible de sélectionner dans les statistiques disponibles des comptes d'entreprises spécialisées dans la production d'un produit ou groupe de produits donné, auquel on pourra alors rapporter les charges pour estimer les coûts de production ou de transformation afférents à ces produits. En revanche, aucune GMS n'étant « spécialisée », les comptes statistiques du secteur ne fournissent pas de charges par rayon (encore moins par produit) et l'observatoire a dû donc recueillir les informations directement auprès des sièges des enseignes, selon une méthode adaptée aux moyens mobilisables en regard du champ à appréhender<sup>15</sup>.

#### 3.1. La diversité des modes d'organisation des enseignes et la consolidation des comptes

##### 3.1.1. 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 maxidiscomptes (cf. schéma 2 ci-après) ; dans tout le rapport, le terme « GMS » (grandes et moyennes surfaces) se rapporte à ces deux formats de magasins.

Les GMS relèvent de deux grandes catégories quant à leurs modes de coordination<sup>16</sup> :

##### - **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 de la même entreprise, juridiquement ou financièrement dépendants de la tête de réseau.

Dans certaines enseignes, l'exploitation des magasins et la gestion de l'immobilier commercial et des investissements afférents relèvent, au sein du même groupe, de deux sociétés juridiquement distinctes (par exemple, Carrefour Property pour le groupe Carrefour, Immochan pour le groupe Auchan), situation donnant lieu à des flux financiers (dont loyers) entre les deux unités.

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

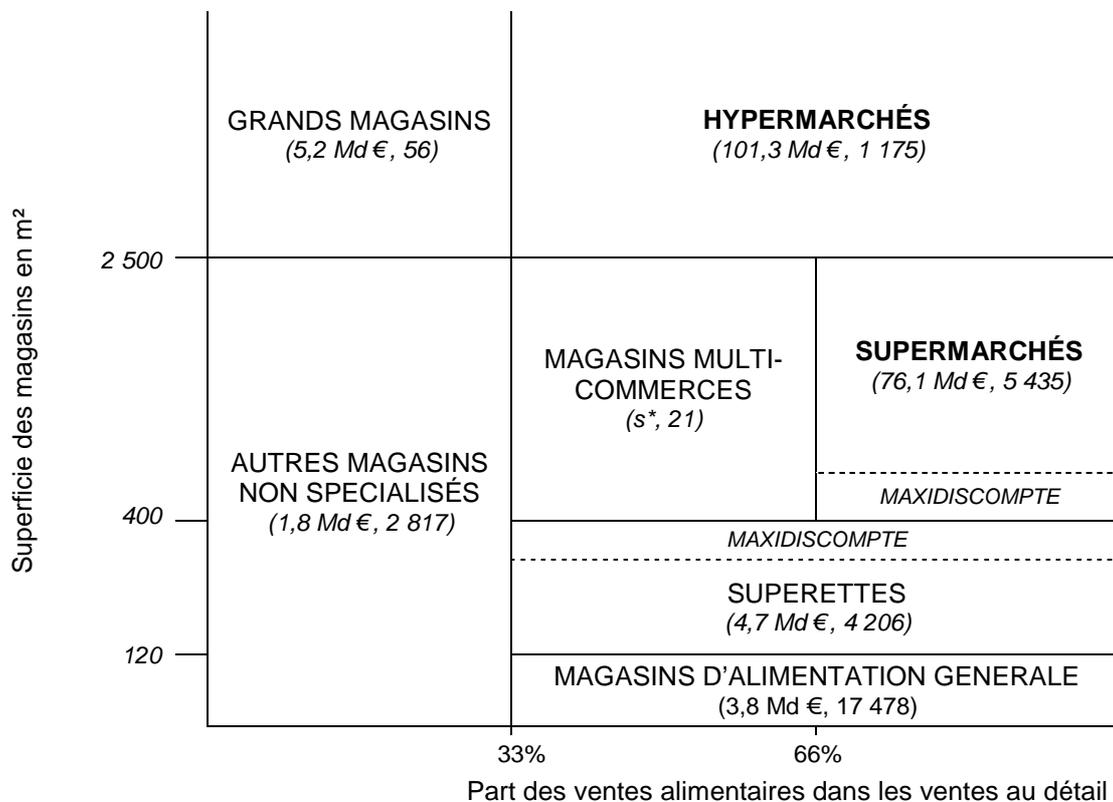
Parmi les enseignes dont les comptes des rayons sont suivis par l'observatoire, Auchan, Carrefour, Casino et Cora relèvent de ce modèle « intégré ».

<sup>15</sup> On dénombre (en 2011) 8 000 établissements de type hypermarchés et supermarchés, relevant de 6 610 entreprises, et 317 entreprises de centrales d'achat alimentaires. Il n'était pas envisageable de conduire une enquête directe auprès de ces unités. Aussi a-t-on opté pour le recueil d'informations auprès des sièges d'enseignes, bien que, dans le cas notamment des enseignes « d'indépendants », ces sièges ne centralisent pas toutes les données comptables, a fortiori analytiques, de leurs adhérents.

<sup>16</sup> 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](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>

Schéma 2

**Les hypermarchés et les supermarchés dans la typologie des magasins non spécialisés**  
*(Chiffre d'affaires en milliards d'€, nombre d'entreprises en 2011)*



\*s : *secret statistique*

Sources : INSEE, comptes du commerce

**- 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 la gestion des investissements, notamment immobiliers, relèvent de deux entreprises juridiquement distinctes : par exemple, une SCI peut détenir le foncier d'un ou plusieurs hypermarchés exploités par une autre société versant alors des loyers à la première.

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

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

**- les centrales d'achats appartenant aux réseaux intégrés :**

Les fonctions d'achats 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. 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 un 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 ; relève de cette catégorie, parmi les enseignes intégrées étudiées, la centrale Provéra 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). En général, 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 ; les comptes du commerce (Insee, 2012) recensent ainsi plus de 300 entreprises de centrales d'achat alimentaire en France, soit bien plus que le nombre d'enseignes de la grande distribution alimentaire.

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 (Cf. plus loin Graphique 5), ou une activité commerciale quasi nulle dans le cas de centrales nationales de référencement au service de centrales d'achats proprement dites 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.

**3.1.2. Le périmètre de consolidation des enseignes retenu par l'observatoire**

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

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

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

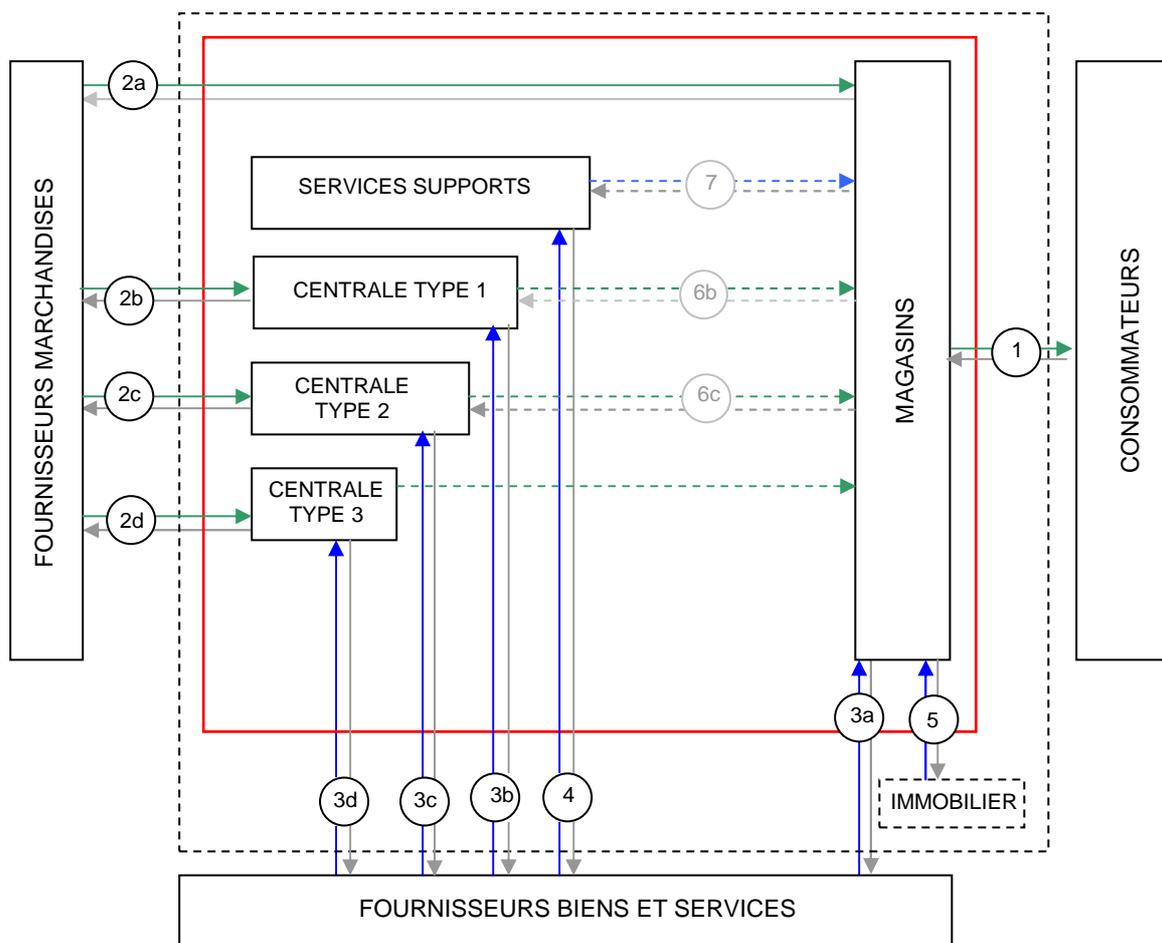
Ce périmètre se limite aux activités de distribution de produits alimentaires et à leurs fonctions supports directes. Ne sont ainsi notamment pas pris en compte dans le périmètre :

- 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 vendus par les magasins du groupe ne sont pas, dans notre approche, traités différemment des approvisionnements venant d'autres fournisseurs ;
- les sociétés qui détiennent et gèrent l'immobilier commercial, qu'il s'agisse des filiales spécialisées ( « foncières » ) des groupes propriétaires des enseignes intégrées 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 étudié.

La figure ci-après représente de façon schématique le périmètre étudié et les flux pris en compte.

Schéma 3

**Périmètre de consolidation et nature des charges affectées aux rayons pour le calcul des coûts et marges par rayon**



- périmètre de consolidation
  - - - - périmètre des sociétés du groupe hors consolidation
  - flux de marchandises (produits alimentaires...)
  - flux de biens et de services utilisés par magasins, services supports et centrales
  - flux monétaires
  - - - - flux de marchandises internes au périmètre
  - - - - flux de services internes au périmètre
  - - - - flux monétaires internes au périmètre
- |          |   |
|----------|---|
| (1)      | ventes de marchandises aux consommateurs = CHIFFRE D’AFFAIRES du périmètre.   |
| (2a)     | achats directs de marchandises par les magasins = une partie des COÛTS D’ACHATS du périmètre.   |
| (2b)     | achats de marchandises par centrale, type 1 : réseau d’indépendants avec charges en centrale (3b) à couvrir par la marge commerciale de la centrale : <b>(6b) – (2b)</b> .<br>(2b) est pris en compte dans les COÛTS D’ACHATS du périmètre.   |
| (2c)     | achats de marchandises par centrale, type 2 : réseau d’indépendants avec charges en centrale <b>(3c)</b> couvertes une cotisation des magasins <b>(6c)</b> .<br>(2c) est pris en compte dans les COÛTS D’ACHATS du périmètre.   |
| (2d)     | achats de marchandises par centrale, type 3 : enseigne intégrée, avec charges en centrale et en magasins à couvrir par marge brute globale (1) – (2d).  |
| (3a)     | réseaux d’indépendants : charges supportés par les détenteurs des magasins, pris en compte dans les CHARGES du périmètre.   |
| (3b-d)   | charges en biens et services utilisés par les centrales, pris en compte dans les CHARGES du périmètre.  |
| (4)      | charges en biens et services utilisés par les services supports, pris en compte dans les CHARGES du périmètre.  |
| (5)      | cas de services fonciers fournis et facturés à la société exploitant les magasins par une autre société (une « foncière ») du groupe intégré ou appartenant à des associés d’une enseigne d’indépendants, ou par une SCI distincte de la société d’exploitation d’un magasin d’indépendant. |
| (7), (7) | cotisations des magasins à la structure support ou à la structure propriétaire de la marque d’enseigne ; services fournis aux magasins par la structure support.  |

Sont donc considérés comme des charges à répartir par rayon, les flux de biens et de services provenant de l'extérieur du périmètre et y entrant (ou les flux monétaires correspondants, sortant du périmètre).

Les flux entre entités à l'intérieur du périmètre ne sont pas pris en compte en tant que tels dans les charges des rayons.

Ainsi, par exemple, ne sont pas retenues comme charges :

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

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

- les charges de la centrale d'achat couvertes par les cotisations des magasins ;
- les charges de la centrale d'achat « grossiste » couvertes par la marge qu'elle réalise avec les achats des magasins indépendants qui lui sont reliés.

Les schémas suivant illustrent l'approche comptable consolidée, appliquée pour évaluer les charges par rayon alimentaire.

### 3.1.3. La consolidation des comptes appliquée par l'observatoire

On considère deux cas-types (l'un se subdivisant en deux catégories de centrale), bien que la réalité puisse être plus complexe, certaines enseignes présentant des organisations associant deux cas-types :

- enseigne intégrée ;
- enseigne « d'indépendants » :
  - o centrale de type grossiste ;
  - o centrale de type coopérative.

Dans tous les cas, le chiffre d'affaires par rayon est évidemment mesuré au niveau des magasins et les achats de marchandises par rayon sont mesurés à l'entrée de la centrale.

Dans ce qui suit, on désigne sous le terme de centrale, la ou les centrales d'achats proprement dites et les centrales de référencement, en y incluant les services supports dans le périmètre de l'enseigne.

#### 3.1.3.1. *Cas-type d'enseigne d'indépendants avec centrale d'achat de type grossiste*

Comme l'illustre le Schéma 4, dans ce cas, la centrale d'achat, entreprise distincte des magasins, réalise une marge commerciale en vendant des marchandises aux magasins associés plus cher qu'elle ne les achète, et elle 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 détenteurs de parts dans la centrale).

Côté magasins, ceux-ci dégagent leur propre marge commerciale, sur laquelle s'imputent leurs charges et leur propre marge nette.

Les achats de marchandises sont mesurés au niveau (à l'entrée) de la centrale, on y rajoute les achats réalisés hors centrale par les magasins (non représentés sur le Schéma 4).

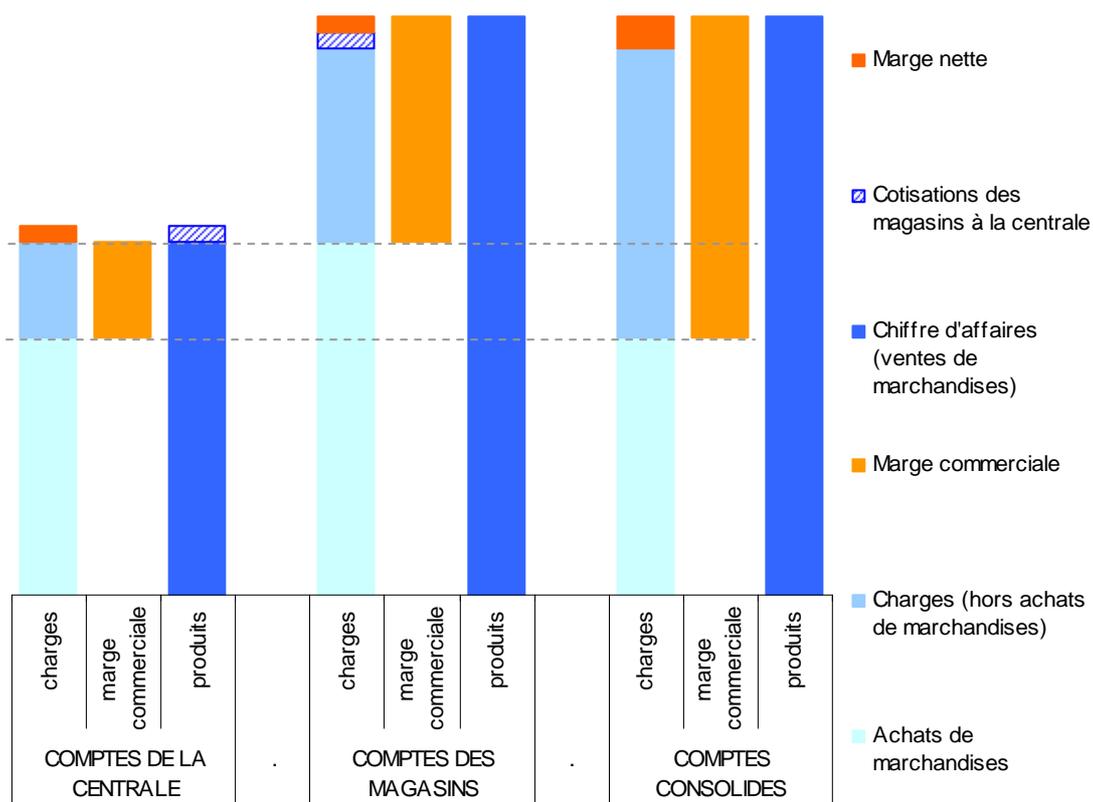
La consolidation consiste ici à additionner les deux niveaux (centrale et magasins) de marge commerciale, de charges et de marge nette.

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 (cf. précisions plus loin, paragraphe 3.2.).

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

Schéma 4

**Consolidation dans le cas-type avec centrale d'achats grossiste**



**3.1.3.2. Cas-type d'enseigne d'indépendants avec centrale d'achats de type coopérative**

En termes de traitement réalisé, c'est une variante du cas précédent dans laquelle le financement de la centrale est essentiellement assuré par la cotisation des magasins. La consolidation réalisée pour l'observatoire consiste, comme précédemment, à additionner les charges des magasins (hors cotisation et hors achats des produits) à celles de la centrale (couvertes éventuellement par sa marge commerciale et, surtout, par la cotisation qu'elle perçoit des magasins associés). L'achat des marchandises est mesuré à l'entrée de la centrale (on y ajoute les achats hors centrale des magasins), la vente aux consommateurs l'étant 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.

Pour évaluer les charges et marges par rayon dans ce type d'enseignes, il a été fourni à l'observatoire un compte pour les magasins et un état d'emploi des cotisations, avec une répartition par rayon (cf. précisions plus loin, paragraphe 3.2.).

On trouvera plus loin, paragraphe 4.3., deux exemples de comptes de centrales d'achat régionales à forme coopérative, d'après les comptes publiés de ces sociétés.

**3.1.3.3. Cas-type d'enseigne intégrée**

Dans ces enseignes, l'observatoire a disposé directement de données consolidées, issues des systèmes comptables centralisés (cf. précisions plus loin, paragraphe 3.2.).

Les achats de marchandises sont comptabilisés principalement au niveau de la centrale d'achat, on doit y ajouter les achats réalisés hors centrale par les magasins (non représentés sur le Schéma 5), 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 Schéma 5 représente de façon très simplifiée la consolidation des opérations réalisées d'une part au niveau central, d'autre part, dans les magasins.

Le niveau central réalise l'achat des marchandises (hors produits achetés directement par les magasins, non représentés sur le schéma) et assume certaines charges nécessaires au

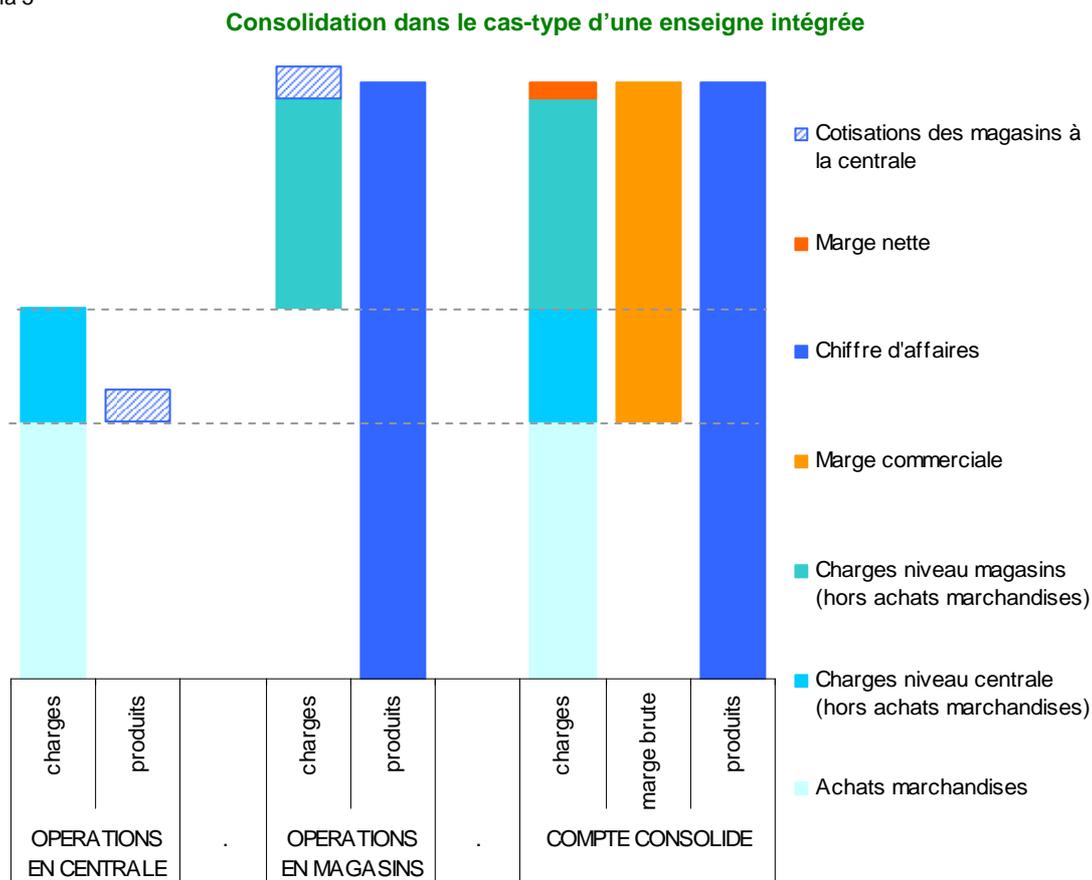
fonctionnement des magasins. Dans certaines enseignes, une structure de ce niveau central finance certains services au moyen de la perception d'un prélèvement sur le chiffre d'affaires réalisé par les magasins (désigné sur le schéma par « cotisations des magasins à la centrale »).

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

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

Comme précédemment, ces postes de marges et de charges sont ensuite répartis par rayon selon la méthode décrite plus loin.

Schéma 5



### 3.2. La nomenclature des charges et les modes de répartition par rayon

#### 3.2.1. La nomenclature des postes

Rappelons que sont définies comme charges les flux de biens et services utilisés dans le périmètre de consolidation, au niveau central ou au niveau des magasins, et provenant de fournisseurs considérés comme des tiers extérieurs au périmètre défini (les flux entre magasins et centrale sont neutralisés). Ce périmètre exclue notamment les filiales ou SCI éventuellement détentrices du foncier des magasins : les loyers perçus par ces entités sont donc comptés comme des charges du périmètre de consolidation retenu, quand bien même ils contribuent à la formation de bénéfices qui pourraient être pris en compte à un niveau de consolidation de groupe plus englobant que celui retenu.

L'objectif est d'évaluer la contribution de chaque rayon alimentaire à la formation du résultat net comptable du périmètre : ceci implique de prendre en compte l'ensemble des charges comptables, y compris la participation des salariés aux résultats et même l'impôt sur les sociétés **malgré le caractère inévitablement artificiel d'une répartition de cette charge par rayon.**

La nomenclature de charges retenue pour ce rapport 2013 (comptes 2012) couvre le même champ de charges totales que celle du rapport 2012 (comptes 2011). Elle a été élaborée, pour les enseignes adhérentes à la FCD afin de répondre de façon homogène au questionnaire de l'OFPM, par le cabinet KPMG, puis adaptée aux autres enseignes par FranceAgriMer avec leur concours. La nomenclature actuelle est toutefois plus détaillée que l'an dernier : on a ainsi recherché à « éclater » l'agrégat précédent des « frais généraux », en y distinguant notamment les frais de personnel.

Le tableau 1 présente les postes de chiffre d'affaires, de « coût d'achat des ventes » et de charges, ainsi que les marges brute, semi-nette et nette, mesurés en « centrales » (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 en centrale ou en magasins pouvant être nulles en fonction du mode d'organisation de l'enseigne (cf. paragraphe précédent et Schéma 4, Schéma 5).

### Explication des principales lignes de la nomenclature des postes

(1) : **Le chiffre d'affaires** est hors TVA, ce sont les 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) : **Le coût d'achat des ventes**, hors TVA, est la valeur des achats de marchandises (produits alimentaires), 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 (frais de transport facturé par le fournisseur inclus dans le montant de l'achat), et y compris également le coût de certaines opérations réalisées dans les plates-formes logistiques par des prestataires de l'enseigne (préparation des commandes, emballage, stockage...). Le montant consolidé pris en compte est constitué des achats par la centrale (2a) et des achats des magasins hors centrale (2b.2). Les achats des magasins à la centrale (2b.1) sont neutralisés par les ventes de la centrale (1a).

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

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

(10) et suivantes : Il s'agit de charges qui ne sont pas suivies directement au niveau des rayons et qui ne peuvent donc que leur être affectées au moyen de clés de répartition, lesquelles seront exposées plus loin.

(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 des autres entités support de l'enseigne, pour leur quote-part imputable au fonctionnement des magasins et des rayons étudiés, répartis par rayon au moyen de clés précisées plus loin. Donnée non dissociable de la ligne précédente dans certaines enseignes, donc regroupement des deux lignes pour le calcul des moyennes toutes enseignes.

(12) : **Locations immobilières**. Loyers versés par l'exploitant du magasin (indépendant, société de magasins intégrés) à une société propriétaire du terrain ou des murs : SCI de magasins indépendants, société foncière gérant l'immobilier commercial des enseignes intégrés.

(13) : **Amortissements immobiliers**. Amortissements comptables des investissements immobiliers et, dans certaines enseignes, mode de comptabilisation de la rémunération de l'immobilier géré par une société foncière du groupe.

(suite page 77)

Tableau 1

## Nomenclature des postes utilisée pour établir les comptes par rayon

|  |   | Centrales                                    | Magasins   | Valeur consolidée                                     |               |               |
|--|---|--|--|---|---------------|---------------|
| (1)  | Chiffre d'affaires  | (1a)   | (1b)   | (1c) = (1b)   |               |               |
| (2)  | Coût d'achat des ventes                                   | (2a)   | achats à centrale : (2b.1) = (1a)<br>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)<br>= (1b) - (1a) - (2b.2)            | (3c) = (1b) - (2a) - (2b.2)<br>ou (3c) = (3a) + (3b)  |               |               |
| (4)  | Frais de personnel en magasin dédié au rayon              |  | (4b)   | (4c) = (4b)   |               |               |
| (5) = (3) - (4)                              | Marge semi-nette  | (5a) = 3(a) - (4a)                           | (5b) = 3(b) - (4b)   | (5c) = (3a) + (3b) - (4b)<br>ou (5c) = (5a) + (5b)    |               |               |
| AUTRES<br>CHARGES<br>SPECIFIQUES<br>DU RAYON | (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<br>COMMUNES<br>REPARTIES             | R1 (*)  | (10)   | Frais de personnel des magasins hors rayon                         | (10b)   | (10c) = (10b) |               |
|  |   | (11)   | Frais de personnel hors magasins                                   | (11a)   | (11c) = (11a) |               |
|  | R2 (*)  | (12)   | Locations immobilières   | (12a)   | (12b)         | (12a) + (12b) |
|  |   | (13)   | Amortissements immobiliers   | (13a)   | (13b)         | (13a) + (13b) |
|  | R3 (*)  | (14)   | Frais financiers   | (14a)   | (14b)         | (14a) + (14b) |
|  |   | (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)                              |               |               |
| (21) =<br>(5) - (6 à 20)                     | Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | (21a) =<br>(5a) - (6a à 20a)                 | (21b) =<br>(5b) - (12b à 20b)                                      | (21c) = (5c) - (6c à 20c)<br>ou (20c) = (20a) + (20b) |               |               |
| (22)   | Impôt sur les sociétés répartie par rayon                 | (22a)  | (22b)  | (22a) + (22b)   |               |               |
| (23) =<br>(21) - (21)                        | Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | (23a) =<br>(21a) - (22a)                     | (23b) =<br>(21b) - (22b)   | (23c) = (21c) - (22c)<br>ou (23c) = (23a) + (23b)     |               |               |

(\*) 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.

Cf. explications page suivante.

### Suite de l'explication des principales lignes de la nomenclature des postes

(14) : **Frais financiers** à imputer aux rayons, diminués des produits financiers, notamment ceux découlant du délai de paiement des fournisseurs<sup>18</sup> et du placement de la trésorerie qui en résulte. Pour les enseignes intégrés, ces frais ont été calculés sur la base de ratios standards (préconisations du cabinet KPMG).

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

(20) : **Cotisations aux structures centrales**. Il s'agit principalement de ressources transférées par les magasins des réseaux d'indépendants aux centrales d'achat et de référencement de ces réseaux, pour contribuer à leur fonctionnement. Comprend aussi les ressources transférées à d'autres structures centrales des réseaux au titre de l'exploitation des marques de l'enseigne, par exemple. Le montant des cotisations et redevances, chargées aux magasins par leurs structures centrales pour financer le fonctionnement de celles-ci (cf. 2.1.3.) a été réparti entre les postes de charges précédents (notamment : frais de personnel hors magasins, pour les enseignes d'indépendants), ou simplement neutralisé lorsque l'on disposait d'un compte de charge en centrale directement exploitable (cas d'enseigne de type grossiste ayant fourni à l'observatoire des comptes de magasins et de centrales ventilés par rayon).

(22) : **L'impôt sur les sociétés (IS)** imputable à chaque rayon a été estimé en affectant un taux moyen d'IS à la marge nette avant IS du rayon. Le taux de l'IS qui a été appliqué est 36,1%, identique pour toutes les enseignes et pour tous les rayons. Ce taux, a été établi par le cabinet KPMG, il correspond aux taux moyen de l'IS corrigé pour tenir compte du fait que la marge nette avant impôt (sur laquelle ce taux est appliqué pour estimer l'IS) est ici un résultat après versement au titre de la participation des salariés aux bénéficiaires (ce poste n'ayant pas toujours été distingué du poste Personnel dans les réponses des enseignes aux questionnaire). L'assiette de l'IS calculée par rayon s'en trouve minimisée, d'où l'application d'un taux moyen d'IS corrigé. Ce taux a été appliqué aux rayons à marges nettes positives, - qui contribuent donc à l'IS global -, comme aux rayons à marges nettes négatives : ceux-ci diminuent l'assiette et le montant global de l'IS, ce qui revient à leur attribuer un « impôt négatif », donc une diminution de charges. Cette convention assure que la somme des impôts répartis par rayon est égale à l'impôt de l'ensemble. La répartition de l'IS par rayon est toutefois très largement artificielle, aussi présente-t-on également la marge nette avant IS dans les tableaux de résultats, solde proche, dans son calcul, du « résultat courant avant impôt » présenté dans les parties du rapport relatives aux comptes des exploitations agricoles et des industries agroalimentaires<sup>19</sup>.

NB : Une convention alternative (précédemment appliquée dans l'édition 2012 du rapport) aurait consisté à compter un IS égal à zéro dans les rayons à marge nette avant IS négative (au lieu d'introduire une correction de charge négative), mais ce faisant, la somme des IS des rayons n'aurait pas été égale à l'IS calculé sur la marge nette totale tous rayons.

#### 3.2.2. Les clés de répartition par rayon appliquées aux charges communes

Certaines charges sont suivies directement par rayon dans les systèmes d'information comptable des enseignes et des magasins. Il s'agit notamment des frais de personnel spécialisé, de fournitures et de services spécifiques (emballages, outillage de certains rayons, amortissement des matériels dédiés, etc.). Mais les charges communes ne peuvent être réaffectées aux rayons, assez artificiellement, qu'à l'aide de clés de répartition. Selon les postes de charges et selon les enseignes, la répartition des charges communes par rayon effectuée par les enseignes pour répondre à la demande de l'observatoire provient :

- de leur propre système d'information comptable ;
- de clé de répartition basées sur des grandeurs physiques corrélées avec le niveau de consommation du bien ou service (Cf. Tableau 2) ;
- à défaut, d'une répartition au prorata chiffre d'affaires du rayon.

<sup>18</sup> La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME) a réduit les délais de paiement des entreprises à leurs fournisseurs, les fixant à 45 jours fin de mois ou 60 jours à compter de la date d'émission de la facture. A noter que des dispositions antérieures non modifiées par la LME avaient déjà fixé le délai maximum à 30 jours après la fin de la décade de livraison pour les achats de produits alimentaires périssables et de viandes congelées ou surgelées, de poissons surgelés, de plats cuisinés et de conserves fabriqués à partir de produits alimentaires périssables. L'observatoire des délais de paiement présente chaque année un rapport évaluant notamment l'impact des dispositions de la LME en la matière : [http://www.banque-france.fr/fileadmin/user\\_upload/banque\\_de\\_france/publications/observatoire-des-delais-de-paiement-2011.pdf](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/publications/observatoire-des-delais-de-paiement-2011.pdf)

<sup>19</sup> 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 analytiques par rayon recueillies auprès des enseignes.

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 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata du nombre d'articles vendus par rayon</li> </ul>   |
| Autres frais en magasins répartis          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> <li>• Au prorata des effectifs en magasins répartis par rayon</li> </ul>   |
| Frais de personnel hors magasins           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata des effectifs en magasins répartis par rayon</li> </ul>  |
| Publicité                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> </ul>  |
| Locations immobilières                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata de la surface du rayon</li> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> </ul>   |
| Amortissements                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata de la surface du rayon (immobilier)</li> <li>• Au prorata de la valeur des actifs</li> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> </ul>                          |
| Impôts et taxes                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata de la surface du rayon</li> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> <li>• Au prorata des effectifs du rayon</li> <li>• Selon l'assiette de la taxe</li> </ul> |
| Frais financiers                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standardisés à 1% du CA du rayon dans les enseignes intégrées</li> </ul>  |
| Participation des salariés                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata des frais de personnel répartis par rayon</li> </ul>   |
| Impôt sur les sociétés                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Application d'un taux moyen d'IS au résultat avant IS du rayon</li> </ul>   |
| Autres charges communes réparties          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Au prorata du CA du rayon</li> </ul>  |
| Cotisations aux structures centrales       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neutralisée ou répartie en charges ci-dessus au niveau central, puis répartie par rayon</li> </ul>  |

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

Bien que l'estimation de « marges nettes » par rayon soit une demande forte du comité de pilotage et que cette approche serve de « fil conducteur » à une analyse du « contenu » des marges brutes des GMS, il ne faut pas perdre de vue qu'elle est assez artificielle, compte tenu du poids des charges communes, lesquelles ne peuvent être réparties qu'au prix de conventions assez fragiles.

Les données de base fournies par les enseignes ont été traitées afin d'obtenir des résultats comparables.

### 3.2.3. Les modalités de réponse des enseignes au questionnaire de l'observatoire

Les données fournies à l'observatoire par les enseignes intégrées sont issues de leurs systèmes d'information comptable centralisés.

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 issus des préconisations (prix de vente, taux de marge) fournies par l'enseigne à ses adhérents.

Le format hypermarchés (plus de 2 500 m<sup>2</sup>) est surreprésenté dans les données fournies à l'observatoire par les enseignes, par rapport au format supermarché (de 400 m<sup>2</sup> à 2 500 m<sup>2</sup>), 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 supermarchés<sup>20</sup> ;
- les formats supermarchés 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.

### 3.3. La synthèse des résultats par rayon fournis à l'observatoire par les enseignes

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 :

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

Le Tableau 3 présente les résultats 2012 par rayon, issus de l'enquête 2013 de l'observatoire. Ils sont repris et commentés de façon plus détaillée dans les sections par filière du Chapitre 3.

Rappelons que la marge nette après répartition de l'IS est, par convention, ici calculée en appliquant le taux unique 36,1% 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 aux 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).

*Exemple :*

- Boucherie
  - *Marge nette avant répartition de l'IS = -1,3 € pour 100 € de CA*
  - *d'où IS affectée = 36,1% x (-1,3) = -0,5 € pour 100 € de CA, à déduire des charges*
  - *d'où marge nette après répartition de l'IS = -1,3 - (-0,5) = -1,3 + 0,5 = -0,8 € pour 100 € de CA*

Cette convention assure que la somme des IS affectés à chaque rayon est égale à l'IS calculé au même taux de 36,1% sur la marge nette totale avant IS des rayons.

Alternativement, ainsi que cela avait été fait l'an dernier, on peut ne répartir l'IS que sur les rayons à marge nette positive, et ne rien opérer sur les autres (mais alors la somme des IS affectés à chaque rayon n'est plus égale à l'IS calculé au même taux de 36,1% sur la marge nette totale avant IS des rayons), ce qui donnerait, sur l'exemple précédent de la boucherie :

- Boucherie
  - *Marge nette avant répartition de l'IS = -1,3 € pour 100 € de CA*
  - *d'où IS affectée = 0*
  - *d'où marge nette après répartition de l'IS = -1,3 pour 100 € de CA*

Pour les rayons « négatifs », avec cette méthode, la marge nette après répartition de l'IS est égale à celle avant répartition de l'IS.

Pour les rayons positifs, les deux méthodes donnent le même résultat.

<sup>20</sup> 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).

Tableau 3

**Comptes moyens par rayon alimentaire en GMS en 2012 pour 100 € de chiffres d'affaires**

|  | Boucherie  | Charcuterie | Volailles   | Produits laitiers | Fruits et légumes | Marée       | Boulangerie<br>Pâtisserie | Ensemble des<br>rayons étudiés |             |
|--|--|-------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------|---------------------------|--------------------------------|-------------|
| Chiffre d'affaires                               | 100,0  | 100,0       | 100,0       | 100,0             | 100,0             | 100,0       | 100,0                     | 100,0                          |             |
| Coût d'achat des ventes                          | 74,8   | 65,8        | 72,3        | 74,1              | 70,2              | 72,2        | 44,2                      | 69,9                           |             |
| <b>Marge brute (marge commerciale)</b>           | <b>25,2</b>  | <b>34,2</b> | <b>27,7</b> | <b>25,9</b>       | <b>29,8</b>       | <b>27,8</b> | <b>55,8</b>               | <b>30,1</b>                    |             |
| <b>CHARGES DIRECTES DU RAYON</b>                 | <b>Frais de personnel dédié du rayon</b>             | <b>10,7</b> | <b>6,8</b>  | <b>3,3</b>        | <b>4,1</b>        | <b>8,1</b>  | <b>15,3</b>               | <b>9,0</b>                     |             |
|  | <b>Marge semi-nette</b>                              | <b>14,5</b> | <b>27,5</b> | <b>24,4</b>       | <b>21,8</b>       | <b>21,7</b> | <b>25,2</b>               | <b>21,0</b>                    |             |
|  | Approvisionnements et fournitures du rayon           | 0,5         | 0,1         | 0,1               | 0,0               | 0,1         | 0,2                       | 1,5                            | 0,3         |
|  | Eau, gaz, électricité du rayon                       | 0,7         | 0,7         | 0,9               | 0,6               | 0,5         | 1,0                       | 1,6                            | 0,7         |
|  | Frais sur matériels et équipements du rayon          | 0,7         | 0,6         | 0,4               | 0,5               | 0,5         | 0,7                       | 1,4                            | 0,6         |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques         | 0,3         | 0,5         | 0,4               | 0,4               | 0,5         | 0,6                       | 0,3                            | 0,4         |
|  | <b>Sous-total : autres charges directes du rayon</b> | <b>2,3</b>  | <b>1,9</b>  | <b>1,8</b>        | <b>1,5</b>        | <b>1,6</b>  | <b>2,5</b>                | <b>4,8</b>                     | <b>2,0</b>  |
| <b>CHARGES COMMUNES<br/>REPARTIES</b>            | Immobilier   | 2,1         | 1,8         | 1,5               | 1,9               | 2,7         | 3,6                       | 2,2                            |             |
|  | Frais de personnel hors rayon                        | 5,0         | 5,6         | 4,6               | 5,2               | 6,1         | 8,1                       | 5,5                            |             |
|  | Frais financiers                                     | 0,5         | 0,5         | 0,5               | 0,6               | 0,7         | 0,6                       | 0,6                            |             |
|  | Autres charges communes réparties                    | 6,0         | 8,6         | 7,7               | 8,9               | 9,2         | 8,1                       | 10,1                           | 8,4         |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>       | <b>13,5</b> | <b>16,5</b> | <b>14,3</b>       | <b>16,6</b>       | <b>18,7</b> | <b>15,8</b>               | <b>22,5</b>                    | <b>16,7</b> |
|  | <b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>         | <b>-1,3</b> | <b>9,1</b>  | <b>8,2</b>        | <b>3,7</b>        | <b>1,4</b>  | <b>-5,8</b>               | <b>-2,0</b>                    | <b>2,3</b>  |
| Répartition de l'impôt sur les sociétés          | -0,5   | 3,3         | 3,0         | 1,3               | 0,5               | -2,1        | -0,7                      | 0,8                            |             |
| <b>Marge nette après répartition de l'IS (*)</b> | <b>-0,8</b>  | <b>5,8</b>  | <b>5,3</b>  | <b>2,4</b>        | <b>0,9</b>        | <b>-3,7</b> | <b>-1,3</b>               | <b>1,5</b>                     |             |

 (\*) taux moyen d'IS de 36,1% appliqué à la *Marge nette avant répartition de l'IS*, y compris sur valeurs négatives.

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

#### 4. DONNEES DE CADRAGE SUR LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

On présente ici, à titre d'éléments de contexte pour resituer dans un cadre plus large l'approche conduite au niveau des rayons par l'observatoire, quelques données structurelles et comptables (compte de résultat) sectorielles des GMS (secteurs 4711D. Supermarchés<sup>21</sup> et 4711F. Hypermarchés), extraites de la base de données de l'INSEE (ESANE) :

<http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/default.asp?page=presentation-stat-annuelle-entreprise.htm>

Ces données portent sur des « entreprises », au sens de « plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes » (INSEE). Chaque magasin indépendant constitue ainsi une entreprise, de même que l'ensemble des magasins d'un distributeur intégré.

##### 4.1. Données de structure et chiffres clés

Tableau 4

##### Données de structures et chiffres clés des GMS en 2010

|  | Supermarchés | Hypermarchés | Ensemble GMS |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Nombre d'entreprises                           | 4 925        | 1 070        | 5 995        |
| Nombre de magasins                             | 8 207        | 4 921        | 13 128       |
| Chiffre d'affaires HT (CA) en millions d'euros | 69 272       | 96 407       | 165 679      |

##### Répartition du chiffre d'affaires (CA) des GMS (en % CA) :

| Vente en gros                                 |                                 |                                      | 9,43%         | 4,94%         | 6,82%         |
|---|---------------------------------|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Vente au détail                               | Vente au détail Alimentaire     | Produits laitiers et œufs            | 8,57%         | 9,24%         | 8,96%         |
|   |                                 | Viandes et produits à base de viande | 7,26%         | 7,18%         | 7,21%         |
|   |                                 | Fruits et légumes                    | 5,15%         | 4,34%         | 4,68%         |
|   |                                 | Epicerie sèche et conserves          | 6,35%         | 3,86%         | 4,90%         |
|   |                                 | Autres alimentaire                   | 31,98%        | 28,82%        | 30,14%        |
|   |                                 | <i>Total alimentaire</i>             | <i>59,30%</i> | <i>53,45%</i> | <i>55,90%</i> |
|   | Vente au détail Non alimentaire | Carburants                           | 11,84%        | 8,39%         | 9,98%         |
|   |                                 | Autres non alimentaires              | 18,86%        | 32,11%        | 26,57%        |
|   |                                 | <i>Total non alimentaire</i>         | <i>30,70%</i> | <i>40,50%</i> | <i>36,40%</i> |
|   | Total Vente au détail           |                                      |               | 90,00%        | 93,95%        |
| Autres CA (fabrication, services, réparation) |                                 |                                      | 0,57%         | 1,11%         | 0,88%         |

Source : INSEE

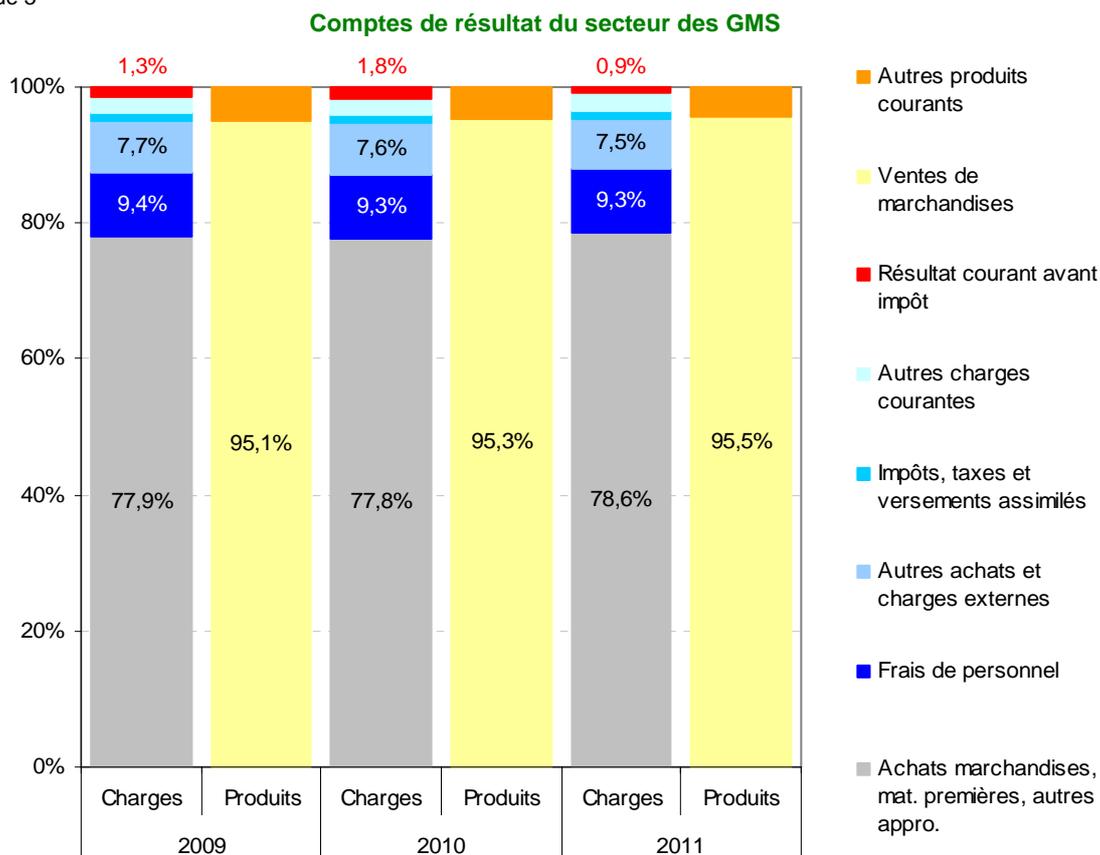
<sup>21</sup> Comprend des supermarchés de maxidiscounte (cf. schéma 2, paragraphe 3.1.), contrairement au champ de l'étude des comptes des rayons réalisée par l'observatoire.

## 4.2. Comptes du secteur des GMS

Les comptes ci-dessous sont ceux des entreprises des secteurs 4711D. Supermarchés et 4711F. Hypermarchés.

Ainsi, il s'agit de comptes des enseignes intégrées de supermarchés et d'hypermarchés (avec les activités de centrale d'achats et de support afférentes) et de comptes de magasins indépendants non consolidés avec ceux de leurs centrales d'achats (qui sont des entreprises distinctes). Les contributions des magasins indépendants aux centrales d'achat figurent donc parmi les charges des comptes ci-dessous. Le niveau de résultat représenté est le résultat courant avant impôt (RCAI), donc avant imputation des opérations exceptionnelles, de la participation des salariés aux résultats et de l'impôt sur les sociétés ; le résultat net comptable, non représenté pour la lisibilité du graphique, est de l'ordre du tiers du RCAI.

Graphique 3



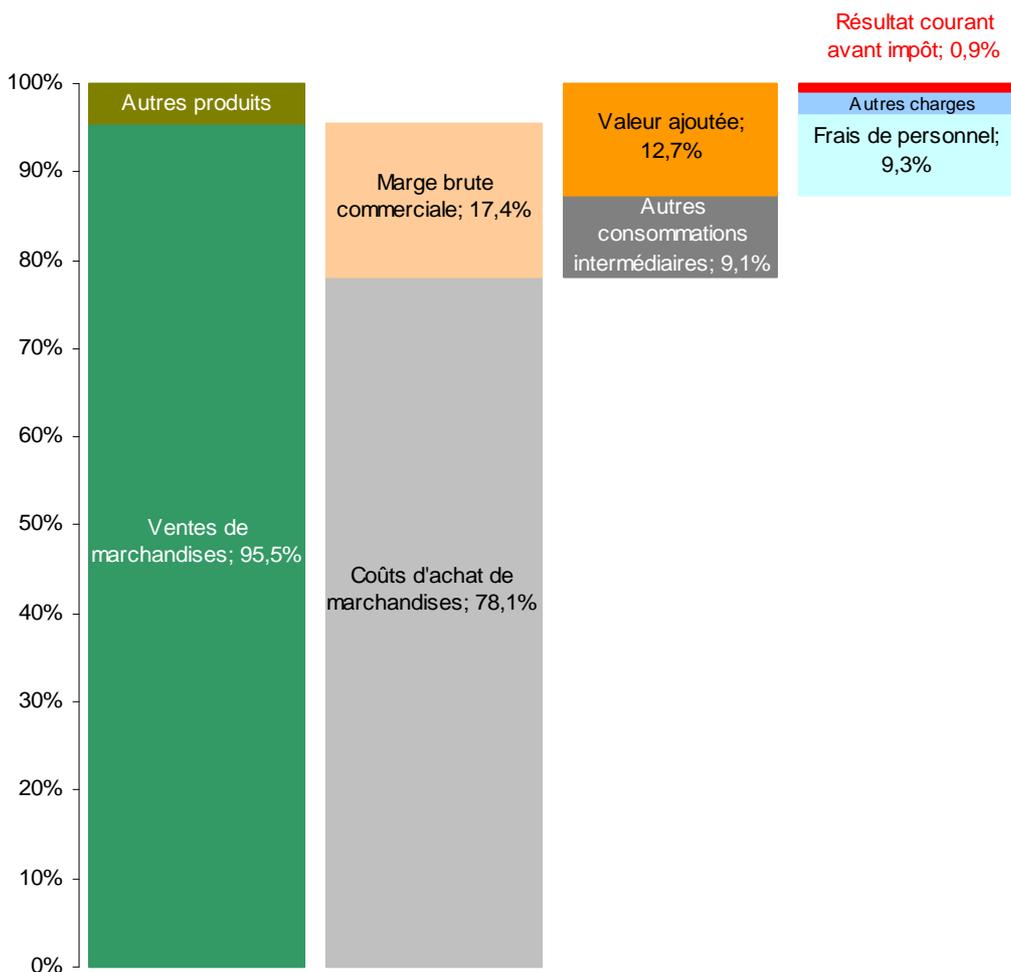
Source : INSEE (ESANE)

Le rapport du résultat courant au total des produits est en baisse sensible en 2011, sous l'effet notamment (d'après les données d'ESANE) de la progression des charges de location, de personnel et financières.

Le Schéma 6 présente l'enchaînement des comptes dans le secteur des GMS en 2011, mettant en évidence les relations entre la marge commerciale (17,4% des produits) et la valeur ajoutée (marge commerciale plus autres produits, moins autres consommations intermédiaires).

Schéma 6

**Enchaînement des soldes dans le secteur des GMS en 2011**



Source : ESANE (INSEE)

**4.3. Eléments sur les comptes des entreprises centrales d'achat des GMS**

Le secteur des « centrales d'achat alimentaire » (ESANE, INSEE) regroupe les entreprises (au sens « unités légales ») qui exercent principalement cette activité ; en sont exclus les services assurant cette fonction sans avoir le statut d'entreprise, au sein des enseignes intégrées notamment.

Le Graphique 4 présente la structure moyenne des comptes de résultat de ces entreprises, caractérisée par :

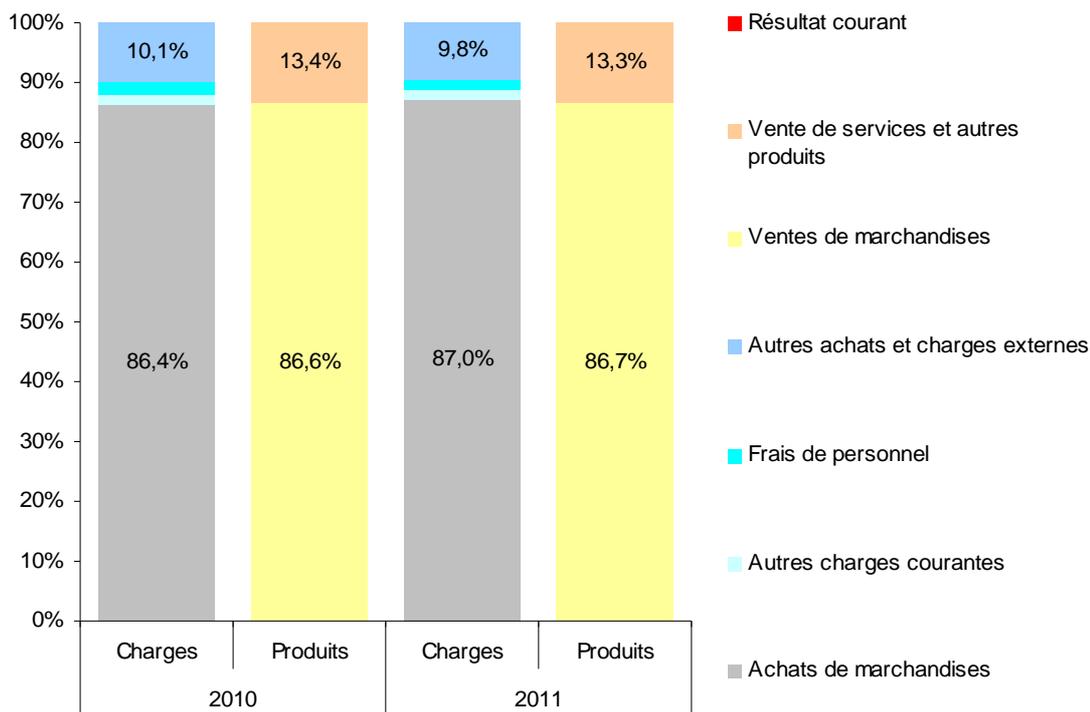
- la faiblesse du résultat courant : quelques dixièmes de pourcentages, non représentable graphiquement ;
- la faiblesse de la marge commerciale, différence entre les ventes et les achats de marchandises : de -0,3 à -0,2% des ventes ;
- en conséquence, le poste « vente de services et autres produits » assure la couverture des charges de fonctionnement, dans lesquelles les frais de personnel sont faibles.

Ceci indique que les 317 entreprises constituant le secteur en 2011 (490 en 2010) sont essentiellement des structures sans but lucratif propre, au service des magasins, financées par les cotisations versées par ceux-ci. Le secteur paraît être ainsi principalement constitué par les sociétés régionales créées par les enseignes d'indépendants, souvent sous forme coopérative, pour assurer l'approvisionnement des magasins.

Le Graphique 5 présente à titre d'exemple la structure des comptes, – proche de celle du secteur –, de deux sociétés coopératives régionales d'approvisionnement des enseignes Système U et E.Leclerc.

Graphique 4

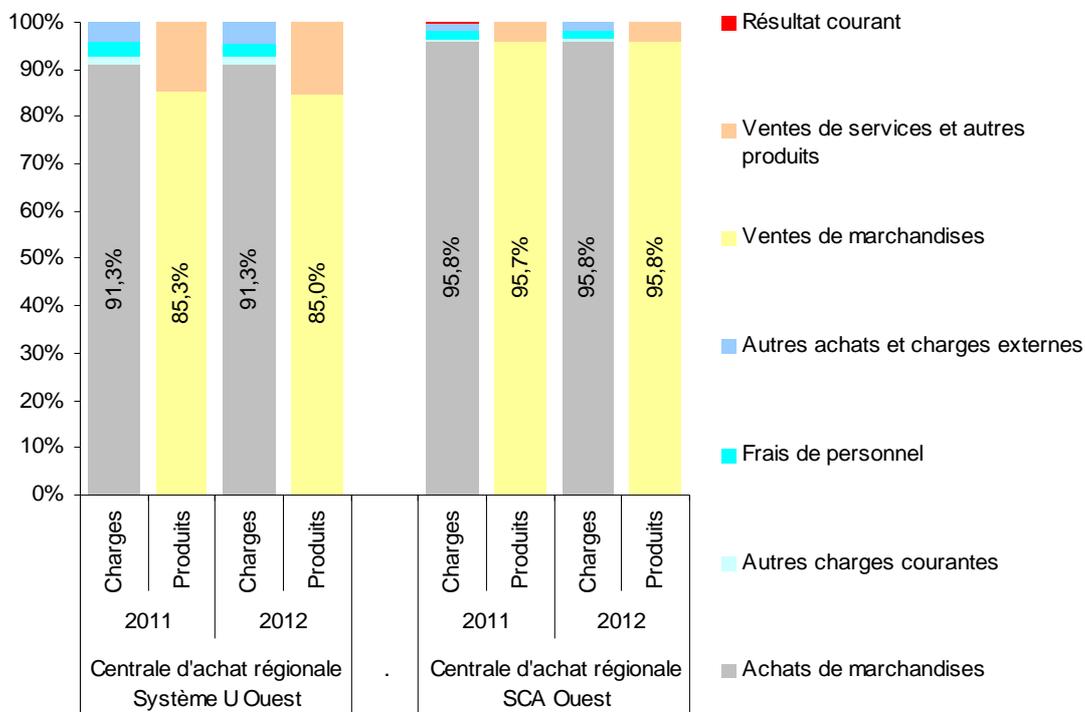
**Structure des comptes de résultat du secteur des centrales d'achat alimentaires**



Source : ESANE (INSEE)

Graphique 5

**Structure des comptes de résultat de deux centrales d'achat régionales d'enseignes de GMS (Type indépendants-centrale coopérative)**



Source : comptes déposés des deux sociétés, consultables sur Infogreffe

## Chapitre 3. Marges brutes et coûts par filière

**Viande porcine et charcuterie**

**Viande bovine**

**Viande ovine**

**Volailles de chair**

**Produits laitiers de lait de vache**

**Produits laitiers de lait de chèvre**

**Produits laitiers de lait de brebis**

**Pain**

**Pâtes alimentaires**

**Fruits et légumes frais**

**Produits de la pêche et de l'aquaculture**

### Introduction

Ce chapitre expose, dans chacune de ses sections par filière, la décomposition des prix au détail en matière première et marges brutes, depuis l'année 2000 jusqu'à juin 2013, et les coûts à différents stades, calculés à partir de données de diverses sources (FranceAgriMer, SSP, INSEE, Instituts techniques et Fédérations professionnelles), et ce jusqu'à l'année 2011 ou 2012 selon les sources, des simulations jusqu'à juin 2013 étant réalisées pour les coûts de production agricoles.

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

Cette édition 2013 du rapport de l'observatoire de la formation des prix et des marges présente les tout premiers résultats de **l'extension** – au développement encore inégal selon les produits - **du dispositif à de nouvelles filières : Produits laitiers de lait de chèvre, Pain, Pâtes alimentaires et Produits de la pêche et de l'aquaculture.**

Elle actualise également les résultats – encore partiels faute de données de base appropriées - présentés pour la première fois dans l'édition précédente sur les filières **Produits laitiers de lait de brebis.**

Pour la deuxième année, l'observatoire a conduit, avec la collaboration des enseignes, **une enquête sur les marges et les charges par rayon alimentaire des GMS** dont la méthode, améliorée par rapport à l'an dernier, a été détaillée dans le Chapitre 2 ; les résultats par rayon, portant sur l'année 2012, sont analysés dans chaque section relative à la filière correspondante (rayon Boucherie en filières Viandes porcine, bovine et ovine, rayon Charcuterie en filière Viande porcine, partie charcuterie, etc.)



## Section 1 – Viande porcine et charcuterie

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE PORCINE

#### 1.1. Cartographie des flux et opérateurs en filière porcine

*Cf. schéma 8.*

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 transformation** fabriquent des produits de charcuterie-salaison et des plats préparés à base de viande.

Les **grossistes en produits 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.

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

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

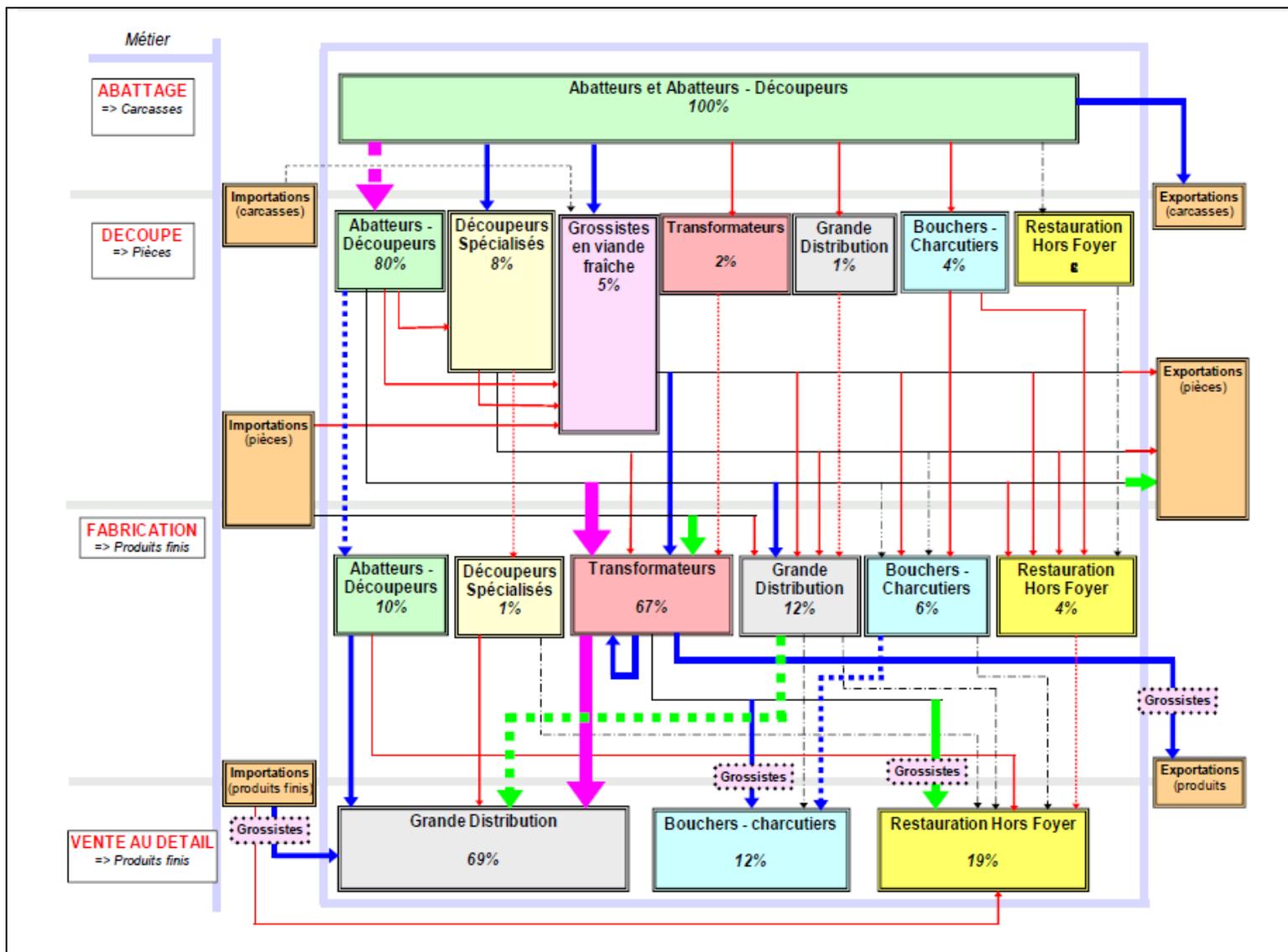
Les **distributeurs** élaborent eux-mêmes une partie des produits de porc frais qu'ils commercialisent, en débitant notamment les longes en côtes et rôtis de porc. Ces morceaux élaborés et conditionnés par les magasins et mis en vente en libre service sont appelés des « unités de vente consommateurs-magasins » (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.

#### 1.2. Bilan des flux en filière porcine

*Cf. Schéma 7.*

Schéma 7

**Cartographie des flux dans la filière porcine**



Source : IFIP

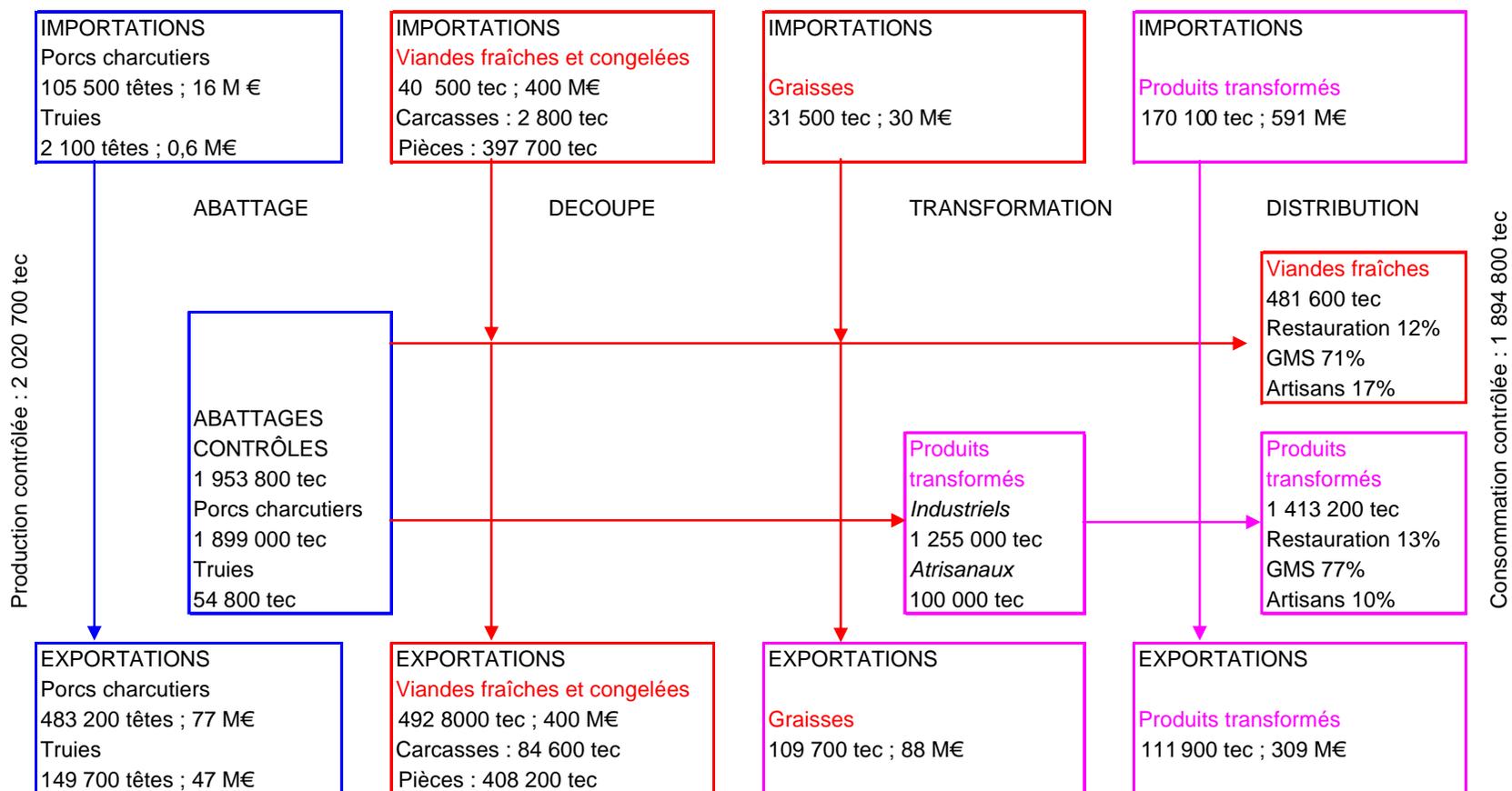
Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (cf. colonne de gauche). Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

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 8

**Bilan des flux dans la filière porcine en 2012**



Sources : SSP, Douanes, Kantar Worldpanel, Credoc

## **2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE PORCINE**

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 4 du rapport 2012.

### **2.1. Filière porc frais**

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

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

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

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

### **2.2. Filière charcuterie de porc**

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

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse entrée abattoir ;
- pour la pièce de jambon sortie industrie : cotation des pièces de porc au marché de Rungis ;
- pour le jambon sortie charcuterie-salaison : enquête INSEE pour l'observatoire et l'établissement d'indices de prix de production dans l'industrie ;
- pour les prix au détail en GMS : achats en valeur et quantités du panel du panel consommateur Kantar Worldpanel, moyenne des jambons cuits vendus en libre service ou à la coupe.

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

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DE LA VIANDE PORCINE ET DU JAMBON CUIT

#### 3.1. Filière porc frais : la longe

Le prix de la viande de porc au détail varie tout au long de l'année. Le prix en rayon suit le prix payé à l'éleveur, établi chaque semaine. Au cours de l'année, les prix les plus bas s'observent aux mois de septembre et janvier en raison d'opérations de promotions dans les GMS sur la viande porcine. Le prix du porc à la production varie au cours de l'année en fonction de l'offre et de la demande sur le marché européen, mais aussi sous l'effet de la demande mondiale ; les variations mensuelles peuvent représenter un quart du prix de vente. Au niveau de l'industrie d'abattage-découpe, les marges varient peu sur la viande fraîche vendue aux GMS et il y a une répercussion presque immédiate et quasi intégrale des variations de prix du porc vif ; on observe une forte corrélation linéaire entre les séries de prix du porc à l'entrée de l'abattoir et des pièces à la sortie de l'abattage-découpe.

La marge brute des GMS est plus fluctuante mais reste relativement stable dans le temps. Toutefois, on observe en 2013 une tendance haussière marquée sur la marge des GMS corrélée à une hausse des cours du porc vif et sortie abattoir, soit un régime de marge de type plus proportionnel que constant<sup>23</sup>.

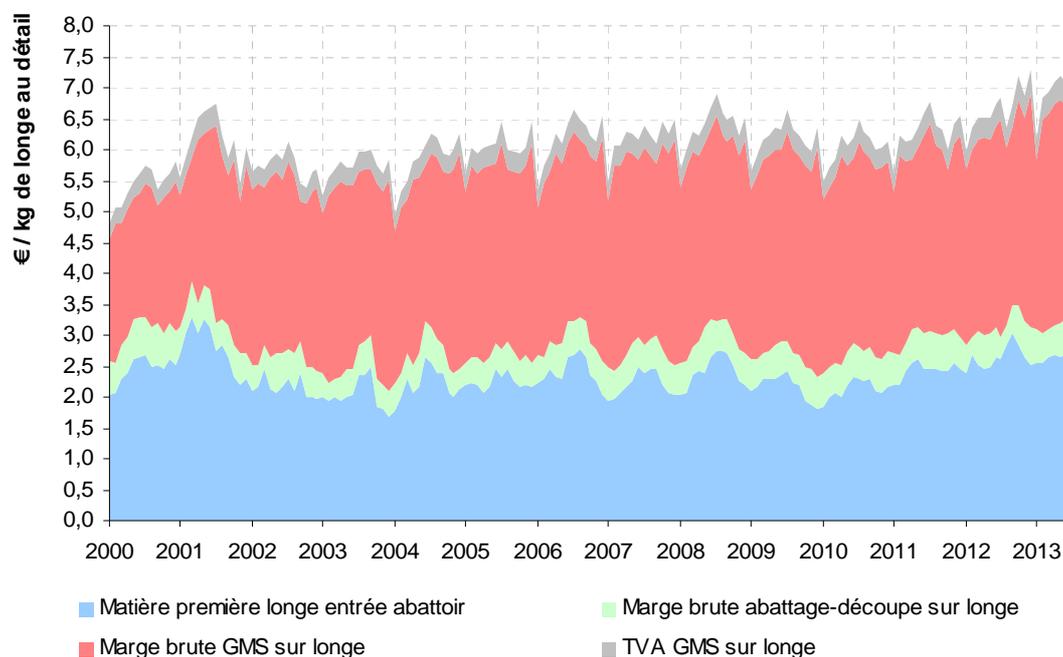
En 2011 et 2012, le prix du porc au détail a progressé de l'ordre de 5 % par an en raison d'une hausse du prix du porc payé aux éleveurs.

Mais parallèlement, les éleveurs ont subi une forte hausse de leurs coûts de production en raison de la hausse des cours des céréales. Les deux évolutions (hausse du prix du porc, hausse du coût de leur alimentation) s'inscrivent dans la hausse générale des prix agroalimentaires induite par la progression de la demande chinoise.

Sur le 1<sup>er</sup> semestre 2013, le prix payé par les consommateurs a continué de progresser de l'ordre de 3% bien que le prix pour les éleveurs soit resté stable ; on observe une hausse de la marge brute des distributeurs de l'ordre de 6 %.

Graphique 6

Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des produits de longe de porc en UVM<sup>24</sup>



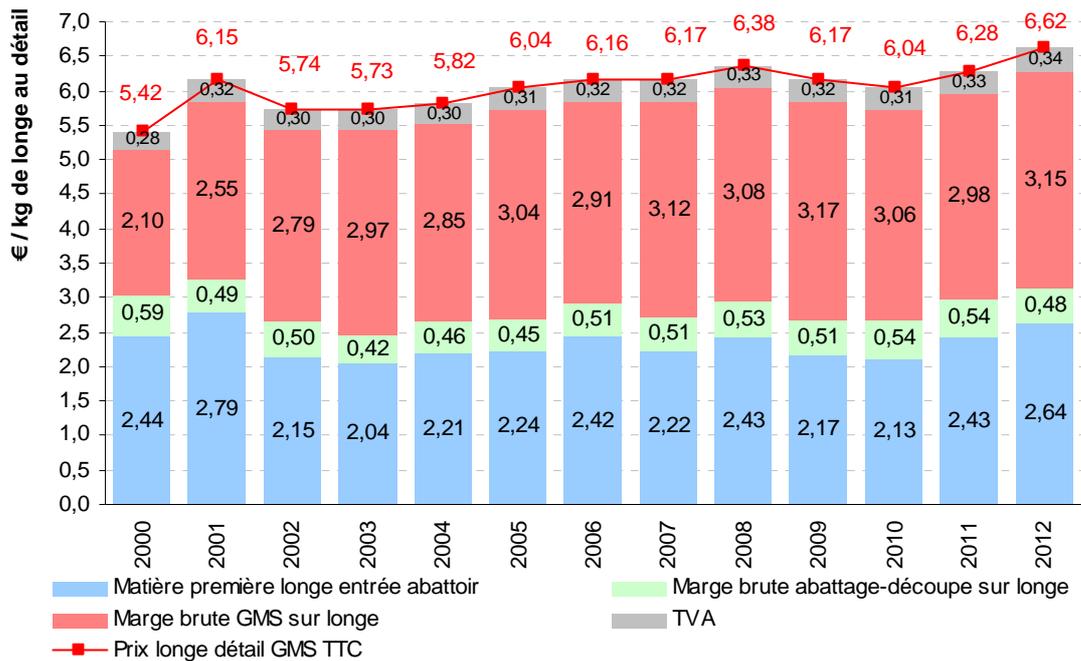
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, RNM, Kantar Worldpanel

<sup>23</sup> Marge proportionnelle : la marge comprend un élément proportionnel au coût d'achat ; marge constante : quel que soit le soit le coût d'achat, la marge tend à être identique.

<sup>24</sup> La grande distribution se fournit en longe auprès de l'industrie de l'abattage-découpe et les débite en côtes et rôtis (ou autres morceaux dans le filet) en supportant les coûts afférents à cette dernière transformation ; le produit suivi ici au détail agrège côtes et rôtis. Pour des raisons de fiabilité des données, côtes et rôtis ne peuvent être séparées dans cette analyse.

Graphique 7

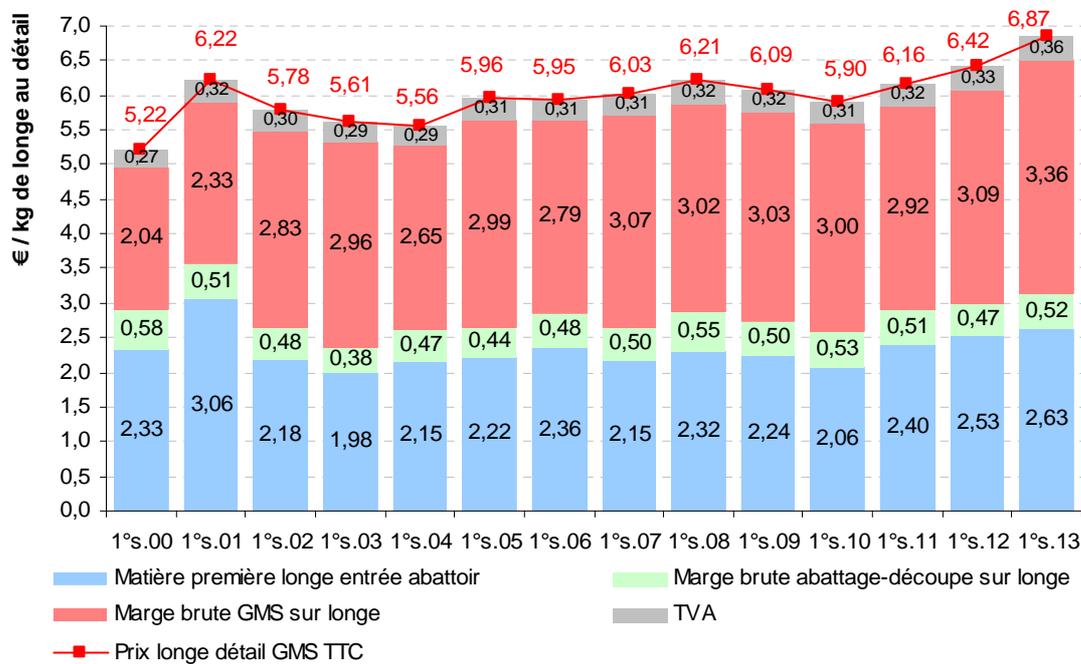
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des produits de longe de porc en UVMC**



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

Graphique 8

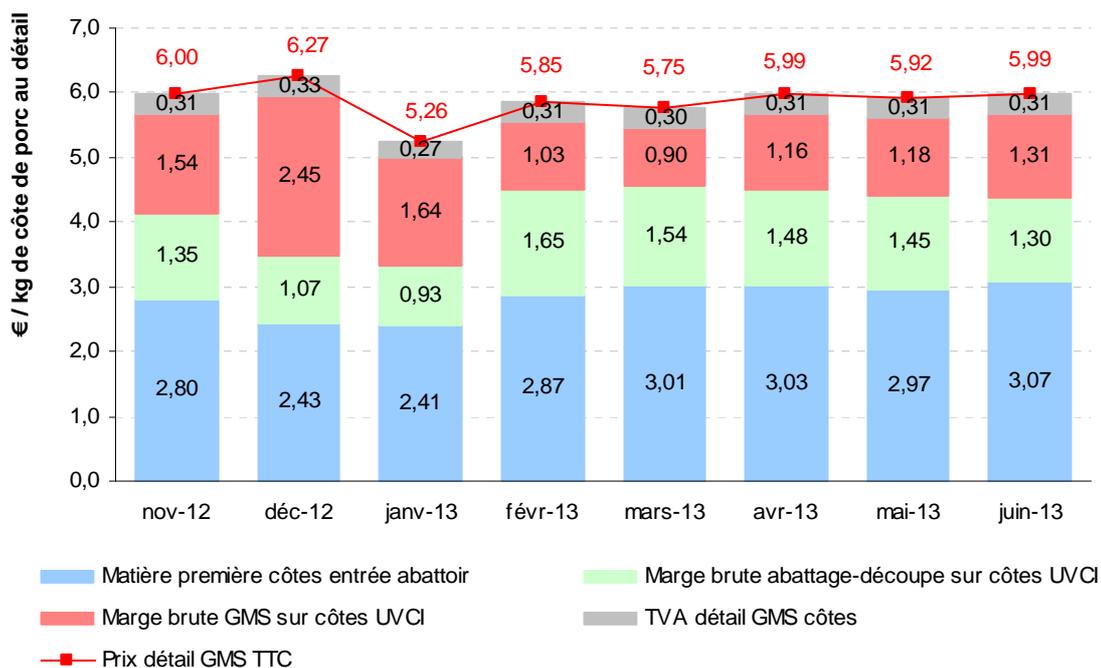
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS des produits de longe de porc en UVMC**



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

Graphique 9

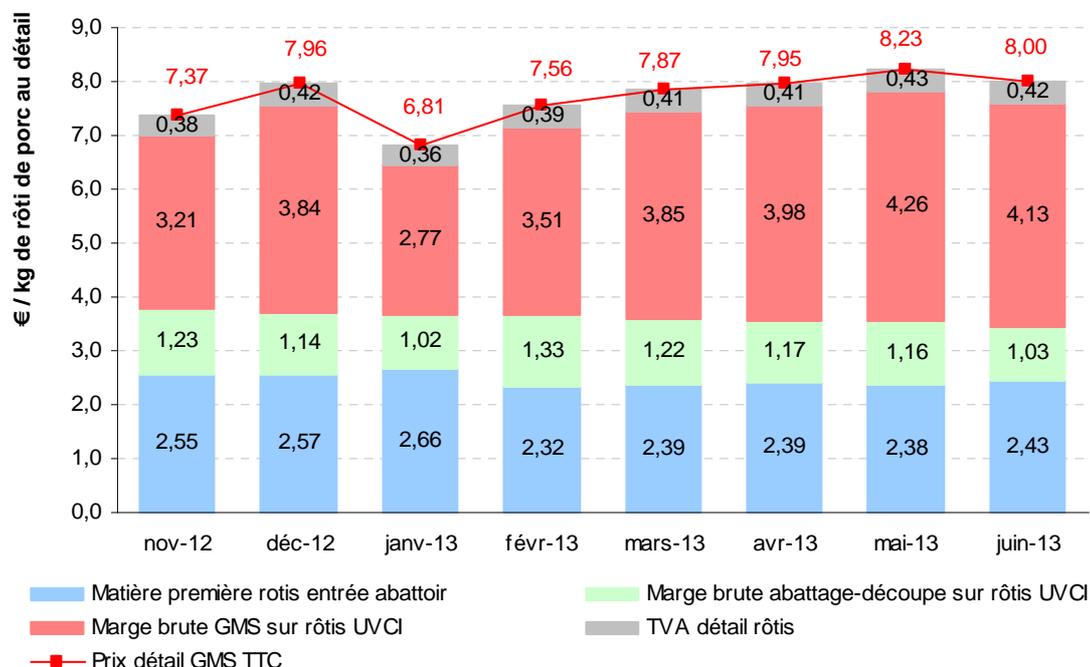
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de la côte de porc en UVCI<sup>25</sup>**



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

Graphique 10

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



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

<sup>25</sup> La grande distribution se fournit en portions-consommateurs (barquettes) auprès de l'industrie de l'abattage-découpe, laquelle (et non plus la GMS) supporte alors les coûts afférents à cette dernière transformation ; d'où une marge brute de l'industrie plus importante que dans le circuit UVCM et, inversement, une marge brute en GMS plus faible que dans le circuit UVCM.

### 3.2. Filière charcuterie de porc : le jambon cuit

Le prix du jambon vendu en GMS est peu fluctuant. Les variations mensuelles sont inférieures à 1 %. Les GMS négocient avec leurs fournisseurs de la salaisonnerie des contrats où le tarif est fixé pour plusieurs mois. Les salaisonniers achètent leur matière première, - la pièce de jambon sortie abattage-découpe -, à la semaine. Son prix, comme celui de la longe, suit avec une bonne corrélation linéaire celui des cours du porc frais payé à l'éleveur, comme lui, il subit des variations importantes au cours de l'année.

Comme évoqué plus haut, le prix du porc frais est défini de manière hebdomadaire en fonction de l'offre et de la demande sur les marchés européens et les pays tiers.

Avec des prix de ventes relativement stables et un prix de matière première (pièce de jambon frais) plus volatil, la marge brute de l'industrie de la salaisonnerie peut varier fortement d'un mois sur l'autre.

Sur plusieurs années, la tendance est à une hausse des coûts de main-d'œuvre et d'énergie qui explique essentiellement l'augmentation de la marge brute de l'industrie de la salaisonnerie, le résultat courant étant en baisse. La marge brute de l'industrie de la charcuterie-salaisonnerie représente 18 % du prix payé par le consommateur en 2012-2013.

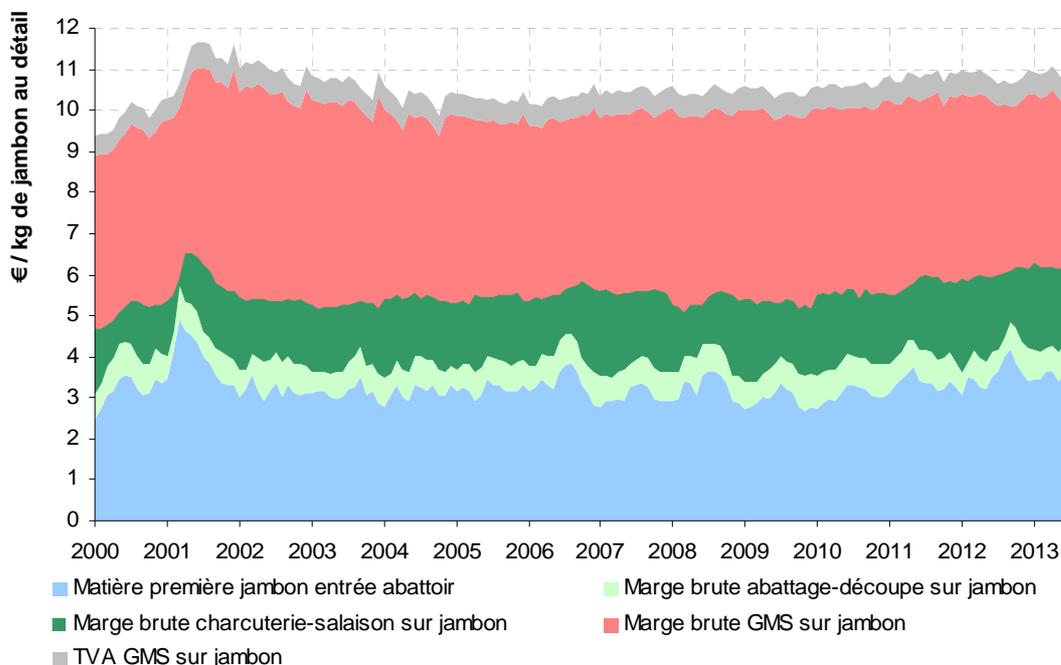
La marge brute des GMS est restée relativement stable depuis le milieu des années 2000, représentant entre 40% et 44% du prix payé par le consommateur. Depuis 2009, la marge brute des GMS diminue de quelques centimes chaque année.

En 2013, la baisse a été plus marquée avec un recul près de 0,25 €/kg par rapport à 2012 : probablement sous les effets de la concurrence et du comportement plus attentifs des ménages vis-à-vis des prix, la distribution a amorti une partie de la hausse des prix et des coûts transmise par son amont.

Autre élément d'explication à cette diminution observée de la marge brute au détail : les prix au détail utilisés pour le calcul sont des prix d'achat moyens des jambons cuits, pondérés par les quantités ; or, au sein de cette catégorie produits, les achats des consommateurs ont pu s'orienter d'avantage ces derniers temps sur des articles moins chers, ou sur des promotions, entraînant une baisse du prix moyen au détail.

Graphique 11

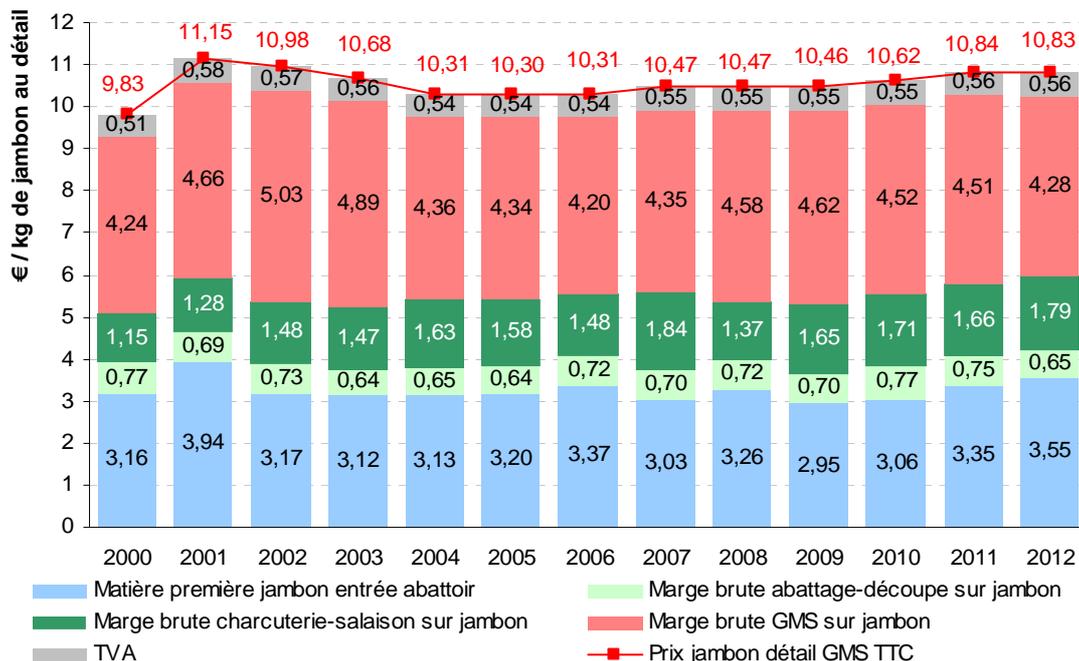
#### Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du jambon cuit standard en libre service ou à la coupe



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

Graphique 12

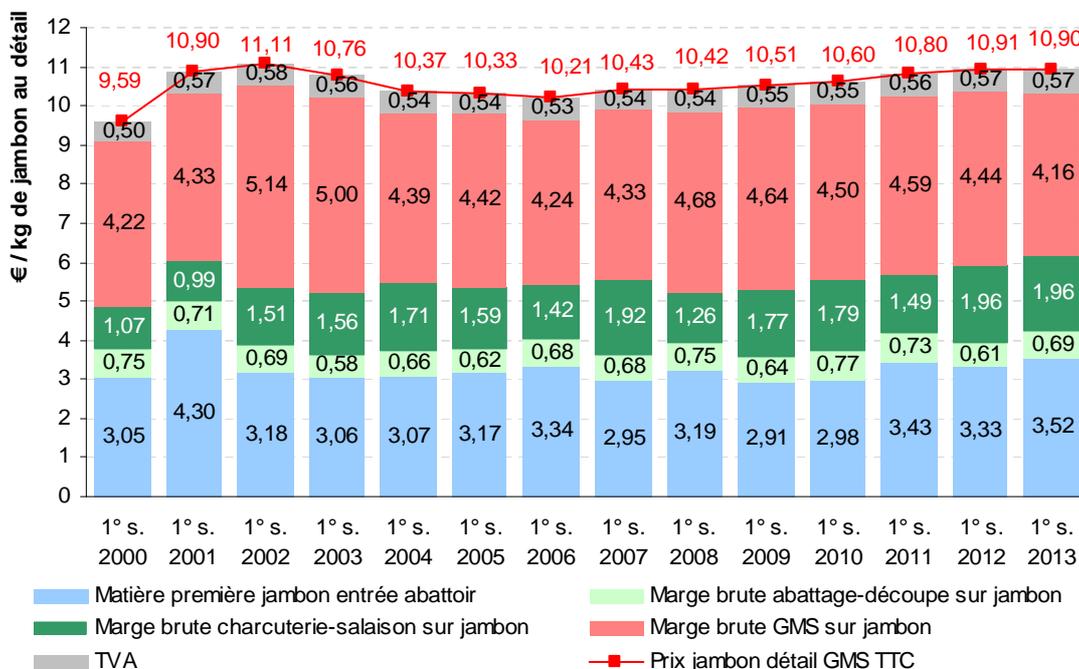
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du jambon cuit standard en libre service ou à la coupe**



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

Graphique 13

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du jambon cuit standard en libre service ou à la coupe**



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

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE PORCIN ET COUT DE PRODUCTION DU PORC EN ELEVAGE

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

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de porcs est constitué de 155 à 181 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de porcs constitue plus de 85 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux. Cet échantillon est représentatif de 5 431 à 6 689 exploitations selon les années.

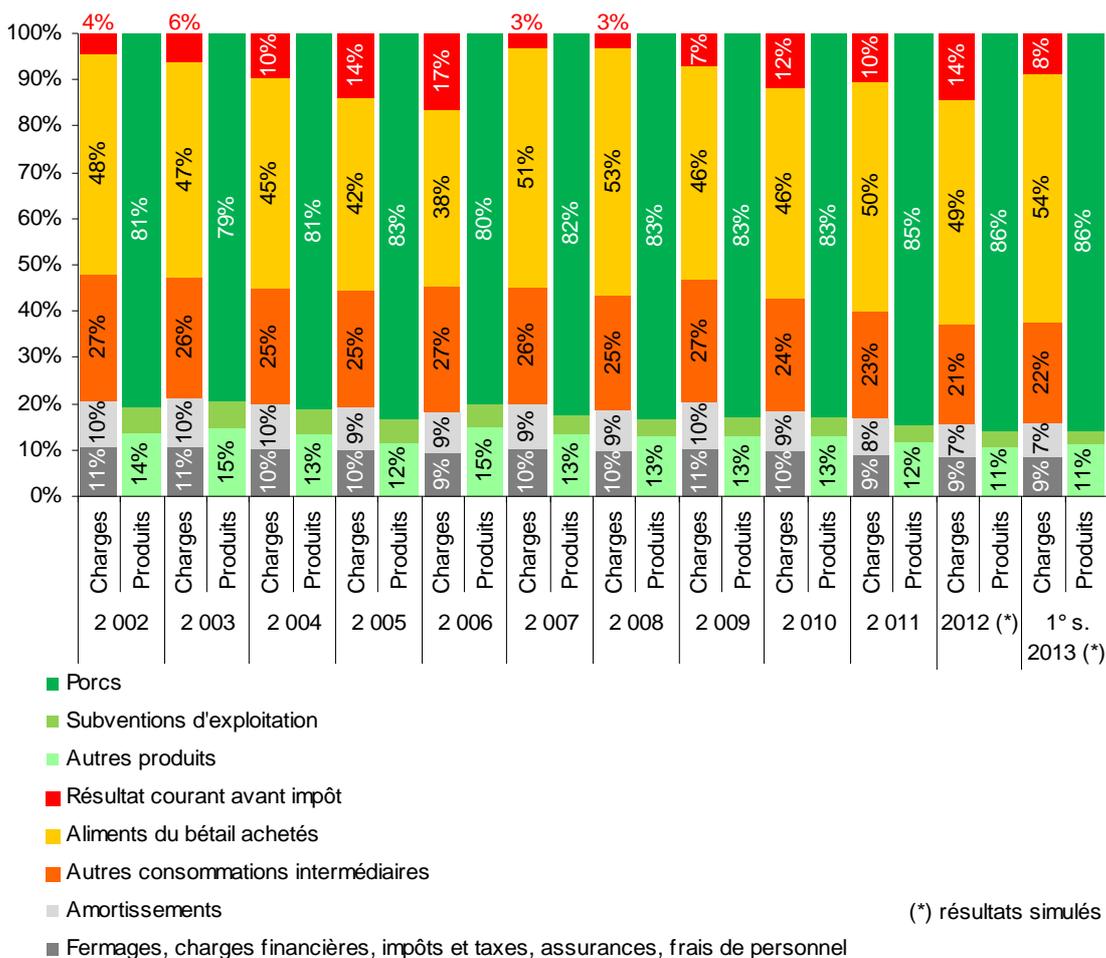
Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 3 % à 17 %).

La simulation réalisée sur 2012 et sur le 1<sup>er</sup> semestre 2013 en appliquant à la structure des comptes 2011 les évolutions de prix du porc, des aliments pour porcins et des intrants pour les cultures, conduit à une augmentation « mécanique » (sans adaptation des exploitations) du pourcentage du résultat courant en 2012 sous l'effet de la hausse du prix du porc.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2013, l'évolution relative des prix du porc et des aliments se traduit par une diminution du résultat courant, relativement au chiffre d'affaires (Graphique 14) ainsi qu'en valeur absolue (Graphique 15) par travailleur familial.

Graphique 14

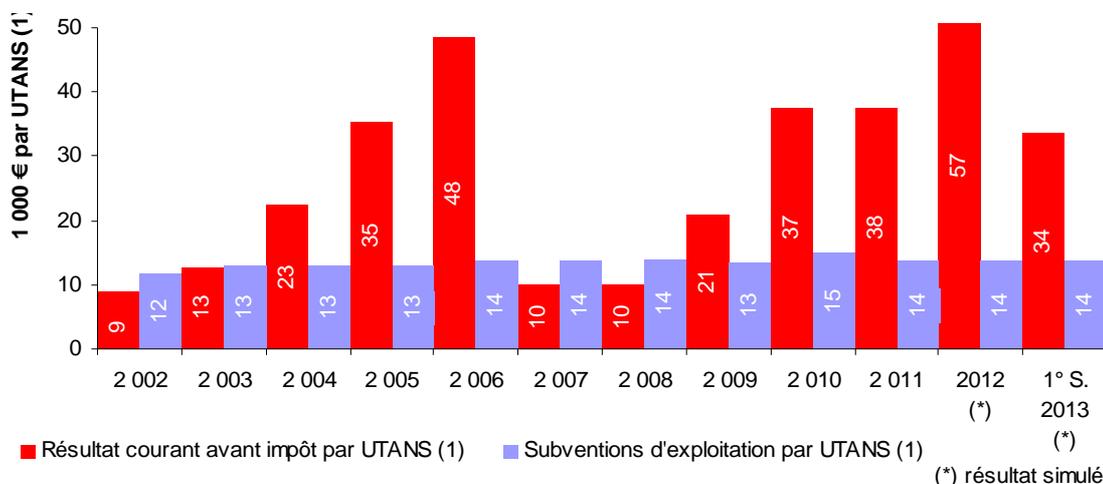
#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations porcines spécialisées



Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

Graphique 15

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations porcines spécialisées**



Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

**4.2. Coût de production du porc en élevage**

Cf. Graphique 16 page suivante.

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 et les charges alimentaires des élevages suivis en Gestion Technico-Economique (GTE), soit 46 % des élevages français de plus de 50 truies en 2012, et les charges observées dans l'échantillon GTE-TB (Tableau de Bord), constitué d'environ 10 % des élevages français de plus de 50 truies.

Dans cette approche, le coût de production intègre des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC brut horaire par unité de main d'œuvre (majorée des cotisations sociales de l'exploitant affectées à l'atelier porcin), ainsi qu'une rémunération des capitaux personnels (au taux d'intérêt du marché).

Le coût de production du porc dépend fortement du prix de l'aliment et donc du cours des matières premières, avec un certain décalage : le coût alimentaire est calculé sur la base de l'aliment consommé sur la période, et non sur celle de l'aliment consommé par les animaux vendus dans la période. Selon les années, la part de l'alimentation dans le coût de production total varie de 56 % à 71 %, cette part dépassant systématiquement 60 % du coût de production du porc depuis 2007. Sur la période 2000-2012, le coût de production du porc s'établit en moyenne à 1,32 €/kg de carcasse avec des variations entre 1,18 €/kg en 2005 à 1,54 €/kg en 2012.

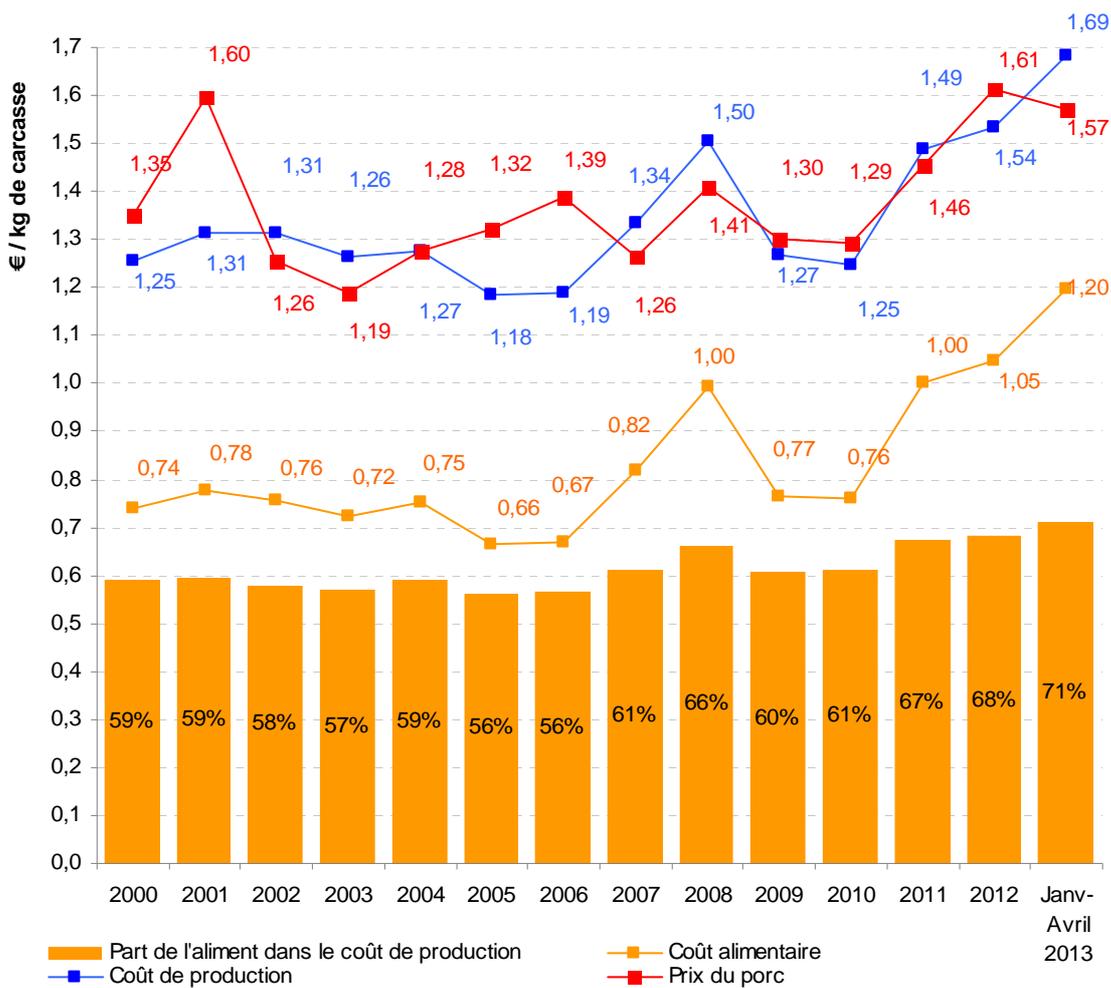
Le prix du porc (produit moyen perçu par l'éleveur pour la vente d'un kg de carcasse de porc, pour la qualité moyenne produite, net de cotisations et prélèvements, relevé dans les différentes exploitations de l'échantillon GTE) est en moyenne de 1,36 €/kg allant de 1,19 €/kg en 2003 à 1,61 €/kg en 2012.

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

Il en résulte une marge nette de moins de 5 centimes /kg en moyenne sur la période 2000 - 2012, variant entre - 9 cts/kg en 2008 et 28 cts/kg en 2001.

Graphique 16

### Coût de production moyen du porc en élevage



Source : IFIP

## **5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DES FILIERES VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE ET COUT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DECOUPE DE PORCS**

### **5.1. Structure des charges des entreprises d'abatage-découpe spécialisées en viande porcine**

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abatage-découpe de porcs constituaient une part importante (plus de deux tiers) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 41 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (75,6 % en 2011) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, en valeur, la part de ce poste augmente de 2,4 points entre 2009 et 2011.

La part des « autres achats et charges externes », après avoir augmentée de 0,5 points entre 2009 et 2010 diminue de 1,2 points en 2011. Ce poste comprend de la sous-traitance, mais aussi toutes sortes de dépenses diverses (énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels).

Le poids des frais de personnel (9,4 % en moyenne de l'ensemble des charges sur la période étudiée) a augmenté de 0,4 points en 2010 avant de diminuer de 0,8 points en 2011.

La marge brute de transformation du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 17.

Dans ce secteur, le résultat courant avant impôt, rapporté au CA est en moyenne très faible et en diminution sur la période. Il représente de 0,62 % du chiffre d'affaires en 2009 à 0,02% du chiffre d'affaires en 2011.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée aux produits), en moyenne de 12,5% sur la période. Toutefois, il s'inscrit dans une tendance à la baisse entre 2009 (13%) et 2011 (11,5%).

### **5.2. Coûts par kg de carcasse traité dans l'abatage-découpe de porcs**

FranceAgriMer réalise une étude trimestrielle sur l'activité, les coûts et les marges et les résultats des entreprises d'abatage et de 1<sup>ère</sup> transformation de la viande porcine en relation avec l'évolution de la conjoncture.

L'échantillon de l'étude est variable selon les années. Il est composé ici de 10 entreprises (échantillon constant sur la période) spécialisées en porcin, c'est-à-dire réalisant plus de 97 % de leur activité avec de la viande porcine. Les données présentées sont exprimées en € par kg de carcasse traité.

Le Graphique 18 présente un coût en €/kg de carcasse traité en progression sur l'ensemble de la période : +28 centimes en 2011, +17 centimes en 2012, pour un coût de la matière première augmentant de 24 centimes en 2011 puis de 16 centimes en 2012. La marge brute des transformateurs, différence entre le produit et la matière première, doit couvrir les charges figurant en bleu sur le schéma. Elle est leur est inférieure. Il en résulte donc un résultat courant avant impôt négatif, sur l'ensemble de la période : - 1 centime par kg traité en 2009 ; - 2 centimes par kg traité en 2010 et 2011.

### **5.3. Structure des charges des entreprises de charcuterie-salaisonnerie**

Les données utilisées pour cette approche proviennent de comptabilités de 238 entreprises de charcuterie-salaisonnerie, retraitées par la Banque de France.

La structure du compte de résultat montre la part prépondérante du poste « achats de marchandises, matières premières et autres approvisionnements » dans les charges : 57,2 % en moyenne entre 2009 et 2012 pour l'échantillon observé. Ce poste enregistre des augmentations annuelles successives de 8,5% (entre 2009 et 2010), 3,1% (entre 2010 et 2011) et de 4,5% (entre 2011 et 2012).

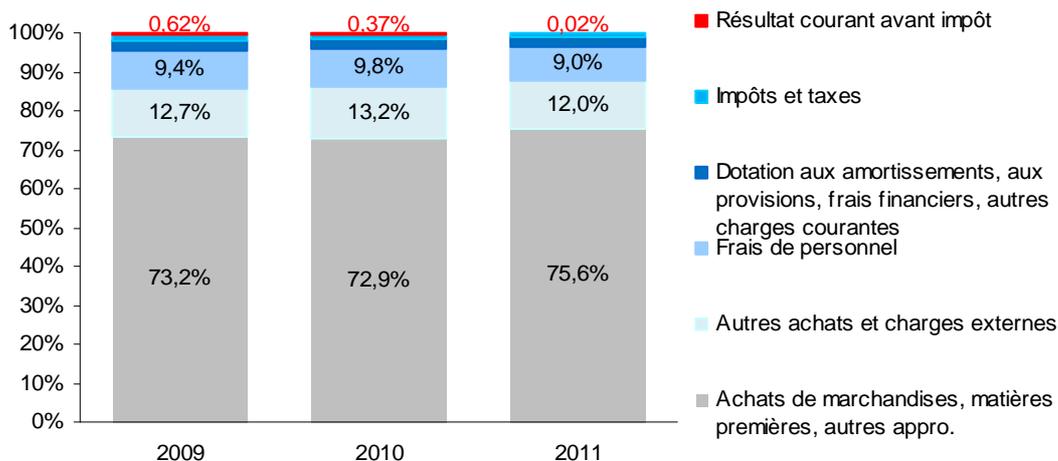
Les autres postes les plus importants du compte sont :

- les « autres achats et charges externes » (21,2 % en moyenne sur 2010-2012),
- les frais de personnel (14,6 % en moyenne sur 2010-2012).

La marge brute de transformation (produits moins matière première) du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur autre que grisée sur le Graphique 19.

Graphique 17

**Structure des charges des entreprises d'abattage découpe spécialisées en viande porcine**



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 18

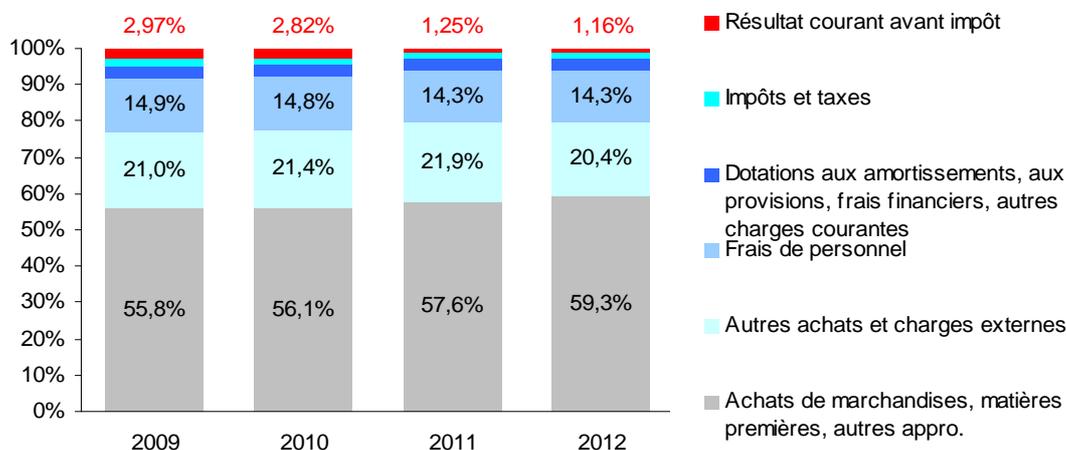
**Coûts et résultat courant par kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe en viande porcine**



Source : panel d'entreprises, FranceAgriMer

Graphique 19

**Structure des charges des entreprises de charcuterie-salaison**



Source : Banque de France pour FICT

## 6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE ET CHARCUTERIE DES GMS

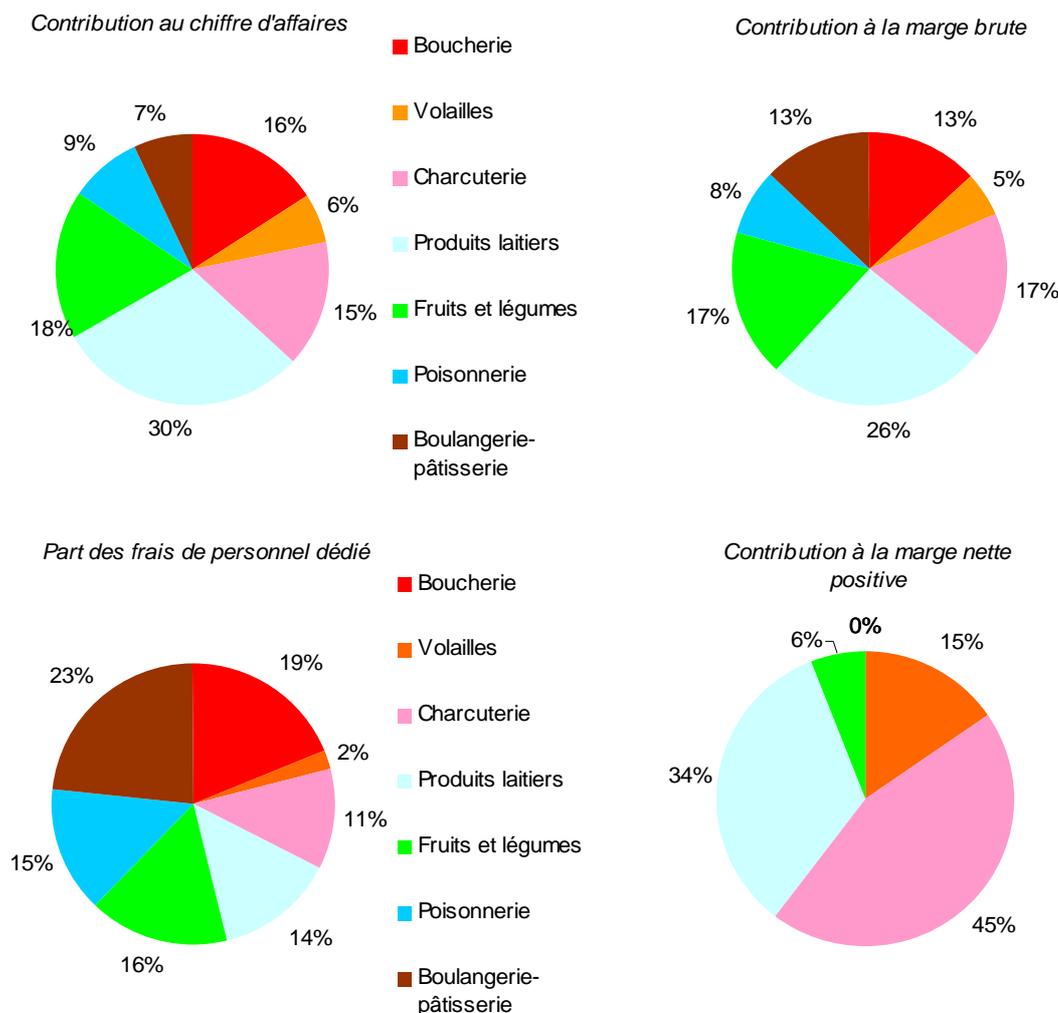
### 6.1. Les rayons boucherie et charcuterie par rapport aux autres rayons étudiés

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

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

Graphique 20

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

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

Tableau 5

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : 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                               | 74,8                                     |  | 65,8                                     |  |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,2</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.   | <b>34,2</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.   |
| Frais de personnel du rayon                                      | 10,7                                     | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.  | 6,8                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.   |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>14,5</b>                              |  | <b>27,5</b>                              |  |
| Autres charges   | 15,8                                     |  | 18,4                                     |  |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-1,3</b>                              |  | <b>9,1</b>                               |  |
| Impôt sur les sociétés   | -0,5                                     |  | 3,3                                      |  |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-0,8</b>                              | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 1,9 € (*) de la marge nette moyenne de -0,8 €. | <b>5,8</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 1,9 € (*) de la marge nette moyenne de 5,8€. |

(\*) 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, données enseignes année 2012

### 6.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boucherie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 25 € de marge brute, les achats de viandes représentant 75 € .

En moyenne, le rayon viande est le rayon dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés.

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

La marge « semi-nette » descend ainsi à 14,5 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,3 € pour 100 € de ventes, passant à -0,8 € compte tenu de la convention de répartition de l'IS (Cf. chapitre 2). Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se basant sur l'écart moyen ; il s'agit de la marge nette sur chiffre d'affaires la plus faible des rayons étudiés dans 6 des 7 enseignes interrogées et elle reste négative dans 5 d'entre elles.

### 6.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon charcuterie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 34 € de marge brute, les achats aux fournisseurs représentant 66 €, soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 52 % en moyenne, le plus élevé des rayons étudiés.

Rappelons que par le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus » (marchandises perdues et effet des rendements de découpe en magasins), on soustrait les pertes de produit en rayon de vente en libre-service ou à la coupe, ou en centrale d'achat, ou dans les ateliers de découpe des distributeurs.

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

La marge « semi-nette » se situe ainsi à 27,5 € en moyenne, et, malgré le poids assez élevé des autres charges dans le chiffre d'affaires, la marge nette est en moyenne de 5,8 € (après IS) pour 100 € de ventes, soit la plus élevée des rayons étudiés après le rayon volailles, et ce avec une dispersion entre enseignes un peu plus faible que pour les marges nettes des autres rayons.

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

#### 6.3.1. Détail des charges en rayon boucherie

*Cf. Tableau 6.*

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors celui dédié au rayon et d'autres charges communes (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 26 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est un des rayons dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

*NB : comme expliqué au chapitre 2, la convention appliquée pour ventiler l'IS par rayon vise à ce que la somme des IS répartis par rayon soit égale à l'IS de l'ensemble, calculée en appliquant un taux moyen d'IS au résultat avant IS. Il en découle que les rayons à marge nette avant IS négative, comme le rayon boucherie, en diminuant l'assiette d'imposition de l'ensemble, sont affectés d'une correction qui diminue leur charges totales. On peut aussi appliquer une autre convention en excluant les rayons « négatifs » de la répartition de l'IS : dans ce cas, la marge nette après répartition de l'IS du rayon boucherie est en fait la marge nette avant cette répartition.*

6.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Cf. Tableau 6.

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement près de 9 € de charges directes (dont 7 € de frais de personnel dédiés) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 20 €, principalement les frais de personnel hors celui dédié au rayon et d'autres charges communes (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

Soit au total 29 € pour 100 € de chiffre d'affaires, un niveau de charges dans la moyenne de celui observé tous rayons, mais qui s'impute sur une marge brute conséquente, laissant donc une marge nette rapportée au chiffre d'affaires élevée en moyenne, venant au 2<sup>e</sup> rang après le rayon volailles et au 1<sup>er</sup> rang dans 4 des 7 enseignes étudiées.

Tableau 6

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

|  |  | Boucherie   | Charcuterie |
|--|--|-------------|-------------|
| Charges directes du rayon                  | Frais de personnel du rayon  | 10,7        | 6,8         |
|  | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon     | 0,5         | 0,1         |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                                | 0,7         | 0,7         |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon        | 0,7         | 0,6         |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon              | 0,3         | 0,5         |
|  | <b>Sous-total : charges directes du rayon</b>                      | <b>13,0</b> | <b>8,6</b>  |
| Charges communes réparties                 | Immobilier   | 2,1         | 1,8         |
|  | Personnel hors-rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,0         | 5,6         |
|  | Frais financiers   | 0,5         | 0,5         |
|  | Autres charges communes réparties                                  | 6,0         | 8,6         |
|  | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>                     | -0,5        | 3,3         |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                     | <b>13,1</b> | <b>19,8</b> |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |  | <b>26,1</b> | <b>28,4</b> |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

NB : sur l'organisation du rayon boucherie, Cf. encadré n° 3 page 133.

## 7. LA TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIERE PORCINE

Dans le circuit du jambon cuit, on compare les prix observés de la viande porcine à la production agricole (entrée abattoir), sortie abattage-découpe, sortie charcuterie salaison et au détail en GMS avec des prix simulés, toutes choses égales par ailleurs, tels que, par rapport à une période de référence :

- le prix entrée abattoir assure une marge sur aliment égale à la valeur observée en période de référence, majorée de l'inflation ;
- le prix de la pièce de jambon sortie découpe assure une marge brute sur matière première de la découpe (jambon dans la carcasse) égale à la valeur observée en période de référence majorée de l'inflation ;
- le prix du jambon cuit sortie salaisonnerie (2° transformation) assure une marge brute sur matière première de la charcuterie (pièce de jambon sortie découpe) égale à la valeur observée en période de référence majorée de l'inflation ;
- le prix au détail en GMS assure une marge brute (commerciale) sur achat du jambon à la 2° transformation égale à la valeur observée en période de référence majorée de l'inflation.

La période de référence retenue est la période 2002-2004 (les prix du porc à la production étant très variables, il serait impropre de ne se référer qu'à une seule année), tant pour le niveau des marges de référence que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'indice IPAMPA du prix de l'aliment pour porcin (source : INSEE) ;
- l'indice du prix de la carcasse de porc entrée abattoir (source : FranceAgriMer) ;
- l'indice du prix de la pièce de jambon sortie découpe (source : FranceAgriMer) ;
- l'indice du prix du jambon cuit sortie 2° transformation (source : FranceAgriMer, FICT) ;
- l'indice du prix du jambon en GMS (source : Kantar Worldpanel) ;
- l'indice des prix à la consommation (IPC) pour intégrer l'inflation<sup>27</sup>.

Les coefficients techniques rapportant les coûts au produit, nécessaires au calcul, sont issus de l'IFIP (pour le stade de la production agricole) et des rapports entre valeur entrée abattoir, sortie découpe, sortie 2° transformation et prix au détail.

Pour un stade donné (production, abattage-découpe, 2° transformation, distribution), le prix simulé à une date (mois)  $P_{St}$  donnée est donc égal à la marge brute de référence  $MB_R$  + le coût en « matière première pour le stade considéré »<sup>28</sup> à la date  $t$ ,  $C_t$  :

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

La marge brute de référence  $MB_R$  évolue au cours du temps, elle est la différence entre le prix du produit en période de référence,  $P_0$ , moins le coût en consommations intermédiaires à cette même période  $C_0$ , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'indice des prix à la consommation ( $IPC$ ) entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPC_t$  sur  $IPC_0$ ) :

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

Le coût en matière première à chaque période est considéré comme n'évoluant que sous l'effet de l'évolution des prix de la matière première, il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de cette matière première entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPMP_t$  sur  $IPMP_0$  des indices de prix de la « matière première pour le stade considéré ») :

$$C_t = C_0 \frac{IPMP_t}{IPMP_0}$$

d'où le prix simulé :

$$P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left( \frac{IPMP_t}{IPMP_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

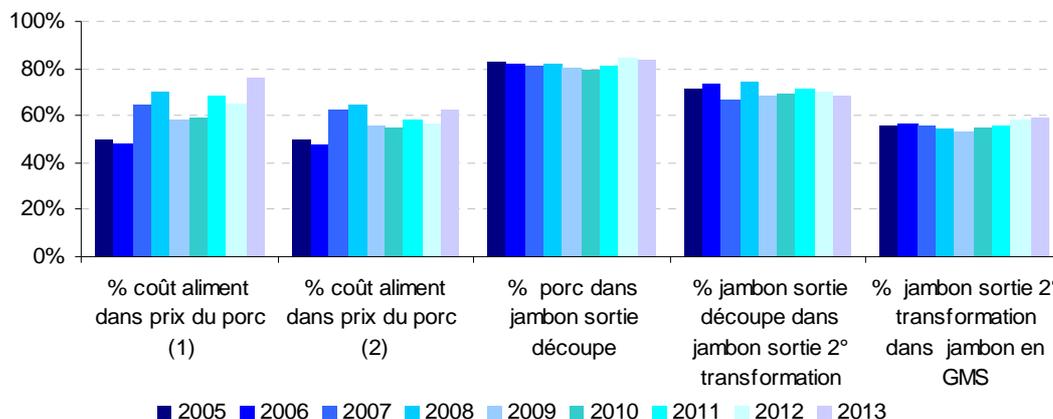
<sup>27</sup> L'IPC est pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles, cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

<sup>28</sup> La « matière première » du stade élevage est l'aliment, celle du stade abattage-découpe est le porc, celle du stade charcuterie est la pièce de jambon sortie découpe, celle du stade détail en GMS est le jambon cuit sortie usine.

Le graphique ci-dessous présente les coefficients techniques (en valeur) à chaque stade : rapport entre matière première et produit. On note le poids de l'aliment dans le produit porc, important et croissant, la faible valeur ajoutée de l'abattage-découpe (la matière première représente 80% du produit), le poids élevé de la matière première (découpe de jambon) pour la 2° transformation.

Graphique 21

### Part moyenne annuelle en valeur des matières premières dans le produit à chaque stade de la filière porc (jambon)



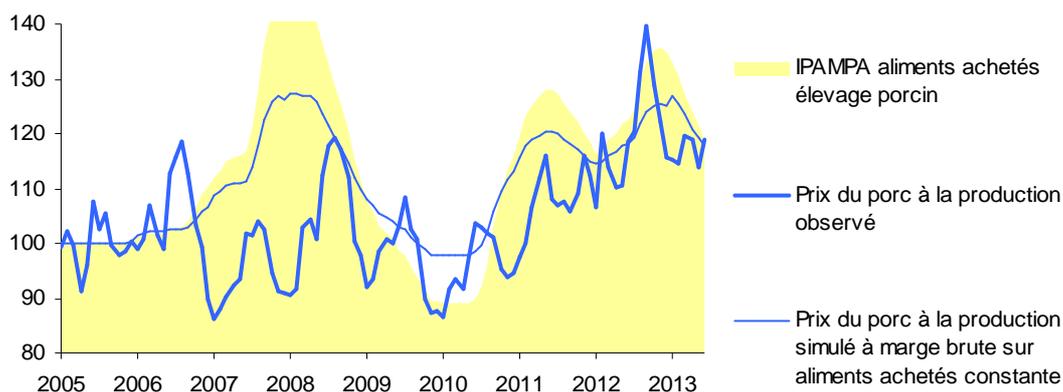
- (1) d'après les données de l'année sur le coût de production, source IFIP. Variations de prix et des volumes prises en compte. Le coût alimentaire comprend les aliments achetés et les aliments autoproduits par l'éleveur.
- (2) part de la charge en aliments achetés dans les exploitations spécialisées en élevage porcin, source RICA. Le coût alimentaire ne comprend ici que les seuls aliments achetés.

Sources : SSP (RICA), INSEE, FranceAgriMer-RNM, IFIP

Sur le graphique suivant apparaît la déconnexion entre prix du porc et prix de l'aliment et lors des phases de fortes fluctuations de ce dernier (2007-2009). A partir de 2011, l'augmentation des prix des matières premières et la demande de porcs se traduisent par des évolutions à la hausse des deux prix, mais celui du porc n'est qu'exceptionnellement supérieur au prix simulé qui, toutes choses égales par ailleurs, maintiendrait la marge sur aliments à son niveau de référence.

Graphique 22

### Relation entre prix de l'aliment des porcs et prix du porc à la production



Indices 100 : prix moyens 2005

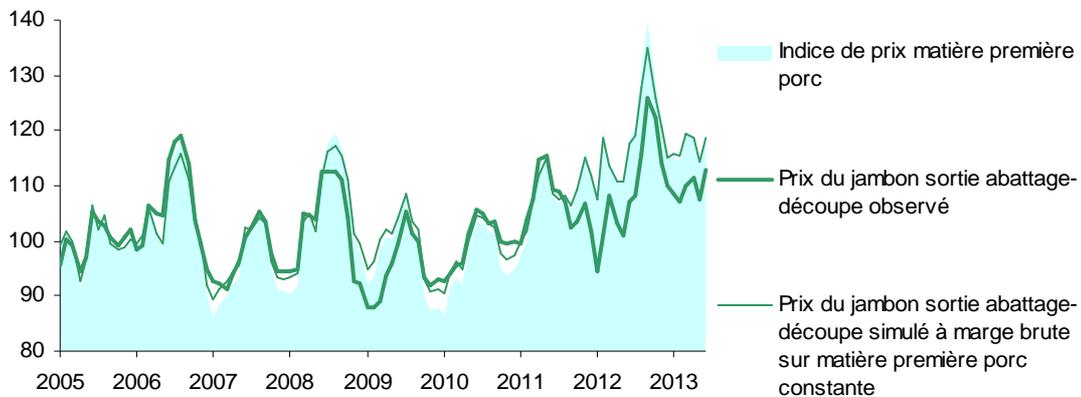
Marge brute en élevage sur aliment simulée au niveau moyen de 2002-2004, en € constants (au prix du PIB).

Sources : France AgriMer, RNM, INSEE, IFIP, RICA, Calculs OFPM

Le prix de la pièce de découpe est fortement corrélée à celle du porc entrée abattoir ; depuis 2012, malgré une tendance à la hausse suivant celle de la matière première, il paraît en dessous du niveau qui permettrait le maintien de la marge de l'abattage-découpe à son niveau de référence.

Graphique 23

**Relation entre prix du porc à la production et prix de la pièce de jambon sortie abattage-découpe**



Indices 100 : prix moyens 2005

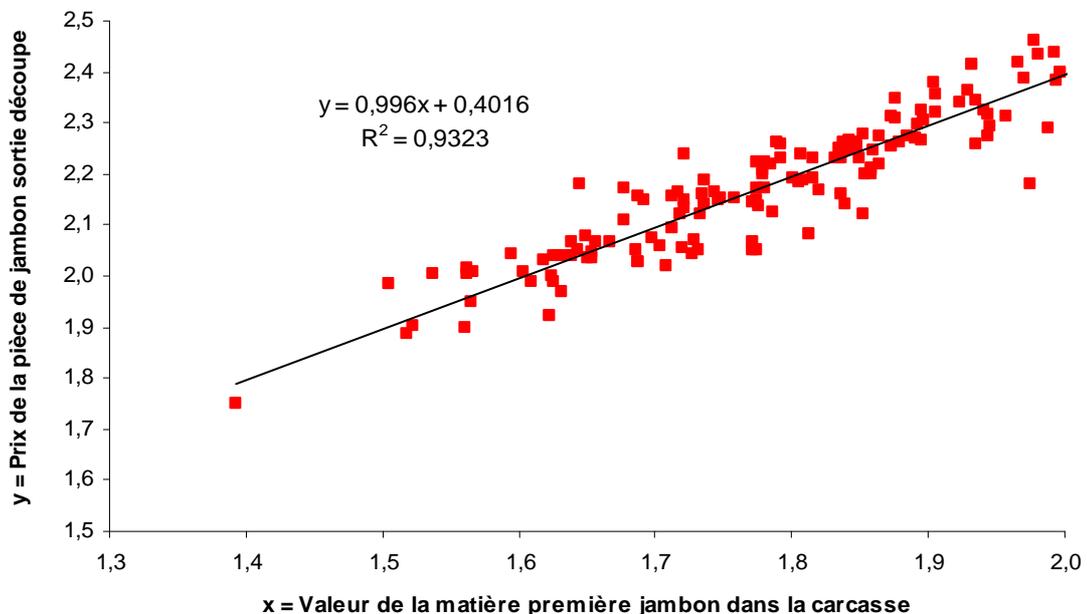
Marge brute de l'abattage-découpe sur matière première porcine simulée constante au niveau moyen de 2002-2004, en € constants (au prix du PIB).

Sources : France AgriMer, RNM, INSEE, IFIP, RICA, Calculs OFPM

Le Graphique 24 présente la relation linéaire entre valeur de la matière du jambon dans la carcasse et prix de la pièce sortie découpe de janvier 2000 à juin 2013. La marge brute de l'abattage découpe varie autour d'une tendance constante, comme l'indique le coefficient 0,996 de la relation entre les deux valeurs.

Graphique 24

**Marge brute à tendance constante dans l'abattage-découpe sur pièce de jambon**

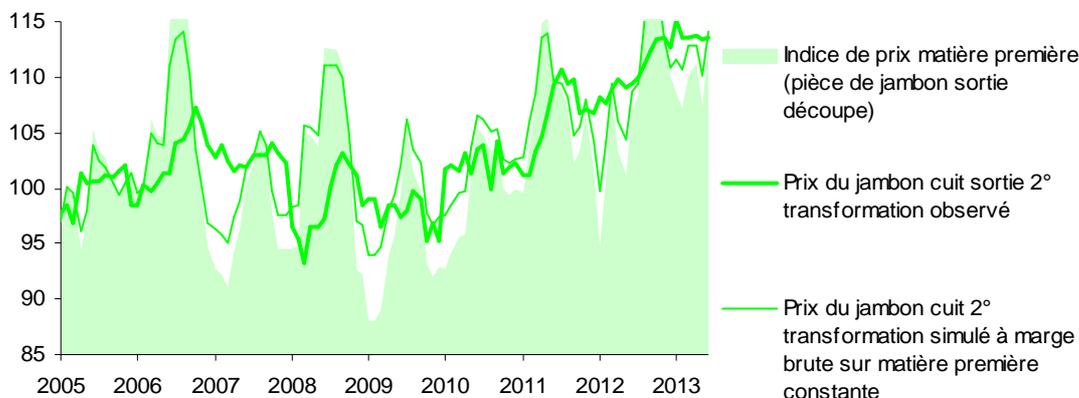


Sources : France AgriMer, RNM. Calculs OFPM

Le prix du jambon sortie 2° transformation amortit les fluctuations du prix de la matière première, il suit la tendance à la hausse de ce dernier à partir de 2011 (Graphique 25).

Graphique 25

### Relation entre prix de la pièce de jambon sortie abattage-découpe et jambon sortie charcuterie-salaisonnerie



Indices 100 : prix moyens 2005

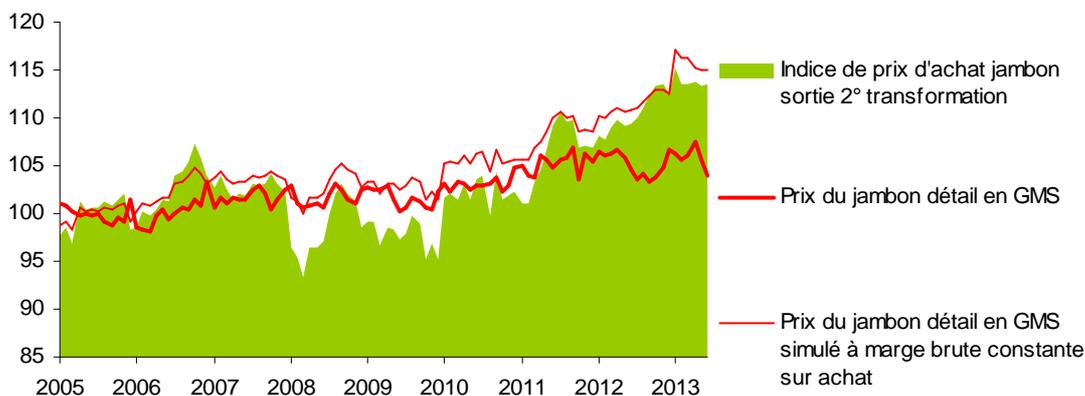
Marge brute de la charcuterie-salaison sur pièce de jambon simulée constante au niveau moyen de 2002-2004, en € constants (au prix du PIB).

Sources : INSEE, IFIP. Calculs OFPM

Le graphique suivant tend à indiquer que, depuis 2011, le prix du jambon en GMS, tout en augmentant, se situe à un niveau inférieur au prix simulé, qui permettrait le maintien de la marge à son niveau de référence, inflation comprise (évolution du prix du PIB). Mais ce constat est à moduler car le produit suivi ici au détail en GMS est un ensemble de jambons cuits standard dont l'homogénéité avec le produit suivi à la sortie de la 2° transformation n'est pas garantie.

Graphique 26

### Relation entre prix du jambon sortie charcuterie-salaisonnerie et prix du jambon au détail en GMS



Indices 100 : prix moyens 2005

Marge brute la distribution sur jambon simulée constante au niveau moyen de 2002-2004, en € constants (au prix du PIB).

Sources : INSEE, IFIP. Calculs OFPM

## Section 2 – Viande bovine

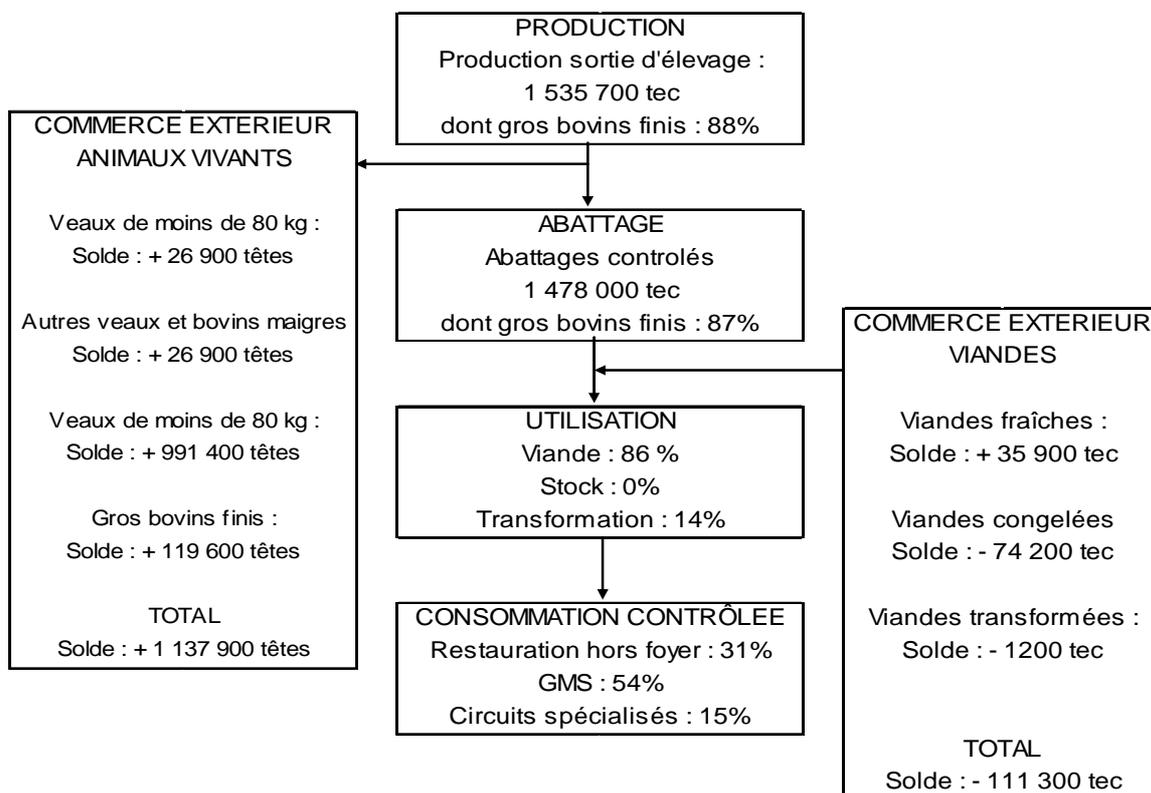
### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE VIANDE BOVINE

#### 1.1. Traits généraux et bilan des flux en viande bovine

Le cheptel français est composé de 19,1 millions de têtes de bovins, dont 7,8 millions de vaches laitières (47 %) et allaitantes (53 %). La France est le premier pays européen producteur de viande bovine, devant l'Allemagne et l'Espagne. Elle est le seul pays de l'Union européenne à disposer d'une production de bovins d'origine allaitante développée (40 % de sa production totale en têtes). La répartition de la production nationale (origine laitière et allaitante), en têtes, est de 50 % pour la viande de vache, 30 % pour la viande de jeune bovin et 13 % pour la viande de génisse, le reste étant de la viande de bœuf. L'activité de cette filière n'est pas répartie de façon homogène sur le territoire et environ 40 % des volumes totaux sont réalisés dans le grand Ouest.

Schéma 9

#### Bilan Viande bovine 2012



tec : tonne équivalent carcasse

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Kantar Worldpanel et Douanes

La filière française se caractérise par une double production. Outre les gros bovins finis, elle produit également des animaux maigres (brouards), majoritairement mâles et de races allaitantes. Ces bovins sont destinés pour moitié à l'engraissement en France et pour l'autre moitié à l'exportation vers l'Italie (84 % du total exporté) et l'Espagne. De ce fait, la France est un exportateur net de bovins et le principal fournisseur du marché européen en brouards.

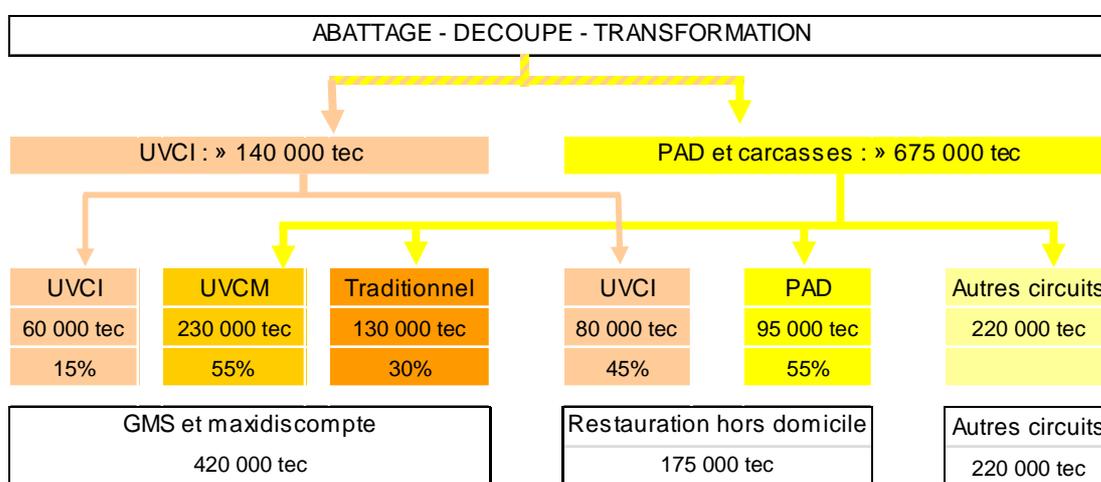
En revanche, la France n'est pas auto-suffisante en viande bovine et doit importer des volumes non négligeables de viande chaque année pour répondre à la demande de ses consommateurs.

La mise en marché est réalisée par des coopératives (pour un tiers), des négociants, des organisations de production non commerciales et les marchés aux bestiaux. L'abattage est dominé par le secteur privé (Bigard, qui a repris Socopa en 2009, et SVA). Avec Bigard, la France détient le second groupe d'abattage européen, qui traite environ 1,2 million de tonnes par an, soit 40 % des volumes abattus en France.

Environ un tiers de la viande de gros bovins produite en France est destiné à la restauration hors foyer. Les ménages achètent environ 17 % de leur viande dans les boucheries et 75 % dans les GMS. Dans ce type de magasins, les produits sont majoritairement des UVCM (UVC élaborés en magasins et non dans le secteur industriel). Le rayon boucherie traditionnel peut également représenter une part non négligeable dans la GMS, alors que le maxidiscompte se fournit plutôt en UVCI.

Schéma 10

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



Source : Etude ABSO Conseil pour FranceAgriMer

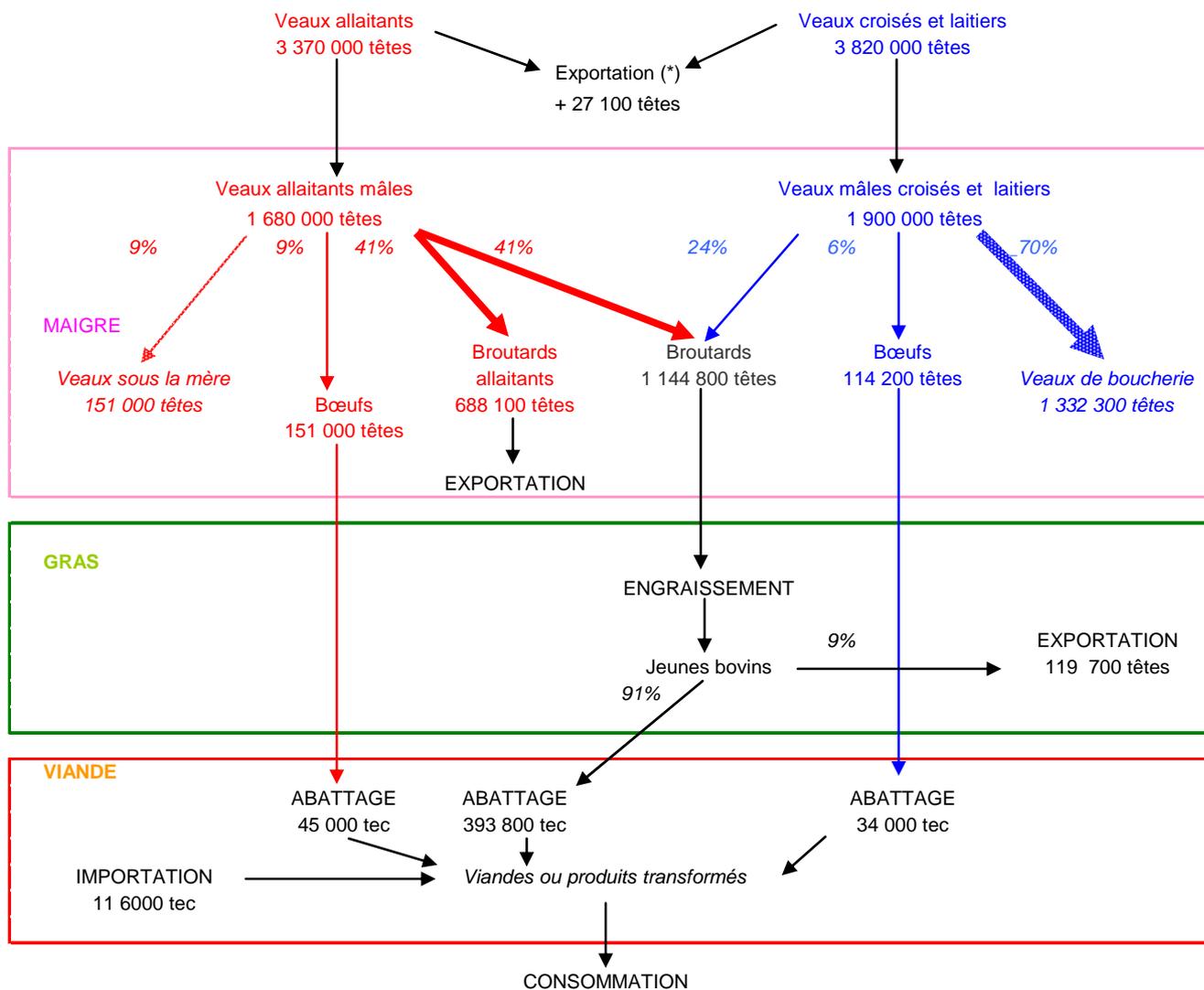
**1.2. Utilisation des animaux mâles**

Le devenir des veaux mâles nés en France diffère selon leur type racial. Les veaux de races à viande sont destinés pour plus de 80 % à la production de broustards, dont la moitié est exportée. L'autre moitié est engraisée et abattue, pour la grande majorité, en jeunes bovins sur le territoire national. Les veaux mâles allaitants restant sont dirigés vers la production de veaux sous la mère et vers la production de bœufs.

Les veaux de races laitières sont réservés, pour les deux tiers environ, à la filière veau de boucherie. Un gros quart des veaux renforce les disponibilités en broustards pour l'engraissement en France et une petite partie est destinée à la production de bœufs.

Schéma 11

### Bilan Veaux mâles 2012



(\*) Solde des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg

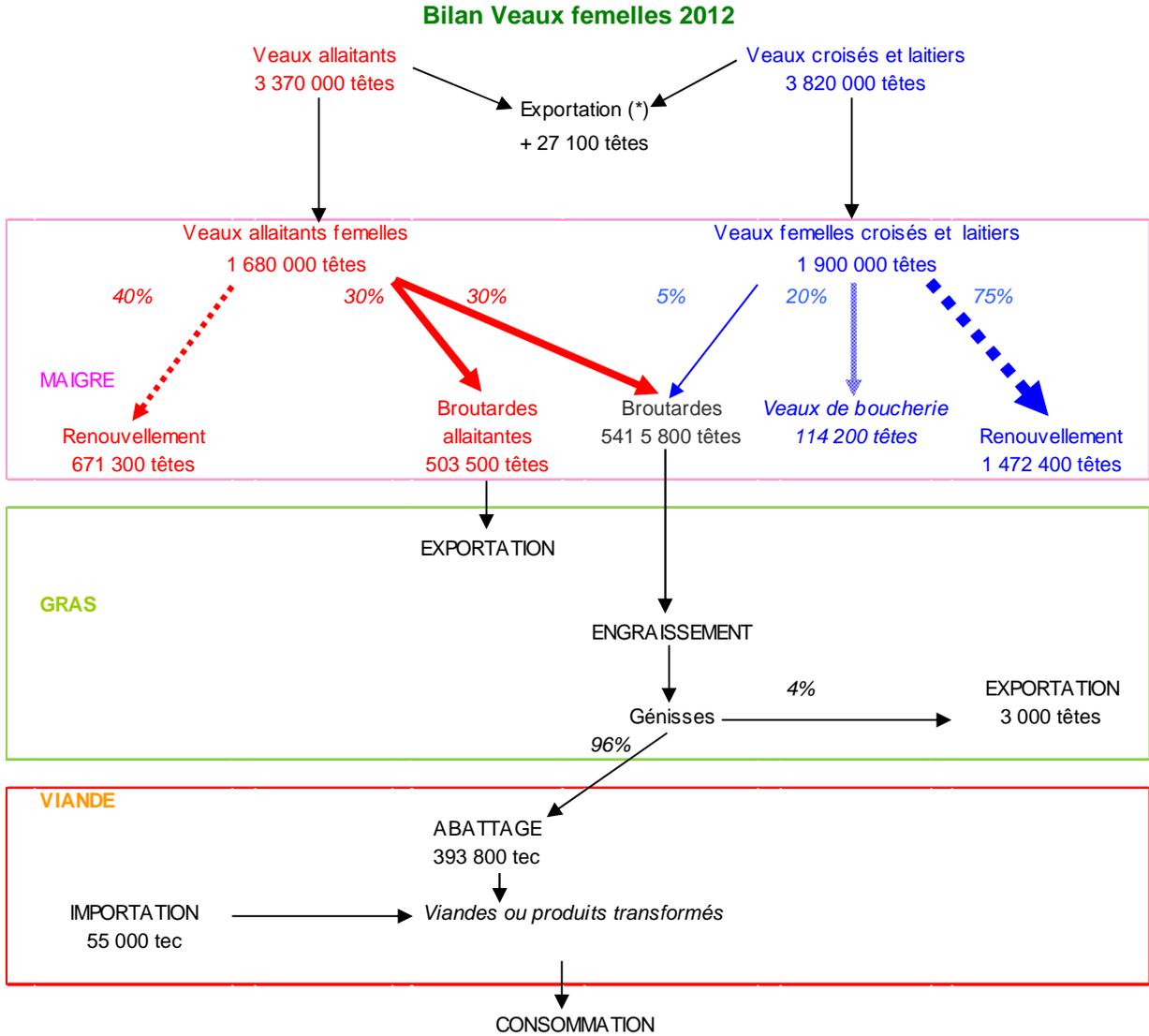
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

### 1.3. Utilisation des animaux femelles

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

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

Schéma 12



(\*) Solde des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE VIANDE BOVINE

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

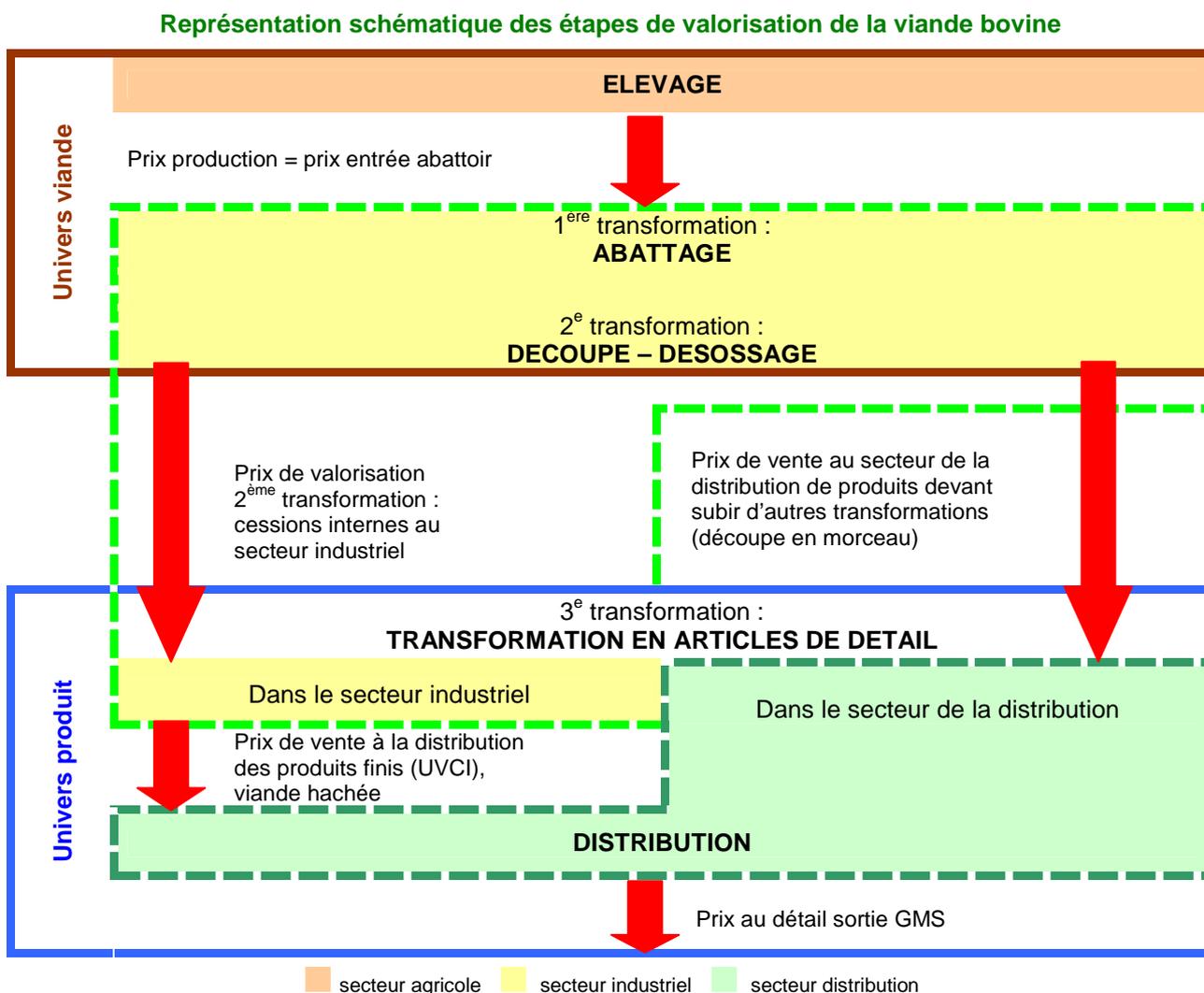
### 2.1. Un modèle de valorisation de la carcasse

Pour la filière bovine, le choix a été fait de travailler sur la décomposition du prix moyen par kg de la totalité d'une carcasse de gros bovin et non uniquement de certains morceaux de viande.

Le prix moyen par kg d'une carcasse de gros bovin est reconstitué à chacun des stades de la filière : sortie production (ou entrée abattoir), sortie industrie (selon les produits, à l'issue de la 2<sup>e</sup> ou de la 3<sup>e</sup> transformation), sortie grande distribution.

Sur le long terme, une « marge brute agrégée » est estimée par différence entre le prix au détail sortie GMS et le prix entrée abattoir, exprimée en euro par kg de carcasse<sup>29</sup>. A partir de 2010, les données de prix industriels fournies par le SNIV-SNCP et la FNICGV permettent de « désagréger la marge brute agrégée ».

Schéma 13



<sup>29</sup> Les prix exprimés en € / kg de carcasse (à la production comme au détail) peuvent être convertis en prix en € / kg de viande (telle qu'achetée par le consommateur) via le rendement de la carcasse en viande (environ 70%) :  

$$\text{prix en kg de viande} \approx \text{prix en kg de carcasse} \div 70\% \approx \text{prix en kg de carcasse} \times 1,4$$

Trois types de valorisation de carcasse de vache sont appréhendés dans le modèle :

- la vache laitière de réforme type Holstein, d'un poids de carcasse de 280-320 kg, classement P+/O- et état d'engraissement 3 ;
- la vache allaitante de réforme type Charolais, de moins de 10 ans, d'un poids de carcasse de 360-380 kg, classement R=/R+ et état d'engraissement 3 ;
- une vache moyenne, déduite des deux précédentes : 60 % de la vache laitière et 40 % de la vache allaitante.

*Puisque l'on cherche à mesurer les composantes du prix de la viande au détail, les marges brutes et la valeur de la matière première devraient être exprimées tout au long de la chaîne en se ramenant à l'unité (kg de carcasse) vendue au détail, donc en intégrant toutes les pertes et tous les coefficients de rendements des différents stades de transformation et commercialisation. Devraient donc être pris en compte non seulement le rendement de la carcasse en viande au stade industriel (ce qui a été fait) mais aussi les taux de pertes, casse, etc., à chaque stade et notamment en rayon au détail. Ces pertes impliquent que, normalement, la vente d'un kg d'équivalent carcasse au détail nécessite que plus d'un kg de carcasse a dû être mobilisé dans les stades précédents depuis la production agricole (cf. chapitre 2, « méthodes »). Ces coefficients de pertes n'étant pas encore connus avec précision et ne pouvant pas l'être en données mensuelles, il n'en n'a pas été tenu compte dans les séries de marges brutes mensuelles présentées en partie 3. Ainsi, les données de marges brutes par kg de carcasse, notamment au détail, doivent être considérées comme des indicateurs, prenant leur sens en comparaison et en évolution, et non comme des résultats comptables.*

## **2.2. Les sources de prix utilisées et le calcul des marges brutes aux différents stades de la filière**

### 2.2.1. Calcul du prix de la carcasse entrée abattoir

Les données utilisées pour calculer le prix de la carcasse de vache entrée abattoir sont les cotations hebdomadaires des vaches R3 (pour le modèle vache allaitante), O3 et P3 (pour le modèle vache laitière) entrée abattoir, réalisées par le réseau de FranceAgriMer et exprimées en euro par kg de carcasse.

### 2.2.2. Calcul du prix de la carcasse reconstituée sortie industrie

La valeur moyenne du kg de carcasse sortie industrie est calculée, pour chaque type racial, laitier ou allaitant, à partir des coefficients de pondération (poids des pièces de viande dans la carcasse) et des prix de vente de ces articles par l'industrie aux GMS. Il s'agit de relevés de prix moyens mensuels au kg vendu en GMS, franco (livraison incluse), nets de toutes conditions commerciales (remises et ristournes déduites), dits « trois fois nets », taxes, redevances et cotisations incluses hormis la TVA.

Le Tableau 7 présente, par type de carcasse modélisé :

- les articles issus de la 2<sup>e</sup> transformation ;
- la forme sous laquelle ils seront vendus à la distribution : soit à l'issue de la 2<sup>e</sup> transformation (PAD), soit après 3<sup>e</sup> transformation (UVCI, viandes hachées) ;
- le degré de transformation donnant la forme vendue à la distribution ;
- leur proportion dans la carcasse aux stades 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformations.

Les coproduits sont essentiellement les os et les suifs, la différence entre 100% et leur coefficient dans la carcasse étant égale au rendement en viande de la carcasse.

Tableau 7

**Articles produits par la 2<sup>e</sup> transformation dans l'industrie, destinations et coefficients de pondération**

| VACHE LAITIERE                                     |   |                                     |                                     |                  | VACHE ALLAITANTE                                   |   |                                     |                                     |                  |
|--|---|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------|--|---|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------|
| Articles issus de la 2 <sup>e</sup> transformation | Destination commerciale<br>(degré de transformation.) | Coef. sortie 2 <sup>e</sup> transf. | Coef. sortie 3 <sup>e</sup> transf. | Coef. sortie GMS | Articles issus de la 2 <sup>e</sup> transformation | Destination commerciale<br>(degré de transf.) | Coef. sortie 2 <sup>e</sup> transf. | Coef. sortie 3 <sup>e</sup> transf. | Coef. sortie GMS |
| <i>ART8 (8 paires de côtes)</i>                    |   |                                     |                                     |                  | <i>ART 13 (13 paires de côtes)</i>                 |   |                                     |                                     |                  |
| Filet semi-paré                                    | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 1,90%                               | 1,90%                               | 1,90%            | ART 13 compensé désossé                            | Compensé (2 <sup>e</sup> )                    | 41,50%                              | 41,50%                              | 41,50%           |
| Faux-filet   | UVCI (3 <sup>e</sup> )                                | 4,00%                               | 3,80%                               | 3,80%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Côtes - entrecôtes                                 | UVCI (3 <sup>e</sup> )                                | 2,55%                               | 2,42%                               | 2,42%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Tranche double                                     | UVCI (3 <sup>e</sup> )                                | 8,00%                               | 7,60%                               | 7,60%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Cœur de rumsteck                                   | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 2,30%                               | 2,30%                               | 2,30%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Bavette Aloyau                                     | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 1,00%                               | 1,00%                               | 1,00%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Bavette de flanchet                                | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 0,50%                               | 0,50%                               | 0,50%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Jarrets AR   | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 3,00%                               | 3,00%                               | 3,00%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Aiguillette baronne                                | VHR 5% (3 <sup>e</sup> )                              | 0,70%                               | 0,69%                               | 0,69%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Aiguillette Rumsteck                               | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 0,90%                               | 0,90%                               | 0,90%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Rond de gîte                                       | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 1,40%                               | 1,40%                               | 1,40%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Noix de gîte                                       | VHR 5% (3 <sup>e</sup> )                              | 1,60%                               | 1,58%                               | 1,58%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Nerveux  | UVCI (3 <sup>e</sup> )                                | 1,30%                               | 1,24%                               | 1,24%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Minerai d'AR                                       | VHS 20% (3 <sup>e</sup> )                             | 5,40%                               | 5,32%                               | 5,32%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| <i>AVT5 (5 paires de côtes)</i>                    |   |                                     |                                     |                  | <i>AVANT</i>                                       |   |                                     |                                     |                  |
| Macreuse PAD                                       | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 1,70%                               | 1,70%                               | 1,70%            | Jarret   | PAD (2 <sup>e</sup> )                         | 1,90%                               | 1,80%                               | 1,80%            |
| Paleron  | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 1,70%                               | 1,70%                               | 1,70%            | Boite à moelle                                     | PAD (2 <sup>e</sup> )                         | 1,80%                               | 1,90%                               | 1,90%            |
| Jumeau   | VHR 5% (3 <sup>e</sup> )                              | 1,10%                               | 1,08%                               | 1,08%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Basse-côte   | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 2,90%                               | 2,90%                               | 2,90%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Dessus de palette                                  | PAD (2 <sup>e</sup> )                                 | 0,70%                               | 0,70%                               | 0,70%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Collier  | VHR 15% (3 <sup>e</sup> )                             | 4,00%                               | 3,94%                               | 3,94%            |  |   |                                     |                                     |                  |
| Minerai d'AV 15 %                                  | VHR 15% (3 <sup>e</sup> )                             | 6,10%                               | 6,01%                               | 6,01%            | Minerai 15 %                                       | VHR 15% (3 <sup>e</sup> )                     | 13,40%                              | 13,20%                              | 13,20%           |
| Minerai d'AV 15 %                                  | VHS 15% (3 <sup>e</sup> )                             | 7,00%                               | 6,90%                               | 6,90%            | Minerai Capa et trimming                           | VHS 20% (3 <sup>e</sup> )                     | 13,80%                              | 13,59%                              | 13,59%           |
| Minerai Capa                                       | 51/49 15% (3 <sup>e</sup> )                           | 11,20%                              | 11,03%                              | 11,03%           |  |   |                                     |                                     |                  |
| <i>Coproducts</i>                                  |   | 29,05%                              | 0,00%                               | 0,00%            | <i>Coproducts</i>                                  |   | 27,60%                              | 0,00%                               | 0,00%            |
| <i>Pertes</i>                                      |   | 0,00%                               | 30,40%                              | 30,40%           | <i>Pertes</i>                                      |   | 0,00%                               | 28,01                               | 28,01            |
| <b>TOTAL</b>                                       |   | <b>100,00%</b>                      | <b>100,00%</b>                      | <b>100,00%</b>   | <b>TOTAL</b>                                       |   | <b>100,00%</b>                      | <b>100,00%</b>                      | <b>100,00%</b>   |

Définitions et sigles : **ART** : quartier arrière traité ; **AVT** : quartier avant traité ; **PAD** : prêt à découper (muscle désossé) ; **UVCI** : unité de vente consommateur industrielle, **VHS** : viande hachée surgelée ; **VHR** : viande hachée réfrigérée ; « 51-49 » : viande hachée surgelée issue d'un mix entre des protéines animales et des protéines végétales ; **Compensé** : le quartier désossé est vendu en totalité mais « en pièces détachées » sans os ; **Minerai, trimming** : produits de découpe destinés à la transformation supplémentaire en produits élaborés (haché, préparations) ; **Capa** : partie de quartier avant.

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV pour FranceAgriMer

La valeur moyenne du kg de carcasse « sortie 2<sup>e</sup> transformation » résulte du même type de calcul, à l'exception près que les prix sont d'abord corrigés des coûts standards de 3<sup>e</sup> transformation ainsi que des coûts logistiques et commerciaux (données fournies par les industriels).

Tableau 8

### Coûts standards se rajoutant aux coûts de 2<sup>e</sup> transformation industrielle pour la fourniture d'articles de 2<sup>e</sup> transformation (PAD) ou 3<sup>e</sup> transformation aux GMS

| Produits sortie industrie pour GMS            | Coûts logistiques livraison GMS | Coûts commerciaux | Coûts 3 <sup>e</sup> transfo. | Freinte / rendement 3 <sup>e</sup> transfo. |
|---|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|---|
| <i>Issus 2<sup>e</sup>me transformation :</i> |                                 |                   |                               |   |
| Muscles en PAD (1)                            | 0,20 €                          | 0,20 €            | -                             | -   |
| <i>Issus 3<sup>e</sup> transformation :</i>   |                                 |                   |                               |   |
| Faux-filet UVCI                               | 0,18 €                          | 0,25 €            | 1,90 €                        | 5 %   |
| Côtes-entrecôtes UVCI                         | 0,18 €                          | 0,25 €            | 2,07 €                        | 5 %   |
| Tranche double UVCI                           | 0,18 €                          | 0,25 €            | 1,85 €                        | 5 %   |
| Nerveux UVCI                                  | 0,18 €                          | 0,25 €            | 1,65 €                        | 5 %   |
| VHR 5 et 15 %                                 | 0,25 €                          | 0,25 €            | 1,40 €                        | 1,50 %                                      |
| VHS 15 et 20 %                                | 0,08 €                          | 0,15 €            | 0,66 €                        | 1,50 %                                      |

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV

#### 2.2.3. Calcul du prix de la carcasse au détail en GMS

Le prix au détail de la carcasse est le prix moyen des différentes pièces vendues en GMS (données du panel consommateur Kantar Worldpanel, cf. chapitre 2), pondéré par leur poids anatomique moyen dans cette carcasse (cf. Tableau 7 et Tableau 9).

Tableau 9

### Coefficients de pondération des pièces de viande vendues en GMS et coproduits et pertes selon leur poids dans la carcasse.

| Articles du panel (plus coproduits et pertes) | VACHE LAITIERE        | VACHE ALLAITANTE      |
|---|-----------------------|-----------------------|
|   | Coefficients carcasse | Coefficients carcasse |
| Filet   | 1,90%                 | 1,90%                 |
| Tournedos (1)                                 | 0,00%                 | 0,00%                 |
| Faux filet                                    | 3,80%                 | 4,00%                 |
| Entrecôte                                     | 1,62%                 | 1,70%                 |
| Rumsteck                                      | 2,30%                 | 2,30%                 |
| Côte  | 0,81%                 | 1,50%                 |
| Steak grillade                                | 9,52%                 | 13,00%                |
| Viande hachée fraîche                         | 13,30%                | 13,20%                |
| Autre à rôtir                                 | 1,52%                 | 3,00%                 |
| Pot au feu                                    | 5,90%                 | 1,90%                 |
| Bœuf Bourguignon                              | 2,30%                 | 6,00%                 |
| Paleron                                       | 1,70%                 | 1,70%                 |
| Macreuse                                      | 1,70%                 | 1,70%                 |
| Autre à bouillir                              | 0,00%                 | 6,50%                 |
| Viande hachée surgelée                        | 23,25%                | 13,59%                |
| Coproduits (os, suif...)                      | 0,00%                 | 0,00%                 |
| Pertes  | 30,40%                | 28,01%                |

(1) Le tournedos n'est pas à proprement parler un morceau précis mais une présentation généralement donnée au filet. Ses proportions sont incluses dans les coefficients relatifs à l'article « filet ».

#### 2.2.4. Calcul des marges brutes au kg de carcasse aux différents stades

Sur le long terme (depuis 1998), en raison de l'absence de données de prix industriels avant juin 2010, seule une marge brute agrégée « industrie + distribution » peut être calculée, par différence entre le prix de la carcasse reconstituée sortie GMS et le prix de la carcasse entrée abattoir.

A partir de juillet 2010, la marge brute agrégée peut être décomposée en trois parties : la marge brute de la 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> transformations industrielles, la marge brute de la 3<sup>ème</sup> transformation industrielle et la marge brute de la distribution.

### 2.3. Remarque importante sur la nature du produit pris comme référence

Le produit suivi au détail est la recombinaison de la carcasse en morceaux de viandes fraîches et steak haché surgelé (SHS) dans leurs proportions anatomiques moyennes, considérées inchangées d'année en année et sans variation saisonnière.

Ceci revient à suivre le prix moyen d'un « panier à composition constante » de produits (morceaux de viande fraîche, plus SHS), la « constance » de la composition du panier assure que les variations de prix observées sont uniquement dues aux variations de prix des morceaux de viande qui le composent et non à des changements dans sa composition.

En outre, ce « panier » de morceaux de viande fraîche reproduisant la composition de la carcasse, son prix moyen au kg au détail est directement comparable au prix du kg de carcasse entrée abattoir, base de paiement de l'éleveur : il s'agit fondamentalement du même produit, après désossage et « démontage ».

En résumé, on suit au détail les évolutions de la dépense d'un consommateur théorique qui consommerait les différents morceaux de viande bovine fraîche (plus SHS) dans des proportions fixes préfinies, reproduisant la composition de la carcasse.

Pour commode qu'elle soit (on observe une évolution de « prix pur » d'un produit homogène à la matière première agricole), cette option ne peut toutefois rendre compte du prix de la consommation effective de viande fraîche et de son évolution, et ce, sur trois plans :

#### **Le niveau moyen des prix de la consommation effective est supérieur à celui de la carcasse reconstituée au détail**

On observe une différence entre le prix moyen du panier de viande bovine fraîche suivi par l'observatoire (carcasse reconstituée en morceaux de viande fraîche, plus SHS) et le prix moyen des achats en morceaux de viande fraîche dans la composition effective des achats des panelistes suivis par Kantar Worldpanel (Graphique 27).

Le prix « observatoire » est inférieur au prix moyen « Kantar Worldpanel » du fait :

- d'une plus grande proportion de morceaux « chers » (viande à griller) dans les achats des panelistes que dans la carcasse de référence ;
- du poids du SHS (au prix moyen plus faible que celui de la plupart des autres morceaux) plus important dans la carcasse reconstituée que dans les achats effectifs. Ceci découle de l'option prise de reconstituer toute la carcasse uniquement en morceaux de viande fraîche ou surgelée ; or, une partie de la matière première des SHS est en réalité également utilisée dans des produits élaborés à base de viande, non pris en compte ici, d'où une surreprésentation du SHS (principal débouché donné au minerai dans le modèle) dans la reconstitution de la carcasse.

Si l'on avait voulu suivre l'évolution et la formation du prix moyen du panier effectif des panelistes en viande bovine fraîche, il aurait fallu reconstituer, au niveau du stade entrée abattoir, la matière première correspondante, c'est-à-dire une carcasse « déformée », surpondérant les morceaux « nobles ».

#### **La saisonnalité de la consommation des divers morceaux entraîne des variations saisonnières du prix moyen de la consommation effective**

Le panier des achats effectifs de viande fraîche évolue de façon saisonnière, avec notamment une consommation plus importante de viandes à griller en été et, dans une moindre mesure, en fin d'année, entraînant une élévation du prix moyen des achats lors de ces périodes.

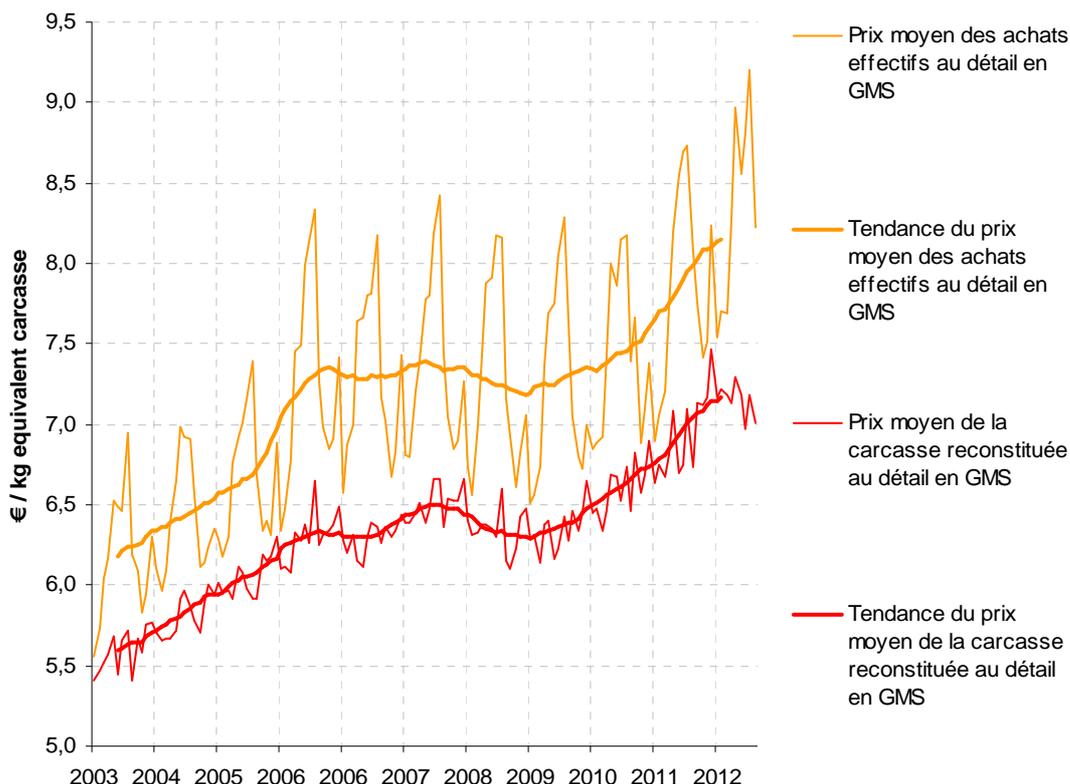
Les variations de prix résultant des variations saisonnières de la composition du « panier » sont éliminées dans le modèle de valorisation de la carcasse de l'observatoire, les proportions des différents morceaux restant fixes toute l'année. Les variations de prix moyen du « panier carcasse » observées alors résultent uniquement de celles des prix des morceaux, sous des effets saisonniers, conjoncturels ou promotionnels.

**Similitude des tendances d'évolution du prix moyen de la carcasse reconstituée au détail et du panier de consommation effective**

Sur 10 ans, les tendances du prix moyen des achats effectifs et du prix moyen de la carcasse reconstituée sont pratiquement identiques comme en témoigne le quasi-parallélisme des courbes ci-dessous (Graphique 27).

Graphique 27

**Prix moyens mensuels au détail en GMS des achats effectifs de viande bovine et de la carcasse reconstituée**



Source : OFPM d'après KantarWorldPanel, SNIV-SNCP, FNICGV

**2.4. Prise en compte des coproduits**

Le modèle de valorisation de la carcasse retenu par l'observatoire et les indicateurs de marge brute de l'industrie qui en résultent (présentés dans la partie 3), négligent la présence de coproduits (produits élaborés conjointement à l'extraction de viande rouge de la carcasse) et l'incidence, sur le coût de revient de la matière première, de leur valorisation (lorsqu'elle existe) ou, à l'inverse, des surcoûts qu'ils génèrent.

On donne toutefois ci-après certains éléments sur la valorisation des coproduits de la carcasse bovine.

Encadré 2

### Les coproduits et le cinquième quartier

#### Définition

Le 5<sup>e</sup> quartier est constitué par toutes les parties de l'animal qui ne sont pas incluses dans l'un des 4 quartiers (2 avants, 2 arrières) résultant de la première découpe de la carcasse, et non prises en compte dans le poids de carcasse. On distingue, dans le 5<sup>e</sup> quartier des bovins, les « issues » (cuir, sang, suifs, cornes, onglons, pancréas, vésicule biliaire), les « abats rouges » : foie, cœur, poumon, rate, tête (dont langue, cervelle, joues...) et les « abats blancs » : pieds, estomacs, intestins, mamelle. Deux muscles constituant des morceaux de viande rouge relèvent également des abats (ou produits tripiers) : la hampe (diaphragme) et l'onglet (piliers du diaphragme) mais ils sont pris en compte dans le poids de carcasse. S'ajoutent au 5<sup>e</sup> quartier, pour constituer avec lui l'ensemble des coproduits : les os et les gras. S'agissant des gras, on doit distinguer les gras extraits avant la fente de la carcasse en deux, utilisables en alimentation humaine, et les « gras de fente », qui en sont exclus lorsqu'ils proviennent de bovins nés avant le 1<sup>er</sup> juillet 2001. En effet, la réglementation a, depuis les crises de l'ESB, exclu certains coproduits de bovins de l'alimentation humaine (dont certains abats), voire de toute la chaîne alimentaire (interdiction d'emploi étendue à l'alimentation des animaux d'élevage).

#### Valorisations

Selon les cas, les coproduits des entreprises d'abattage-découpe sont :

- vendus à d'autres industriels pour transformation ultérieure ou vendus à des commerçants ; c'est le cas des cuirs, des abats comestibles, de certains autres coproduits valorisables dans l'alimentation humaine, l'alimentation des animaux d'élevage ou l'alimentation des animaux de compagnie, dans les industries chimiques... ;
- enlevés du site d'abattage-découpe par des entreprises spécialisées qui transforment les coproduits concernés en farines ou PAT (protéines animales transformées) d'une part et graisses d'autre part, lesquelles sont ensuite valorisées ou éliminées, en fonction de la réglementation en vigueur ; cet enlèvement occasionne généralement un coût net pour l'entreprise d'abattage-découpe.

Le tableau ci-dessous présente la répartition des coproduits de chaque espèce par grande destination en % du poids vif :

| Destination                                       | Vache | Agneau | Porc standard | Poulet de chair standard |
|---|-------|--------|---------------|--------------------------|
| Total alimentation humaine                        | 45%   | 44%    | 70%           | 43%                      |
| Usine de transformation C1-C2 <sup>30</sup>       | 10%   | 2%     | 5%            | 6%                       |
| Usine de transformation C3 - PAT C3 et graisse C3 | 7%    | 13%    | 5%            | 51%                      |
| Usine de transformation C3 - os                   | 8%    | 3%     | 9%            | 0%                       |
| Usine de transformation C3 - graisses et cretons  | 13%   | 6%     | 4%            | 0%                       |
| Tannerie pour les peaux C3                        | 6%    | 14%    | 0%            | 0%                       |
| Epandage/compostage                               | 10%   | 17%    | 7%            | 0%                       |
| Pertes ressuage                                   | 1%    | 1%     | 1%            | 0%                       |
| TOTAL   | 100%  | 100%   | 100%          | 100%                     |

Source : Celene ; FranceAgriMer, 2012

(suite encadré page suivante)

<sup>30</sup> Le Règlement Européen (CE) 1069/2009 distingue trois catégories de sous-produits animaux (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:300:0001:0033:FR:PDF>) :

- C 1 : destinée à la destruction : sous-produits d'origine animale suspects de maladies transmissibles à l'homme ou aux animaux. Ils proviennent en particulier d'animaux atteints ou suspects d'Encéphalopathie Spongiforme Transmissible (EST), de Matériels à Risque Spécifié de ruminants (MRS), ou d'animaux contaminés par des substances illégales ou des contaminants dangereux.

- C 2 : interdite en alimentation animale, dont sous-produits animaux issus d'un animal mort en dehors d'un abattoir, ou contenant des résidus de médicaments.

- C 3 : seule catégorie valorisable sous conditions en alimentation animale ; dont sous-produits propres à la consommation humaine en vertu de la législation communautaire, mais qui, pour des raisons commerciales, ne sont pas destinés à une telle consommation.

Encadré 2 (suite)

### Abats comestibles

En se basant sur les prix de gros relevés à Rungis (source : FranceAgriMer-RNM) et en tenant compte des pourcentages de saisie en abattoir des foies de vaches douvées, la valeur de l'ensemble des principaux abats issus d'un gros bovin était en moyenne de 51,4€ en 2012. Il ne s'agit pas d'une valeur sortie abattoir mais de vente par des grossistes sur un marché particulier. On peut toutefois en tirer un ordre de grandeur de la valeur relative des principaux abats comestibles dans la carcasse : 0,16€/kg carcasse, soit 4,5 % de la valeur de la carcasse entrée abattoir, pour une carcasse de vache « moyenne » de 322 kg au prix entrée abattoir de 3,55€/kg de carcasse (moyenne en 2012).

### Vente d'autres coproduits de bovins

Abats comestibles mis à part, les autres coproduits susceptibles de donner lieu à des recettes pour l'abattage-découpe sont :

- le cuir : il n'existe pas de mercuriale des cuirs bruts vendus par les abattoirs ; ces prix sont très variables, sous l'influence des cours mondiaux des cuirs bruts ;
- les gras de « catégorie 3 » et les gras de bovin d'avant fente sont destinés aux ateliers de transformation et conditionnement des graisses des entreprises de traitement des coproduits, où ils sont fondus, raffinés et conditionnés sous forme de suif de bœuf raffiné utilisable en friture ou sous forme de cretons (fraction protéique issue de la fonte des gras). On ne dispose pas d'éléments de prix de ces produits ;
- le sang de catégorie 3 destiné à la transformation en aliments pour animaux de compagnie. En se basant sur le volume moyen de sang d'une vache et le prix moyen du sang de catégorie 3 relevé en juillet 2010 par l'observatoire des coproduits (9,6€ la tonne), la recette potentielle de ce coproduit est faible, de l'ordre de 15 centimes par carcasse (soit 5 centièmes de centime par kg de carcasse).

### Coût d'enlèvement des coproduits de bovins « non vendables »

On considère ici les coproduits générant, en moyenne, des coûts d'enlèvement, nets de recettes, à la charge de l'abattage-découpe (en moyenne, car à certaines périodes et en fonction du marché et des débouchés, certains de ces coproduits peuvent être vendus et générer une recette nette).

#### **Coûts d'enlèvement des coproduits de bovins en juillet 2010**

| Classe de coûts d'enlèvement en € H.T. / tonne | Coproduits  | % poids total des coproduits à coût d'enlèvement |
|--|---|--|
| Moins de 5 € / T                               | Os issus de découpe, destinés à la fabrication de gélatine.<br>Pour certains opérateurs, l'enlèvement de ce coproduit peut être gratuit voire donner lieu à une recette (10€ par tonne), ceci en fonction de la valorisation de la gélatine en alimentation humaine ou pharmacie. | 19 %   |
| De 50 € à 75 € / T                             | Os destinés à d'autres usages, pattes, os de patte et de tête, produits de catégorie 3 tout venant.   | 20 %   |
| De 100 à 120 € / T                             | Sang non utilisé en alimentation d'animaux de compagnie, matériaux à risque spécifié (*), colonnes vertébrales, graisse de flottaison.  | 61 %   |

(\*) Organes dans lesquels les agents pathogènes responsables de l'ESB sont susceptibles d'être en grande concentration : système nerveux central (cervelle, moelle épinière, etc.), les yeux, le système lymphoïde (rate, etc.) et les intestins. Ces matériaux à risque spécifié, ou MRS, sont transformés en farine puis incinérés (dans des cimenteries).

Sources : - FranceAgriMer, Observatoire des coproduits : [http://www.franceagrimer.fr/content/download/15085/111699/file/2010-07-Observatoire\\_COPRO\\_juillet%202010.pdf](http://www.franceagrimer.fr/content/download/15085/111699/file/2010-07-Observatoire_COPRO_juillet%202010.pdf)  
- SIFCO : <http://www.sifco.fr>

(suite encadré page suivante)

Encadré 2 (suite et fin)

*Impact du 5<sup>e</sup> quartier sur la marge brute de transformation de la carcasse de bovin*

*Les résultats qui suivent proviennent d'un échantillon d'entreprises d'abattage-découpe et de transformation de bovins suivies par FranceAgriMer.*

| <i>en € / kg carcasse</i> | <i>Produits bovins</i><br><i>(1)</i> | <i>dont produit du 5<sup>e</sup> quartier</i><br><i>(2)</i> | <i>Achats bovins</i><br><i>(3)</i> | <i>Marge brute bovins avec produit 5<sup>e</sup> quartier</i><br><i>(4) = (1) - (3)</i> | <i>Marge brute bovins hors produit 5<sup>e</sup> quartier</i><br><i>(5) = (4) - (2)</i> |
|---------------------------|--------------------------------------|---|------------------------------------|---|---|
| 2010                      | 4,69                                 | 0,46  | 3,26                               | 1,44  | 0,97  |
| 2011                      | 4,97                                 | 0,52  | 3,53                               | 1,44  | 0,92  |
| 2012                      | 5,43                                 | 0,46  | 3,98                               | 1,45  | 1,00  |

Source : FranceAgriMer

*La prise en compte rigoureuse du 5<sup>e</sup> quartier dans la marge brute de transformation intervenant dans le prix de la viande supposerait d'évaluer le coût de la matière première (carcasse) en tenant compte du produit du 5<sup>e</sup> quartier (colonne 4) mais après déduction des charges spécifiques sur ce 5<sup>e</sup> quartier (préparation des coproduits vendus, enlèvement de certains autres coproduits), non évaluées ici.*

*Dans la partie 3 suivante du rapport, faute de données mensuelles sur le produit et les charges spécifiques du 5<sup>e</sup> quartier, celui-ci n'est pas pris en compte dans l'estimation des indicateurs de marges brutes mensuelles de transformation de viande.*

### **3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DE LA VIANDE BOVINE**

Le Graphique 28 présente la série mensuelle de 1998 à mi-2013 de la valeur du kg de carcasse (vache « moyenne » des deux types raciaux « viande » - ou allaitante - et « lait ») reconstituée au détail en GMS, décomposée en prix de la carcasse entrée abattoir et marge brute agrégée (industrie et distribution).

Le Graphique 29 et le Graphique 30 présentent cette décomposition respectivement en moyenne annuelle et pour les 1<sup>ers</sup> semestres, en distinguant, à partir de 2011, marge brute dans l'industrie et marge brute dans la distribution.

#### **3.1. Approche sur longue période en termes de marge brute agrégée**

Le coût en matière première est le prix de la carcasse entrée abattoir sans déduction de la valorisation nette des coproduits, qui n'est pas estimée ici.

Ce coût est en hausse sensible depuis 2010.

Jusqu'en 2011, la part de la marge brute agrégée était supérieure à la part de la matière première mais la tendance s'est inversée en 2012. La hausse des prix des bovins entrée abattoir est la principale explication à ce phénomène. En effet, en 2012, les carcasses de « vache moyenne » ont été revalorisées à hauteur de 0,54 €/kg par rapport à 2011. La totalité de cette hausse n'a pas été répercutée jusqu'aux consommateurs puisque le prix de ces mêmes carcasses au stade du détail n'a progressé que de 0,32 €/kg. Les 22 centimes de différence ont été perdus sur la marge brute du maillon industrie-distribution.

La croissance des prix des gros bovins entrée abattoir a tout d'abord été portée par la forte demande en gros bovins vivants finis à l'exportation. Il s'en est suivi une raréfaction de l'offre en jeunes bovins dans les abattoirs nationaux, qui a conduit à un renforcement de la demande sur les vaches, pour la consommation interne mais également pour les exportations de viande, où elles se sont substituées à la viande de jeunes bovins.

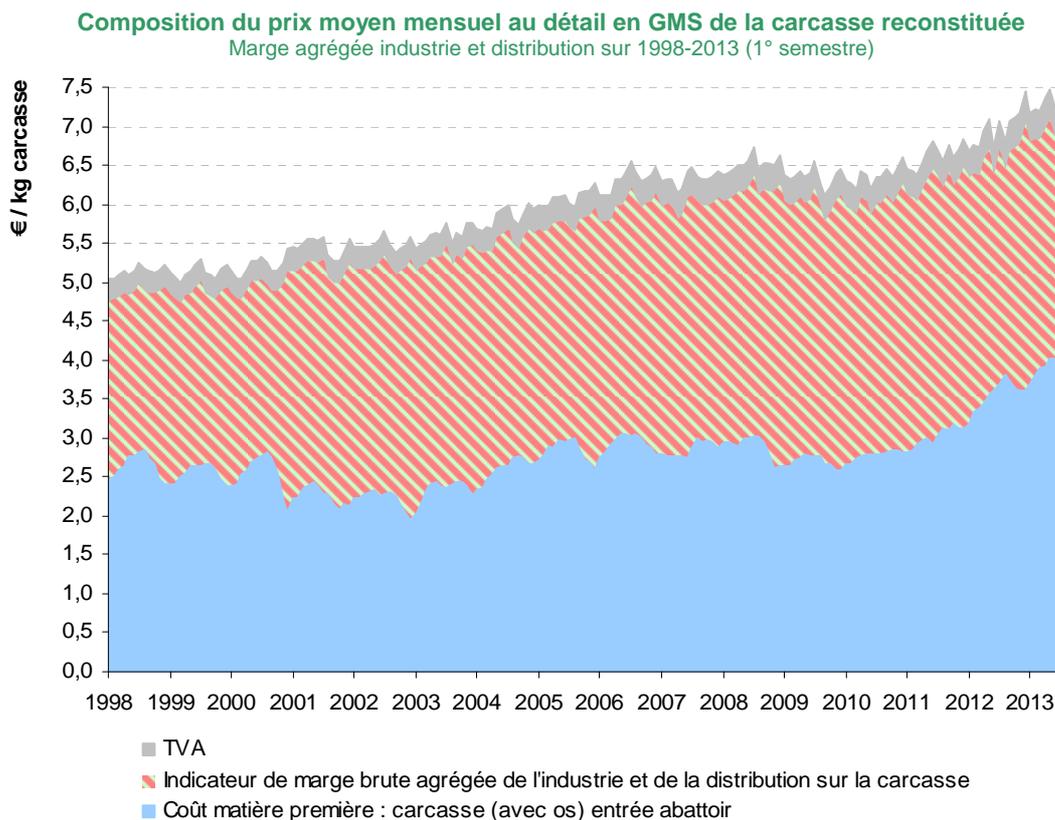
Entre 2000 et 2012, pour une vache de type laitier, le prix en GMS a augmenté de 1,58 € par kg de carcasse et la marge brute agrégée de 0,57 €, tandis que le prix de la carcasse entrée abattoir a gagné 1,00 €.

Pour une vache de type allaitant, le prix en GMS a progressé de 1,79 € par kg de carcasse : la marge brute agrégée a enregistré une hausse de 0,77 € et le prix de la matière première de 1,02 €.

En 2012, la marge brute agrégée est passée en moyenne de 3,27 € à 3,05 €, atteignant des niveaux inférieurs à ceux de 2006. Sur un mois (août), elle est descendue à son niveau le plus bas depuis fin 2000, avant l'impact de nouveaux coûts liés notamment aux mesures sanitaires et de traçabilité prises suite à la crise de l'ESB.

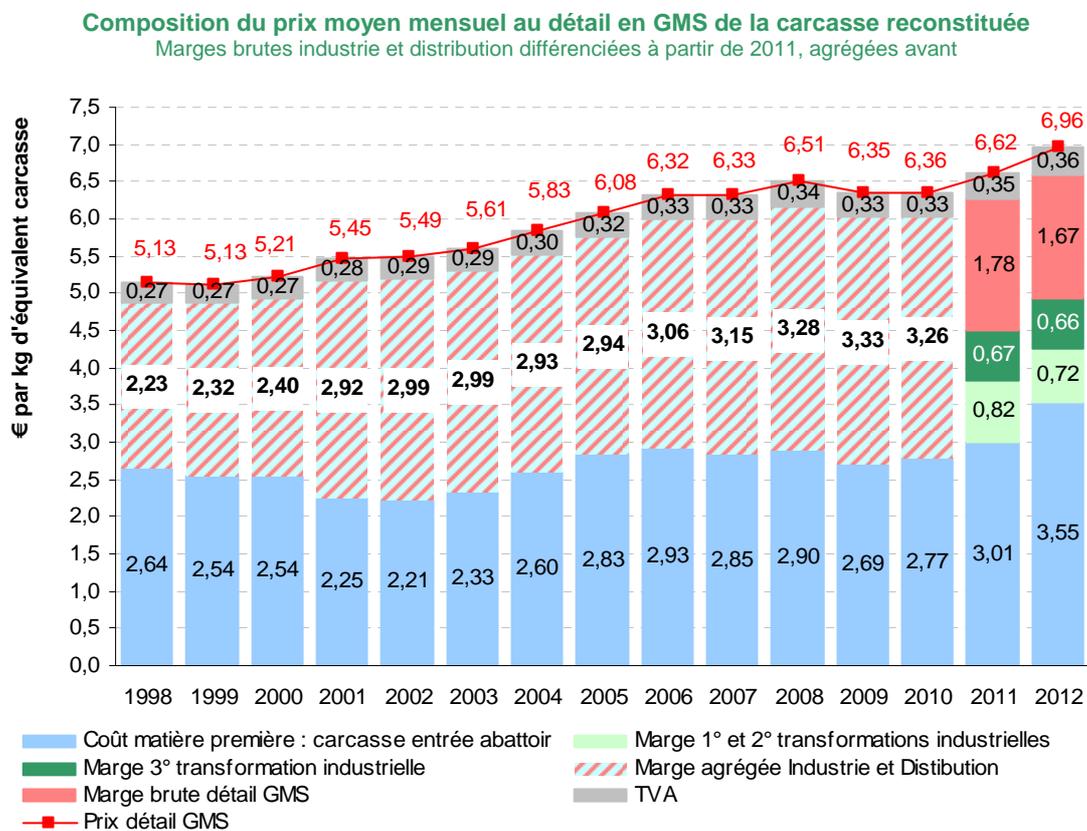
Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2013, la marge brute agrégée est restée en moyenne stable par rapport à 2012. Sur cette période, les prix des carcasses entrée abattoir ont enregistré une nouvelle hausse, qui a été une nouvelle fois absorbée par le maillon industrie-distribution, ces opérateurs faisant le choix d'en limiter l'impact pour les consommateurs.

Graphique 28



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Graphique 29



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, SNIV-SNCP, FNICGV

### 3.2. Marges brutes de l'industrie et de la distribution

Sur la période allant de juillet 2010 à juin 2013, une approche plus fine des marges brutes peut être réalisée, en détaillant chaque maillon de la filière. On obtient ainsi, d'une part, la marge brute de l'industrie, en dissociant celle des 1<sup>ère</sup> et 2<sup>e</sup> transformations et celle de la 3<sup>e</sup> transformation et, d'autre part, la marge brute de la distribution.

Sur le Graphique 31 est présentée la série des prix au détail de la carcasse reconstituée pour la vache moyenne (60 % du type laitier et 40 % du type allaitant), prix décomposés entre matière première et les différentes marges brutes.

On retrouve sur ce graphique la forte hausse du prix de la carcasse entrée abattoir. Elle est de 1,23 euro entre juillet 2010 et juin 2013 ; les deux tiers de cette augmentation (soit 86 centimes) ont été enregistrés en 15 mois, depuis janvier 2012. Cette nette croissance n'a pas été répercutée dans sa totalité par les maillons de l'industrie et de la distribution. En effet, sur ces 15 mois, la marge brute de l'industrie a augmenté de 6 centimes et celle de la distribution a diminué de 42 centimes. Entre janvier 2012 et juin 2013, ce sont donc 50 centimes de la hausse du prix à la production qui ont été transmis à travers la chaîne de valorisation de la carcasse de vache moyenne.

Le contexte de consommation déprimée et de vive concurrence entre enseignes fait obstacle à la répercussion intégrale de l'augmentation du prix à la production.

Bien que des calculs rigoureux et récents d'élasticité-prix de la demande de viande bovine fassent défaut (et soient par ailleurs difficiles à réaliser), certains opérateurs - notamment de la distribution - avancent qu'une augmentation des prix ne pourrait qu'aggraver la tendance à la baisse de la consommation de viande bovine.

A titre indicatif, on peut mentionner qu'une étude ancienne (parue en 2003, exploitant des données de 1996) a évalué à -0,3 % l'élasticité prix de la demande<sup>31</sup> de viandes en France [SEALE., REGMI, BERNSTEIN, 2003] : <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/33580/1/tb031904.pdf>

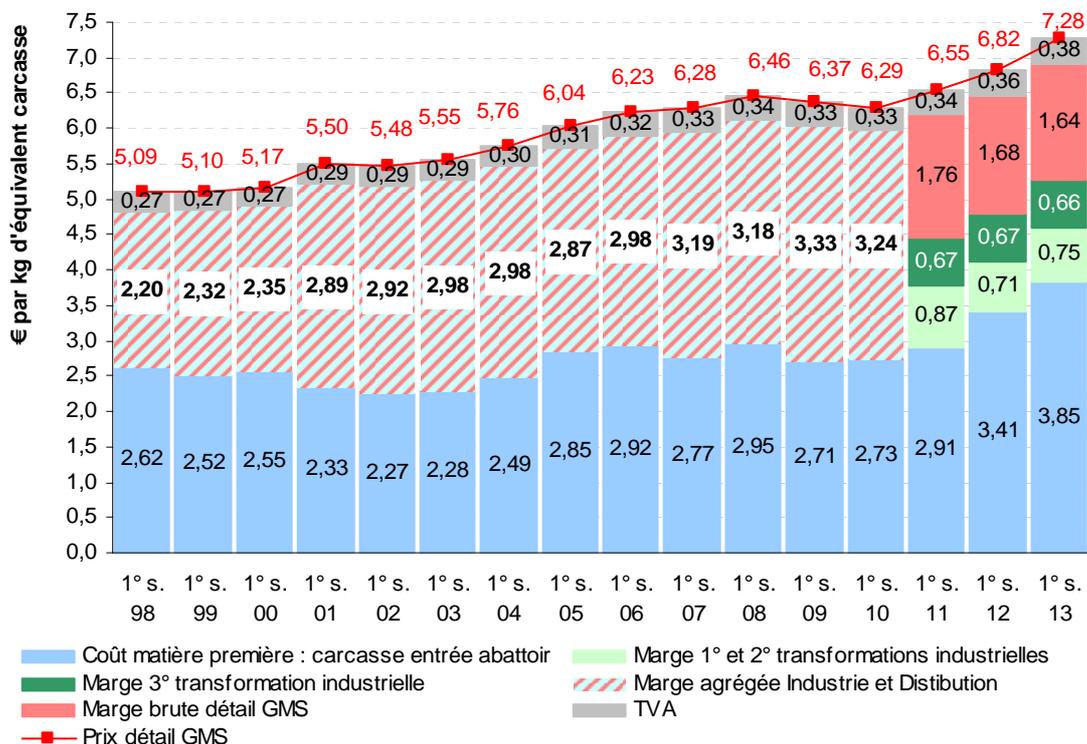
Par ailleurs, le rayon boucherie, comme d'autres rayons de produits frais traditionnels, reste un élément d'attractivité des magasins, leur permettant de se mieux démarquer des concurrents qu'avec les rayons proposant les produits transformés industriels. Or, le prix reste un élément de cette attractivité.

---

<sup>31</sup> L'élasticité-prix de la demande d'un bien est le pourcentage de variation de quantité de bien consommé découlant d'une variation de 1% du prix du bien, soit ici une diminution de quantité consommée 0,3% pour une augmentation de prix 1%.

Graphique 30

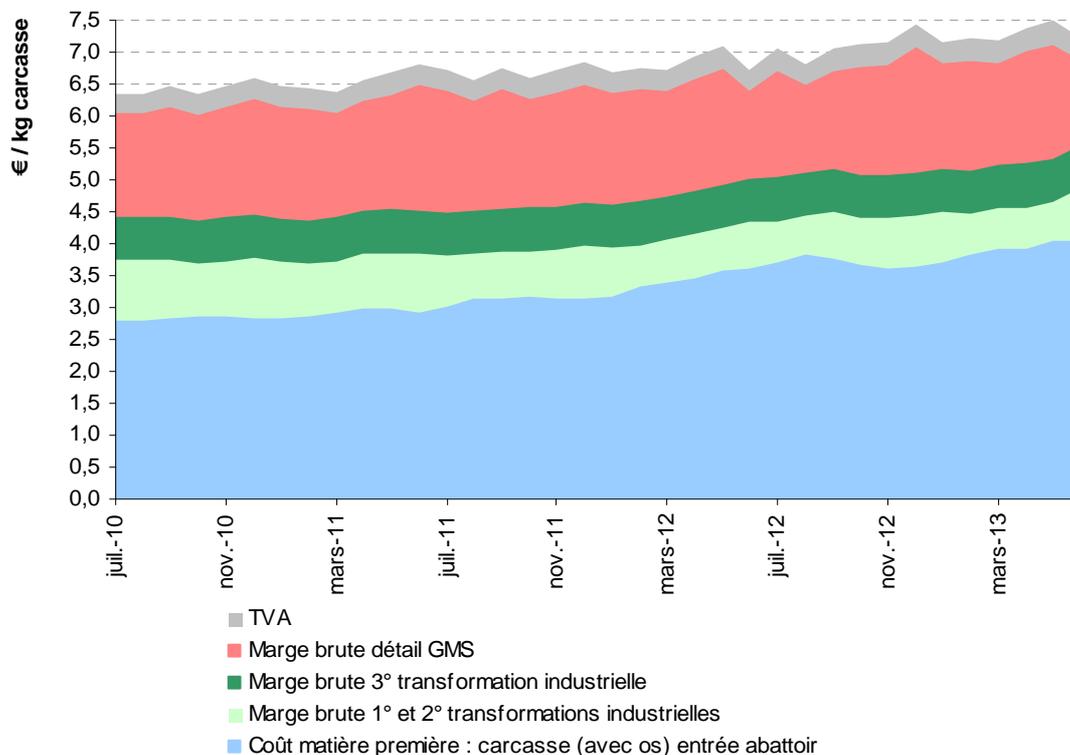
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS de la carcasse reconstituée**  
 Marges brutes industrie et distribution différenciées à partir de 2011, agrégées avant



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, SNIV-SNCP, FNICGV

Graphique 31

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de la carcasse reconstituée**  
 Marges brutes industrie et distribution différenciées depuis juillet 2010



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE BOVIN VIANDE ET COUT DE PRODUCTION DES BOVINS VIANDE EN ELEVAGE

### 4.1. Compte de résultat des exploitations spécialisées en élevage bovin viande

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans l'élevage bovin viande est constitué de 94 à 124 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de gros bovins viande « finis » constitue plus de 82 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux<sup>32</sup>. Cet échantillon est représentatif de 4 380 à 6 562 exploitations selon les années.

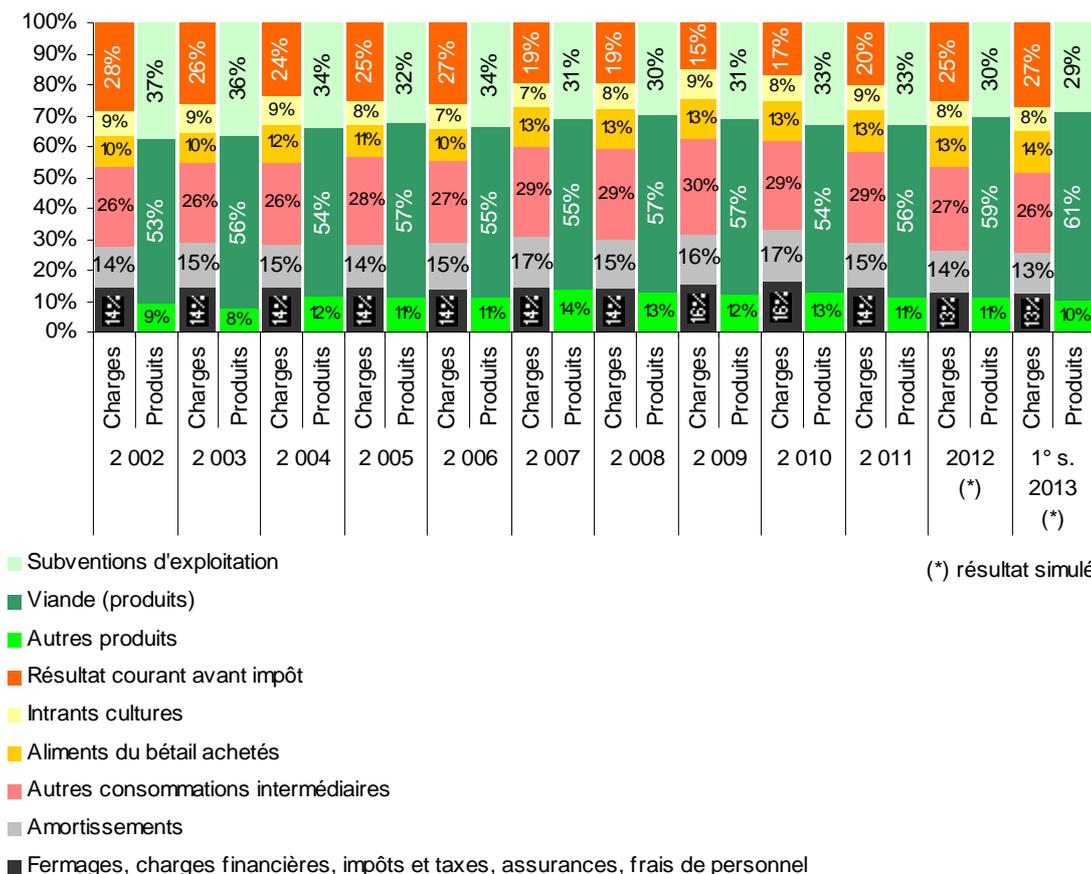
Le résultat courant avant impôt rapporté aux produits (ou, approximativement, au CA) est très variable d'une année à l'autre (de 15 % à 28 %).

La simulation réalisée sur 2012 et sur le 1<sup>er</sup> semestre 2013 en appliquant à la structure des comptes 2011 les évolutions de prix des bovins, des aliments pour bovins et des intrants pour les cultures, conduit en 2012 à une augmentation « mécanique » (sans adaptation des exploitations) du pourcentage du résultat courant sous l'effet de la hausse du prix des bovins.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2013, l'évolution relative des prix des bovins et des intrants se traduit par une nouvelle hausse du résultat courant, relativement au chiffre d'affaires (Graphique 32) ainsi qu'en valeur absolue par travailleur familial (Graphique 33).

Graphique 32

#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations spécialisées en élevage bovin viande spécialisé (hors naisseurs, hors élevage de veaux de boucherie)

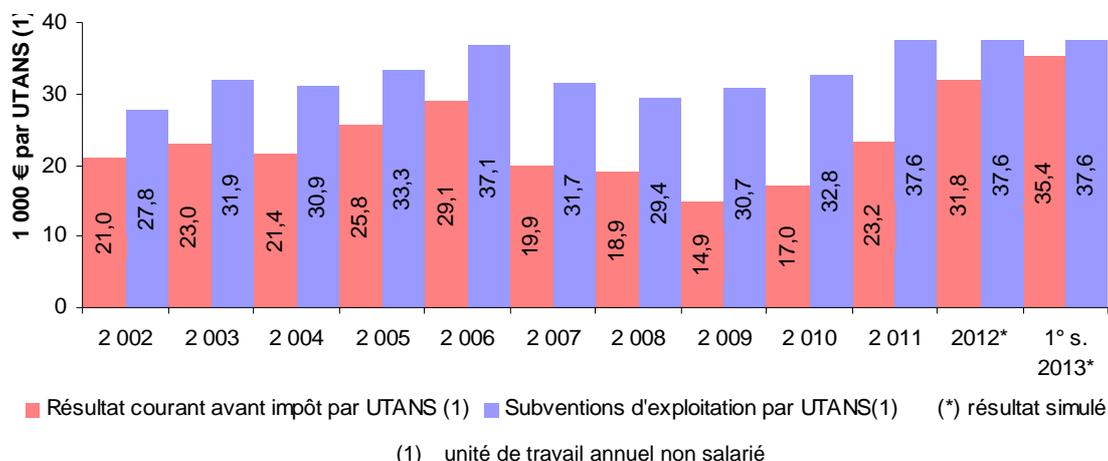


Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

<sup>32</sup> L'échantillon est issu de l'orientation technico-économique élevage bovin viande (n° 46) au sein de laquelle ont été sélectionnées les exploitations spécialisées à plus de 90% de leur produit bovin dans la production de génisses de boucherie ou de bovins mâles 1 à 2 ans gras ou autres bovins mâles de 2 ans et plus (donc dont moins de 10% de leur produit bovin est constitué de veaux de boucherie ou de bovins maigres).

Graphique 33

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations spécialisées en élevage bovin viande**  
(hors naisseurs, hors élevage de veaux de boucherie)



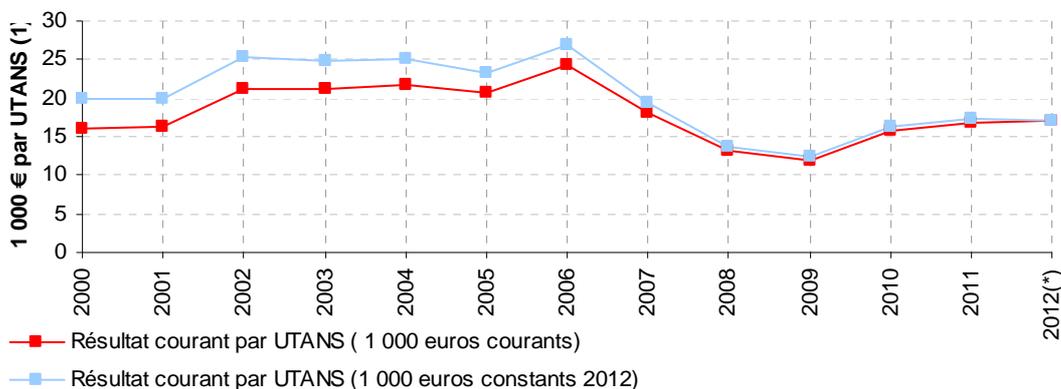
Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

**Remarque**

Lors de la Commission des comptes de l'agriculture de la Nation sont examinées, courant juin de chaque année, les prévisions de revenu agricole par orientation-technico-économique (otex) pour l'année précédente (ainsi que les revenus des années antérieures). S'agissant de l'élevage bovin viande, l'otex (n° 46) correspondante comprend, outre des exploitations de même type que celles étudiées plus haut, les exploitations d'élevage naisseur (animaux destinés à être engraisés dans d'autres exploitations) et les élevages de veaux de boucherie, tous deux exclus de l'échantillon des « exploitations spécialisées en élevage bovin viande » suivi par l'OFPM. Le champ de l'otex 46 est donc plus large et les résultats courants moyens annuels par UTANS de cet ensemble sont différents de ceux présentés plus haut et, en particulier, moins élevés ; les évolutions positives 2010-2011 et 2011-2012 (prévision ou simulation) y sont moins marquées (Cf. graphique ci-dessous).

Graphique 34

**Résultat courant avant impôt par unité de travail annuel non salariée dans l'otex 46 Bovins viande (y compris naisseurs et élevage de veaux de boucherie)**



(1) unité de travail annuel non salarié. (\*) résultats provisoires

Source : SSP

## 4.2. Coût de production des bovins viande en élevage

### *Cf. Graphique 35*

Cette estimation des coûts de production « par kg de viande bovine vive » (coûts exprimés en euro par kg vif d'animal<sup>33</sup>) est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans :

- 73 exploitations du système « Naisseur-engraisseur spécialisé de jeunes bovins » caractérisées par une production principale de jeunes bovins et de femelles finies, nés sur l'exploitation (système allaitant) de toutes races et dans toutes zones d'élevage. L'alimentation de ces troupeaux est à 85% à base d'herbe et comprend 15% de maïs (dans certaines exploitations, l'herbe est complétée par des concentrés achetés) ;
- 13 exploitations du système « Engraisseur de jeunes bovins » qui correspond à l'engraissement de taurillons dans les zones de polyculture-élevage, à partir d'animaux achetés maigres. La ration alimentaire du troupeau est à base de maïs-ensilage et de concentrés ou de coproduits végétaux.

Il s'agit d'entreprises parmi les plus performantes dans leur contexte, relevant du tiers supérieur des exploitations, en termes de dimension et de résultats techniques. Les résultats économiques sont soumis aux aléas conjoncturels et sont très variables selon les trajectoires des exploitations (investissements, transmission, agrandissement, etc.).

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables. Le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail des exploitants à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

Le coût en aliments des bovins issus des cultures céréalières de l'exploitation est constitué des charges de culture réellement engagées et des charges supplétives, desquelles sont déduites les subventions (DPU au prorata des hectares utilisés), ce coût n'est donc pas calculé en référence au prix de marché des céréales.

En 2011, les coûts de production sont en hausse de 5% en systèmes allaitants et de 9% en systèmes engraisseurs stricts. Ces hausses sont liées à celles des prix de divers intrants, en particulier les aliments, entraînant le passage de 15% à 19% des charges pour le poste aliments achetés, de 9% à 16% pour les coûts des aliments produits. Les coûts d'équipement et de gestion progressent également, de 1% à 5% pour les systèmes allaitants.

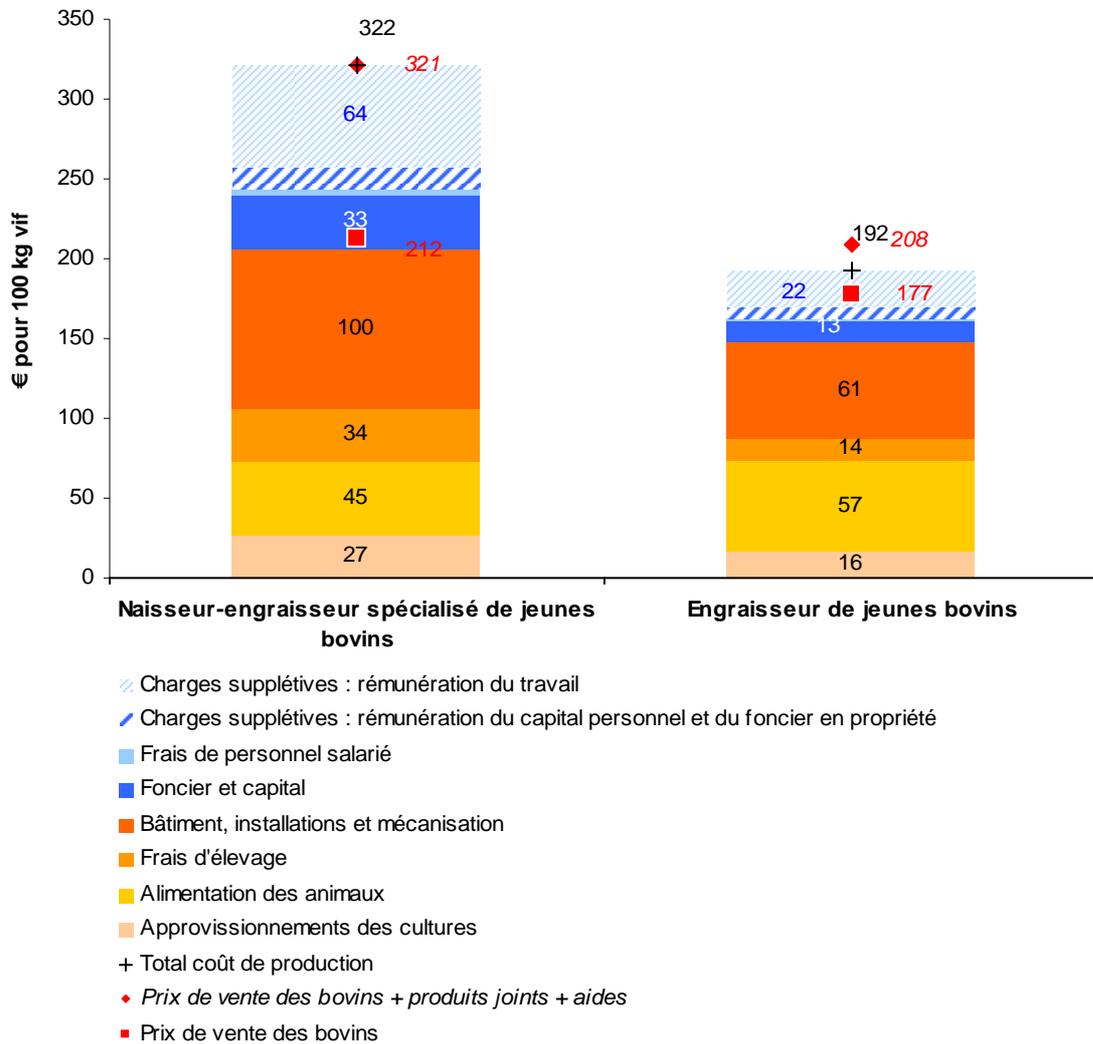
Une partie de ces hausses est compensée par une amélioration des prix de vente des bovins, principalement en catégories finies (taurillons, vaches...). Mais la rémunération du travail reste faible en naisseur-engraisseur (1 SMIC par unité de travail). Les engraisseurs bénéficient d'un écart favorable entre le prix du maigre et du gras (1,6 SMIC par unité de travail).

---

<sup>33</sup> Le rendement type de l'animal vif en carcasse est, pour une vache allaitante (Charolaise) de 400 kg de carcasse classée U3, de 53% (source : Institut de l'élevage), donc les valeurs en kg vif peuvent être converties en valeur en kg de carcasse en les divisant par 53%, ce qui revient à les multiplier par 1,89.

Graphique 35

**Coût de production du kg de bovin vif dans deux systèmes d'élevage bovin viande en 2011**



Source : Institut de l'élevage

## **5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DES FILIERES VIANDE BOVINE ET COUT DE PRODUCTION DANS L'ABATTAGE-DECOUPE DE BOVINS**

### **5.1. Structure des charges des entreprises d'abatage-découpe spécialisées en viande bovine**

*Cf. Graphique 36.*

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abatage-découpe de bovins constituaient une part importante (plus de deux tiers) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 82 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (71% en 2011) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, en valeur, la part de ce poste augmente de 0,5 point entre 2008 et 2011.

La part du poste « autres achats et charges externes » diminue de 1,4 point entre 2008 et 2011. Ce poste comprend des charges de sous-traitance, importantes dans le secteur, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (tâcheronnage) et des consommations intermédiaires et services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels...

Le poids des frais de personnel (10,3% en moyenne de l'ensemble des charges sur la période étudiée) a augmenté de 0,9 point en 2008 et 2010 avant de diminuer de 0,3 point en 2011.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 13,8% sur la période.

La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 36.

Le résultat courant a représenté entre 0,7% de la valeur produite en 2008, 1,4% en 2010 et redescend à 1,1% en 2011.

### **5.2. Coûts par kg de carcasse traité dans l'abatage-découpe de bovins**

*Cf. Graphique 37.*

FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts et des marges brutes et des résultats avant impôt des entreprises d'abatage et de transformation de la viande bovine en relation avec l'évolution de la conjoncture.

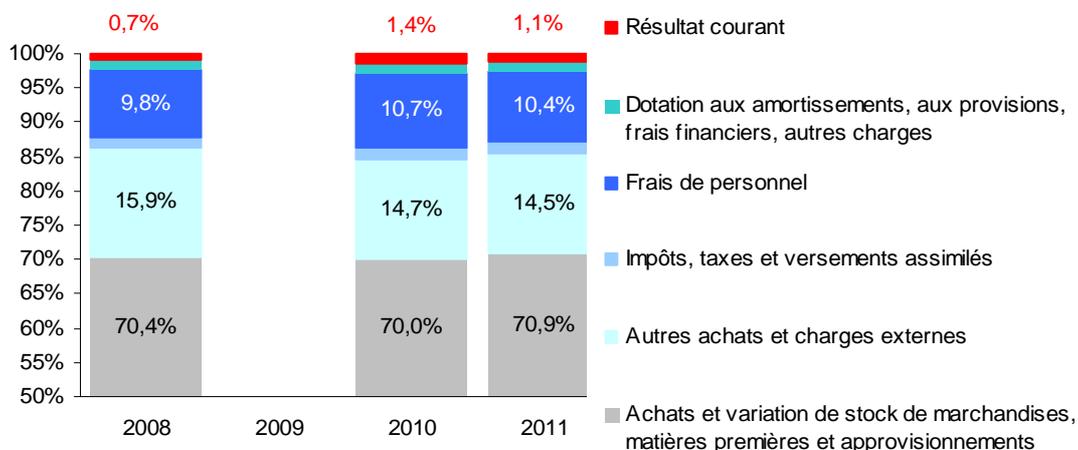
L'étude est réalisée auprès de 10 entreprises et groupes d'entreprises spécialisés à près de 88 % de leur activité dans la transformation de gros bovins. Les données présentées sont exprimées en € par kg de carcasse traité.

Le Graphique 37 présente les postes de charges et le résultat courant avant impôt, ramenés au kg de carcasse bovine traité de 2010 à 2012. Le total est égal au produit bovin par kg de carcasse traité, en progression de 74 centimes entre 2010 et 2012 (+15,7 %), pour un coût de la matière première augmentant de 72 centimes (+ 22,1 %). La différence entre produit et coût de la matière première correspond à la marge brute des transformateurs, couvrant les autres postes de charges et le résultat courant. La marge brute progresse moins que l'ensemble des charges unitaires qu'elle doit couvrir, d'où une érosion du résultat courant : 6 centimes par kg traité en 2010, 4 centimes en 2011 et 1 centime en 2012.

On remarque notamment la progression des charges externes hors tâcherons et intérim (+8,4%) et des frais de personnel y compris tâcherons et intérim (+4,6%). Il en résulte un bénéfice (avant impôt) en baisse.

Graphique 36

### Structure des charges des entreprises d'abattage découpe spécialisées en viande bovine

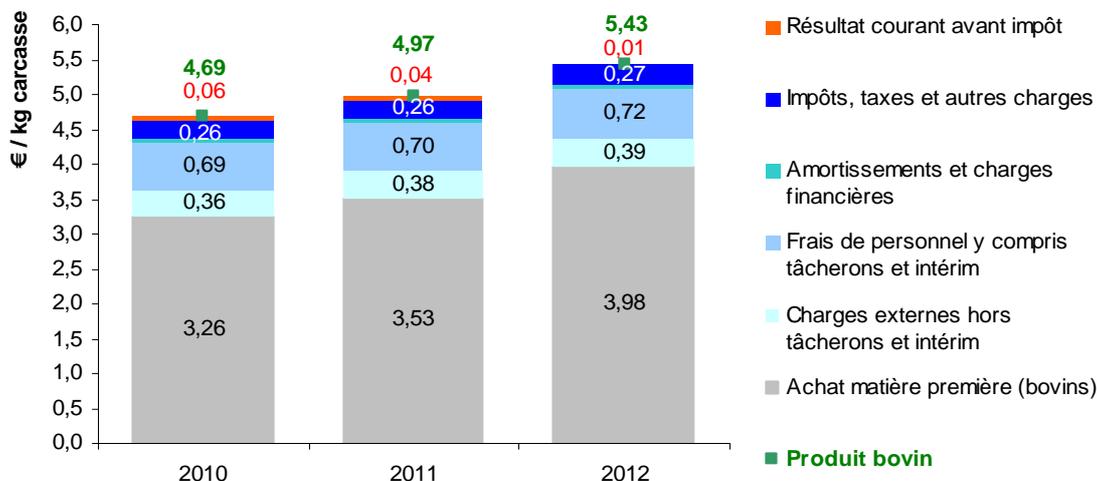


Année 2009 exclue, champ peu comparable

Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 37

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



Source : FranceAgriMer, panel d'entreprises

## 6. COMPTES DU RAYON BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

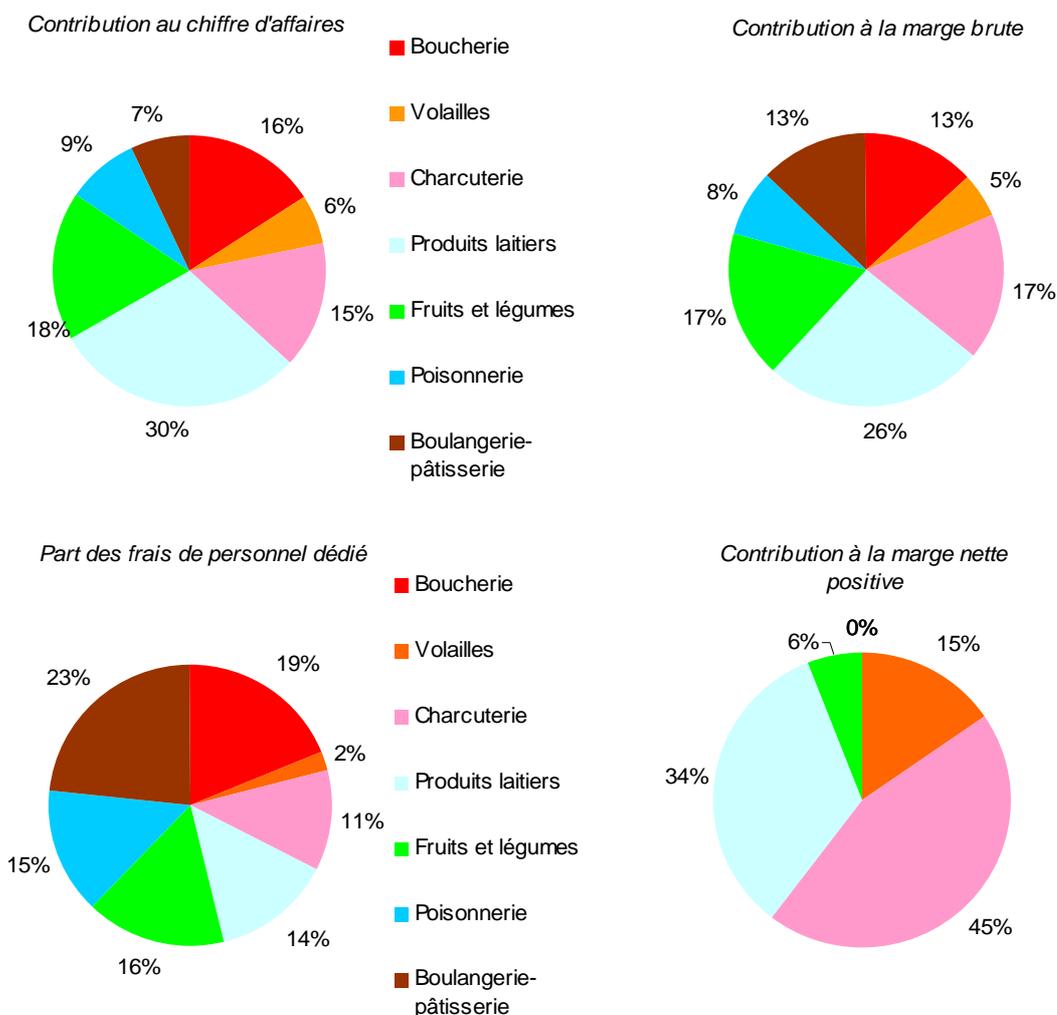
### 6.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie, qui regroupe ici en fait un rayon « traditionnel » et un rayon libre-service (d'UVCI et d'UVCN, Cf. Encadré 3), représente 16 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 13 % de leur marge brute, 19 % de leurs frais de personnels spécifiques. Le rayon boucherie a une marge nette négative, comme les rayons poissonnerie et boulangerie.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCN) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers, ou découpe uniquement à partir de PAD ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés.

Graphique 38

**Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012**



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

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

Tableau 10

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie

|  | <i>Boucherie</i>                         |  |
|--|--|--|
|  | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne  |
| Chiffre d'affaires du rayon                                      | 100,0                                    |  |
| Coût d'achat des produits du rayon                               | 74,8                                     |  |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,2</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.   |
| Frais de personnel du rayon                                      | 10,7                                     | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>14,5</b>                              |  |
| Autres charges   | 15,8                                     |  |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-1,3</b>                              |  |
| Impôt sur les sociétés   | -0,5                                     |  |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-0,8</b>                              | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 1,9 € (*) de la marge nette moyenne de -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, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boucherie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 25 € de marge brute.

En moyenne, le rayon viande est le rayon dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés.

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD, voire désossage de quartiers et carcasses, élaboration d'UVCN. Ainsi la plupart des magasins ont une marge brute qui, outre sa dimension strictement commerciale, a une dimension de marge de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformation de la viande.

S'y ajoute souvent le personnel pour la vente assistée en « rayon trad ».

La marge « semi-nette » descend ainsi à 14,5 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,3 € pour 100 € de ventes, passant à -0,8 € compte tenu de la convention de répartition de l'IS (Cf. chapitre 2). Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se basant sur l'écart moyen ; il s'agit de la marge nette sur chiffre d'affaires la plus faible des rayons étudiés dans 6 des 7 enseignes interrogées et elle reste négative dans 5 d'entre elles.

### 6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Tableau 11

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

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

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 26 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est un des rayons dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

*NB : comme expliqué au chapitre 2, la convention appliquée pour ventiler l'IS par rayon vise à ce que la somme des IS répartis par rayon soit égale à l'IS de l'ensemble, calculée en appliquant un taux moyen d'IS au résultat avant IS. Il en découle que les rayons à marge nette avant IS négative, comme le rayon boucherie, en diminuant l'assiette d'imposition de l'ensemble, sont affectés d'une correction qui diminue leur charges totales. On peut aussi appliquer une autre convention en excluant les rayons « négatifs » de la répartition de l'IS : dans ce cas, la marge nette après répartition de l'IS du rayon boucherie est en fait la marge nette avant cette répartition*

Encadré 3

### **La boucherie en GMS : diversité des modes d'approvisionnement et de commercialisation**

*Le rayon boucherie défini pour l'observatoire recouvre en fait deux à trois types d'organisation des points de vente de viande fraîche bovine, porcine, ovine et équine en GMS.*

*Les comptes du rayon boucherie présentés dans les pages précédentes agrègent l'activité du rayon boucherie dit traditionnel et le libre-service.*

**Le rayon boucherie traditionnel** propose aux consommateurs, en mode de vente assistée (vendeurs servant le client) des morceaux issus d'opérations de découpe réalisées dans un laboratoire du magasin, suivies d'une dernière coupe à la demande. C'est évidemment ce « rayon trad », présent notamment dans les hypermarchés ou les supermarchés en zone rurale, qui nécessite un personnel dédié important et spécialisé (bouchers sachant gérer au mieux les approvisionnements en muscles ou quartiers en fonction de la demande et optimiser la découpe).

**Le rayon en libre-service** peut recouvrir deux modalités bien différentes.

*Il peut être en effet approvisionné en morceaux préparés et emballés par le laboratoire de boucherie du magasin, à partir des mêmes opérations de découpe réalisées pour l'approvisionnement du point de vente assisté. Ces UVCM (unités de vente-consommateurs magasins) nécessitent donc les mêmes interventions de personnel spécialisé en amont de la vente mais font l'économie du personnel de vente assistée.*

*Le libre-service peut être aussi alimenté en UVCI, morceaux conditionnés prêts à la vente fournis par un industriel. Les steaks hachés relèvent très généralement de ce type de production industrielle, pour des raisons de maîtrise sanitaire. Les supermarchés de petit format, particulièrement en zone centrale urbaine, recourent généralement aux UVCI pour l'ensemble de leur offre de boucherie pour des raisons de place et de main-d'œuvre.*

*Dans d'autres cas, la difficulté de recruter des bouchers contraint les points de vente au développement de l'approvisionnement en UVCI.*

*Lorsque l'alternative « traditionnel – UVCM – UVCI » est possible, le maintien d'un « rayon trad » est justifié, selon les responsables de magasins, par l'attractivité supérieure qu'il opère, au bénéfice de la fréquentation de tous les rayons du magasin, notamment dans les régions d'élevage renommé ou les zones à « CSP+ ». Comme les autres rayons de produits frais non transformés (fruits et légumes, poissonnerie), et au contraire des rayons de produits industriels en libre-service, un rayon boucherie traditionnel laisse en effet au gestionnaire de plus larges possibilités de distinguer son magasin des concurrents, en prouvant son professionnalisme, en segmentant et d'adaptant son offre à sa clientèle.*

*Il est évident que la valeur ajoutée se répartit différemment entre industrie et GMS selon le circuit : l'équilibre est placé du côté des magasins dans le mode « traditionnel » (vente assistée et UVCM) et du côté de l'industrie dans le circuit libre-service d'UVCI.*

*Au-delà, faute d'étude de cas détaillés mais représentatifs, sur des formats de magasins comparables, il est difficile de répondre aux questions de la rentabilité comparée des différents circuits pour les GMS ou de leur impact éventuellement différencié sur la capacité de la filière à générer et répartir des bénéfices entre tous ses maillons.*

*Les frais de main d'œuvre pour la dernière transformation et la découpe finale s'imputent évidemment sur la valeur ajoutée dégagée par l'opérateur qui assure ces opérations : l'industriel dans le cas des UVCI, le commerçant dans le cas du rayon « trad » et des UVCM. Ainsi, le comptoir « trad » du rayon boucherie présente certes une marge brute plus importante que le linéaire d'UVCI, mais elle est grevée par des frais de personnel également plus importants.*

*Par ailleurs, on pouvait considérer que le développement des UVCI et donc le transfert vers une organisation industrielle de tâches précédemment artisanales, avec la concentration et la spécialisation du travail et les économies d'échelle qui en découlent, s'inscrit dans une logique de réduction des coûts, notamment de main d'œuvre, visant à contenir les prix au détail dans un contexte très concurrentiel. Pourtant, le développement des UVCI en viande bovine reste moins important qu'anticipé par certains.*

#### **En savoir plus :**

*« Les unités de vente consommateurs dans les filières carnés et aquatiques ». Les synthèses de FranceAgriMer, Pêche et élevage, n°2, FranceAgriMer, octobre 2012.*

*« Où va le bœuf ? Quel produit pour quel marché ? » Dossier Economie de l'Elevage n° 417, Institut de l'élevage, octobre 2011.*

## 7. LA TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIERE VIANDE BOVINE

On compare les prix de la viande bovine observés entrée abattoir et au détail en GMS avec des prix simulés, toutes choses égales par ailleurs, tels que, par rapport à une période de référence :

- le prix entrée abattoir assure une marge sur consommations intermédiaires en élevage égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'inflation afin de tenir compte de l'évolution des autres charges à couvrir ;
- le prix au détail en GMS assure une marge brute agrégée (industrie + distribution) égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'inflation afin de tenir compte de l'évolution des autres charges à couvrir.

Faute de données de prix sortie industrie sur une longue période, il ne peut être calculé de prix simulé sortie industrie.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant pour le niveau de la marge agrégée que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'indice *IPAMPA* du prix des consommations intermédiaires en élevage bovin viande (source : Institut de l'élevage) ;
- l'indice du prix moyen de la carcasse de vache « moyenne » (cf. parties 1. et 2.) entrée abattoir (source : FranceAgriMer) ;
- l'indice du prix de cette même carcasse reconstituée en GMS (source : Kantar Worldpanel, FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV) ;
- l'indice des prix à la consommation (*IPC*) pour l'inflation.

Les coefficients techniques rapportant les coûts au produit, sont issus du RICA (pour l'élevage) et des rapports entre valeur entrée abattoir et valeur au détail.

Pour un stade donné (production, agrégat industrie-distribution), le prix simulé  $P_{St}$  à une date donnée  $t$  est donc égal à la marge brute de référence  $MB_R$  + le coût en consommations intermédiaires (pour l'élevage) ou en matière première-carcasse (pour le maillon agrégé industrie + distribution) à la date  $t$ , soit  $C_t$  :

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

La marge brute de référence  $MB_R$  évolue au cours du temps, elle est la différence entre le prix du produit en période de référence,  $P_0$ , moins le coût en consommation intermédiaires (ou matière première) à cette même période  $C_0$ , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'indice des prix à la consommation entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPC_t$  sur  $IPC_0$ ) :

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

Les coûts des consommations intermédiaires de l'élevage ou de la matière première-carcasse à chaque période sont considérés comme n'évoluant que sous l'effet de l'évolution des prix de ces intrants (pas d'adaptation des volumes). Ils sont donc égaux à leur valeur en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution de leurs prix entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPMP_t$  sur  $IPMP_0$  des indices de prix des intrants le stade considéré, soit : l'*IPAMPA*, au stade élevage et l'indice du prix de la carcasse entrée abattoir, pour le maillon industrie + distribution) ; l'indice du prix sortie industrie, au stade détail en GMS) :

$$C_t = C_0 \frac{IPMP_t}{IPMP_0}$$

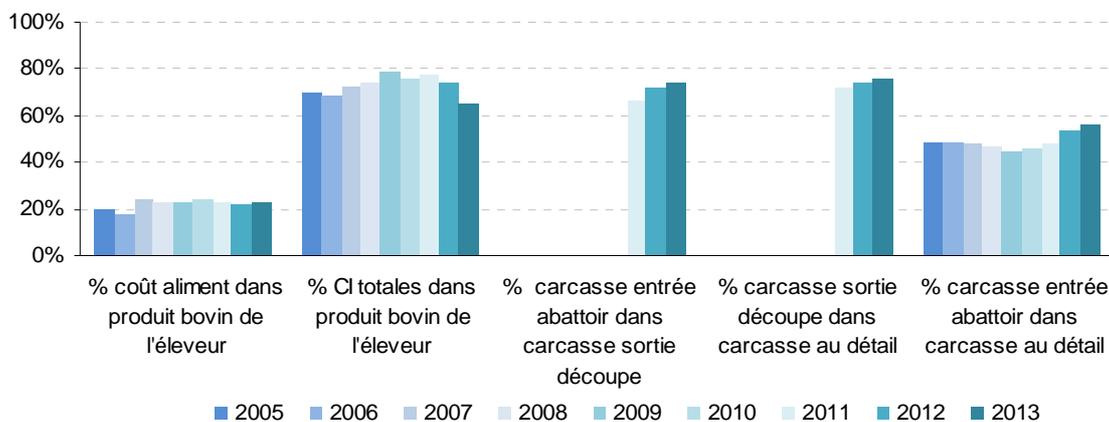
d'où le prix simulé :

$$P_{St} = P_0 \frac{PIB_t}{PIB_0} + C_0 \left( \frac{IPMP_t}{IPMP_0} - \frac{PIB_t}{PIB_0} \right)$$

Le Graphique 39 présente les poids, dans la production en valeur de chaque stade, des coûts en aliments et toutes consommations intermédiaires (pour l'élevage) ou de l'achat de matière première (dans l'industrie et en GMS, données non disponibles avant 2011), puis le poids de la matière première initiale (carcasse entrée abattoir) dans le même produit au détail (carcasse reconstituée au détail).

Graphique 39

**Part des charges ou matière première dans les produits à différents stades de la filière viande bovine**

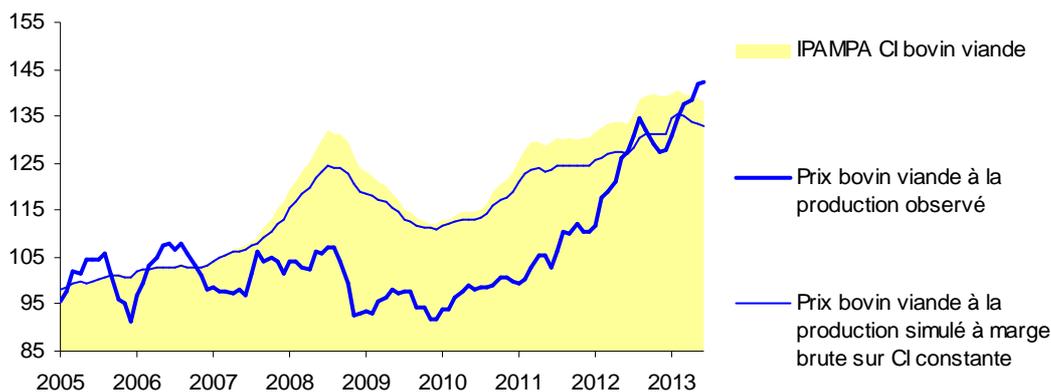


Sources : FranceAgriMer, Institut de l'élevage, RICA

Le Graphique 40 montre que, de fin 2006 à fin 2012, le prix de la viande bovine à la production était très nettement inférieur au prix qui aurait permis, toutes choses égales par ailleurs, de maintenir la marge sur consommations intermédiaires au niveau de 2005, inflation comprise. A noter cependant qu'on simule ici un prix à la production hors aides directes et non une recette unitaire « prix + aides ». Fin 2012, le « ciseau des prix » devient plus favorable pour les éleveurs.

Graphique 40

**Relation entre prix de la carcasse bovine à la production et coût des consommations intermédiaires**

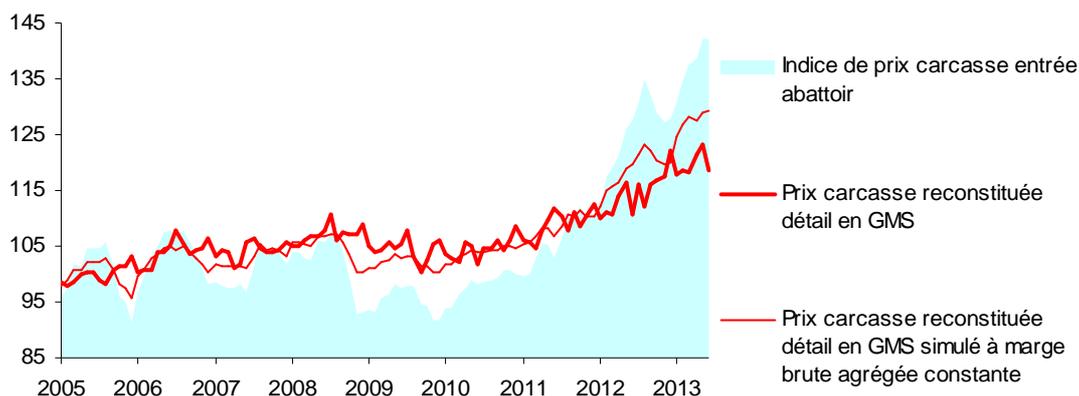


Sources : FranceAgriMer, Institut de l'élevage, INSEE

Le Graphique 41 montre que le prix de la viande bovine au détail (carcasse reconstituée en viandes fraîches et SHS) suit l'évolution du prix entrée abattoir et des autres charges (dont l'évolution est simulée par l'IPC), certaines phases de forte baisse du prix à la production étant toutefois répercutées de façon amortie ou avec retard (en 2009). A partir de 2012, le prix au détail observé est sensiblement inférieur au prix simulé. Dans un contexte de concurrence dans la distribution et dans une conjoncture économique pesant sur la consommation, ceci peut traduire la difficulté de transmettre des hausses de prix vers l'aval de la filière.

Graphique 41

### Relation entre prix de la carcasse bovine à la production et prix au détail



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, INSEE

## Section 3 – Viande ovine

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE VIANDE OVINE

#### 1.1. Traits généraux de la filière viande ovine

Le cheptel ovin français était de 7 464 milliers de têtes en 2012, dont 17 % de brebis laitières, ce qui place la France au cinquième rang européen. La production d'agneaux en tonnes d'équivalents-carcasse (tec) est en déclin de 3,2 % en 2012 par rapport à 2011.

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 2012, la production de viande ovine des élevages français s'élève à 84 600 tec dont 68 900 tec de viande d'agneau. La consommation intérieure s'élève à 189 700 tec ; ainsi, les importations, de 114 400 tec, assurent plus de 50% de la consommation. Cet approvisionnement provient de l'Union Européenne, du Royaume-Unis et de l'Irlande principalement, et de manière moindre, d'Océanie (Nouvelle-Zélande).

Une deuxième particularité de la filière est la **part encore importante du commerce de détail spécialisé** : en 2012, plus de 20% des achats de viande ovine sont effectués en boucherie spécialisée contre 70% en GMS maxi-discompteurs compris (source : Kantar Worldpanel). Hors circuit d'achats proprement dit, la restauration hors foyer représente 20% de la consommation de viande ovine, dont un peu moins de 60% en restauration commerciale et plus de 40% en restauration collective

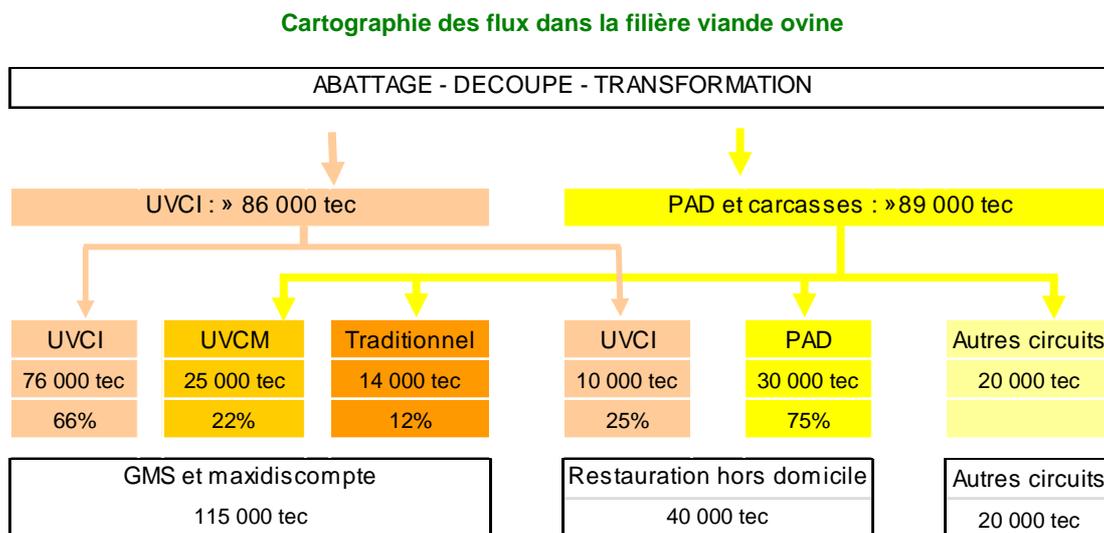
La consommation de viande ovine ne représente que 5% de celle de l'ensemble des viandes, elle porte principalement sur la viande d'agneau (90%) et sa saisonnalité est très marquée : les achats de viande ovine dans le mois de Pâques s'élèvent à environ 9000 tonnes en 2012 d'après le panel Kantar, et 4 000 à 5000 tonnes pour tout autre mois. Ce profil s'observe chaque année, mais dans une tendance à la baisse de la consommation (- 3,2% de 2011 à 2012, -40% en 30 ans). Plus de 30% des achats de 2012 sont consacrés au gigot frais (par opposition au gigot surgelé, généralement importé : 5%), les autres pièces à griller ou rôtir (côtelettes, épaules...), achetées en frais, représentent 40% des achats.

En GMS, la présentation en unité de vente consommateurs (UVC) se développe aux dépens du rayon boucherie traditionnel en vente assistée, à la coupe. Ces « barquettes » peuvent être produites dans les ateliers spécialisés de la grande distribution (il s'agit alors d'unités de vente consommateurs magasin, UVCM), à partir d'achats de carcasses ou demi-carcasses, ou bien dans l'industrie (UCVI).

Pour en savoir plus : « La consommation de viande ovine, une baisse difficile à enrayer ». Les synthèses de FranceAgriMer, juin 2012, n°14.

## 1.2. Cartographie des flux de la filière viande ovine

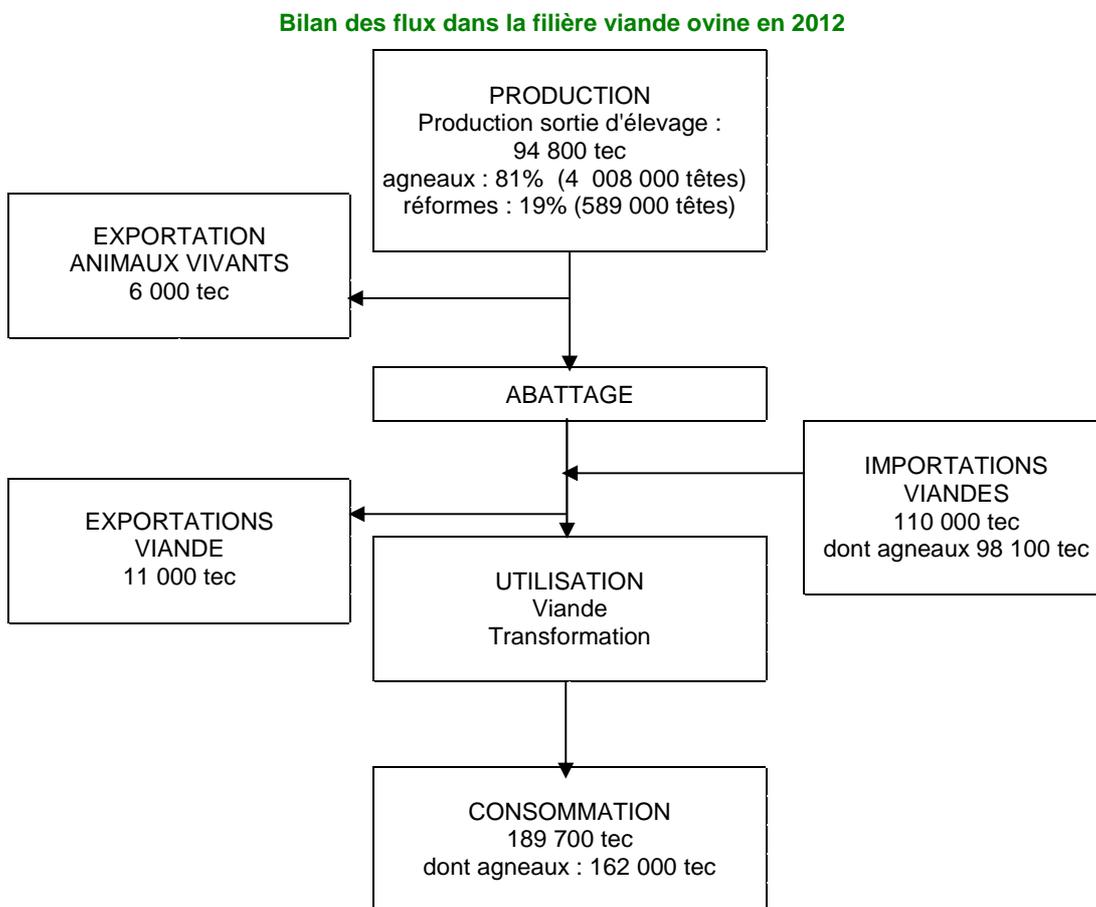
Schéma 14



Source : FranceAgriMer, Institut de l'élevage

## 1.3. Bilan des flux de la filière viande ovine

Schéma 15

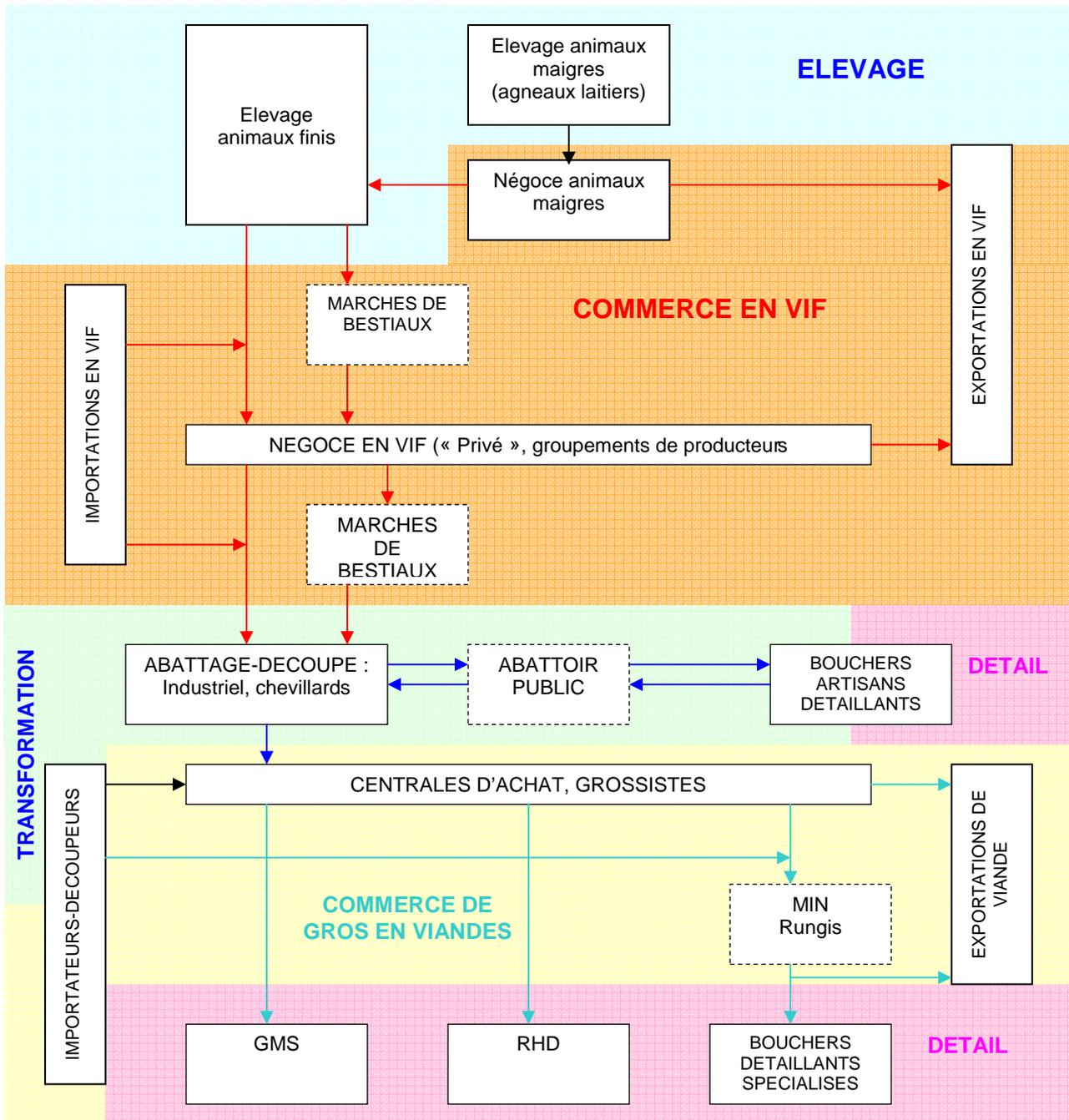


Sources : FranceAgriMer, SSP, Douanes

### 1.4. Opérateurs la filière viande ovine

Schéma 16

#### Opérateurs la filière viande ovine



Source : FranceAgriMer



## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE VIANDE OVINE

### 2.1. Une représentation simplifiée de la formation du prix au détail en GMS du « panier » de viandes ovines fraîches et surgelées

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 6 du rapport 2012.

Compte-tenu :

- du poids important des importations (Cf. Graphique 42), essentiellement sous forme de viandes fraîches, réfrigérées ou congelées à l'état de carcasses ou de pièces, marginalement sous forme d'animaux vivants, notamment dans l'approvisionnement des GMS (circuit étudié ici),
- de l'absence de données de prix sortie abattage-découpe des différents articles de viande fraîche issus du traitement des animaux « indigènes » et importés,

la représentation adoptée, très schématique à ce stade, de la composition du prix au détail de la viande ovine en GMS, en matière première et marges brutes est la suivante :

- la ressource à l'amont du circuit est composite et comprend les **produits de l'élevage français** (agneaux, principalement, et animaux de réforme), les **animaux vifs importés** (pour une part relativement limitée) et les **viandes importées** (part importante). On dispose pour ces animaux et viandes de données de volumes et de prix, permettant de calculer, en euros par kg d'équivalent carcasse, la valeur de cette matière première composite. On suppose, faute d'informations plus précises, que la structure de cette ressource en animaux « indigènes », animaux importés et viandes importées correspond à celle des ventes en GMS en viande fraîche et surgelée (gigots, notamment), ce qui permet de comparer le prix moyen des ventes en GMS, exprimé en euros par kg d'équivalent carcasse, avec le prix moyen, exprimé dans la même unité, de la ressource ;
- les animaux vifs, indigènes et importés, sont donc traités par l'industrie d'abattage-découpe ;
- les produits qui en sont issus (carcasses, pièces, UVCI) sont rejoints par les importations de viandes (dont certaines, sous forme carcasses, peuvent venir compléter la matière première de l'industrie) pour l'approvisionnement des GMS. Faute de données de prix sortie abattage-découpe, on ne peut estimer ici un indicateur de marge brute de ce maillon (cet indicateur serait la différence entre la valeur des produits issus de l'abattage-découpe moins la valeur des matières premières traitées : animaux « indigènes » et importés, carcasses et pièces importés et découpée dans l'industrie ;
- on est donc amené à se limiter à suivre un indicateur de « marge brute agrégée » par kg d'équivalent carcasse de viande ovine fraîche et surgelée<sup>35</sup>, 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 ;

Il est important de noter qu'à la différence de l'approche réalisée pour la viande bovine (section précédente), le produit de viande ovine suivi au détail est ici un « panier » variable de morceaux (côtelettes, gigots, morceaux à braiser ou à bouillir...). Sa composition présente des variations saisonnières et des tendances de long terme : le prix moyen du « panier » ne varie donc pas uniquement sous l'effet des seules variations de prix de ses composants, mais aussi sous l'effet des variations, notamment saisonnières, de la composition du panier.

<sup>35</sup> Rappel : afin de tenir compte du rendement en viande de la carcasse, base de rémunération de l'éleveur, 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 « sans os » telle que vendue au détail (uniquement avec os normalement présents dans certains morceaux). Le rendement de carcasse ovine en viande est estimé en moyenne à 80%. Le passage des valeurs par kg d'équivalent carcasse aux valeurs par kg de viande « sans os » se fait en divisant les premières par 0,8. Faute de données précises, les pertes de matière autres que celles liées au rendement de la carcasse en viande, tant dans l'industrie qu'en GMS (freinte, démarque inconnue, élimination pour dépassement de date limite de consommation, déchets de coupe au détail, ...) ne sont pas prises en compte : la valeur de la matière première est ainsi sous-estimée, et la marge brute est surestimée.

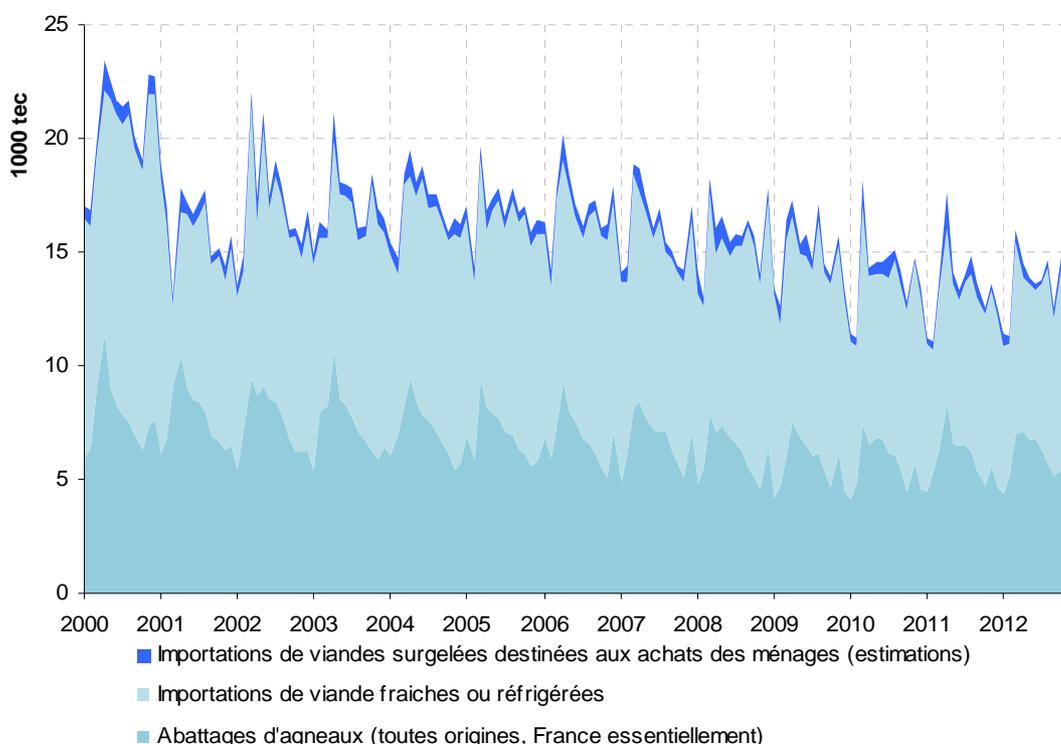
Il s'ensuit que les variations de l'indicateur de marge brute agrégée sont elles aussi pour partie dues aux variations de la composition du « panier » des consommateurs.

De plus, et encore une fois, contrairement à l'approche conduite en viande bovine dans la section précédente, l'homogénéité entre le « panier » au détail et la ressource en amont n'est pas strictement garantie : sous contrainte de données disponible, on a fait l'hypothèse que la composition en importations (d'animaux et de viandes) et production nationale (telle qu'observée dans les statistiques de production et d'importation) de la ressource et de l'offre au détail en GMS (inconnue précisément) étaient identiques.

La valorisation nette des coproduits de la carcasse (abats, notamment), différence entre la recette sur ces produits et les coûts spécifiques de leur traitement (y compris l'élimination des coproduits non valorisables), 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.

Graphique 42

### Composition de la ressource en viande ovine



Source : FranceAgriMer, SSP, Douanes

## 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 »<sup>36</sup>.

Les valeurs et volumes, et donc le prix moyen des animaux importés sont fournis par les statistiques douanières.

<sup>36</sup> 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.

Les valeurs et volumes, et donc le prix moyen des différents types de viande ovine importée (viande fraîche ou réfrigérée sous forme de carcasse ou de pièces, viandes congelées) sont fournis par la même source.

Le prix moyen de vente au détail en GMS (hypermarchés et supermarchés, hors maxidiscount) des viandes ovines fraîches, hors abats, hors viandes élaborées, et des viandes ovines surgelées est fourni par le panel consommateur Kantar Worldpanel. On rappelle qu'il s'agit d'un prix moyen pondéré par les quantités achetées.

En outre, comme mentionné plus haut, le prix considéré est celui d'un panier de composition variable, notamment en fonction des saisons (achats traditionnellement plus importants de certains morceaux à certaines saisons : gigot à Pâques, par exemple).

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DE LA VIANDE OVINE

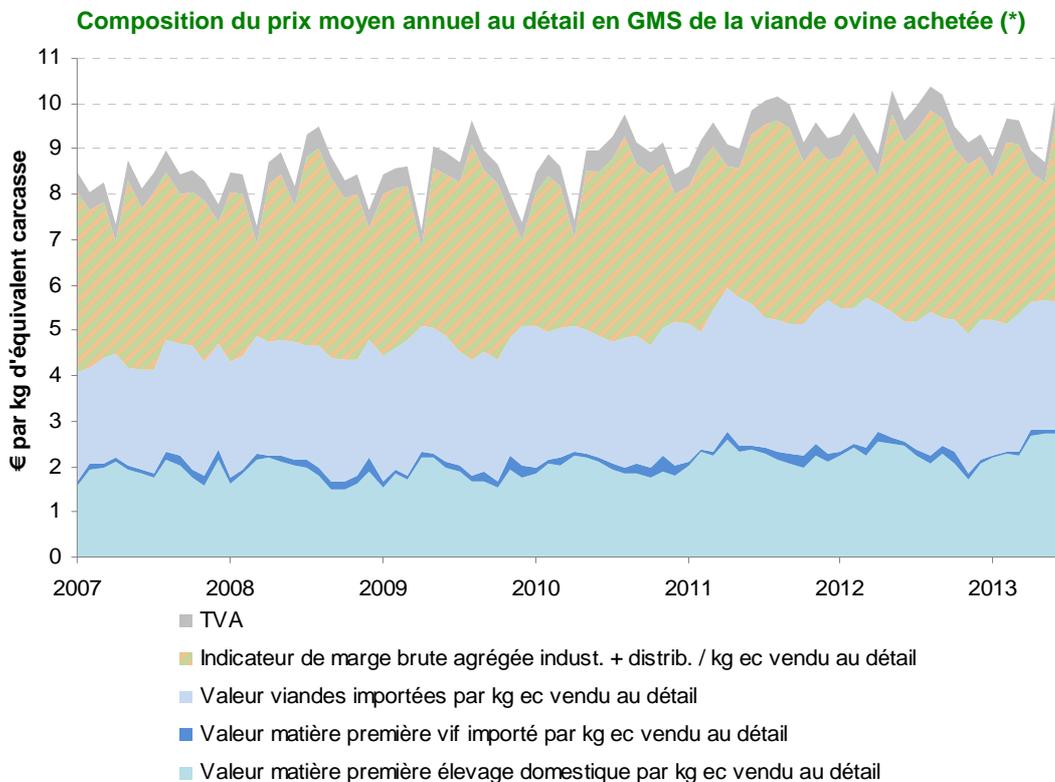
Compte-tenu de la méthode retenue, la composante « matière première » du prix au détail d'un kg de viande ovine présente ici trois « couches » :

- 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, réfrigérées ou congelées.

Les prix amont et au détail présentent une certaine saisonnalité, avec un pic à la période de Pâques, dans une tendance de long terme à la hausse, sous l'effet de la réduction de l'offre (diminution du cheptel néo-zélandais, moindre production britannique), assortie d'importantes fluctuations conjoncturelles.

La « marge agrégée » (écart entre valeur de la ressource et prix au détail) paraît en hausse sur la période suivie (de 2007 à mi-2013).

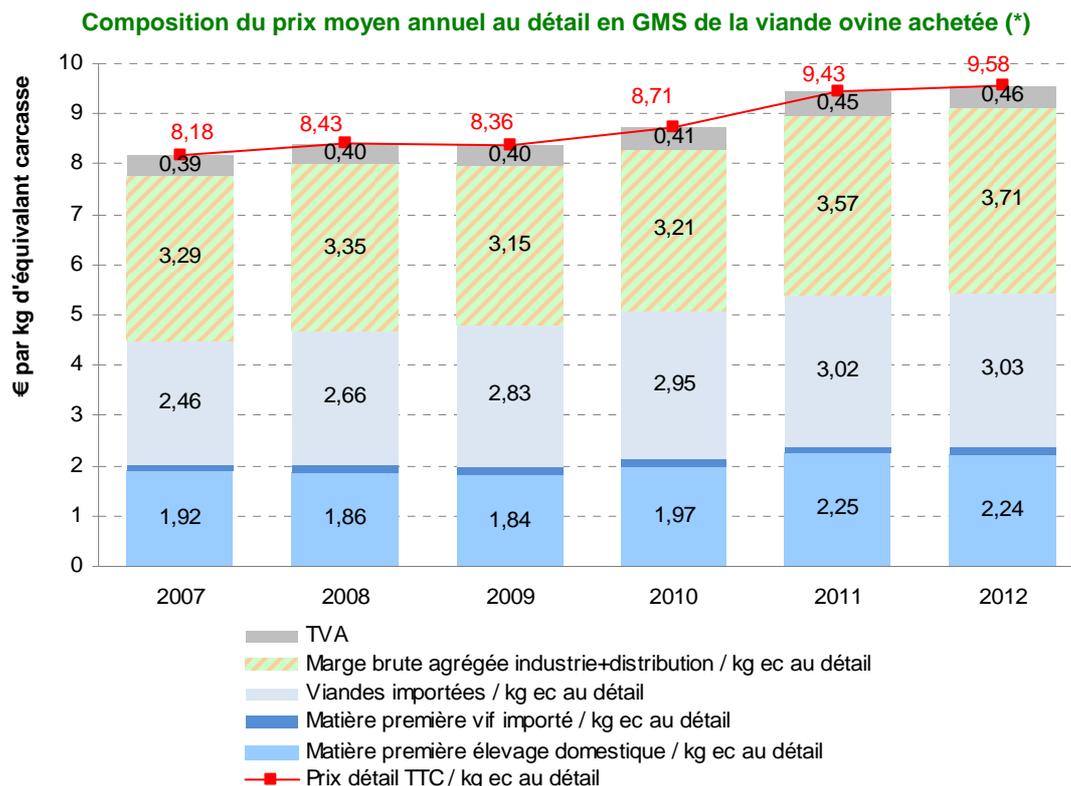
Graphique 43



(\*) viande ovine fraîche et surgelée, prix moyen pondéré d'achats dont la composition en morceaux est variable.

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

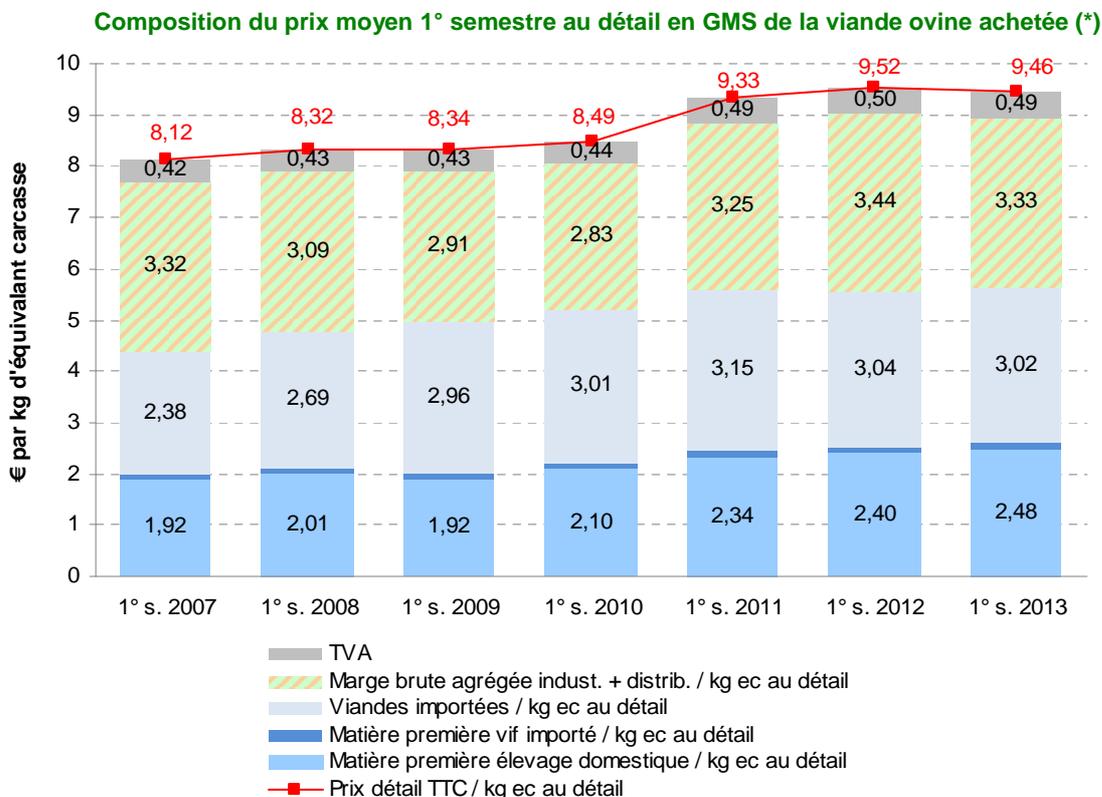
Graphique 44



(\*) viande ovine fraîche et surgelée, prix moyen pondéré d'achats dont la composition en morceaux est variable.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Graphique 45



(\*) viande ovine fraîche et surgelée, prix moyen pondéré d'achats dont la composition en morceaux est variable.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE OVIN VIANDE ET COUT DE PRODUCTION DES OVINS VIANDE EN ELEVAGE

### 4.1. Compte de résultat des exploitations spécialisées en élevage ovin viande

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans l'élevage ovin viande est constitué de 118 à 142 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production d'ovins pour la viande constitue plus de 76 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux. Cet échantillon est représentatif de 5 476 à 6 633 exploitations selon les années.

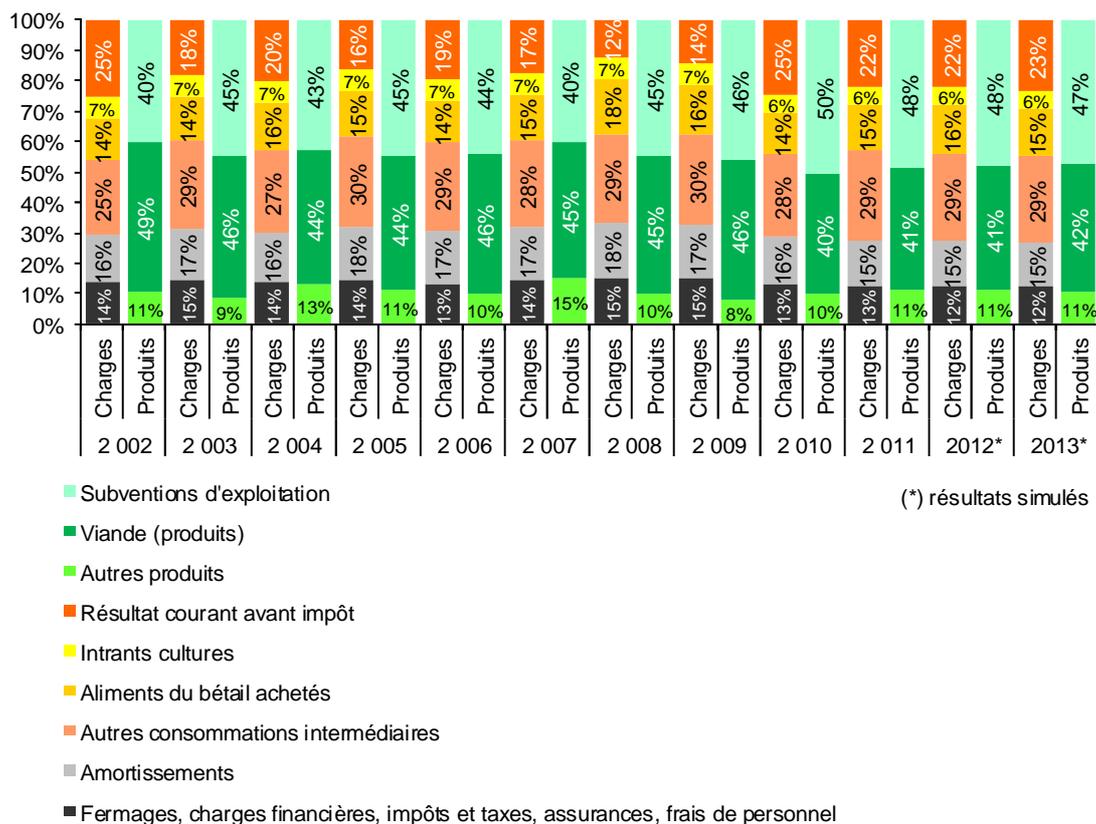
Le résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 12 % à 25 %).

La simulation toutes choses égales par ailleurs (sans adaptation des exploitations) réalisée sur 2012 et sur le 1<sup>er</sup> semestre 2013 en appliquant à la structure des comptes de 2011 les évolutions de prix des ovins, des aliments pour ovins et des intrants pour les cultures, conduit en 2012 à une stabilisation du pourcentage du résultat courant sous l'effet de la hausse du prix des ovins et du renchérissement des charges.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2013, l'évolution relative des prix des ovins et des intrants se traduit par une hausse légère du résultat courant, relativement au chiffre d'affaires (Graphique 46) ainsi qu'en valeur absolue par travailleur familial (Graphique 47).

Graphique 46

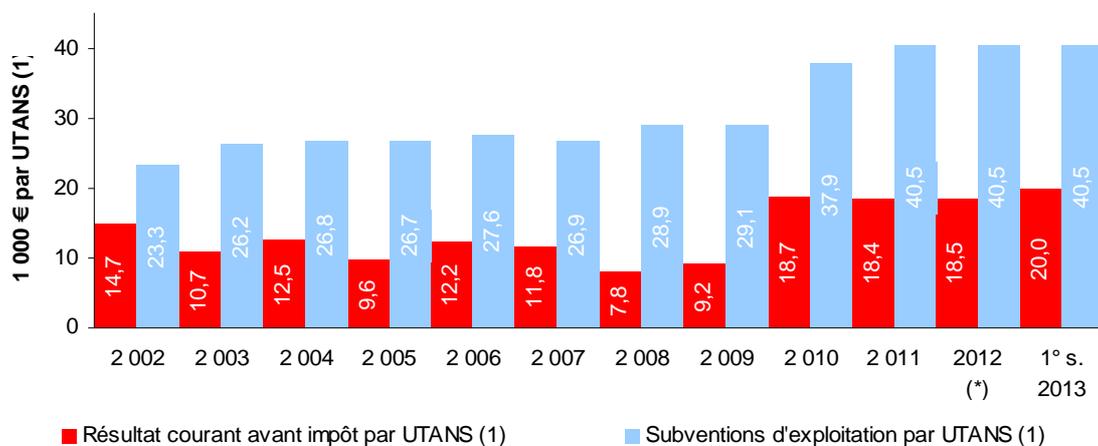
#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations spécialisées en élevage ovin viande



Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

Graphique 47

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations spécialisées en élevage ovin viande**



(\*) résultats simulés

(1) unité de travail annuel non salarié

Source : RICA (SSP), indices INSEE pour simulations 2012 et 2013

**4.2. Coûts de production de la viande ovine dans les différents systèmes spécialisés**

Cf. Graphique 48.

Cette estimation de coûts de production exprimés en euro par kg de carcasse est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans trois systèmes d'exploitation :

- **« Fourragers »** : 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) ; 90 exploitations dans l'échantillon,
- **« Herbagers »** : systèmes sans parcours et peu intensifiés (chargement < 1,4 UGB / ha), et systèmes peu dépendants des parcours (chargement < 2,5 ha) et localisés en zone d'élevage des montagnes humides ou en zone non défavorisée, défavorisée simple ou piémont ; 189 exploitations dans l'échantillon,
- **« Pastoraux »** : 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 ; 41 exploitations dans l'échantillon.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage, classiquement mieux positionnées que la moyenne en termes de structures et de performances techniques.

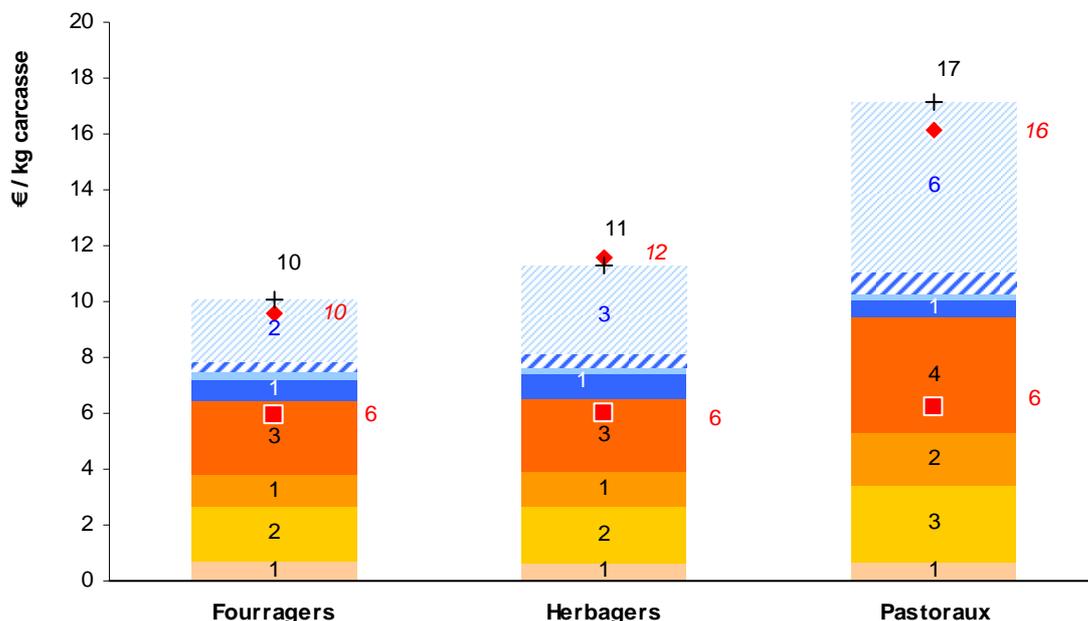
Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

En outre, le coût correspondant aux aliments des ovins issus des cultures céréalières de l'exploitation est constitué des charges de culture réellement engagées et des charges supplétives, desquelles sont déduites les subventions (DPU au prorata des hectares utilisés), ce coût n'est donc pas calculé en référence au prix de marché des céréales.

Les résultats de l'année 2011 présentent une dégradation significative du niveau de rémunération permise par l'atelier ovin, liée à la poursuite de la hausse du prix des matières premières (aliments du bétail, engrais, énergie, etc.), ainsi qu'aux conséquences de la sécheresse, malgré la bonne tenue des prix des agneaux.

Graphique 48

**Coût de production du kg de carcasse ovine dans trois systèmes d'élevage ovine viande en 2011**



- ▨ Charges supplétives : rémunération du travail
- ▨ Charges supplétives : rémunération du capital personnel et du foncier en propriété
- ▨ Frais de personnel salarié
- ▨ Foncier et capital
- ▨ Bâtiment, installations et mécanisation
- ▨ Frais d'élevage
- ▨ Alimentation des animaux
- ▨ Approvisionnements des cultures
- + Total coût de production
- ◆ *Prix de vente des agneaux + produits joints + aides*
- *Prix de vente des agneaux*

Source : Institut de l'Élevage

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIERE VIANDE OVINE

La viande ovine étant souvent issue d'entreprises ayant comme activité principale le traitement d'une autre espèce, on ne peut pratiquement pas évaluer les charges et produits spécifiques de l'abattage-découpe d'ovins à partir des bases statistiques des comptes sectoriels. Pour cette raison, les données de la base ESANE (INSEE - SSP) n'ont pas été mobilisées pour cette filière.

En revanche, FranceAgriMer suit 8 entreprises spécialisées à hauteur de près de 95% de leur activité dans l'abattage-découpe d'ovins, pour lesquelles des indicateurs de coûts par kg de carcasse traité sont disponibles.

Le Graphique 49 présente les postes de charges et le résultat courant avant impôt, ramenés au kg de carcasse ovine traité de 2010 à 2012. Le total est égal au produit ovin par kg de carcasse traité, en progression de 66 centimes entre 2010 et 2012 (+10,3 %), pour un coût de la matière première augmentant de 60 centimes (+12,1 %).

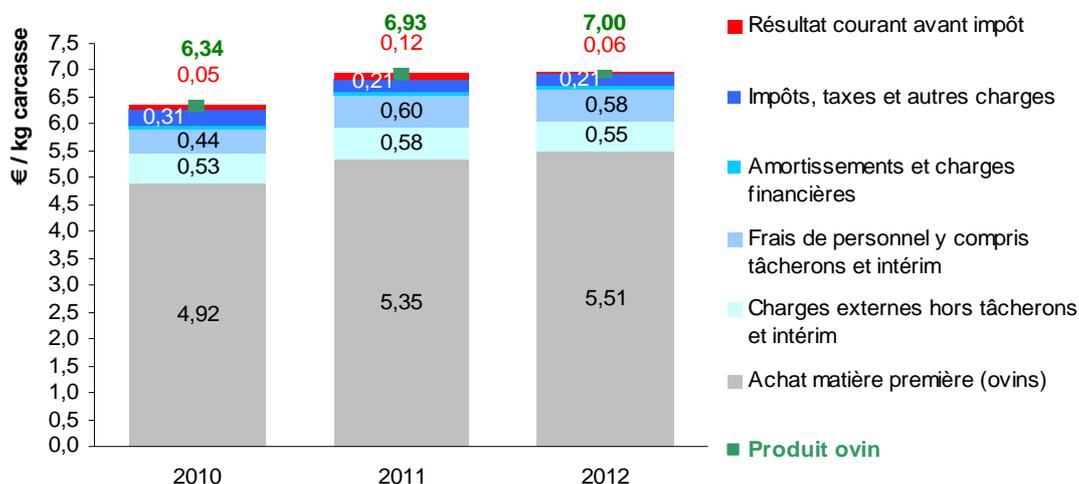
La différence entre produit et coût de la matière première correspond à la marge brute des transformateurs, devant couvrir les postes de charges et assurer un résultat.

La marge brute progresse moins vite sur la période que l'ensemble des charges unitaires qu'elle doit couvrir (respectivement, + 4 % et + 11,3 %). On remarque notamment la progression des frais de personnels (+33,7 %).

Il en résulte un bénéfice (avant impôt) de 6 centimes par kg traité en 2012, légèrement supérieur à celui de 2010 (5 centimes) mais inférieur à celui de 2011 (12 centimes).

Graphique 49

### Coûts et résultat courant par kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe en viande ovine



Source : FranceAgriMer, panel d'entreprises

## 6. COMPTES DU RAYON BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

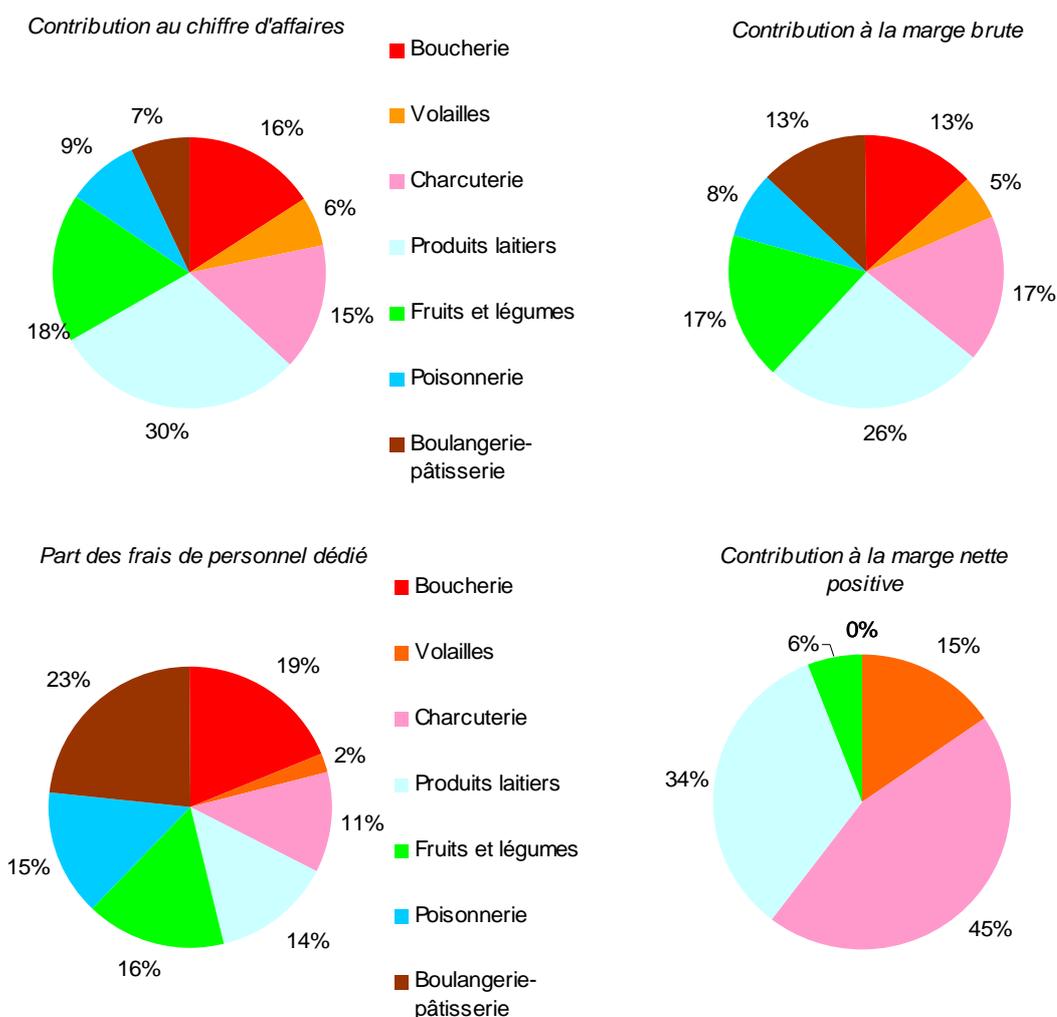
### 6.1. Les rayons boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie (qui regroupe ici en fait un rayon « traditionnel » un rayon libre-service) représente 16 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 13 % de leur marge brute, 19 % de leurs frais de personnels spécifiques. Le rayon boucherie a une marge nette négative, comme les rayons poissonnerie et boulangerie.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers, ou découpe uniquement à partir de PAD ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnels dédié des rayons étudiés.

Graphique 50

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

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

Tableau 12

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie

|  | <i>Boucherie</i>                         |  |
|--|--|--|
|  | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne  |
| Chiffre d'affaires du rayon                                      | 100,0                                    |  |
| Coût d'achat des produits du rayon                               | 74,8                                     |  |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,2</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.   |
| Frais de personnel du rayon                                      | 10,7                                     | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>14,5</b>                              |  |
| Autres charges   | 15,8                                     |  |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-1,3</b>                              |  |
| Impôt sur les sociétés   | -0,5                                     |  |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-0,8</b>                              | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 1,9 € (*) de la marge nette moyenne de -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, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boucherie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 25 € de marge brute, les achats de viandes représentant 75 €. En moyenne, le rayon viande est le rayon dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés.

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD, voire désossage de quartiers et carcasses, élaboration d'UVCM. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre sa dimension strictement commerciale, a une dimension de marge de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformation de la viande.

La marge semi-nette descend ainsi à 14,5 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -1,3 € pour 100 € de ventes, passant à -0,8 € compte tenu de la convention de répartition de l'IS (Cf. chapitre 2). Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 6 environ en se basant sur l'écart moyen ; il s'agit de la marge nette sur chiffre d'affaires la plus faible des rayons étudiés dans 6 des 7 enseignes interrogées et elle reste négative dans 5 d'entre elles.

### 6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Tableau 13

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

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

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 13 € de charges directes (dont 11 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 26 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est un des rayons dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

*NB1 : comme expliqué au chapitre 2, la convention appliquée pour ventiler l'IS par rayon vise à ce que la somme des IS répartis par rayon soit égale à l'IS de l'ensemble, calculée en appliquant un taux moyen d'IS au résultat avant IS. Il en découle que les rayons à marge nette avant IS négative, comme le rayon boucherie, en diminuant l'assiette d'imposition de l'ensemble, sont affectés d'une correction qui diminue leur charges totales. On peut aussi appliquer une autre convention en excluant les rayons « négatifs » de la répartition de l'IS : dans ce cas, la marge nette après répartition de l'IS du rayon boucherie est en fait la marge nette avant cette répartition*

*NB2 : sur l'organisation du rayon boucherie, Cf. encadré n° 3 page 133.*

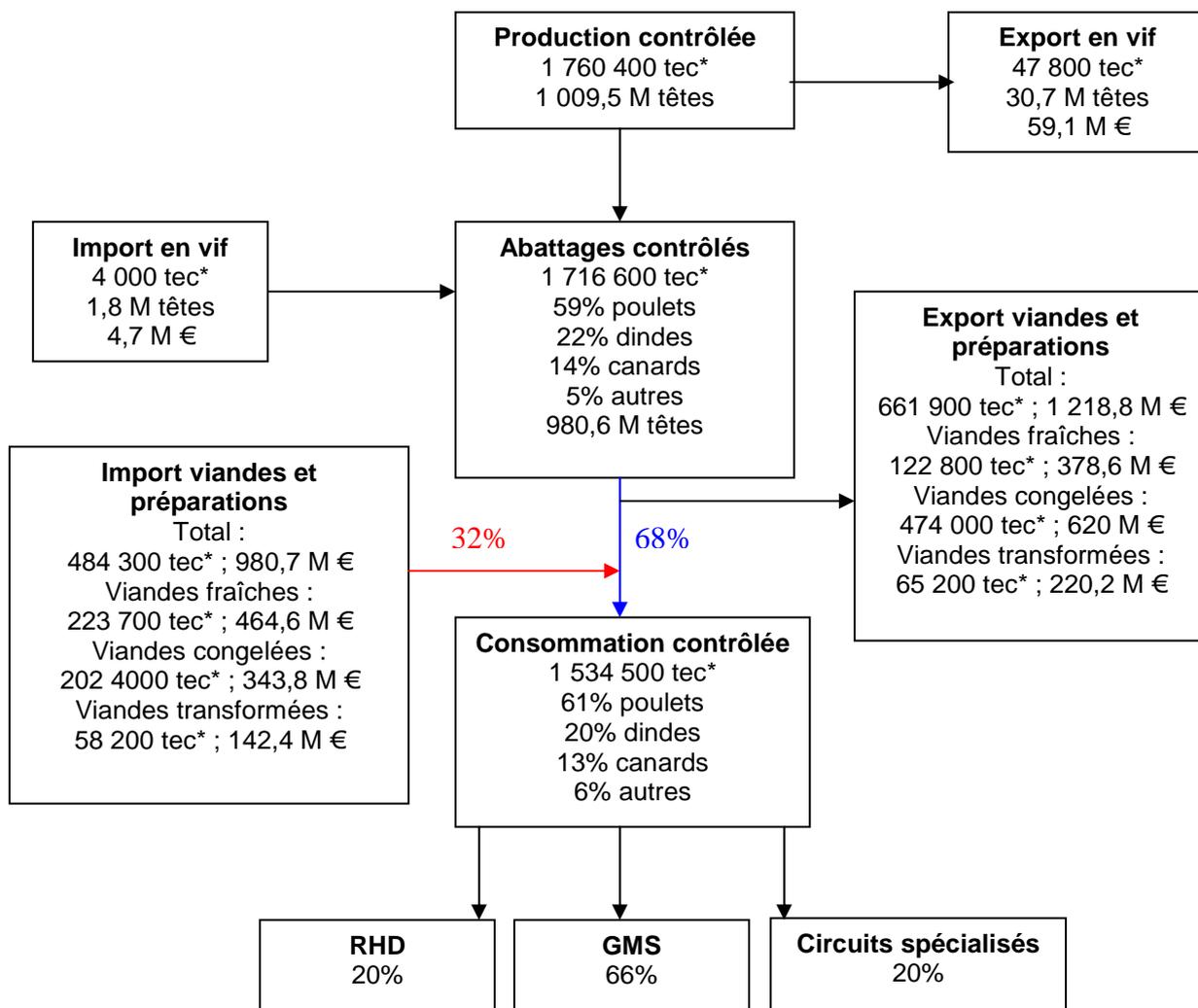


## Section 4 – Volailles de chair

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE VOLAILLES DE CHAIR

Schéma 17

Cartographie des flux dans la filière volailles de chair en 2011



tec : tonne équivalent carcasse

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Douanes, Kantar Worldpanel, Credoc

Avec 1,8 million de tonnes produites en 2011, la France est le premier pays producteur de volaille de l'Union européenne (environ 15 % des volumes), devant l'Allemagne et le Royaume-Uni (environ 13 % de la production européenne chacun).

De 2001 à 2006, le poulet représentait un peu moins de la moitié des volumes de viande de volaille produits en France (49 % des abattages contrôlés de volaille en 2001). Aujourd'hui, ce secteur domine le marché français avec, en 2011, près de 60 % des abattages contrôlés de volailles en tonnage et 80 % des abattages en nombre d'animaux (781 millions de têtes). Cette évolution reflète la part croissante de poulets légers produits pour le grand export et exportés sous forme de carcasses congelées et le recul de la production de dinde.

Il convient de distinguer, en poulet de chair, la production de poulets « export » (essentiellement abattus en Bretagne, et expédiés vers les pays tiers sous forme de carcasses congelées) et celle de poulets destinés aux marchés national et européen (majoritairement produits dans le grand Ouest). Les premiers sont des poulets légers de moins de 1,6 kg vif et environ 35 jours de croissance. Dans le cas des seconds, la durée de croissance est plus longue (de 40 à 81 jours) et la gamme plus diversifiée (standard, certifié, Label Rouge, d'agriculture biologique). En 2011, les exportations de viandes de poulet vers les pays tiers se sont élevées à 343 100 tec, soit 34 % des abattages français de poulet toutes qualités et 71 % des exportations françaises de viande de poulet. Les expéditions sur le marché européen ont, quant à elles, porté sur 142 200 tec (14 % des abattages de poulet). En 2010, les abattages destinés aux marchés français et communautaire ont été constitués à 65 % de poulet standard, 22 % de poulet Label Rouge, 1 % de « bio » et 12 % de poulet d'autres signes de qualité.

La production de dinde est également majoritairement réalisée dans le grand Ouest (45 % des abattages réalisés en Bretagne en 2011, et 24 % dans les Pays de la Loire). Sur les dix dernières années, le poulet et la dinde ont représenté environ 80 % de la production française de viande de volaille (part relativement stable), mais alors que la part du poulet s'est accrue, celle de la dinde a fléchi. La dinde a représenté 35% en volume (11 % en nombre de têtes) des abattages contrôlés de viande de volaille en 2001, elle n'en représente plus que 22 % en 2011 (5 % en têtes). Depuis plusieurs années, le secteur de la dinde connaît des difficultés économiques qui ont conduit à une réduction de la production de moitié en dix ans. En 2011, les abattages contrôlés de dindes ont porté sur 380 600 tec, soit un peu moins de 54 millions de têtes, contre 113 millions en 2001, dont environ 87 % d'abattages standard. Les exportations ont représenté 30 % des débouchés pour la viande de dinde française, elles ont été destinées à 70 % au marché communautaire.

Les importations représentent une part croissante de la consommation française de viande de volaille (plus de 40 % de la consommation de poulet en 2011) et concernent l'ensemble des circuits de distribution. Elles ont porté sur plus de 484 000 tec en 2011, dont 46 % de produits frais, 42 % de produits congelés et 12 % de produits transformés.

La viande de volaille commercialisée en GMS (hors maxidiscompte) a représenté 70 % des achats des ménages français de volaille et élaborés frais en 2009. Cette part varie selon les produits, les achats de poulet entier (poulet P.A.C.<sup>37</sup>) étant réalisés à 83 % en GMS.

Tous circuits de commercialisation confondus, le poulet (y compris produits élaborés) a représenté 58 % des volumes de viande de volaille et élaborés frais achetés par les ménages français en 2009 (en poids de produit fini). Les découpes ont été la forme la plus consommée (53 % en volume, 58 % en valeur). La part des produits élaborés (poulet cuit, fumé, découpes aromatisées, panés frais), en croissance régulière, s'est élevée à 16 % en volume (18 % en valeur). Les 31 % restants (24 % en valeur) ont été commercialisés sous forme de poulets P.A.C. Le poulet Label Rouge, avec environ la moitié de ces volumes, occupe une place privilégiée dans l'univers du poulet entier.

Les achats des ménages de viande de dinde (y compris panés frais) ont représenté 20 % des achats de viande de volaille en 2009. Les ménages ont principalement acheté des escalopes (40 % des achats en volume, 55 % en valeur). Les ventes de cuisses et de panés frais ont chacune représenté 18 % des achats en volume et 10 % en valeur.

---

<sup>37</sup> Prêts à cuire.

## **2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE VOLAILLES DE CHAIR**

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 4 du rapport 2012.

### **2.1. Valeurs en vif**

Plus de 90 % des volumes de volailles produits fait l'objet de contrats de production, dits d'intégration ou de quasi-intégration [MAGDELAINE, 2008], mode d'organisation contractuelle entre les éleveurs et des entreprises industrielles ou commerciales (« intégrateurs ») qui fournissent aux éleveurs certains moyens de production, dont l'alimentation des animaux et, généralement, les poussins ; l'éleveur étant souvent propriétaire des bâtiments (parfois du cheptel). Les intégrateurs planifient la production des élevages et reprennent les animaux prêts pour l'abattage en rémunérant les éleveurs selon les modalités prévues dans les contrats.

Il existe deux types principaux de contrats :

- les contrats à façon, qui prévoient une rémunération par kg vif pour un poids et un indice de consommation de référence, assortie de majorations ou minorations en fonction des résultats effectifs de l'élevage (en terme de mortalité, de consommation d'aliments, de poids) en regard des références ;
- les contrats à prix de reprise, qui fixent le prix au kg des animaux à reprendre par l'intégrateur, le prix des poussins et celui des aliments fournis : la rémunération de l'éleveur est le solde entre d'une part, le prix de reprise multiplié par le tonnage produit, et d'autre part, le nombre de poussins multiplié par le prix des poussins et le tonnage d'aliment consommé multiplié par le prix de l'aliment.

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, mais le prix de cession de l'animal fini par l'intégrateur à l'abatteur. Ces valeurs font l'objet d'enquêtes statistiques du SSP fournissant mensuellement les prix moyens au kg vif nécessaires au calcul des IPPAP « volailles ». Ces données sont également publiées en niveau pour les agrégats suivants : dindes et dindons, poulets, pintades. Des prix en niveau pour le poulet standard ont spécifiquement été fournis pour les besoins de l'observatoire.

Dans le cadre de l'observatoire de la formation des prix et des marges, on utilise ces valeurs en vif, convertis en valeur par kg de carcasse, comme indicateurs de la valeur de la matière première agricole de la filière, cette valeur est coproduite par l'éleveur et son intégrateur.

### **2.2. Prix des viandes de volailles vendues par l'industrie à la grande distribution**

L'observatoire dispose depuis 2011 de prix industriels en niveau relevés par l'INSEE pour 4 produits : poulet entier P.A.C. standard, filet de poulet standard, filet de dinde standard et cuisse de poulet standard.

Ces données sont insuffisantes pour calculer la valeur de matière première des découpes de poulet et de dinde (il faudrait disposer de la valorisation totale sortie usine de l'ensemble des pièces) ; à noter également qu'on ne dispose pas de prix moyen sortie usine pour les poulets de label, pour lesquels seule une « marge agrégée » (industrie et distribution confondues) peut donc être estimée.

### 2.3. Prix des volailles au détail

On utilise les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, disponibles depuis 2003.

Sous contrainte de disponibilité des données de prix dans l'industrie, le suivi a été limité au poulet entier standard et au poulet entier de label.

## 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DE LA VIANDE DE VOLAILLES

Les graphiques ci-après montrent la progression des prix des poulets entrée abattoir, liée à la hausse des coûts d'alimentation, répercutée, – au moins partiellement –, dans le prix du produit sous l'effet des dispositions contractuelles régissant les relations entre éleveurs, intégrateurs et abatteurs.

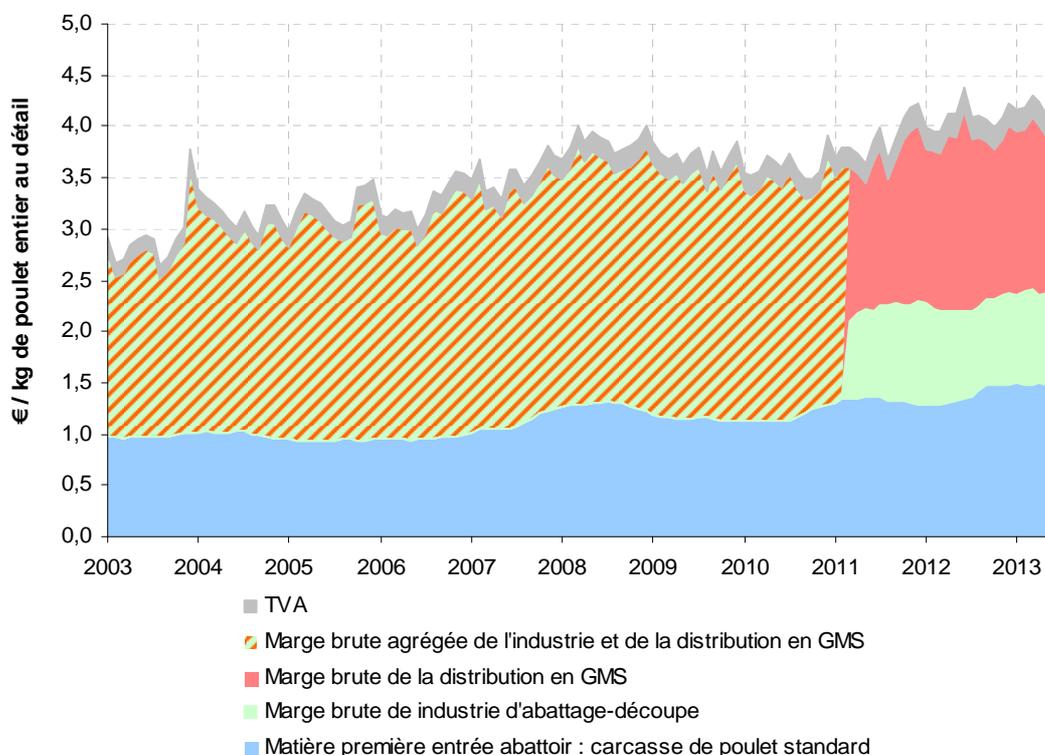
A ces hausses en amont s'ajoutent celles des marges brutes de l'aval ; on rappelle encore une fois que ceci n'implique pas pour autant une hausse des bénéfices, mais plutôt des charges, comme on le verra plus loin.

### 3.1. Poulet standard

Pour le poulet standard, en 2011, par rapport à 2010, la marge brute agrégée (industrie et distribution confondues) augmente de 10 centimes par kg de carcasse, s'ajoutant à une hausse du poulet entrée abattoir de 16 centimes. En 2012, la marge agrégée progresse encore, de 13 centimes, et le poulet entrée abattoir augmente de 4 centimes. Au 1<sup>er</sup> semestre 2013, les marges brutes de l'industrie et de la distribution, en diminution par rapport au semestre précédent, amortissent la hausse de la matière première.

Graphique 51

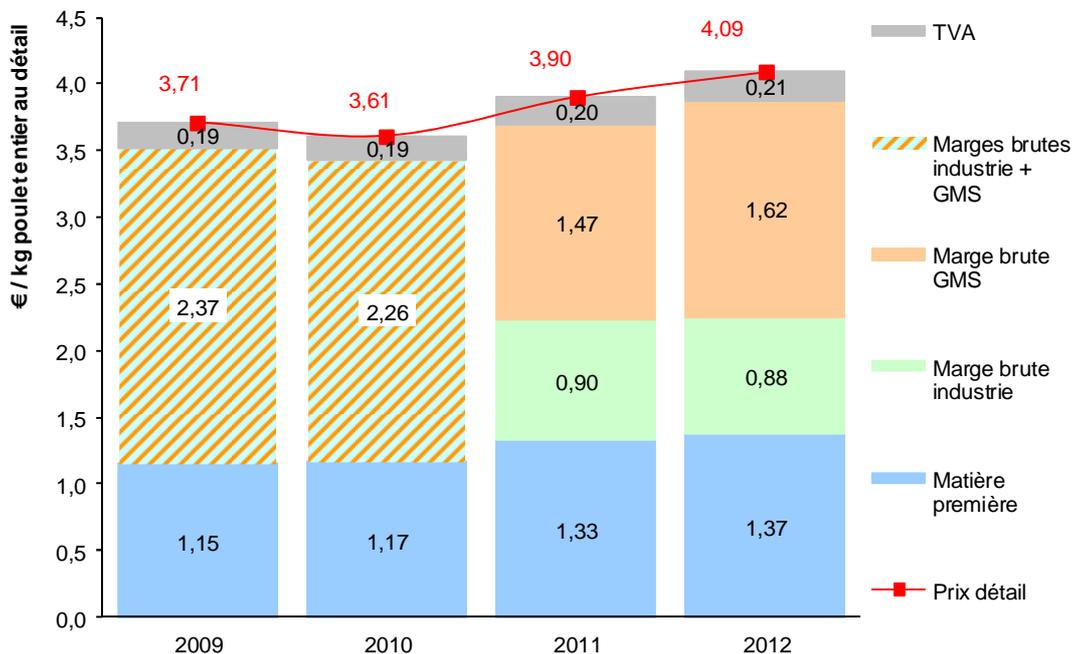
#### Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. standard en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



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

Graphique 52

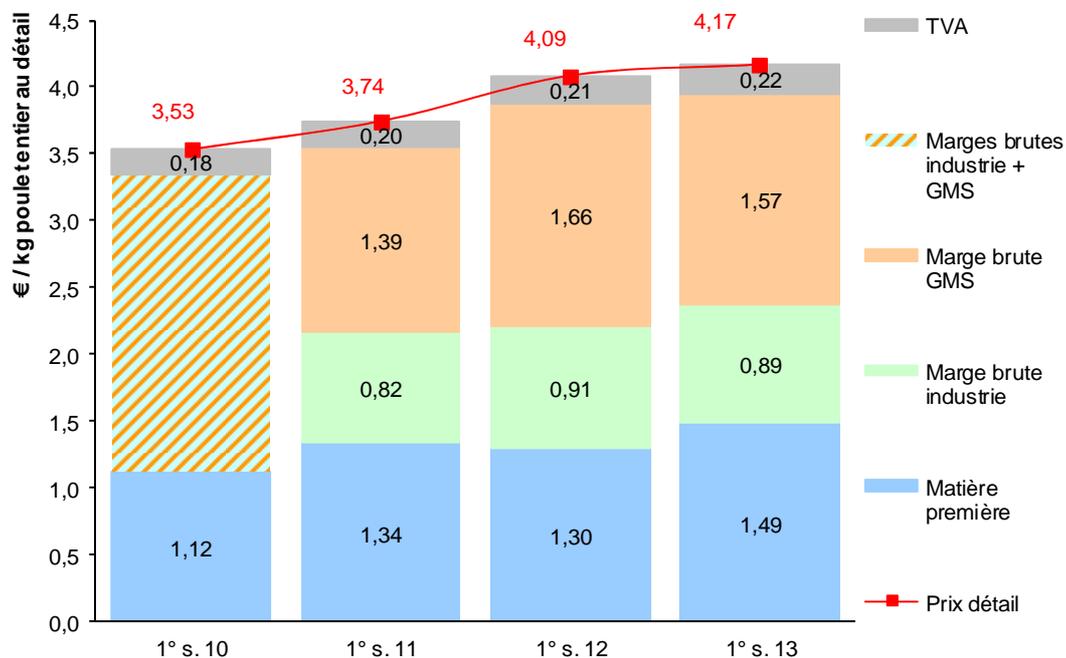
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. standard en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



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

Graphique 53

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. standard en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



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

### 3.2. Poulet de label

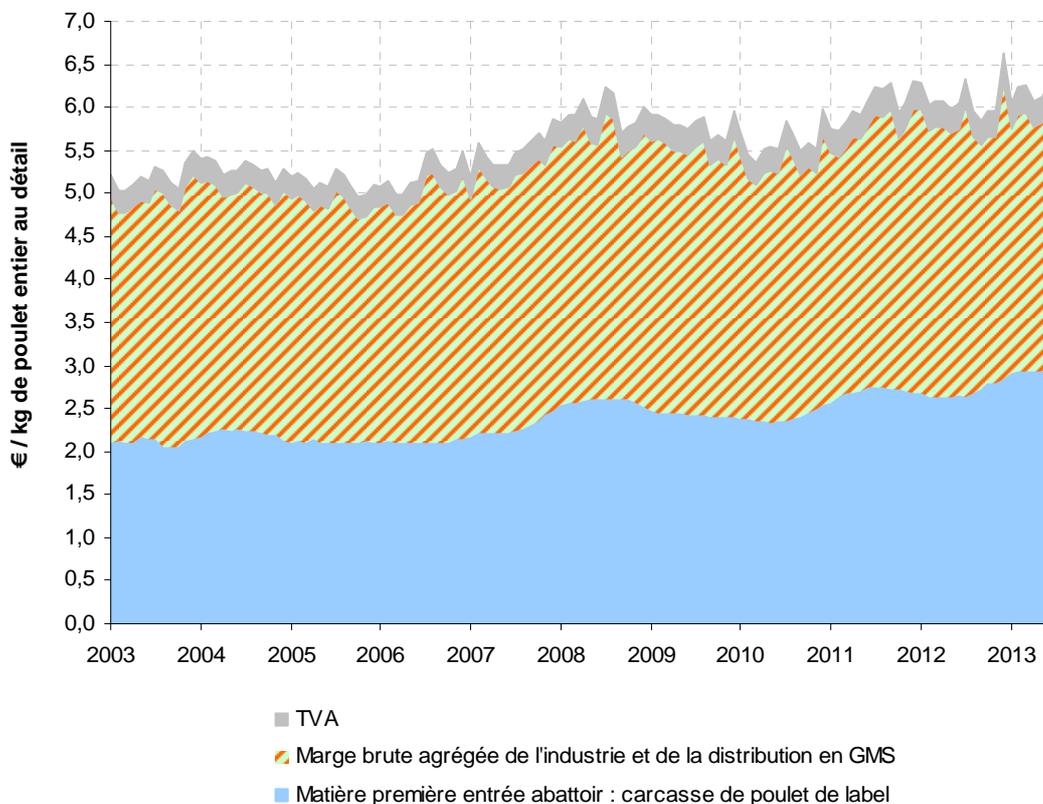
En 2011 par rapport à 2010, le poulet de label entrée abattoir augmente de 30 centimes par kg de carcasse (soit près de 13% de hausse), la marge brute agrégée n'augmente que de 2,5% (Graphique 54).

En 2012, contrairement au poulet standard, le prix moyen entrée abattoir du poulet de label reste au niveau de l'année précédente et c'est la progression de la marge brute agrégée de l'aval qui entraîne l'essentiel de la hausse du prix au détail, plus modérée que celle observée dans la filière standard.

Les évolutions observées sur les 1<sup>ers</sup> semestres (Graphique 56) sont plus contrastées : les prix à la production progressent nettement au 1<sup>er</sup> semestre 2013 par rapport à la même période de 2012 (+29 centimes) mais cette nouvelle hausse en amont est amortie par une baisse de la marge agrégée de l'aval (-22 centimes).

Graphique 54

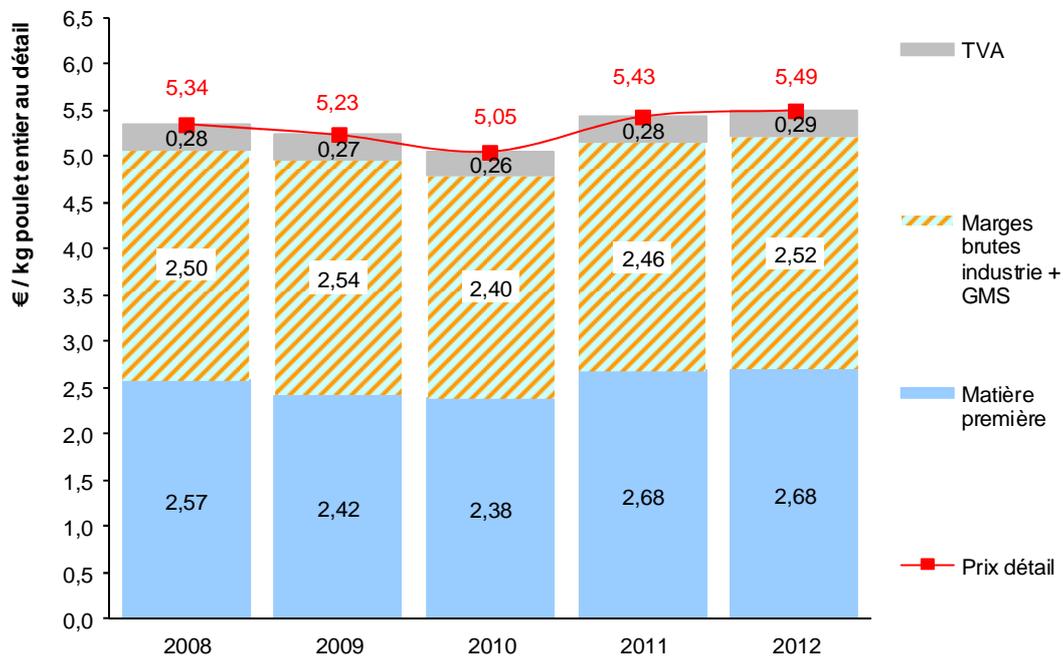
#### Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. de label en matière première et marge agrégée de l'industrie et de la distribution



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

Graphique 55

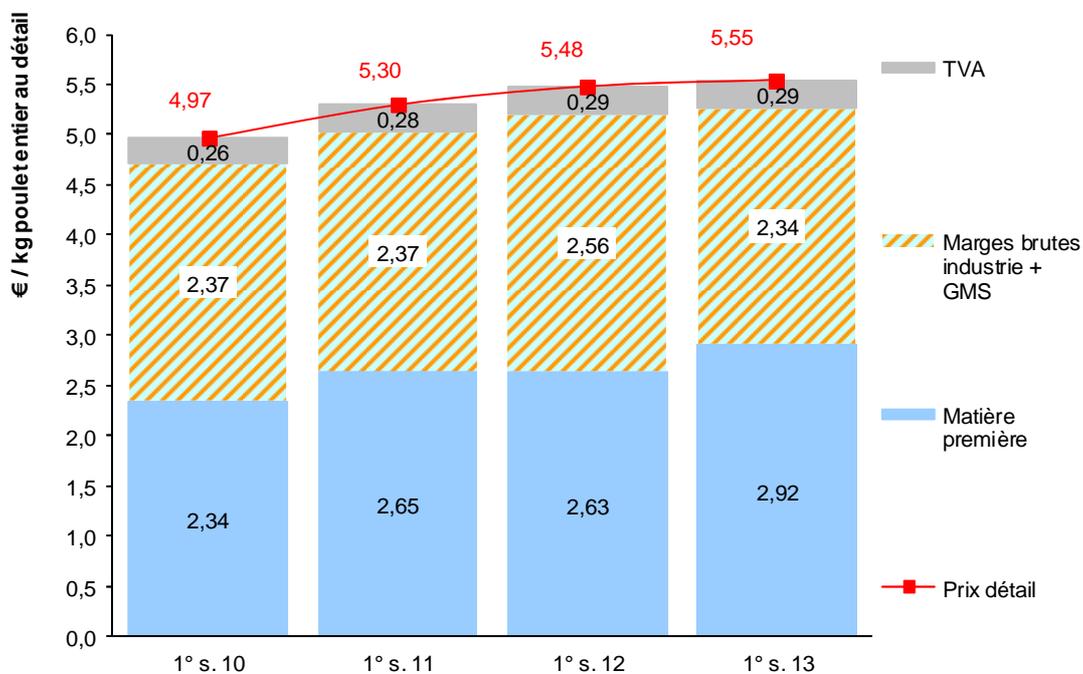
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. de label en matière première et marge agrégée de l'industrie et de la distribution**



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

Graphique 56

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS des poulets entiers P.A.C. de label en matière première et marge agrégée de l'industrie et de la distribution**



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

#### 4. COUT DE PRODUCTION DES VOLAILLES EN ELEVAGE

Compte tenu du caractère « intégrée » de la production de volailles (plus de 90 % des volumes et des élevages relève de ce mode d'organisation associant éleveurs et entreprises commerciales ou industrielles), les données comptables d'élevages non intégrés, présentes dans le RICA, ne sont représentatives que d'une petite partie du maillon agricole de la filière, et ne seront pas exploitées ici. Par ailleurs, les résultats comptables d'élevages intégrés, également disponibles dans le RICA, portent sur un ensemble des productions avicoles de chair (poulet, dinde, canard, pintade ...) et sont donc difficilement utilisables ici, pour une approche des coûts par espèce.

La présentation suivante des coûts de production « du vif » (animaux livrés à l'abatteur) provient de l'ITAVI (Institut technique de l'aviculture), et ce pour deux catégories de volailles : poulet standard et poulet de label rouge.

Ce coût de production du vif s'appuie sur les résultats technico-économiques des exploitations suivies par l'institut. En 2012, la représentativité de l'échantillon est la suivante :

Tableau 14

##### Echantillon des exploitations productrices de volailles suivies par l'ITAVI

| Production      | Taille de l'échantillon (nombre de têtes) | Part dans la production nationale (en têtes) |
|-----------------|---|--|
| Poulet standard | 189 299 455                               | environ 45 % <sup>(1)</sup>                  |
| Poulet label    | 68 315 659                                | 77 % des volailles sous label                |
| Dinde standard  | 20 705 620                                | environ 40 %                                 |

(1) En pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

Les coûts des années 2008 à 2012 fournis par l'ITAVI proviennent du recueil des données déclaratives ou de simulations, pour certains postes, à partir de données réelles extrapolées.

**L'aliment** : la spécificité des filières volailles de chair est l'intégration des éleveurs par les organisations de production. La signature de contrats entre ces opérateurs fait qu'il n'existe pas de réel marché de l'aliment et du poussin et par conséquent, pas de réel prix de marché pour ces principaux intrants.

Depuis 2007, l'ITAVI utilise une méthode d'estimation du « prix d'aliment ». Les données de l'enquête de l'année 2006 ont été utilisées pour calculer un prix moyen représentatif. Ensuite, la part relative au prix des matières premières (80 %) a été indexée sur l'évolution de l'indice « coûts matières premières » établi par l'ITAVI<sup>38</sup> et la part induite par leur transformation (20 %) a été indexée sur l'évolution de l'inflation.

**Les poussins** : leur prix est un prix moyen donné par les organisations de production.

**Les amortissements** : l'ITAVI considère un élevage ayant récemment investi dans des bâtiments neufs, financés à 80 % par emprunt bancaire. Le calcul des amortissements repose sur des durées moyennes d'amortissement, en distinguant les durées applicables aux bâtiments et au matériel. Précédemment (jusqu'à l'année dernière), l'ITAVI recueillait auprès des organisations de production, un coût d'investissement en bâtiment et matériel d'élevage. Le faible taux de construction rend désormais délicate l'obtention de références représentatives. Ainsi, l'ITAVI a choisi d'indexer les valeurs disponibles sur l'indice du coût de la construction. Les bâtiments d'élevage sous label continuent toutefois de faire l'objet d'une estimation de coût sur la base d'une enquête auprès des organisations de production.

<sup>38</sup> 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/NotelIndiceCMP\\_ITAVI.pdf](http://www.itavi.asso.fr/economie/conjoncture/NotelIndiceCMP_ITAVI.pdf)

**Les frais financiers** : le calcul des frais financiers pris en compte par l'ITAVI repose sur une quotité d'emprunt de 80 % de l'investissement hors taxes, un taux d'intérêt de 4,7 % (moyenne des 5 dernières années) et une durée d'amortissement de 10 ans. D'après ces hypothèses, pour un emprunt à annuité constante, l'emprunteur devra rembourser par an 0,1277 € pour 100 € empruntés.

**Les autres charges variables et de structure** : pour les productions standards et certifiées, les valeurs des postes de charges variables utilisées correspondent aux données recueillies en élevage par les Chambres d'Agriculture de l'Ouest (publiées dans « Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest »).

Pour les productions de label, les montants des charges variables ont été collectés auprès des organisations de production. L'ITAVI calcule alors une moyenne « production standard » et une moyenne « production label » pour les principales charges de structure affectables (assurances, entretien et réparation, frais de gestion et frais de location de la cuve de gaz).

**Le travail** : le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est indexé forfaitairement sur la valeur de 2 SMIC bruts. L'ITAVI considère que l'exploitant est spécialisé en aviculture et travaille seul sur l'élevage simulé. Une unité de travail annuel est alors prise en compte pour l'équivalent de 3 000 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> (surface maximale fixée par les cahiers des charges des labels rouges).

**Les postes non comptabilisés** : les frais d'agios sur l'aliment ou pour des ouvertures de crédit (avances de trésorerie que peuvent faire les organisations de production ou les coopératives aux éleveurs) et les charges relatives aux matériels divers sont trop dépendants de la situation de chaque éleveur pour que l'ITAVI puisse estimer une valeur moyenne. Pour les poulets label, l'ITAVI n'a pas intégré l'incidence du déclassement d'une partie des animaux qui ne sont pas toujours valorisés au prix des animaux labellisés, dans le coût de production. Pour information, le pourcentage moyen de déclassés est de 6,3 % en poulet. Le coût du foncier engendré par la présence de parcours dans les productions label et bio n'est également pas pris en compte.

Pour **le premier semestre de l'année 2013**, les coûts de production présentés sont simulés, à performance technique égales.

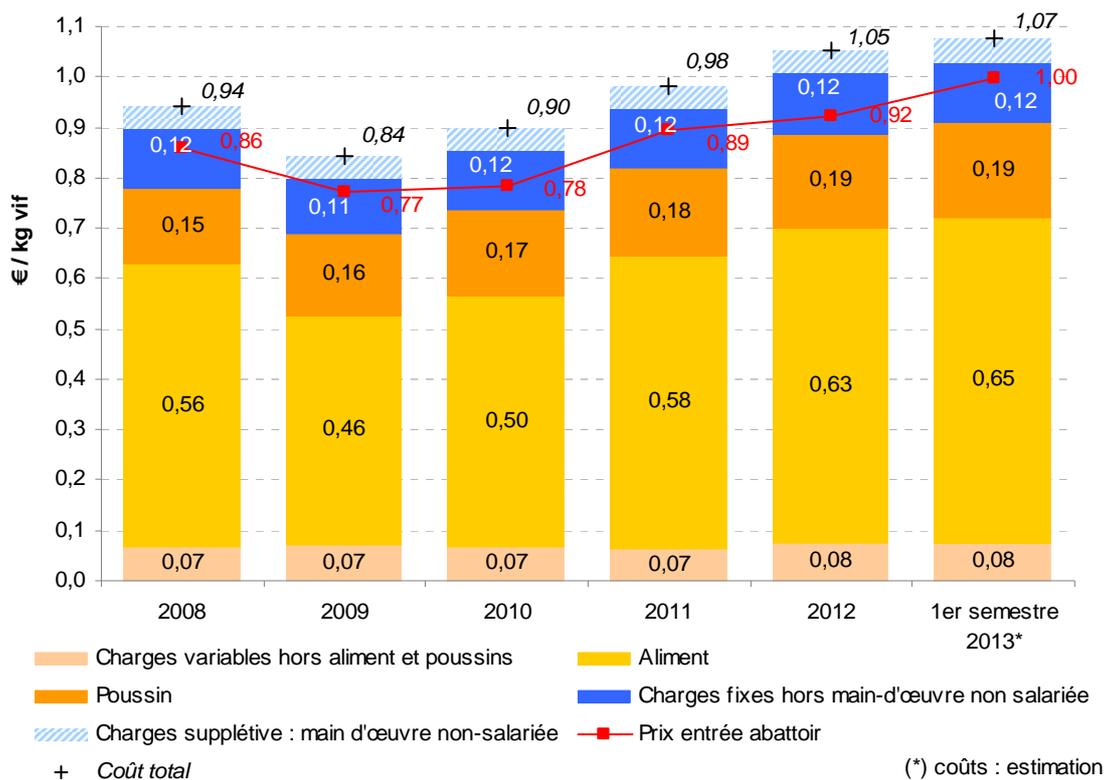
**L'aliment** : son coût varie selon la méthode décrite ci-dessus (indexation sur l'indice ITAVI et l'inflation).

**Les poussins** : leur coût est calculé en considérant que le prix de poussin se compose à 46% d'un prix d'aliment (qui est l'aliment consommé dans l'élevage des poules reproductrices) ; la hausse du prix de l'aliment est alors appliqué à 46% du prix du poussin, le reste ne variant pas.

**Les charges fixes et les autres charges variables** sont comptabilisées à leur niveau de 2012.

Graphique 57

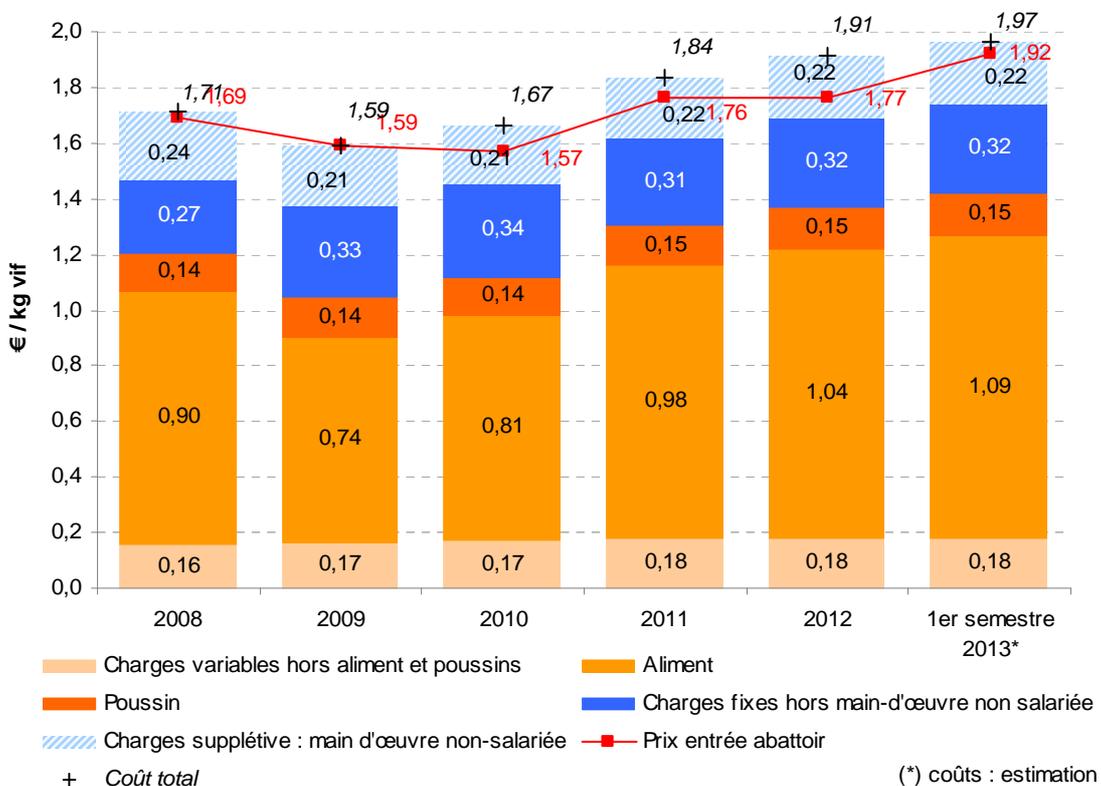
**Coût de production moyen du poulet standard avec charges supplémentives**



Source : ITAVI

Graphique 58

**Coût de production moyen du poulet label avec charges supplémentives**



Source : ITAVI

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIERE VIANDE DE VOLAILLES

A partir des bases de données des enquêtes EAE, ESANE et PRODCOM, le SSP a constitué pour l'observatoire un sous-ensemble d'entreprises spécialisées en viandes de poulets de chair (hors poulet export) et de dindes, au sein du secteur industriel *Transformation et conservation des viandes de volailles*. En 2011, l'échantillon comprend ainsi 61 entreprises spécialisées dans l'abattage-découpe de poulets de chair et de dinde, contre 80 dix ans auparavant (il n'existe pas suffisamment d'entreprises très spécialisées dans une seule espèce de volaille pour constituer un « sous-secteur » monospécifique).

La structure des charges montre la part prépondérante et assez stable (entre 62% et 63% de 2008 à 2011) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus.

La stabilité de la part de ce poste, malgré la hausse des prix des volailles à la production, traduit la transmission, au moins partielle, de cette hausse dans le prix des produits et la progression en valeur des autres postes de charges.

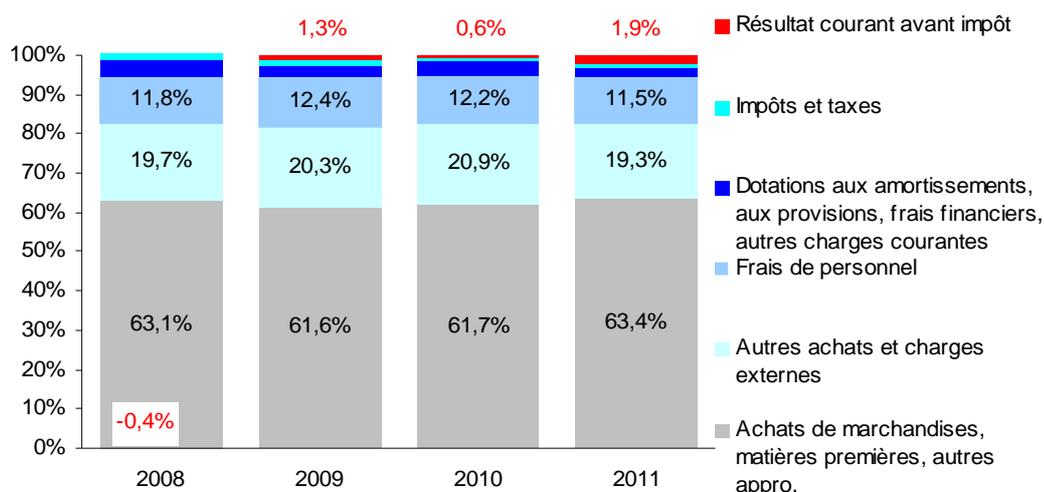
La part du poste « autres achats et charges externes » varie relativement peu entre 2008 et 2011 : même remarque que ci-dessus : la stabilité de la part du poste dans la production (ou dans l'ensemble des charges) traduit une augmentation concomitante de sa valeur et de celle de la production (ou de l'ensemble des charges). Ce poste comprend des charges de sous-traitance (dont intérim et tâcheronnage), mais aussi diverses consommations intermédiaires et des services (énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels).

La part des frais de personnel varie assez peu (même remarque que *supra*), représentant 12 % en moyenne de l'ensemble des charges sur la période étudiée, avec des variations de 0,2 à 0,7 points.

La marge brute de transformation du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 59. Le taux résultat courant avant impôt rapporté à la production apparaît très variable (de -0,4% en 2008 à près de 2% en 2011), l'ordre de grandeur est comparable au taux rencontré dans l'abattage-découpe de bovins, et supérieur à celui de l'abattage-découpe de porcs.

Graphique 59

### Structure des charges des entreprises d'abattage-découpe spécialisées en poulets et dindes



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

## 6. COMPTES DU RAYON VOLAILLES DES GMS

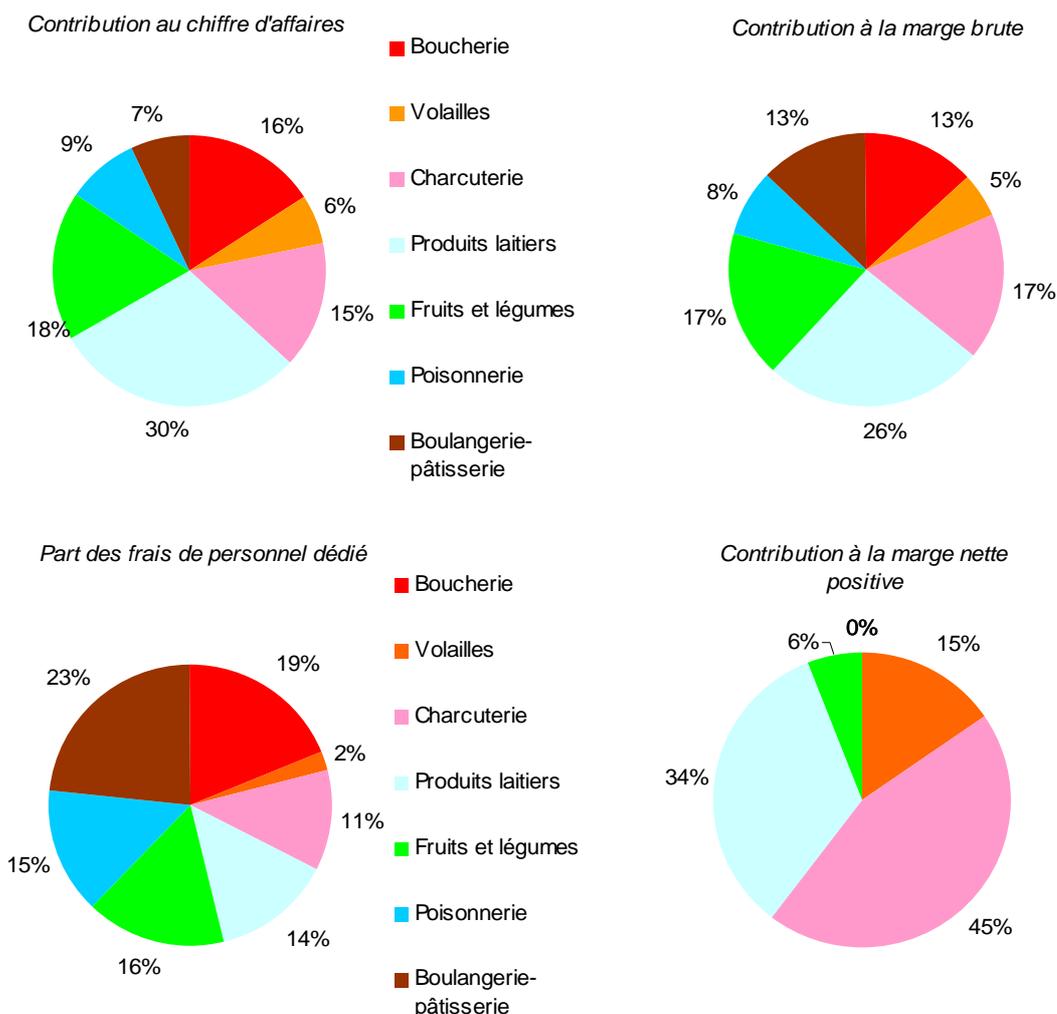
La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

### 6.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Malgré son poids relativement modeste dans le CA total des rayons étudiés (6%) et dans leur marge brute (5%), le rayon volailles contribue sensiblement à la marge nette globale : 15% de la marge nette des rayons à marge nette positive (hors boucherie, poissonnerie, boulangerie-pâtisserie-vienniserie). Le poids de ce rayon dans les frais de personnel dédié, soit 2%, est le plus faible des cinq rayons suivis : il y a peu de transformation de produit en magasin à l'exception de la découpe d'UVCV dans certains hypermarchés, peu de vente assistée en rayon traditionnel à l'exception des comptoirs de rôtisserie présents dans certains magasins.

Graphique 60

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

## 6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Tableau 15

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : 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                               | 72,3                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>27,7</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 3,3                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>24,4</b>                              |   |
| Autres charges   | 16,1                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>8,2</b>                               |   |
| Impôt sur les sociétés   | 3,0                                      |   |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>5,3</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 2,1 € (*) de la marge nette moyenne de 5,3 €. |

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

Source : OFPM, FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon volailles, les GMS interrogées dégagent en moyenne 28 € de marge brute, les achats de volailles aux fournisseurs représentant 72 €.

Le rapport de la marge brute au chiffre d'affaires du rayon volailles est dans la moyenne observée tous rayons.

En revanche, les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires sont nettement moins importants, dans ce rayon largement en libre-service et sans activité de transformation importante en magasins (rôtisserie et préparation d'UVCM exceptées, lorsqu'elles existent).

Il en résulte une marge « semi-nette » de 24 € pour 100 € de chiffre d'affaires, nettement supérieure aux autres charges (16 €). Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette est de 8 € (hors affectation de l'IS), au deuxième rang derrière le rayon charcuterie.

### 6.3. Détail des charges du rayon volailles

Tableau 16

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

|  |  | Volailles   |
|--|--|-------------|
| Charges directes du rayon                  | Frais de personnel du rayon  | 3,3         |
|  | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon     | 0,1         |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                                | 0,9         |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon        | 0,4         |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon              | 0,4         |
|  | <b>Sous-total : charges directes du rayon</b>                      | <b>5,1</b>  |
| Charges communes réparties                 | Immobilier   | 1,5         |
|  | Personnel hors-rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 4,6         |
|  | Frais financiers   | 0,5         |
|  | Autres charges communes réparties                                  | 7,7         |
|  | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>                     | 3,0         |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                     | <b>17,3</b> |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |  | <b>22,4</b> |

Source : OFPM, FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement 5 € de charges directes (dont 3 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 17,3 €.

Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

Soit au total 22 € pour 100 € de chiffre d'affaires: c'est le rayon dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus faibles. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

## 7. LA TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIERE VOLAILLES

On compare les prix observés à la production agricole (entrée abattoir) et au détail en GMS du poulet de label avec des prix simulés, toutes choses égales par ailleurs, tels que, par rapport à une période de référence :

- le prix entrée abattoir assure une marge sur coût en aliment égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation ;
- le prix au détail en GMS assure une marge brute agrégée (industrie + distribution) égale à la valeur observée en période de référence majorée par l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation .

Faute de données de prix sortie industrie pour le poulet label, il ne peut être calculé de prix simulé sortie industrie.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant pour le niveau de la marge agrégée que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'indice ITAVI du coût de l'aliment du poulet label (source : ITAVI) ;
- l'IPPAP poulet label, pour le prix entrée abattoir (source : INSEE) ;
- l'indice des prix du poulet label en GMS (source : Kantar Worldpanel) ;
- l'indice des prix à la consommation (IPC) pour intégrer l'inflation<sup>40</sup>.

Les coefficients techniques rapportant les coûts au produit sont issus de l'ITAVI (pour le stade de la production agricole) et des rapports entre prix entrée abattoir et prix au détail (sources : SSP pour OFPM, Kantar Worldpanel).

Pour un stade donné (production, agrégat industrie-distribution), le prix simulé à une date (mois)  $t$  donnée est  $P_{St}$ , égal à la marge brute de référence  $MB_R$  plus le coût en matière première du stade considéré (aliment pour l'élevage, poulet pour l'ensemble industrie + distribution) à la date  $t$ ,  $C_t$  :

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

La marge brute de référence  $MB_R$  évolue au cours du temps, elle est la différence entre le prix du produit en période de référence,  $P_0$ , moins le coût en matière première du stade considéré à cette même période :  $C_0$ , augmentée dans la même proportion que l'évolution de l'indice des prix à la consommation entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPC_t$  sur  $IPC_0$ ) :

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

Pour un stade donné (respectivement production, aval agrégé industrie-distribution), le coût en matière première (respectivement, aliment, poulet vif) est considéré comme n'évoluant que sous l'effet de l'évolution des prix de cette matière première. Il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de cette matière première entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPMP_t$  sur  $IPMP_0$  des indices de prix de la matière première pour le stade considéré : aliment – indice ITAVI - pour l'élevage, poulet entrée abattoir – indice IPPAP - pour l'aval industrie + GMS) :

$$C_t = C_0 \frac{IPMP_t}{IPMP_0}$$

d'où le prix simulé :

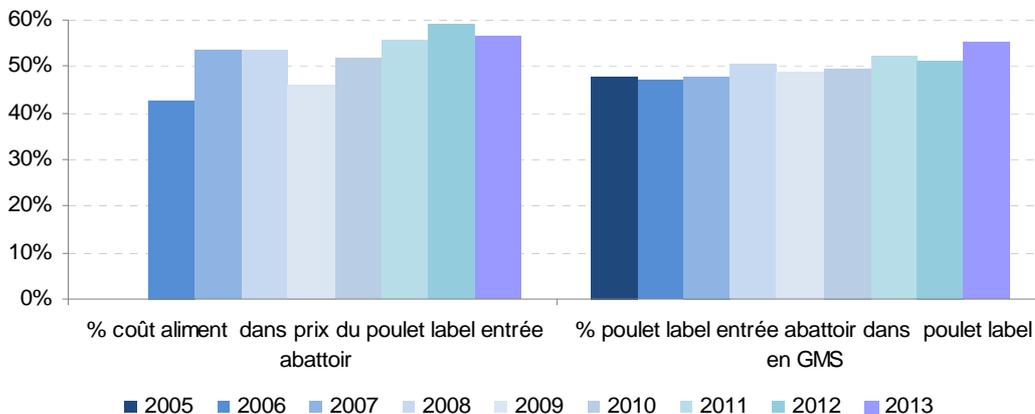
$$P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left( \frac{IPMP_t}{IPMP_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

<sup>40</sup> l'IPC pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles, cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

Le Graphique 61 montre le poids important et croissant du coût en aliment dans la valeur du poulet entrée abattoir, et la part du prix du poulet entrée abattoir dans le prix du poulet au détail.

Graphique 61

**Part du coût en aliment dans la valeur du poulet label entrée abattoir et part de la valeur du poulet label entrée abattoir dans le prix du poulet label au détail en GMS**

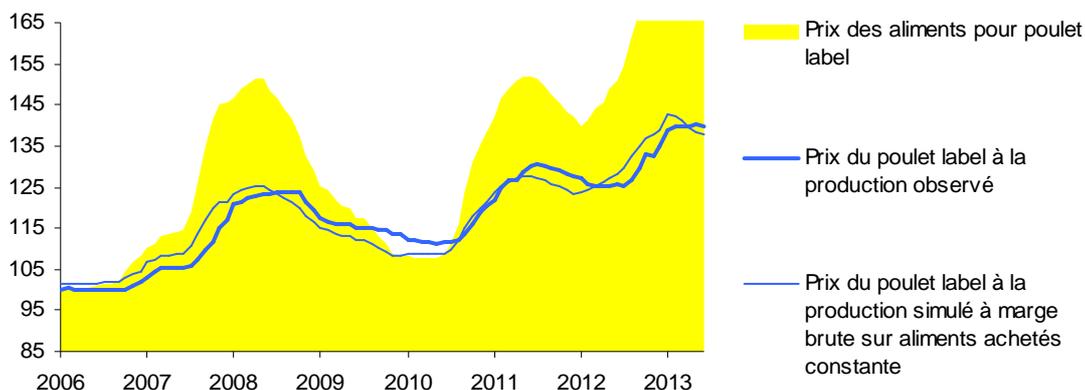


Sources : OFPM d'après SSP, FranceAgriMer, ITAVI, INSEE, Kantar Worldpanel

Le Graphique 62 montre que les variations du coût alimentaire sont transmises dans la valeur entrée abattoir en permettant la couverture des autres charges d'élevage, dont l'évolution est simulée par l'IPC : les écarts entre prix réel et prix simulé sont faibles et peu significatifs. La transmission des coûts est liée au caractère « intégrée » de la production (le poulet est « coproduit » par un éleveur et un intégrateur, fournisseur de l'aliment).

Graphique 62

**Relation entre le coût de l'aliment et la valeur entrée abattoir du poulet label**

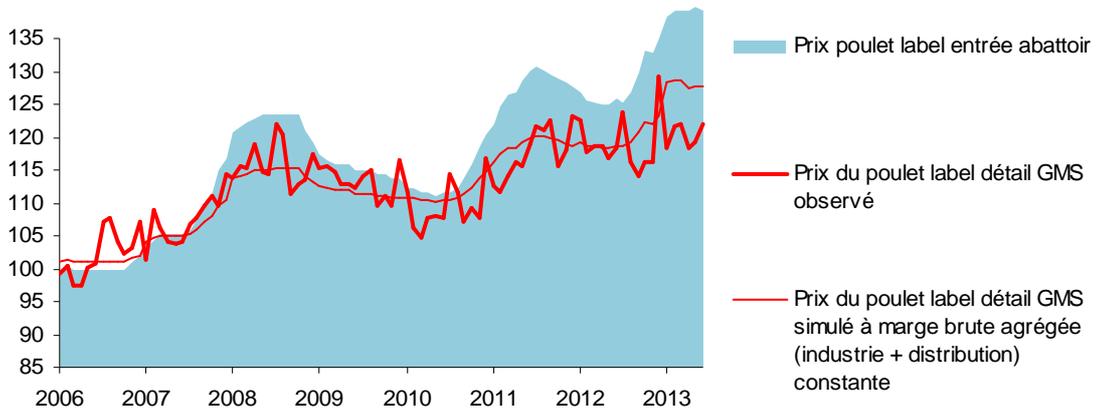


Sources : OFPM d'après SSP, FranceAgriMer, ITAVI, INSEE

Le Graphique 63 montre que les variations du prix du poulet entrée abattoir se transmettent assez directement au prix au détail, en permettant la couverture des autres charges de l'ensemble industrie-distribution, dont l'évolution est simulée par l'IPC : les écarts entre prix réel et prix simulé sont faibles et peu significatifs. On notera toutefois que depuis fin 2012, le prix réel est sensiblement inférieur au prix simulé, ce qui semble indiquer une difficulté de transmission par l'industrie de la forte hausse des coûts en aliments répercutée dans le coût entrée abattoir.

Graphique 63

**Relation entre la valeur du poulet label entrée abattoir et le prix du poulet label au détail en GMS**



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



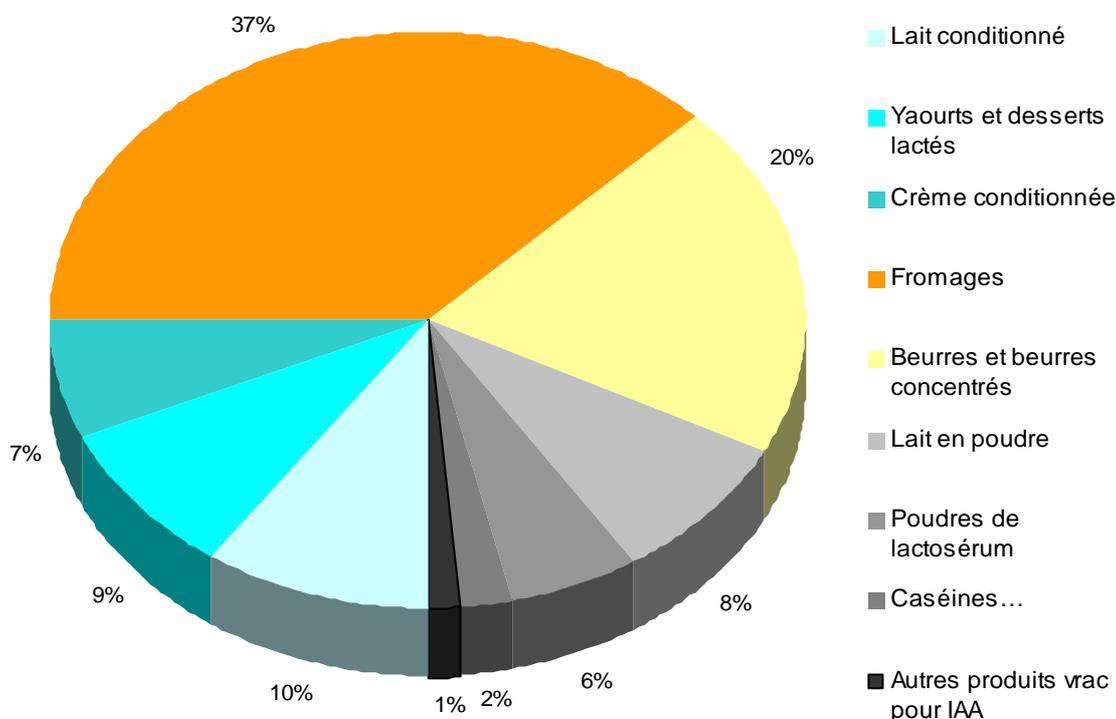
## Section 5 – Produits laitiers de lait de vache

### 1. BILAN ET FLUX DANS LA FILIERE DES PRODUITS LAITIERS

Les 23,8 milliards de litres de lait collectés en France en 2012 ont été transformés en huit grandes catégories de produits : le lait conditionné qui représente en termes de fabrications 10 % de la matière sèche utile du lait transformé par l'industrie laitière française, la crème conditionnée (7 %), les yaourts (9 %), la poudre de lactosérum (6 %), le beurre (20 %) et les fromages qui absorbent 37 % du lait mis en œuvre. La France est le deuxième pays producteur de fromages de l'Union Européenne avec près de 2 millions de tonnes de fromages produites en 2012, soit un cinquième de la production communautaire.

Graphique 64

**Part dans les fabrications laitières françaises des différentes catégories de produits, en proportion du lait mis en œuvre (matière sèche utile)**



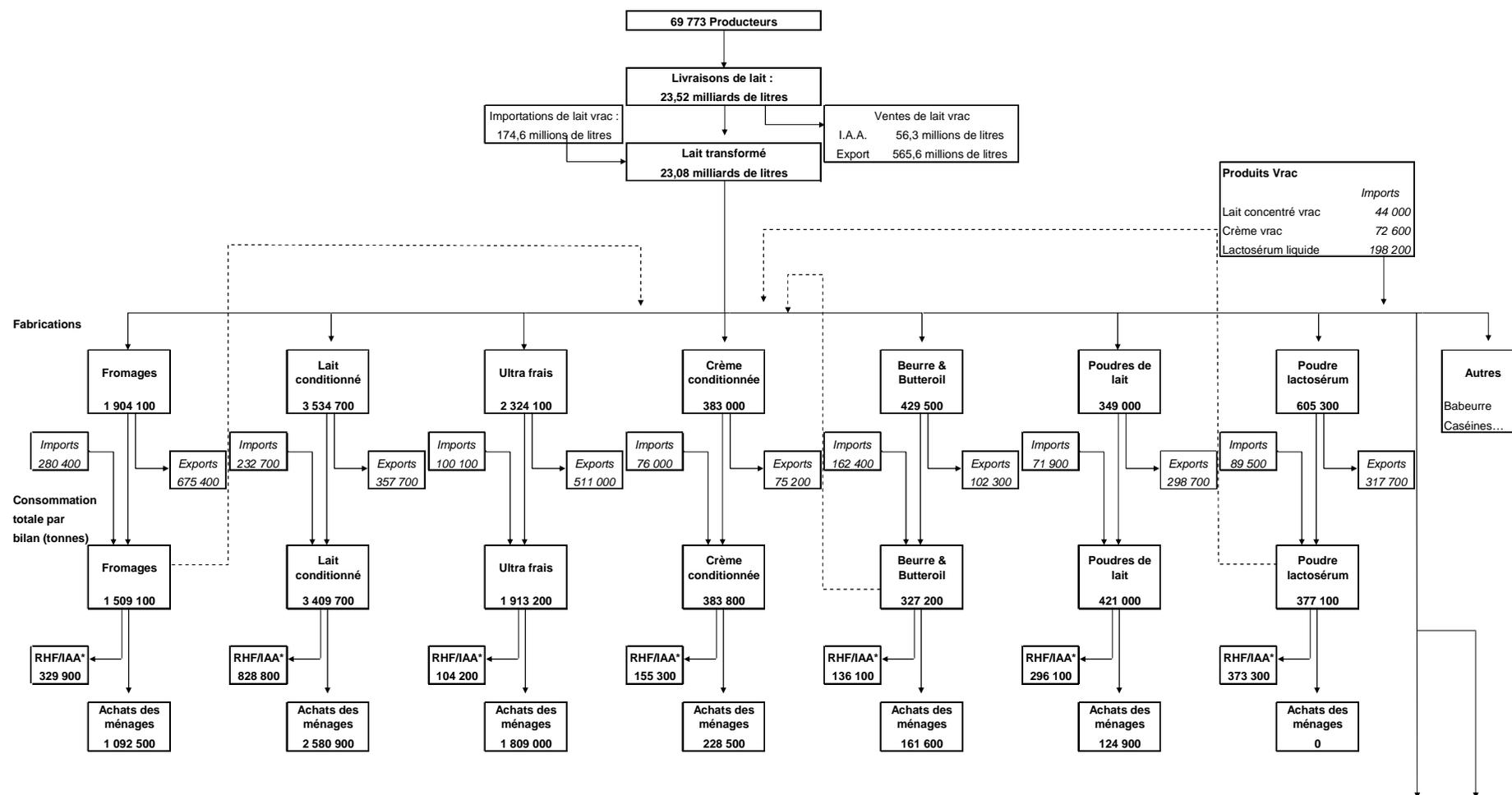
Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES

Une partie de ces produits est vendue dans les autres pays membres de l'Union européenne ou exportée vers les pays tiers, parallèlement à des flux d'entrée. La France réalise la majorité de ses échanges extérieurs avec les autres États membres de l'UE, soit 69 % en valeur (tout produits laitiers confondus). En 2012, les exportations de produits laitiers représentaient un total de 6,6 milliards d'euros, destinés à 69 % aux autres États membres (72 % en 2011).

Dans le cas de la poudre de lait écrémé et de la poudre de lactosérum, en France ce sont essentiellement les IAA (biscuiteries, plats préparés...) et l'alimentation animale qui utilisent les volumes. Pour les produits de grande consommation, la part achetée par les ménages est particulièrement élevée, notamment pour le lait (80 %) et les yaourts (90 %). Le beurre et la crème quant à eux se distinguent par des utilisations non négligeables en RHF et en 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 environ 50 % de la consommation, une part non négligeable étant destinée aux IAA (fromages ingrédients : emmental, mozzarella...).

Schéma 18

**Bilan des flux dans la filière des produits laitiers en 2010**



Tous les chiffres sont exprimés en tonnes, sauf mention contraire

\* Estimation par bilan

IAA : Industries agroalimentaires y.c. alimentation animale, ici hors branche laitière

Les estimations des débouchés sont basées sur des données européennes de 2010 pour RHF et IAA et le panel Kantar pour les achats des ménages

Sources : FranceAgriMer d'après SSP (Enquête Annuelle Laitière), Douanes, Kantar Worldpanel, et estimations

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE DES PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE

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

### 2.1. Méthode de calcul de la valeur de la matière première nécessaire à la fabrication des PGC<sup>41</sup> laitiers

La méthode de calcul des marges brutes industrielles unitaires sur PGC tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation, entraîne la production de co-produit non destinés tels quels à la consommation et vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La valorisation de ces coproduits sera donc intégrée dans le coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

Le déphasage entre la saisonnalité de la production laitière et celles des fabrications de produits laitiers entraîne des excédents saisonniers. Par ailleurs, la collecte de lait de vache et le marché des produits de grande consommation n'évoluent pas forcément de façon parallèle. L'écart entre les deux est comblé par un volume de lait transformé en produits industriels (PI) stockables assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable sera lui aussi intégré dans l'analyse.

Dans la suite de l'analyse, par hypothèse, on considérera que la totalité des excédents ainsi calculés est transformée en PI. De même, on retient l'hypothèse selon laquelle l'ensemble des coproduits sont valorisés en produits industriels, que cela corresponde à une valorisation réelle sur ce marché, où à l'équivalent d'une cession intra-entreprise (Cf. cas du beurre plaquette).

D'une manière générale, la marge brute sur un produit élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit et le coût de sa matière première.

Pour les produits de grande consommation issus de l'industrie laitière, le coût de la matière première doit prendre en compte l'ensemble du lait dont la collecte est nécessaire, y compris la fraction valorisée en coproduits, les excédents saisonniers liés au PGC, et les excédents annuels.

A ce coût d'achat total du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des produits induits (coproduits issus de la transformation elle-même et produits fabriqués à partir du lait d'excédents), celle-ci correspondant à la différence entre le produit de la vente de ces produits et le coût de leur transformation.

Lorsque les produits industriels sont bien valorisés, cette valorisation diminue d'autant le coût de la matière première des PGC pour les industriels. Inversement lorsque le marché des PI est moins porteur, le coût de la matière première des PGC pour les industriels en est renforcé.

### 2.2. Sources pour les prix aux différents stades de la filière laitière

Le prix du lait payé aux producteurs fait l'objet d'une enquête mensuelle du Service de la Statistique et de la Prospective du ministère de l'agriculture et d'un sondage mené mensuellement par FranceAgriMer sur le prix du lait, en attendant les résultats de l'enquête du SSP.

Compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs ne représente pas directement le « prix de la matière première agricole » des produits laitiers transformés (Cf. *supra*).

Les prix des principaux PGC sortie industrie sont fournis mensuellement à l'observatoire par l'INSEE dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Pour la période antérieure à celle couverte par la source précitée, on utilise les données de l'enquête annuelle PRODCOM du SSP (quantités et valeurs des ventes de produits des industries alimentaires), mensualisées au moyen des indices mensuels de prix de production de l'industrie de l'INSEE ainsi que la cotation de l'emmental établie par le Syndicat Interprofessionnel du Gruyère Français (jusqu'en 2008).

---

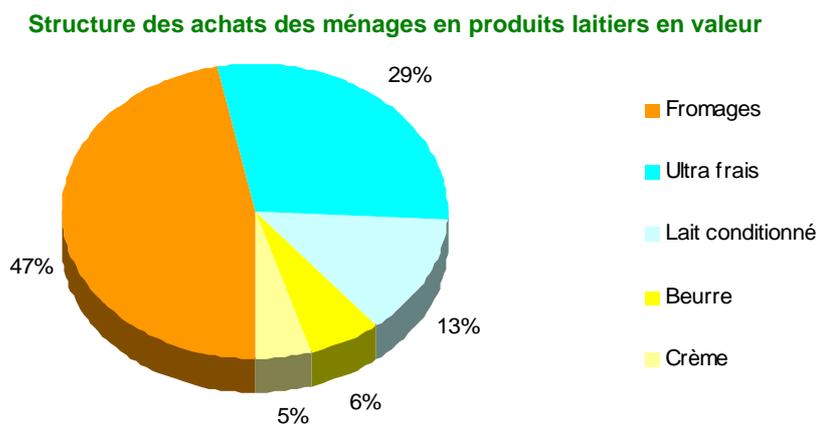
<sup>41</sup> PGC : produit de grande consommation ; PI : « produits industriels » (produit laitiers utilisés comme consommations intermédiaires dans l'industrie agroalimentaire).

Les prix au stade du consommateur en GMS sont issus des panels consommateurs Nielsen ou Kantar Worldpanel suivant les périodes étudiées. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré des volumes achetés-vendus, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets promotions.

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DES PRODUITS LAITIERS

Les travaux de l'observatoire ont porté sur les produits suivants, commercialisés en grande distribution : lait UHT demi-écrémé, yaourts naturels, emmental, beurre plaquette et camembert, représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 65



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

#### 3.1. Lait UHT demi-écrémé

Représentant 75 % volumes de lait conditionné dans les achats des ménages en 2012, le lait UHT ½ écrémé est bien représentatif du segment du lait conditionné. En GMS, sur le 1<sup>er</sup> semestre de 2013, son prix moyen pondéré (marques nationales, marque de distributeurs, marques premier prix<sup>42</sup>) est de 0,73 € / l, pratiquement sans changement depuis 2011 (toujours en moyenne annuelle).

Alors que la stabilité était de mise jusqu'en 2006, de fortes variations de prix sont intervenues dans la filière du lait de consommation, les fluctuations de prix de la matière première laitière étant répercutées en aval jusqu'au consommateur. La marge brute de l'industrie s'est contractée en 2012 sous l'effet d'une baisse des cours des PI, entraînant un renchérissement du coût de la matière première destinée à la fabrication de PGC, et d'une stabilité des prix de vente industriel.

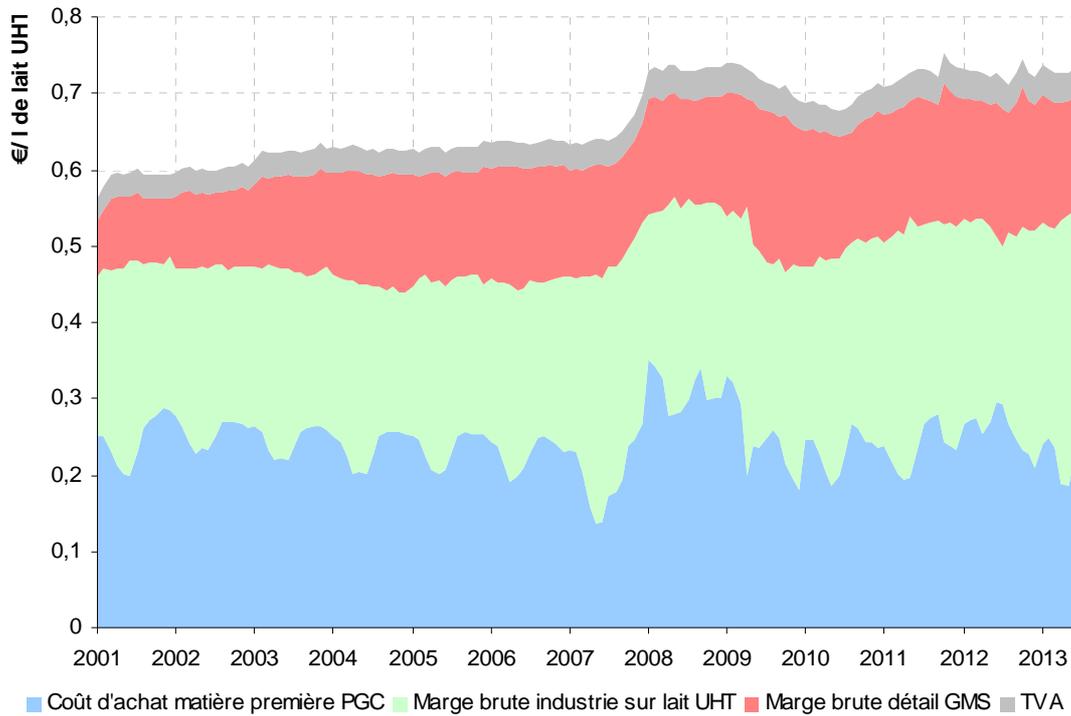
L'augmentation des cours des PI depuis la mi-2012 et une tendance haussière des prix de vente industriels depuis début 2013 ont entraîné un retournement de tendance permettant une croissance des marges brutes dans l'industrie.

Après avoir été sur une tendance haussière depuis 2010, la marge brute de la distribution semble orientée à la baisse sur les six premiers mois de 2013, retrouvant ainsi les niveaux connus entre 2005 et 2008.

<sup>42</sup> Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1<sup>er</sup> 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.

Graphique 66

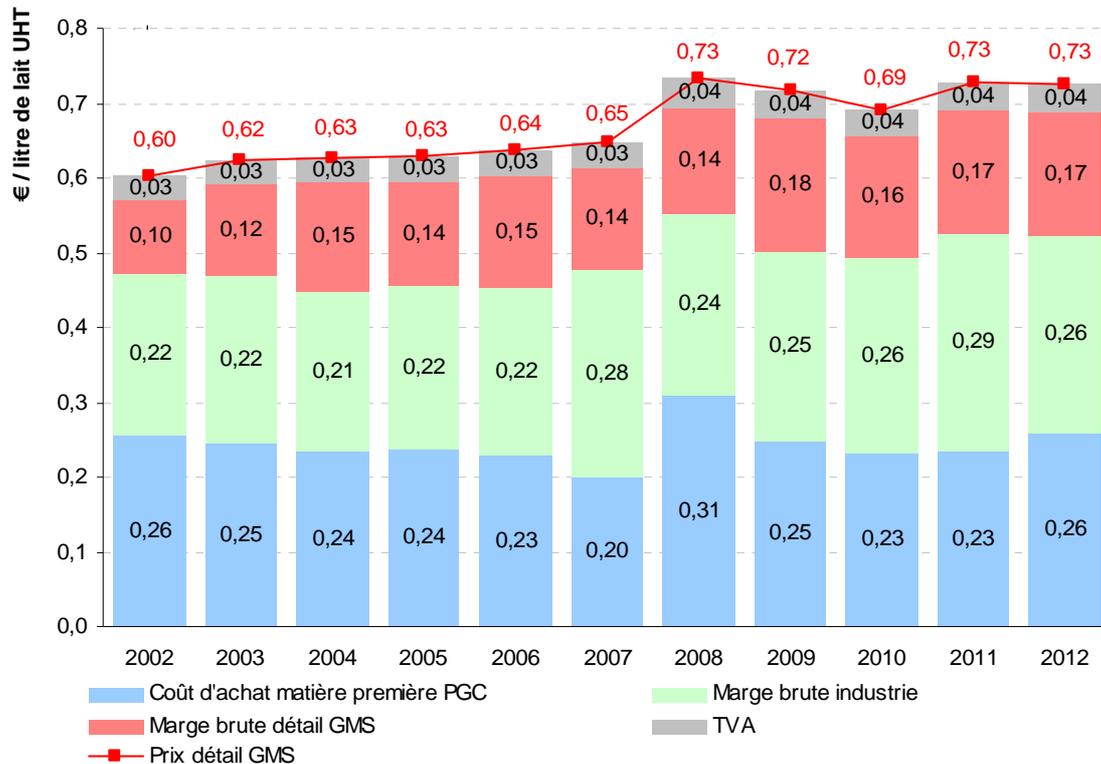
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 67.

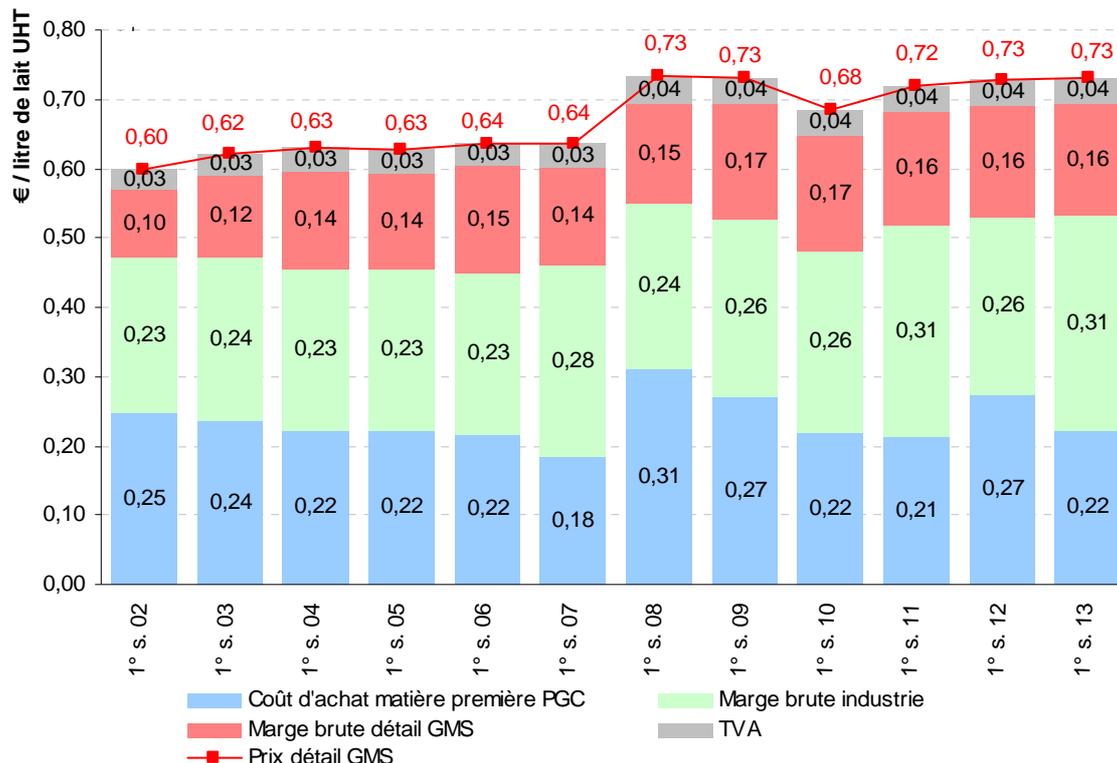
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 68.

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

**3.2. Yaourts nature**

Dans les achats des ménages en super et hypermarchés, hors maxidiscounte, le segment des yaourts premiers prix est largement minoritaire, avec seulement 3 % du marché en volume en 2012. Marques nationales (MN, 43% du marché en volume en 2012) et marques de distributeur (MDD, 54%) représentant l'essentiel du marché, l'analyse porte sur ces deux segments.

Entre 2008 et 2012, la part de marché en volume des yaourts naturels MDD au sein de l'ensemble des yaourts est passée de 51 à 54 %, reflet de la montée en puissance de ce segment. Cette évolution est bien prise en compte dans l'analyse du prix au consommateur des yaourts nature, grâce à l'utilisation, à ce stade, du prix moyen pondéré par les volumes issus du panel de consommateur Kantar Worldpanel. Par homogénéité, et afin de prendre en compte ces évolutions de la catégorie yaourts naturels tout au long de notre analyse, le prix retenu au stade industriel pour la catégorie est la moyenne pondérée par les volumes des prix de chacun des segments.

Autrement dit, que ce soit au stade industriel ou au stade distribution le yaourt « moyen » que nous observons sur une longue période est une moyenne pondérée des types de yaourts achetés par les ménages.

En l'absence de données antérieures à 2008 sur les parts de marché relatives des MN et MDD, nous avons, par hypothèse, repris les pondérations 2008 pour les années antérieures.

Le prix de la matière première représente une part plus faible du prix final pour le yaourt que pour le lait UHT. En effet, les yaourts sont des produits plus élaborés, plus chers à fabriquer (entre autre avec le conditionnement) et plus périssables (ce qui induit des frais logistiques nettement supérieurs : réfrigération...).

La baisse régulière du prix au consommateur constatée sur le Graphique 69 depuis 2008 représente une baisse du prix moyen pondéré des achats des ménages, ce qui signifie que les ménages ont, en moyenne, moins dépensé par kilogramme de yaourt acheté. Cette diminution pourrait être liée à une baisse des prix des références, mais aussi à l'évolution du panier d'achat, notamment l'augmentation des volumes de marques de distributeurs, au détriment des marques nationales, en moyenne plus onéreuses.

La marge brute moyenne de l'industrie n'évolue pas de 2011 à 2012 pour le yaourt « moyen », mais s'est inscrit dans une tendance à la hausse, en euros courants – donc à relativiser compte tenu de l'augmentation des prix des charges que cette marge doit couvrir – depuis 2011.

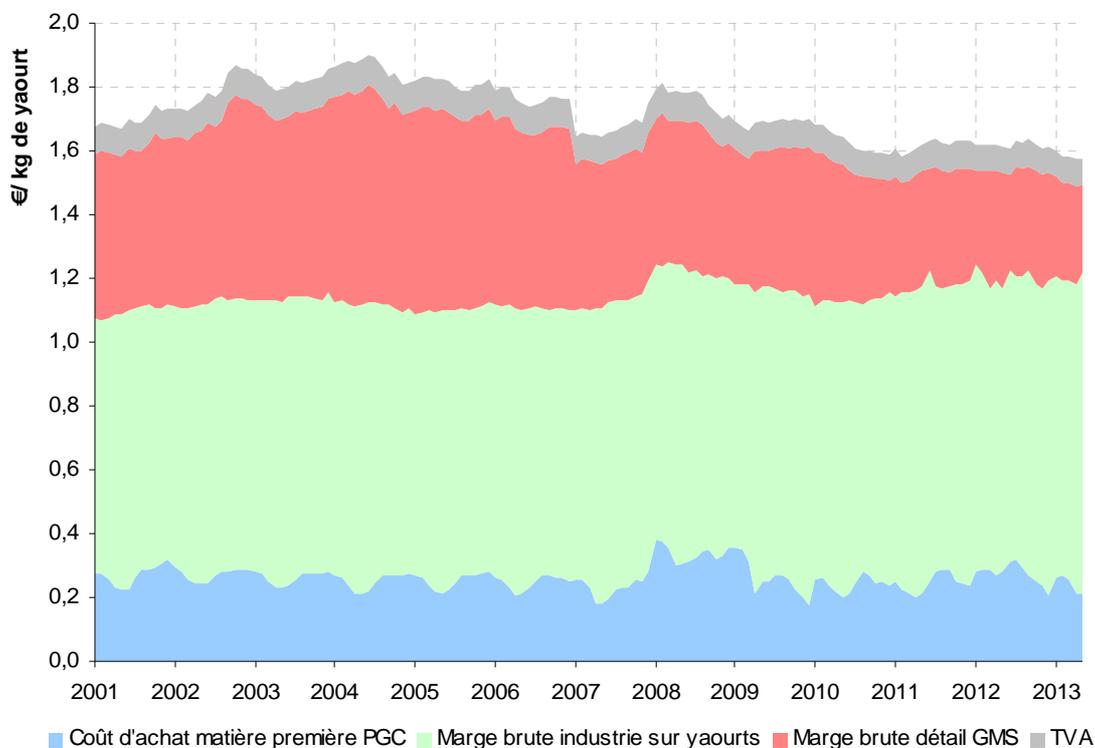
Les marges brutes en GMS de ce même yaourt « moyen » poursuivent leur tendance baissière depuis le point haut de 2004 (Graphique 69, Graphique 70, Graphique 71 ).

Pour les produit de marque nationale (Graphique 72 , Graphique 73, Graphique 74) on observe en 2012 une petite contraction des marges brutes des industriels, accompagnée d'une légère hausse de la marge brute des GMS et, surtout, d'un accroissement du coût de la matière première laitière, le tout dans un contexte de diminution des prix de vente aux consommateurs.

La marge brute industrielle est plus faible pour les yaourts de marque de distributeurs que pour ceux de marque nationale, différence contribuant à l'écart de prix au détail entre ces deux produits (Graphique 75, Graphique 76, Graphique 77).

Graphique 69

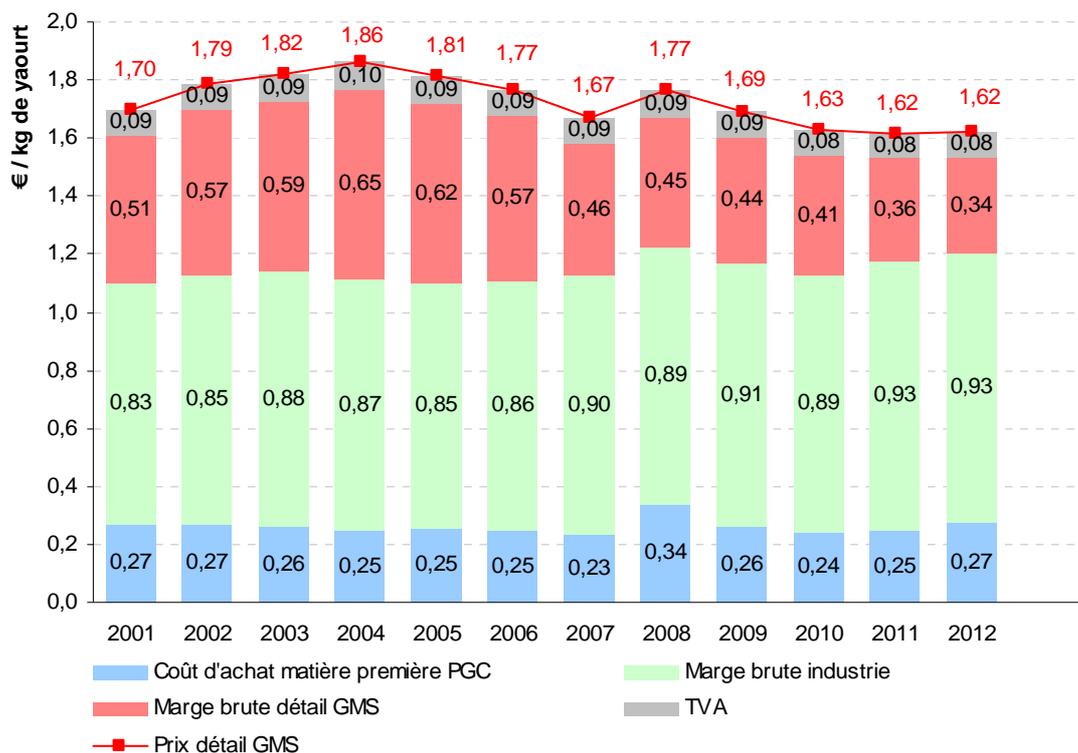
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 70

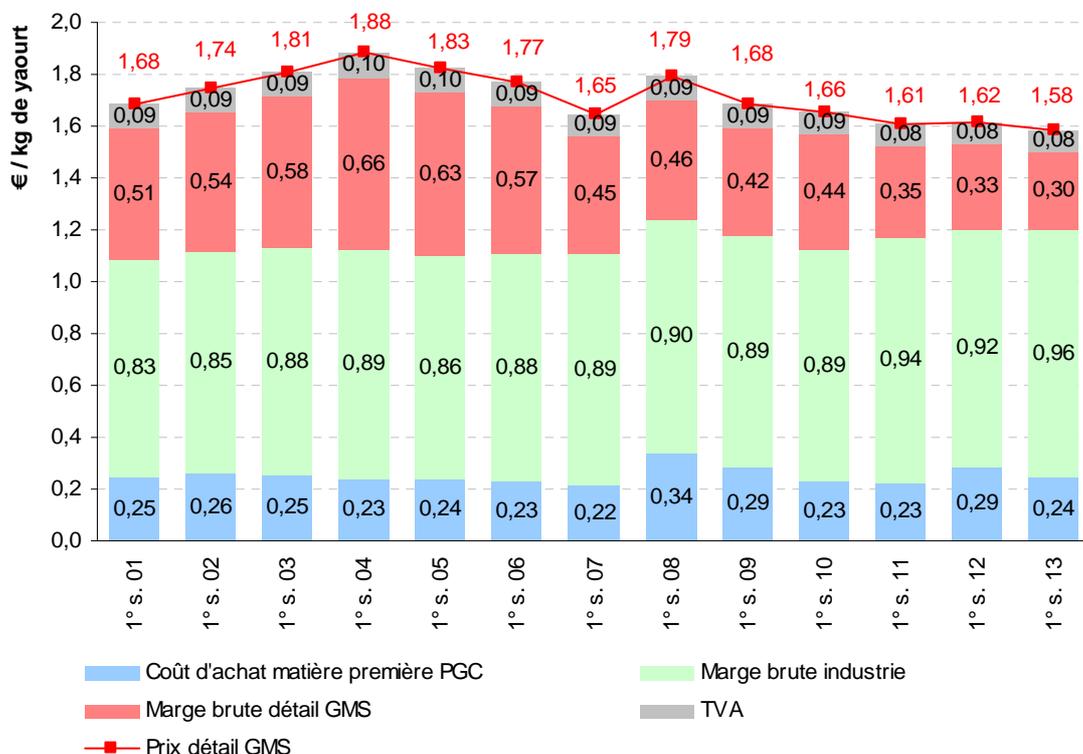
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 71

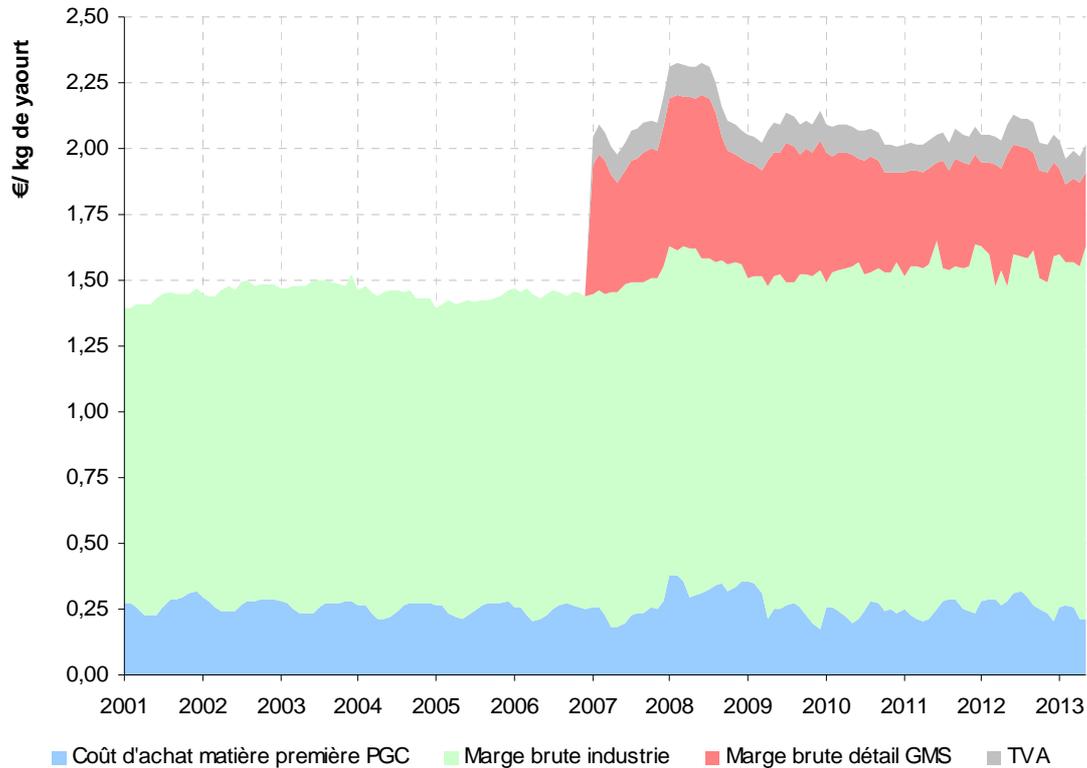
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 72

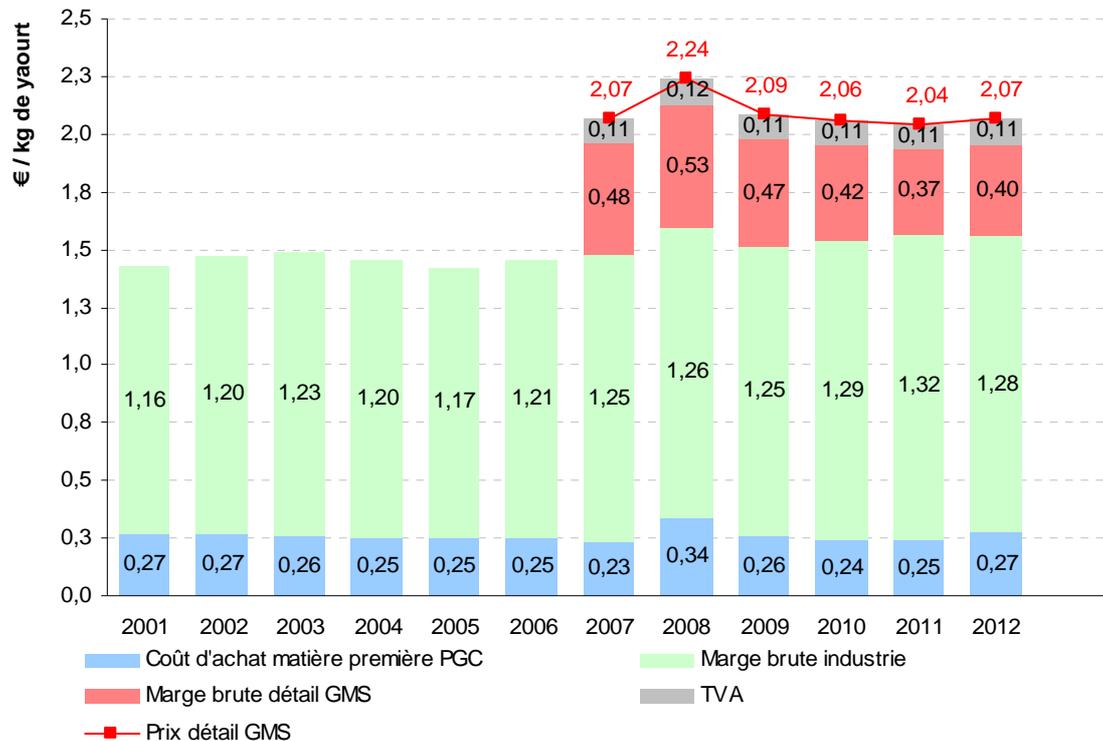
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 73

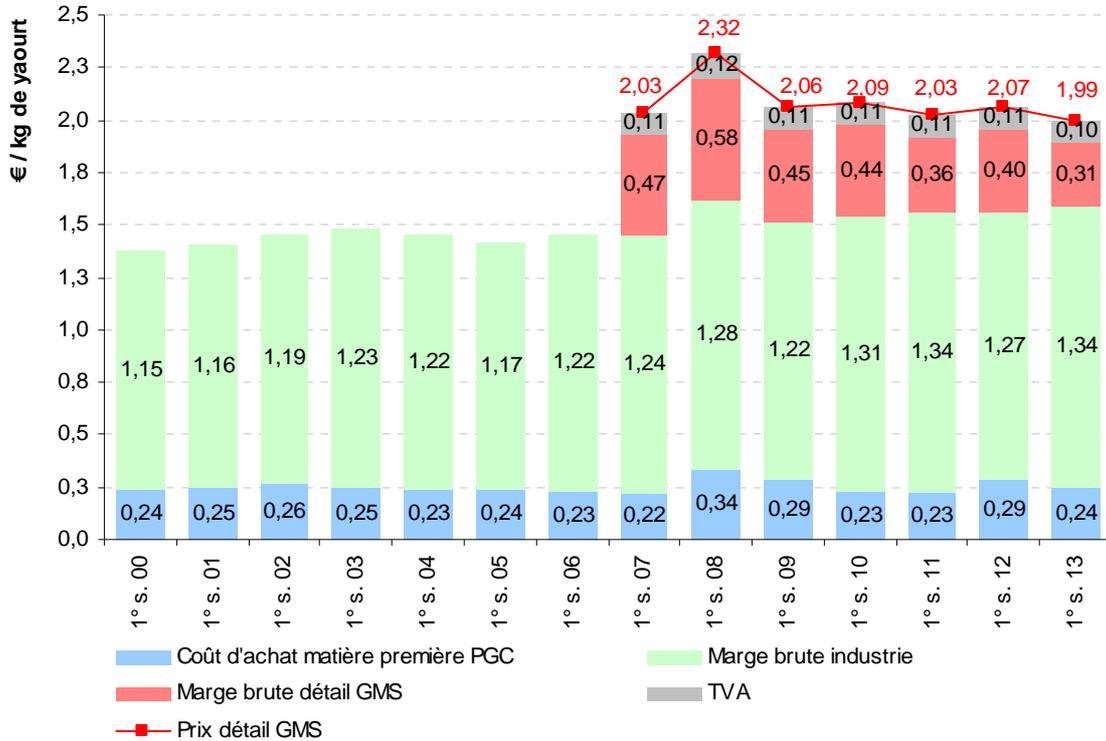
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 74

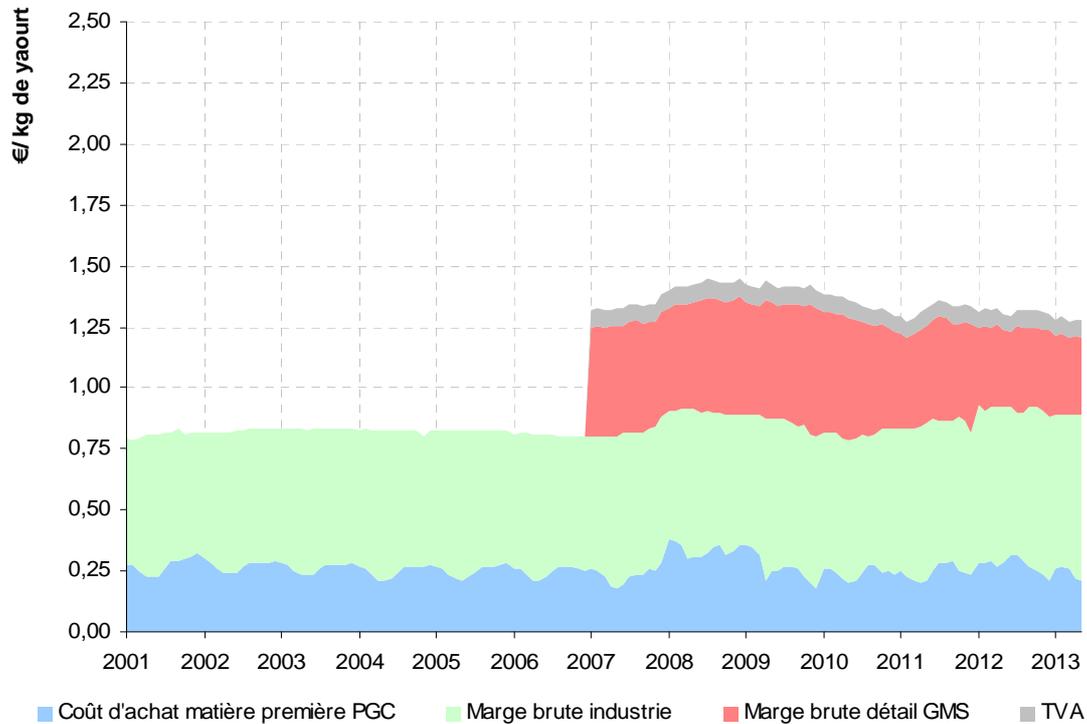
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du yaourt nature « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 75

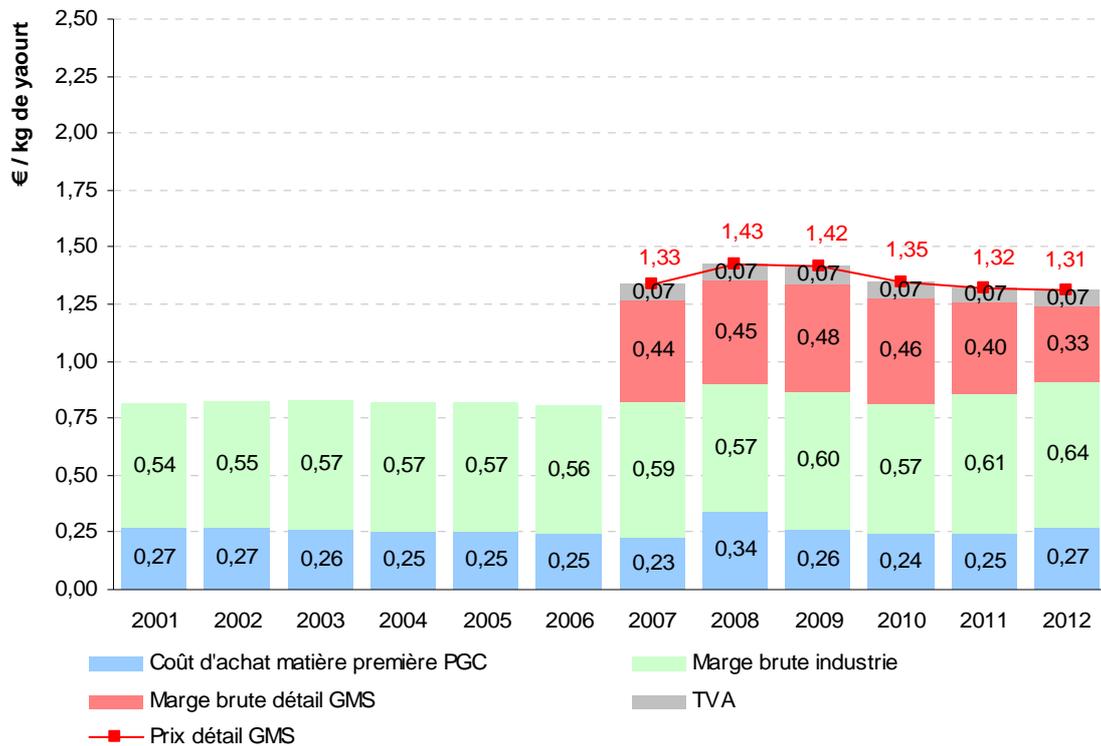
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « marque de distributeurs » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 76

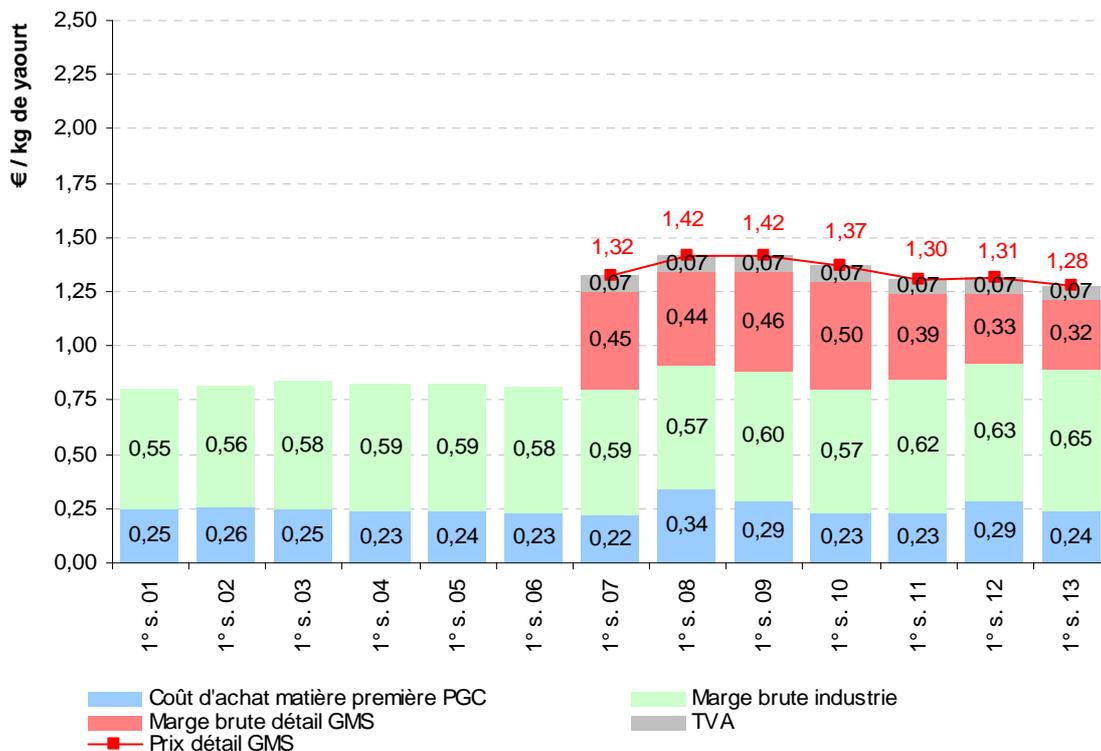
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « marque de distributeurs » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 77

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du yaourt nature « marque de distributeurs » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.3. Emmental

L'emmental, râpé ou en portion, représente, avec 21 % des achats des ménages en volume (2012), le plus gros segment du rayon fromages, devant le camembert (8 % des achats).

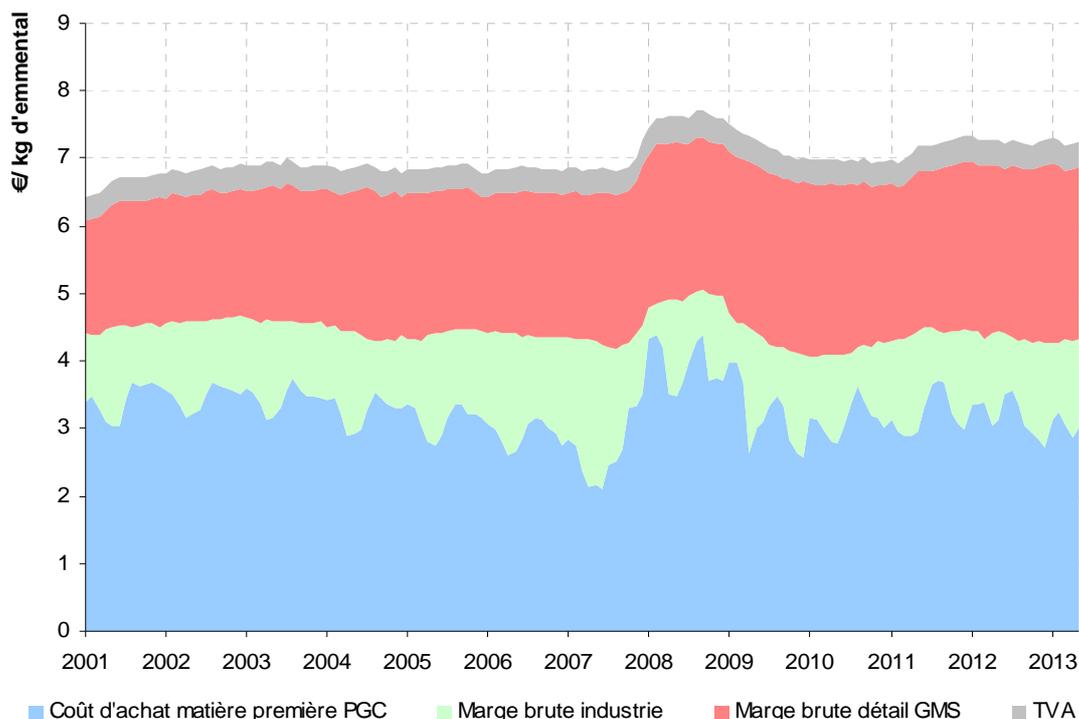
On suit ici « l'emmental moyen », composé de 70 % d'emmental râpé et de 30% d'emmental en portions préemballées, toutes gammes confondues : marques nationales, marques de distributeurs et produits 1<sup>er</sup> prix <sup>43</sup>.

Compte tenu des volumes de lait nécessaires à la fabrication d'un kilogramme d'emmental, plus importants que pour d'autres produits (plus de onze litres en moyenne sur 2000 - 2012), le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage, et les évolutions du prix du lait ont eu de fortes répercussions sur les marges industrielles de cette filière.

Malgré l'amortissement de ces variations par le stade industriel, la hausse du coût de la matière première en 2008, puis sa baisse de 2009 à 2010, ont été transmises jusqu'au consommateur. Depuis 2001, la tendance est à la hausse pour les marges brutes de la distribution. Au stade industriel, après avoir augmenté de 2005 à début 2007 grâce à une baisse du coût de la matière première, les marges brutes industrielles sont à nouveau sur une légère tendance haussière après le creux de début 2008.

Graphique 78

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**

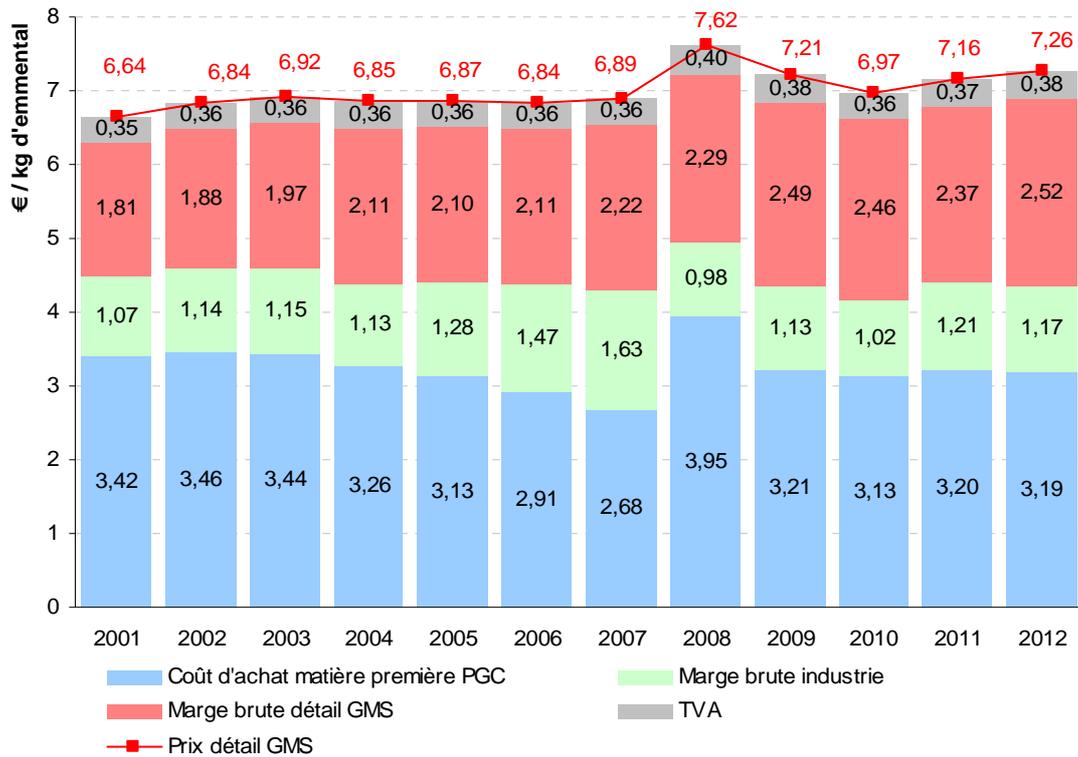


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

<sup>43</sup> Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1<sup>er</sup> prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc uniquement un produit « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs.

Graphique 79

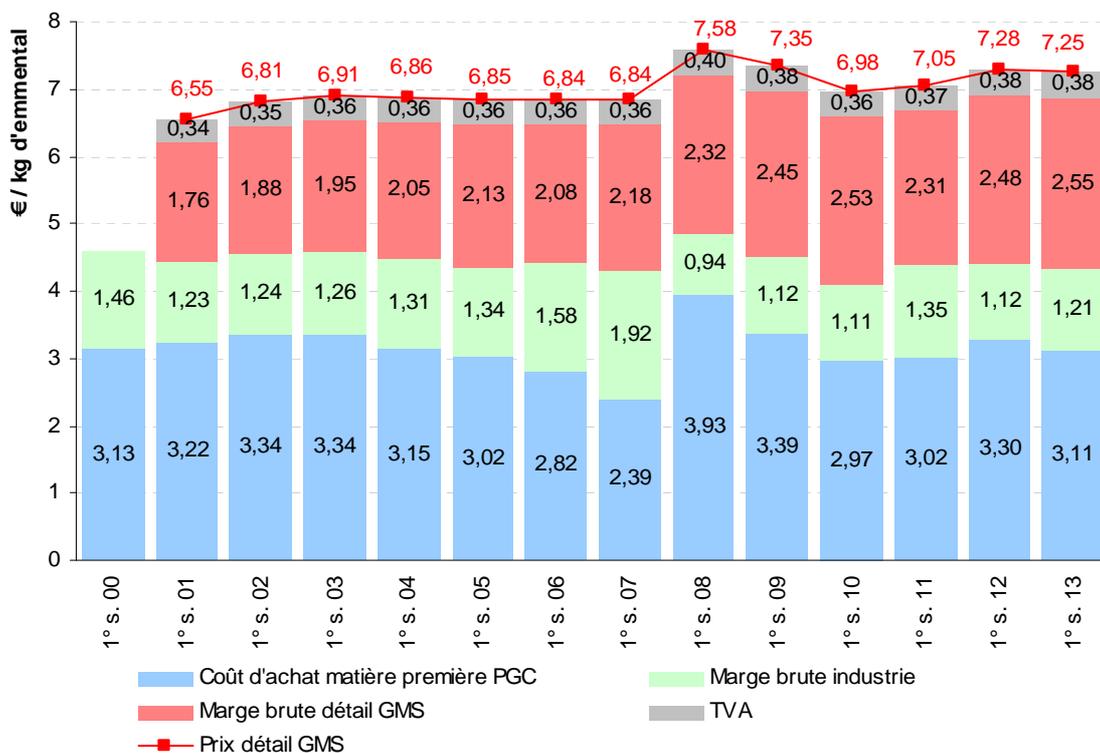
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 80

**Composition du prix moyen au 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.4. Camembert

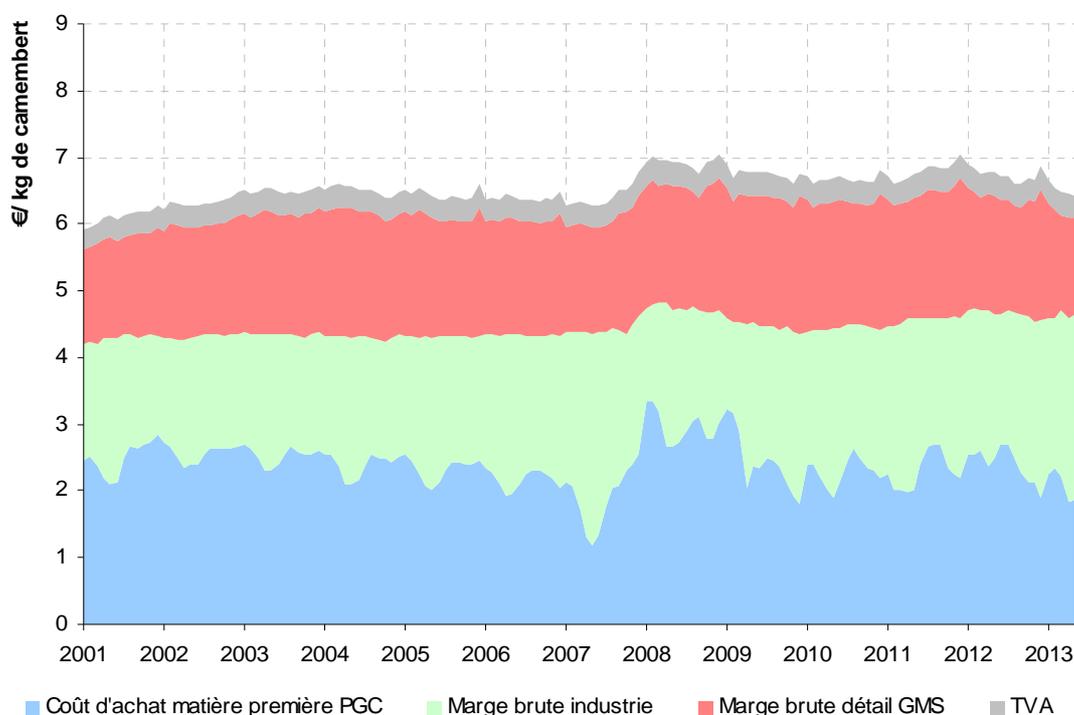
On peut ici suivre le « camembert moyen » toutes gammes confondues, puis en distinguant les segments de marques nationales (MN) et de marques de distributeurs (MDD) ; la gamme 1<sup>er</sup> prix ne pouvant être isolée<sup>44</sup>.

On constate sur ce produit, comme sur les autres, la transmission vers le consommateur de la hausse du coût de la matière première en 2008. La marge brute de l'industrie sur le camembert est plus conséquente que sur l'emmental et l'industrie fait davantage « tampon » entre les évolutions du coût de sa matière première et ses prix de vente.

Après un point haut en 2009, la marge brute de la distribution est en diminution.

Graphique 81

#### Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution

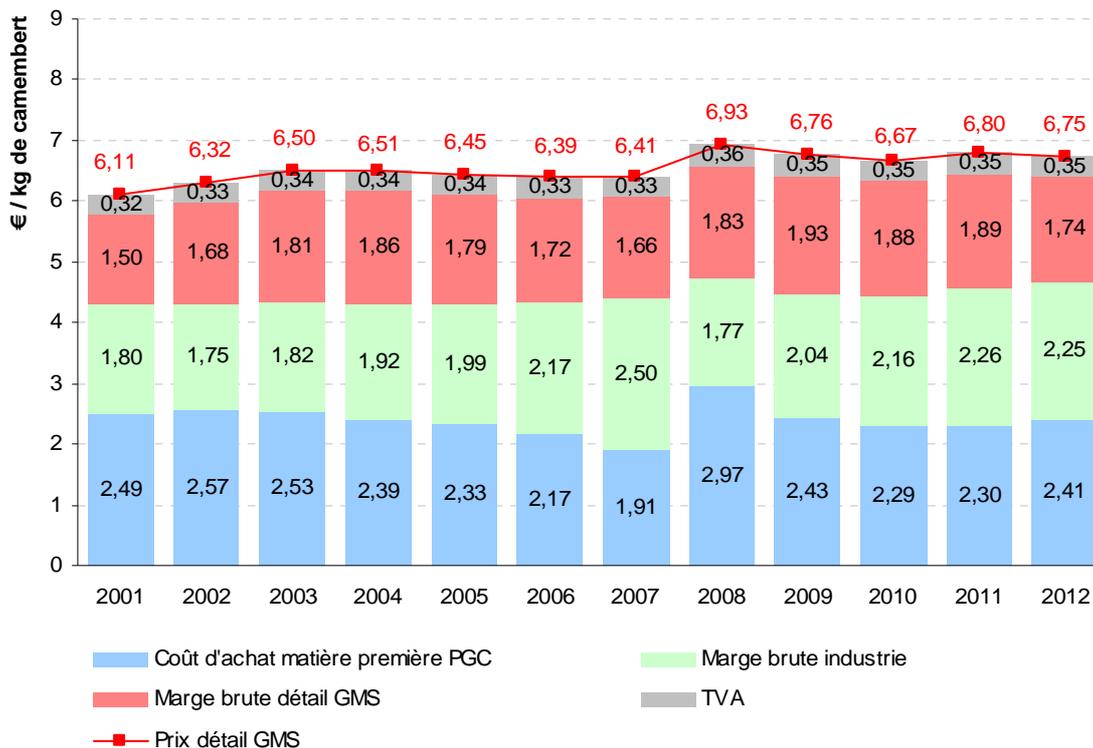


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

<sup>44</sup> Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1<sup>er</sup> 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 82

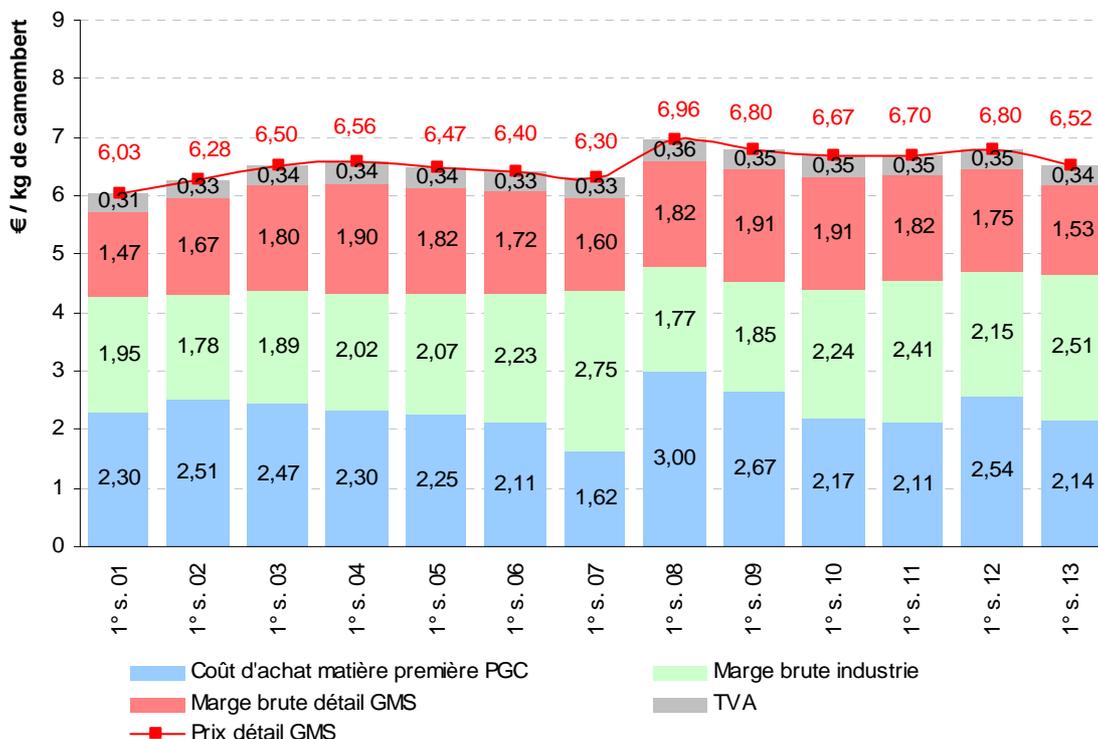
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 83

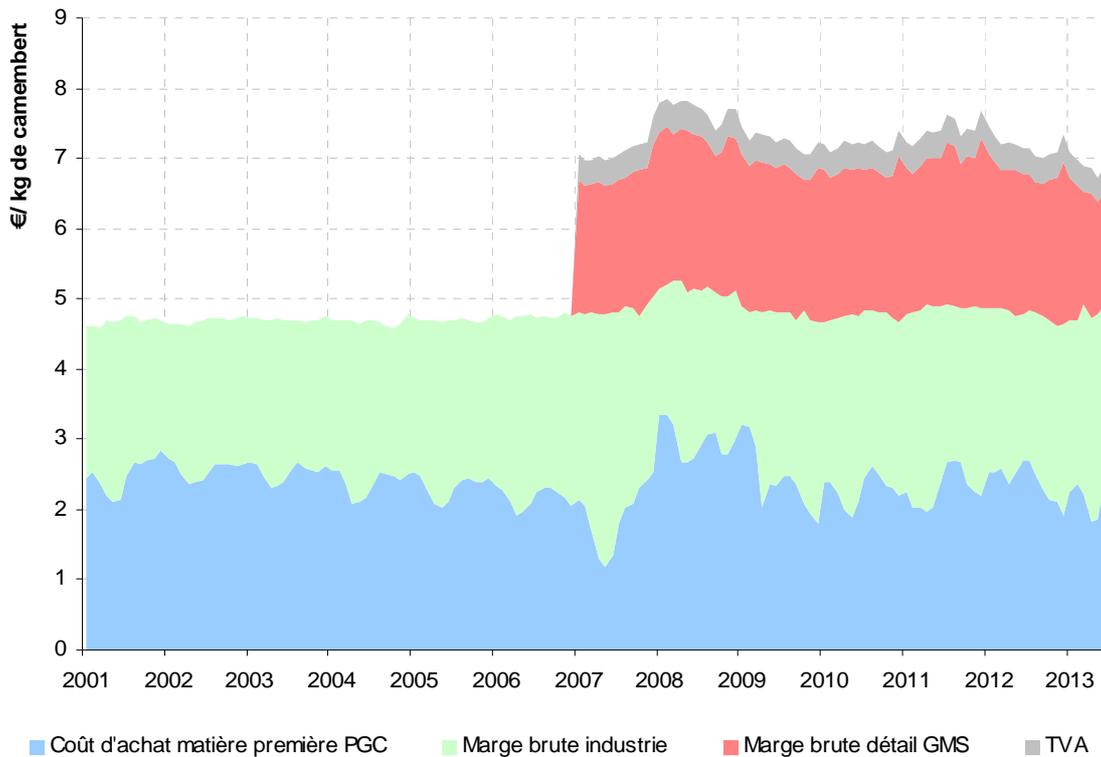
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

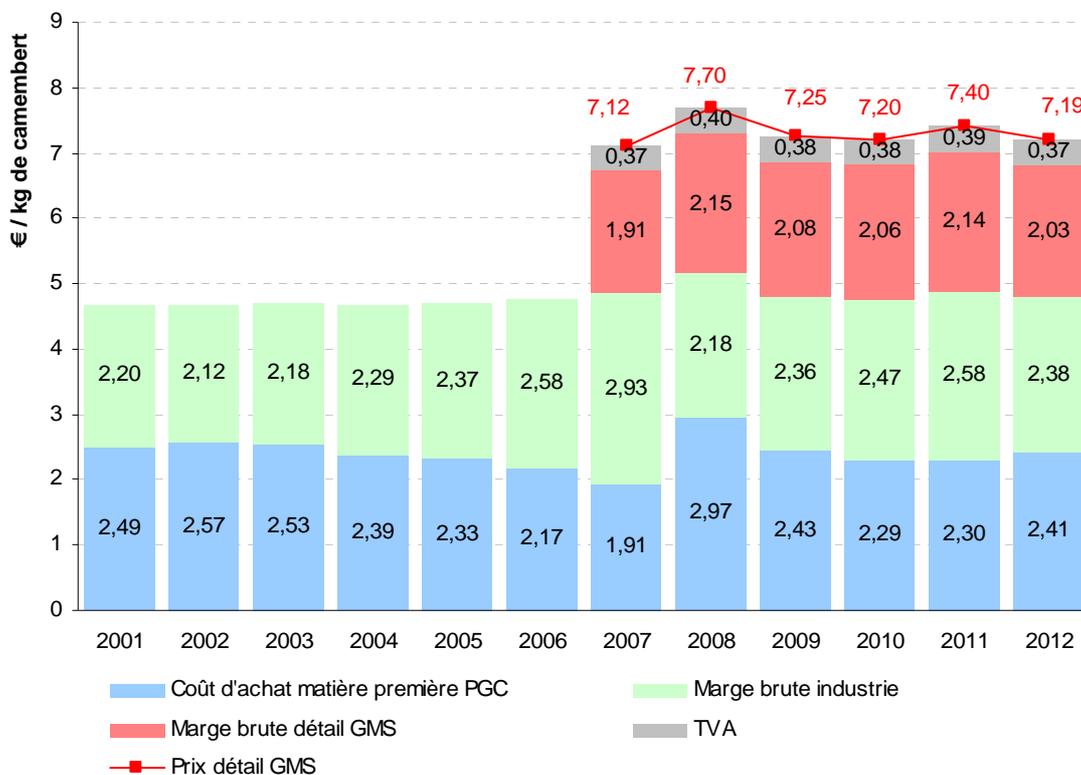
Graphique 84

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer  
Graphique 85

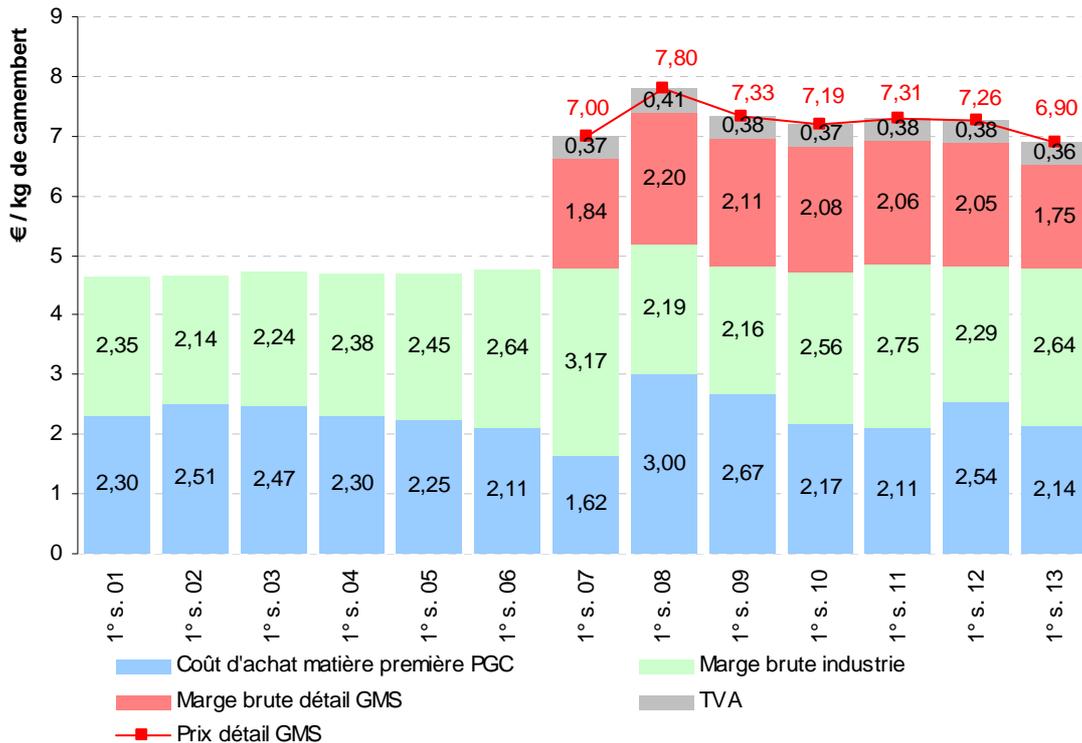
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 86

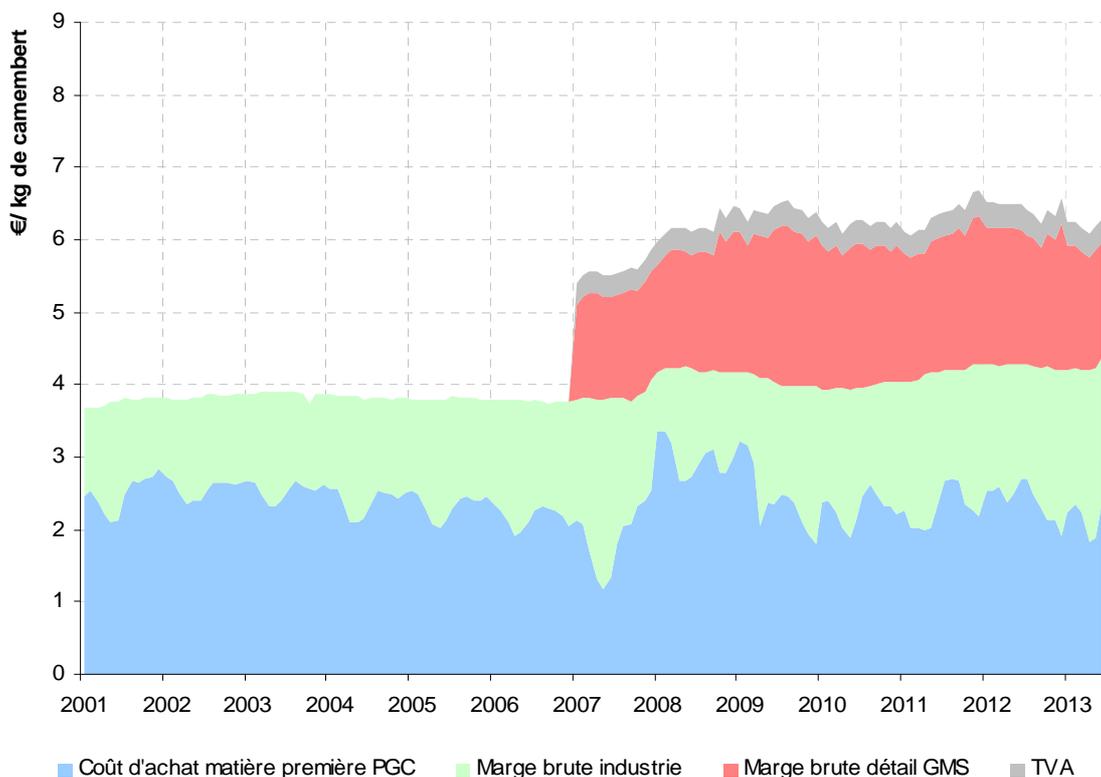
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du camembert « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 87

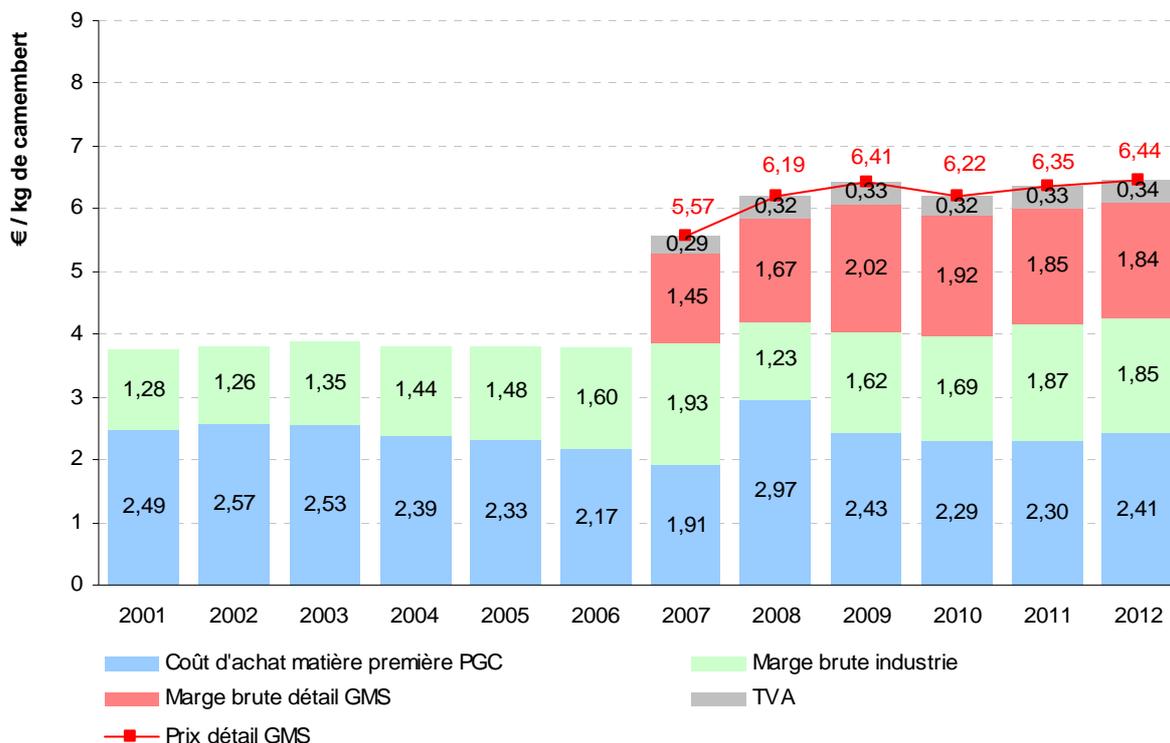
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 88

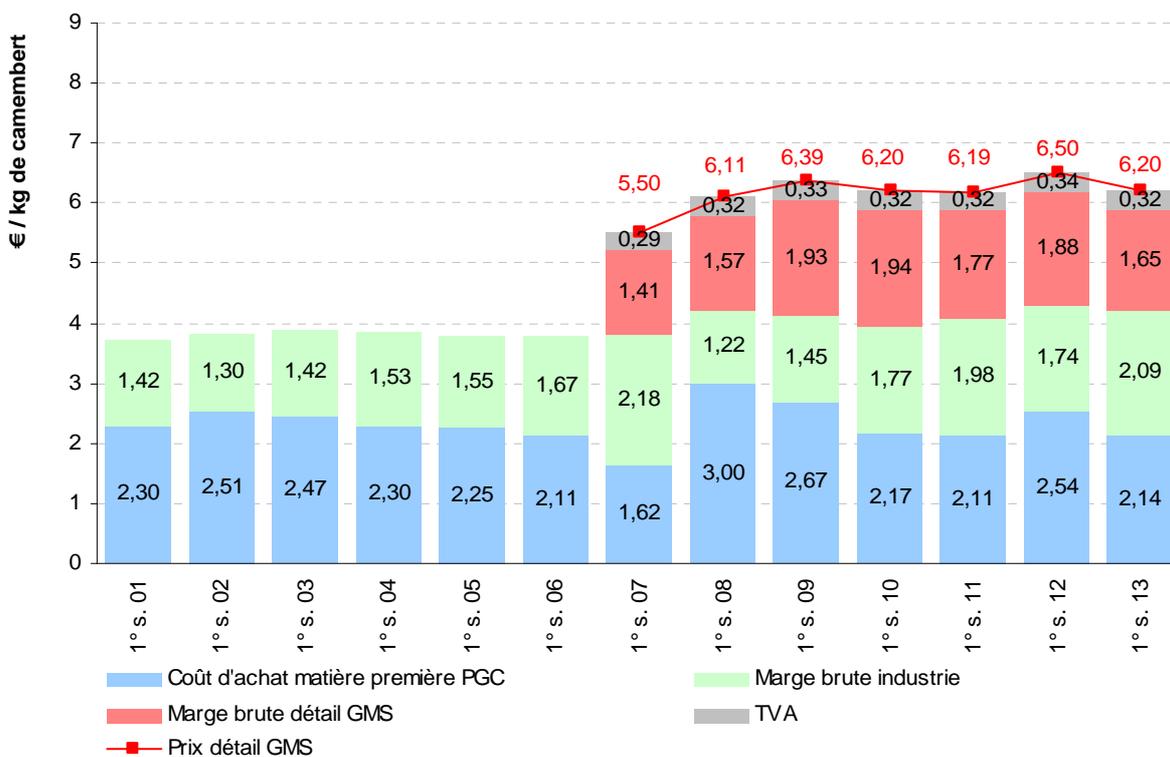
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 89

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du camembert « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.5. Beurre plaquette

Le beurre plaquette est considéré dans notre analyse comme un coproduit d'autres PGC (lait écrémé) et comme un produit de « deuxième transformation », le prix de la matière première étant ici le prix du beurre industriel, avant fabrication des plaquettes. L'approvisionnement du transformateur en matière première peut représenter un achat réel de beurre industriel à l'extérieur de l'entreprise (cas des malaxeurs de beurre) ou une cession interne à l'entreprise ou au groupe.

Le marché du beurre reste dominé par les marques nationales, malgré une rapide montée en puissance des MDD.

On suit ici le « beurre plaquette moyen » toutes gammes confondues, le beurre plaquette de marque nationale et le beurre plaquette de marque distributeur ; les produits 1<sup>er</sup> prix ne sont pas suivis séparément <sup>45</sup>.

Le prix du beurre vrac en France est corrélé aux prix des marchés internationaux et connaît depuis 2007 une forte volatilité, après des années de stabilité.

Ce brutal changement de contexte économique est notamment lié au démantèlement des mesures d'intervention communautaires, en particulier l'aide à l'incorporation de beurre destiné aux industries agroalimentaires (dit beurre pâtissier-glacier), qui portait à l'époque sur un quart des volumes de beurre fabriqués.

Compte tenu de ces fortes fluctuations, la marge brute industrielle de l'activité de fabrication et conditionnement des plaquettes de beurre « moyen » (toutes gammes confondues) a connu de fortes évolutions, notamment en 2007, où elle a été très fortement comprimée, et apparaît même, parfois, négative (Graphique 89). Cette flambée des cours du beurre n'a en effet pas été immédiatement répercutée à la distribution, ni au consommateur, et a été différée et amortie, compte tenu de l'existence de contrats de fourniture du beurre à moyen terme.

Cette situation est moins marquée sur le beurre de marque nationale (Graphique 92) que sur les produits de marque de distributeur (Graphique 95).

Sur ces derniers, lors de l'envolée des prix du beurre sur les marchés internationaux en 2007 (et dans une moindre mesure en 2010-2011 et en ce début 2013), compte tenu des contrats de livraisons entre les industriels et la distribution, l'activité de fabrication et conditionnement de plaquettes de beurre de marque de distributeur a pu se faire, sur certains mois de l'année, à marge brute momentanément négative, les hausses de prix ayant été différées et amorties dans le temps de façon encore plus nette que sur les marques nationales.

La moyenne annuelle montre bien qu'au-delà de pertes ponctuelles, la marge brute de l'activité industrielle de fabrication et conditionnement de plaquettes a été très fortement comprimée en 2007, ainsi qu'en 2010 et 2011.

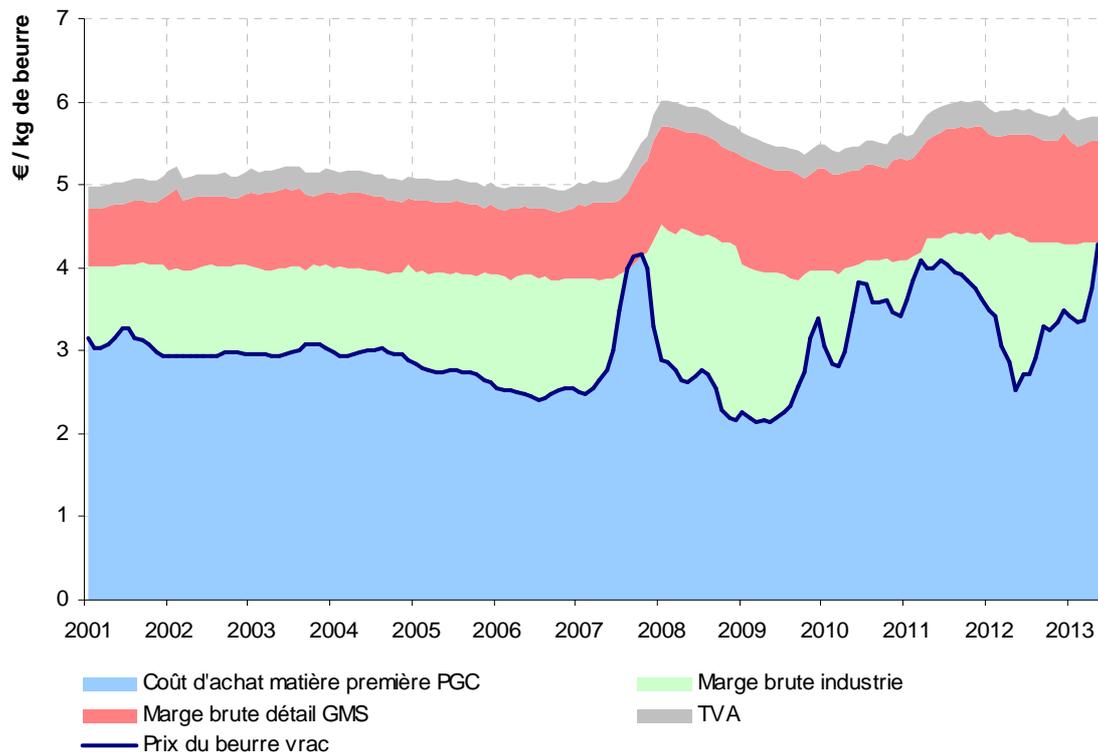
Une nouvelle fois, cette analyse de la formation des prix des produits laitiers montre bien que la situation sur un produit ou une activité donnée est étroitement liée au reste de la filière.

---

<sup>45</sup> Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> prix. Ceci peut expliquer la part minoritaire du beurre 1<sup>er</sup> prix dans le circuit étudié (hyper et supermarchés, hors hard discount), sa place ayant même diminué de moitié entre 2008 (4 % de PDM) et 2012 (2 %), ce qui pourrait apparaître paradoxal dans un contexte général de crise économique et de préoccupations sur le pouvoir d'achat.

Graphique 90

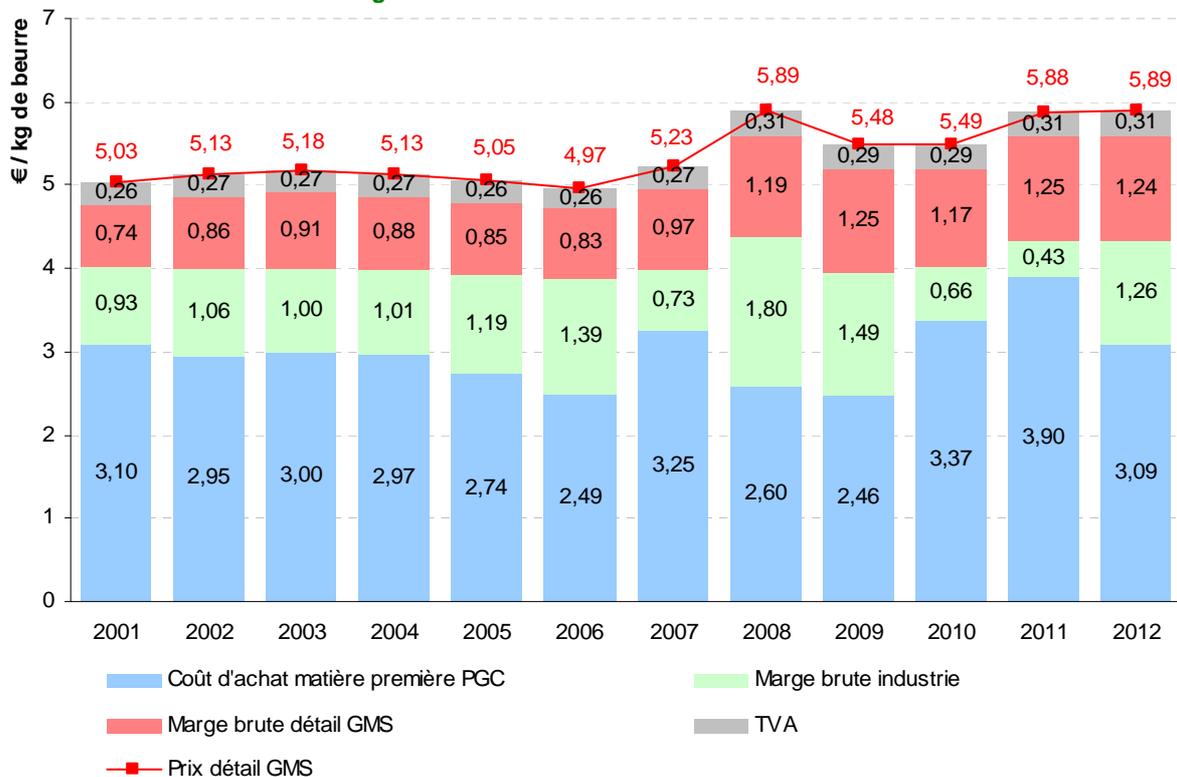
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 91

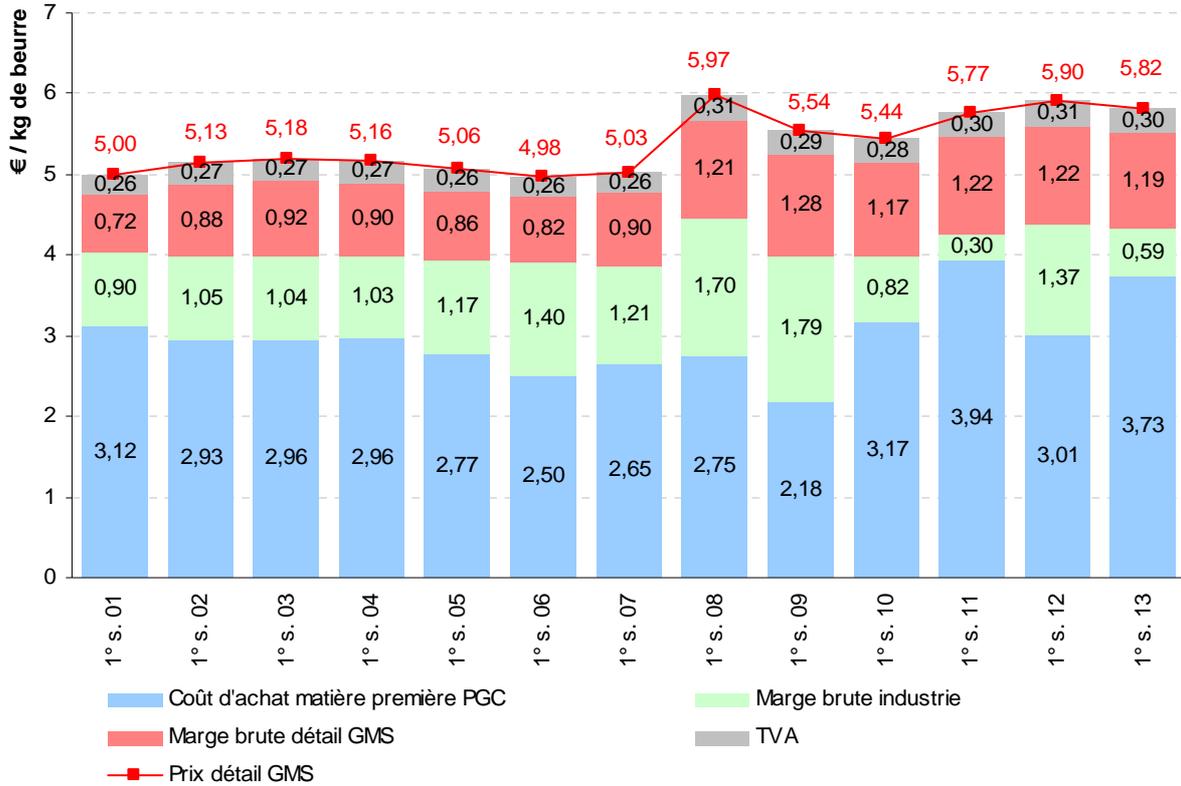
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 92

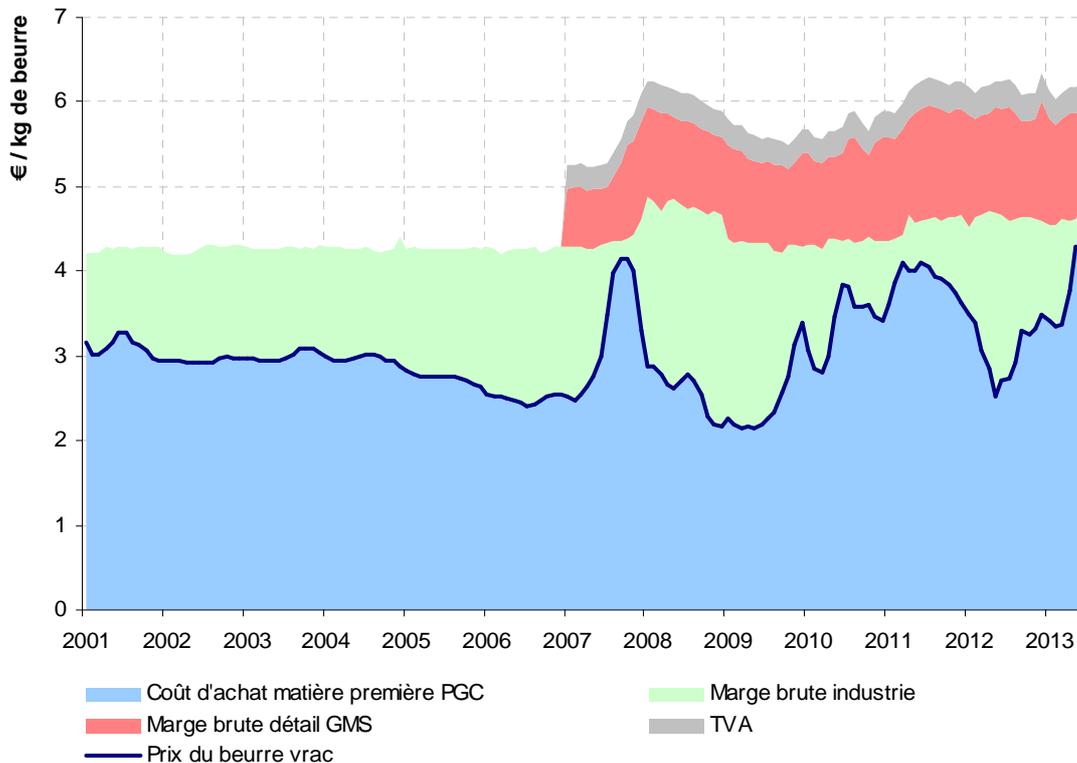
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 93

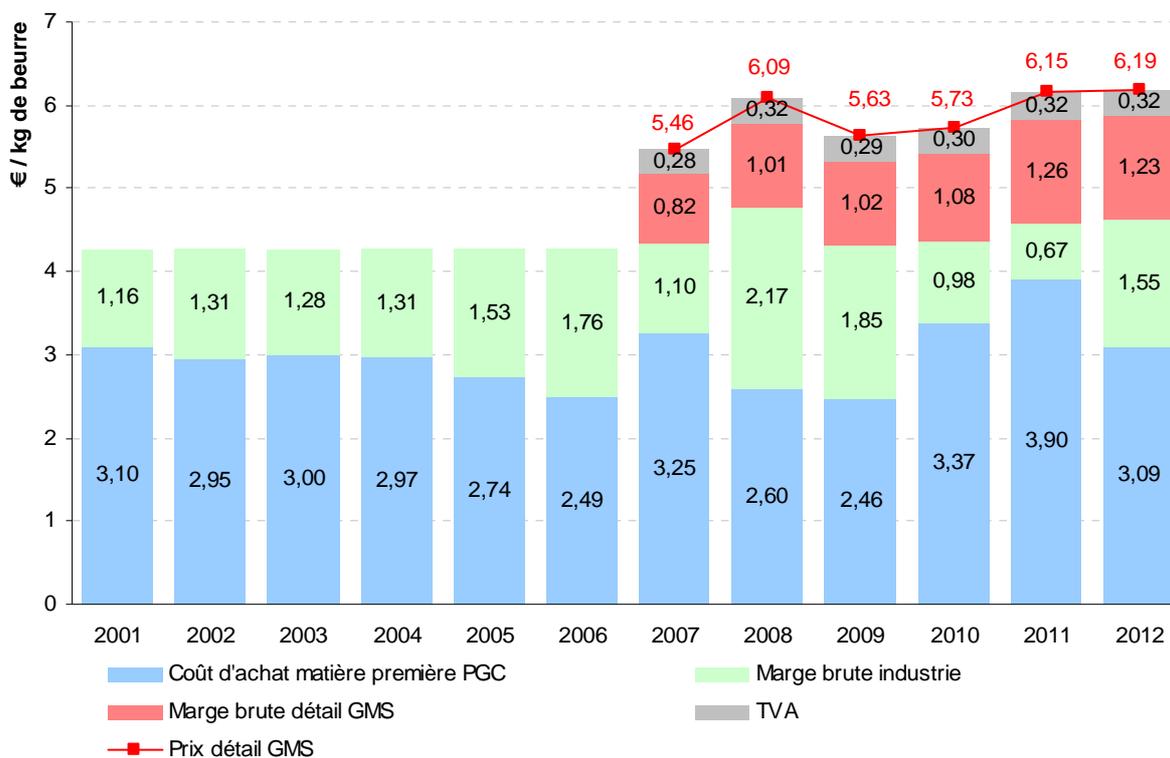
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 94

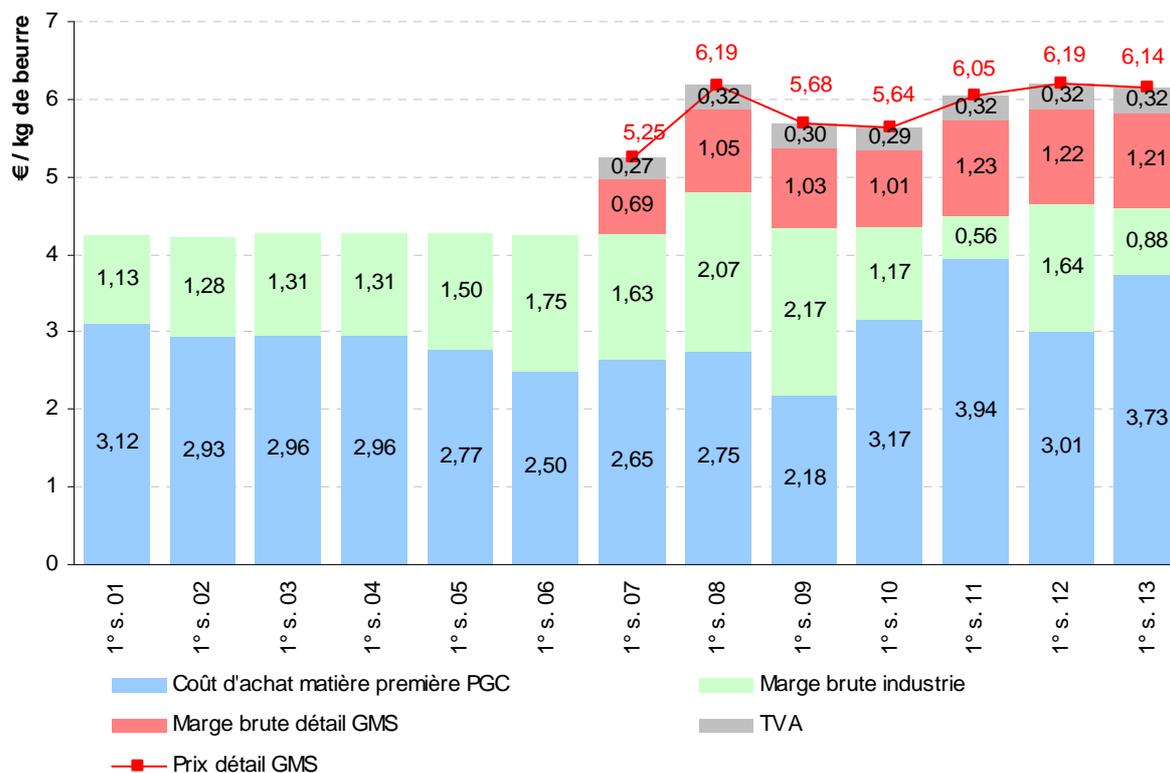
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 95

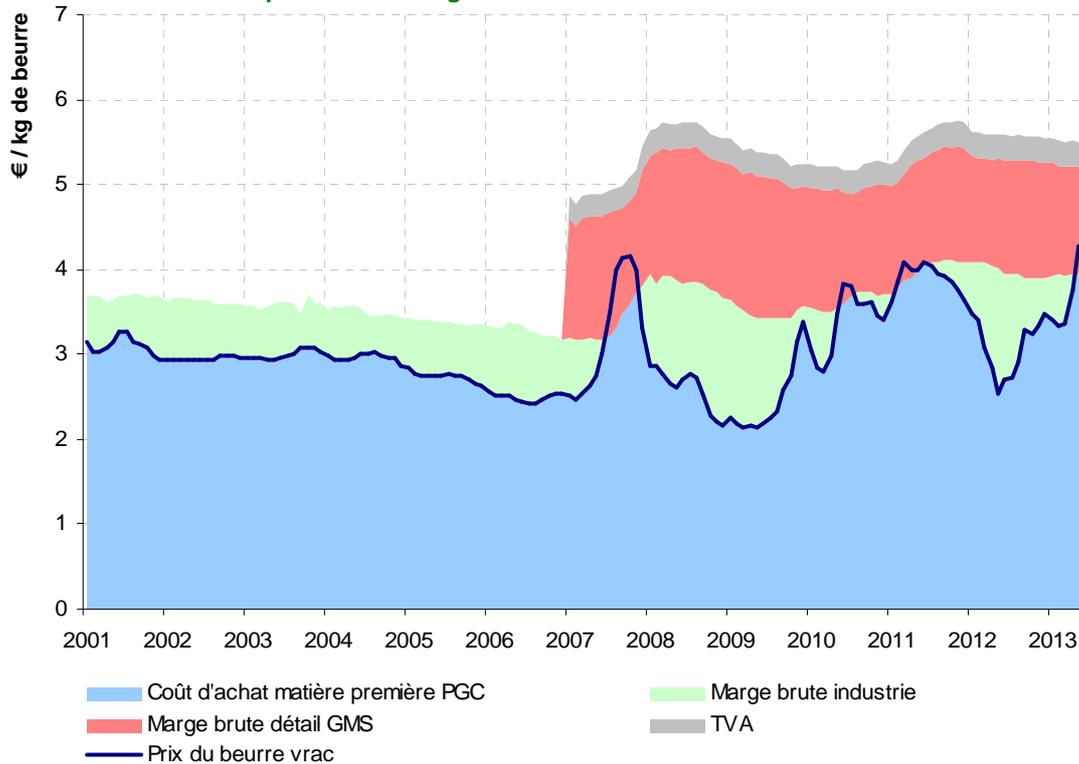
**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 96

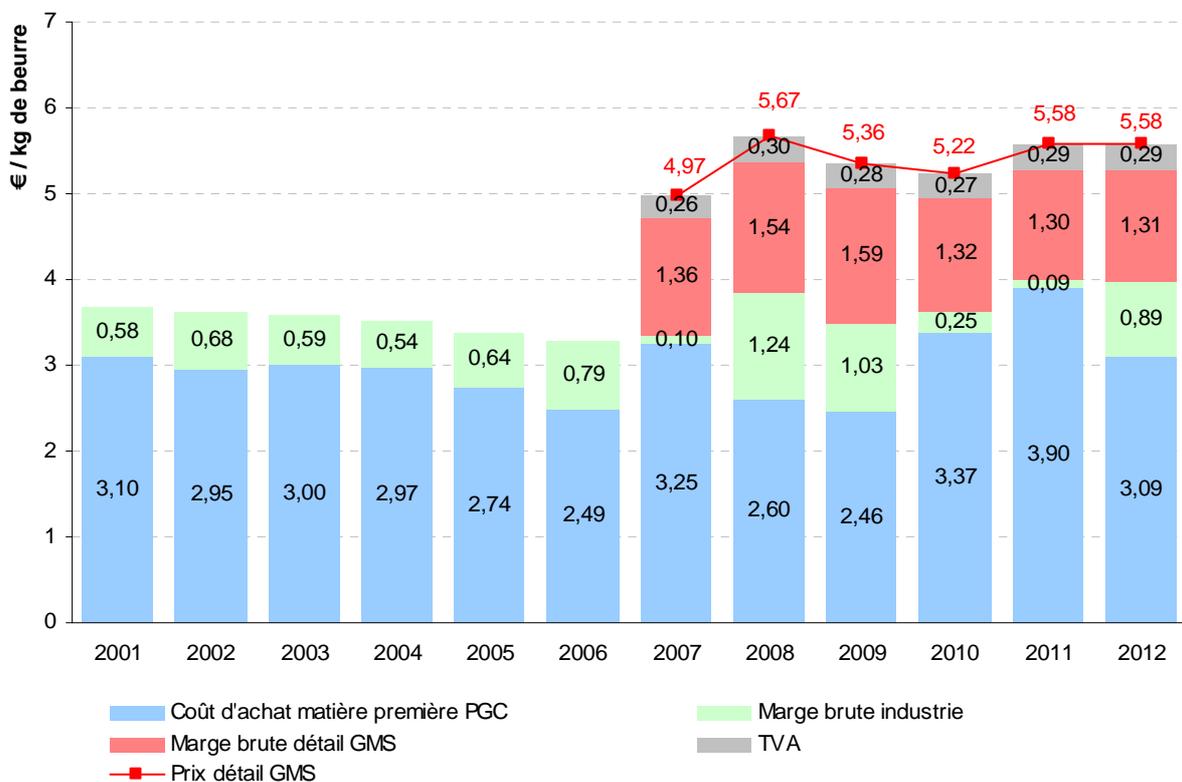
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 97

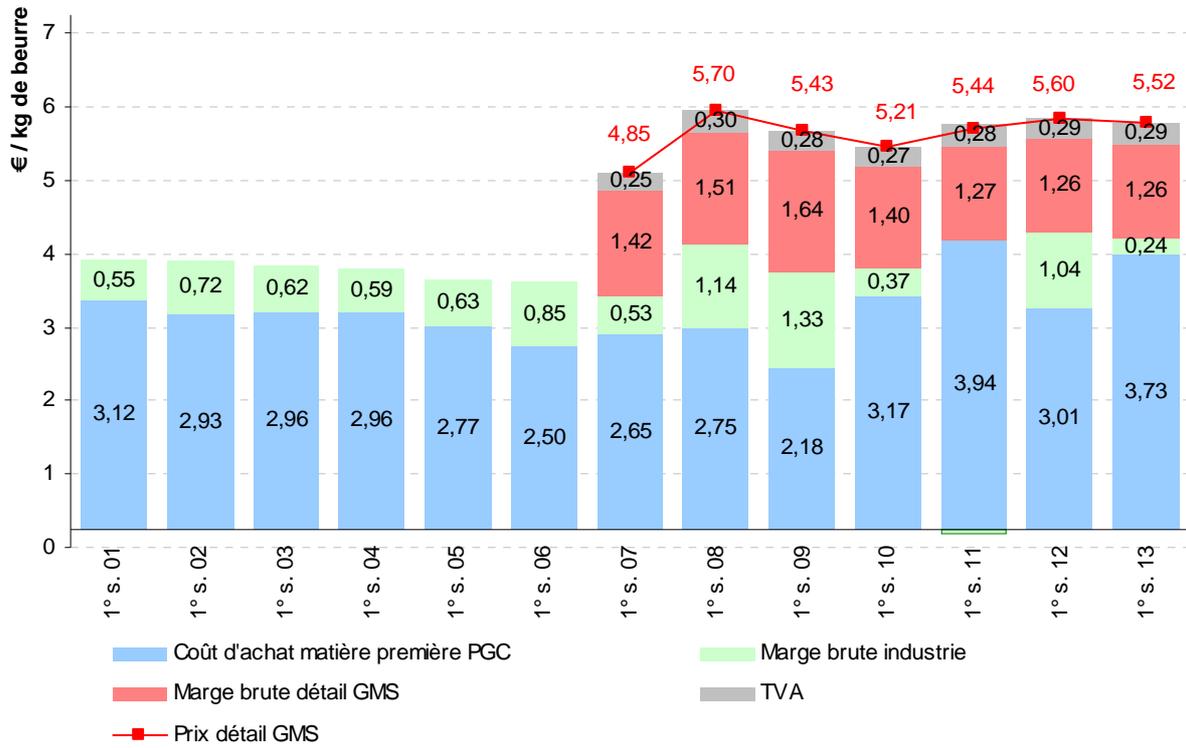
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 98

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du beurre plaquette « marque de distributeur » en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE BOVIN LAITIER ET COUT DE PRODUCTION DU LAIT DE VACHE EN ELEVAGE

### 4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées bovin laitier

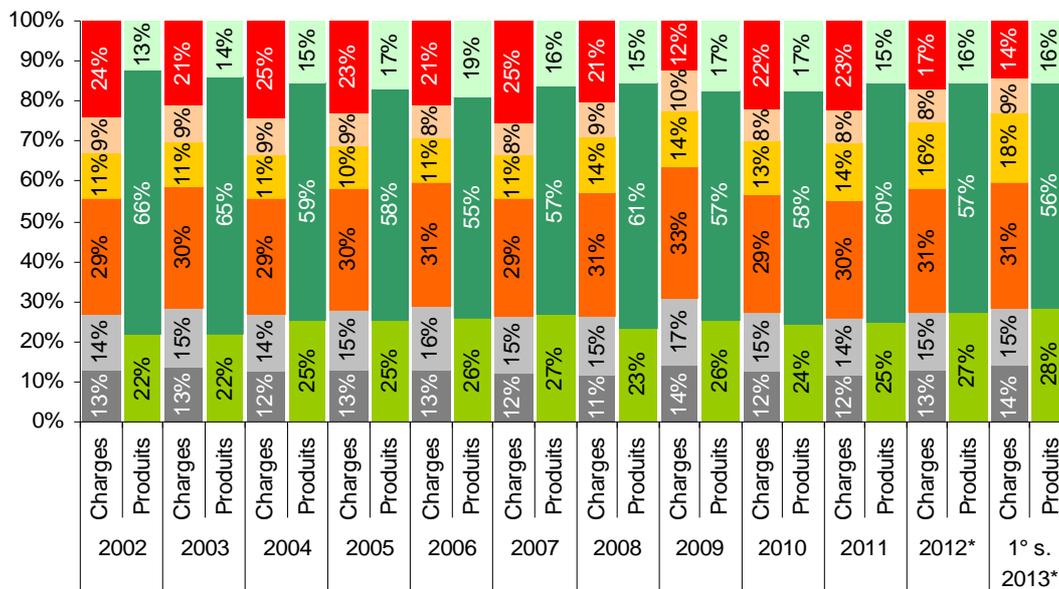
L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache est constitué de 481 à 579 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de lait constitue plus de 69 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 22 600 à 30 100 exploitations.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est assez stable jusqu'en 2001 (21 % à 25 %) hormis en 2009.

La simulation réalisée sur 2012 et 2013 en appliquant à la structure des comptes 2011 les évolutions de prix du lait et des aliments pour vaches laitières conduit à une nette diminution « mécanique » (sans adaptation des exploitations) du pourcentage du résultat courant.

Graphique 99

Structure du compte de résultat moyen des exploitations laitières spécialisées



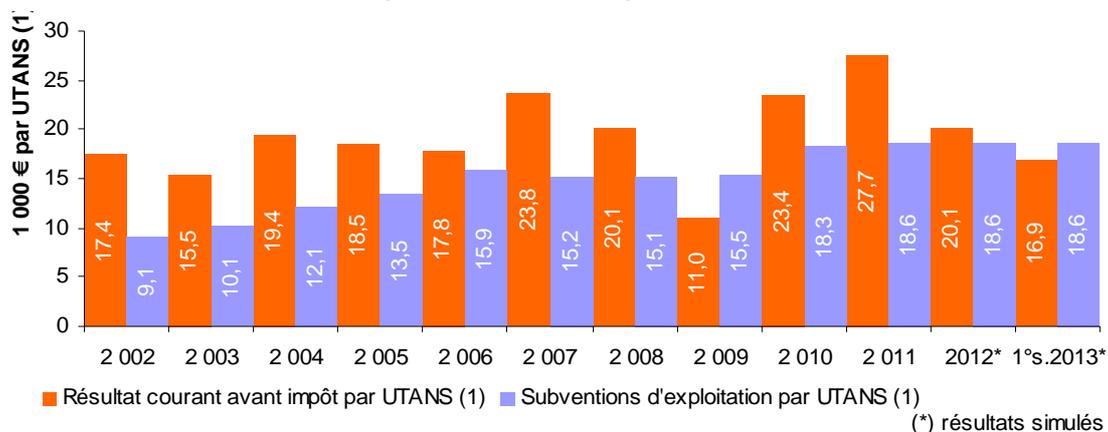
- Subventions d'exploitation
- Lait
- Autres produits
- Résultat courant avant impôt
- Intrants cultures
- Aliments du bétail achetés
- Autres consommations intermédiaires
- Amortissements
- Fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances, frais de personnel

(\*) résultats simulés

Source : RICA (SSP)

Graphique 100

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations laitières spécialisées**



(1) Unités de travail annuel non salariée = une personne employée à plein temps sur l'exploitation et non salariée.

Source : RICA (SSP)

## 4.2. Coût de production du lait de vache en élevage

### 4.2.1. Estimation du coût de production du lait de vache en élevage à partir de la comptabilité générale (RICA) des exploitations laitières spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : veaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

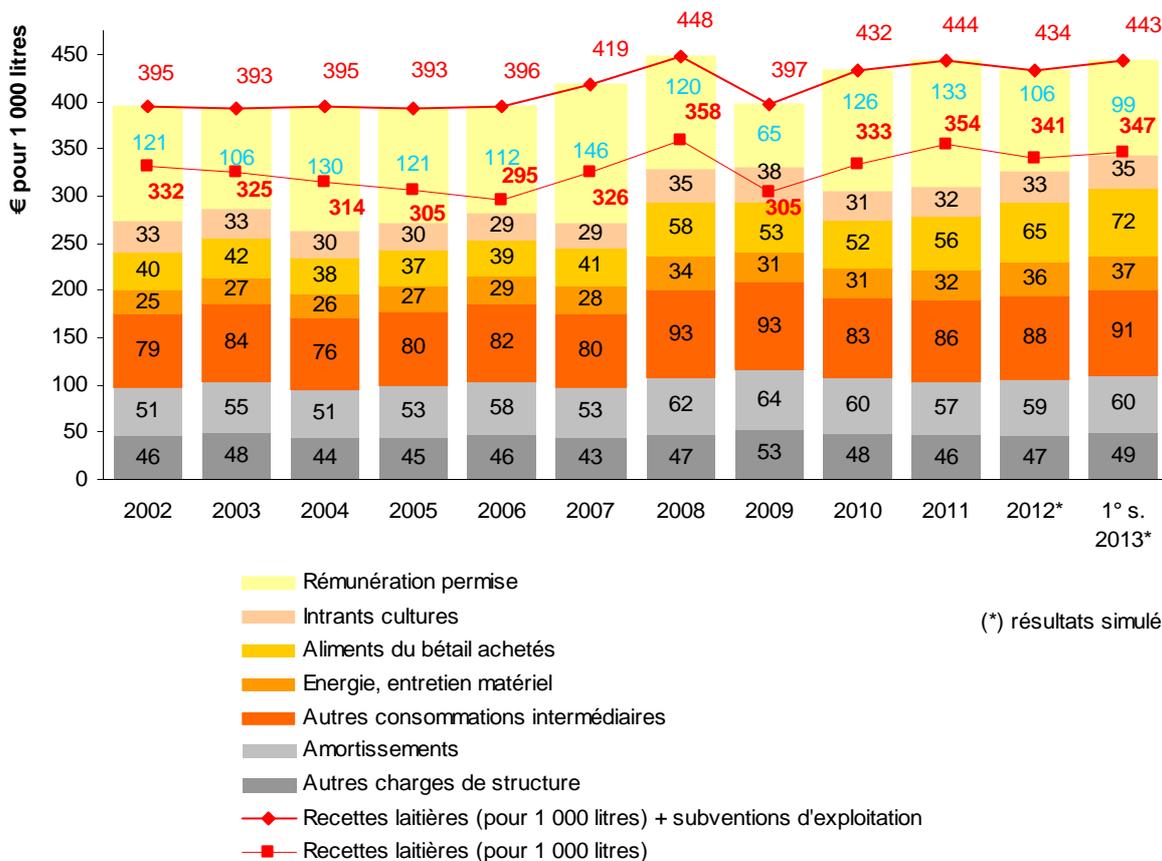
Le coût de production du lait, ainsi estimé, varie de 265 à 332 € pour 1 000 litres entre 2002 et 2011 ; il apparaît supérieur au prix du lait en 2009, entraînant une marge nette négative (- 27 €). Toutefois, les subventions d'exploitation permettent une rémunération de 59 euros pour 1 000 litres.

Les résultats 2012 et 2013 sont des simulations réalisées en appliquant toutes choses égales par ailleurs les évolutions des prix du lait et des aliments pour vaches laitières. La hausse des prix des aliments et la baisse du prix du lait par rapport à 2011 entraîne une hausse des coûts de production et une réduction de la rémunération permise (toujours en simulation toute choses égales par ailleurs).

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, veaux et vaches de réforme) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 101

**Coût de production du lait dans les exploitations laitières spécialisées**



Source : RICA (SSP)

(\*) résultats simulés

**4.2.2. Coût de production du lait de vache en élevage dans les systèmes de production laitière**

Cette estimation des coûts de production pour 1 000 litres de lait est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans quatre systèmes d'exploitation :

- « Bovins lait spécialisé de plaine » : les 138 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 pas d'atelier de transformation sont retenues,
- « Lait et cultures » : les 90 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique "Agriculture-élevage" (OTEX 81). Elles peuvent conduire un atelier complémentaire de production de viande bovine,
- « Lait et viande bovine » : les 114 exploitations de cet échantillon sont des exploitations laitières avec plus de 5 vaches allaitantes ou plus de 0,2 UGB allaitante par vache laitière. Seules les exploitations de l'orientation technico-économique bovins lait et viande situées en plaine ont été retenues ici,
- « Bovins lait spécialisé de montagne » : les 96 exploitations de cet échantillon relèvent de l'OTEX 41 et sont situées en zone de montagne. Les exploitations laitières de montagne ont des valorisations du lait très différentes entre montagnes de l'Est (bonne valorisation des produits d'AOP) et du Massif Central (moindre valorisation).

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage. Elles sont choisies pour présenter des structures de production anticipant celles d'une projection à 5 ans de l'évolution des exploitations de leur zone. Ces exploitations sont situées dans le quartile supérieur en termes de résultats économiques.

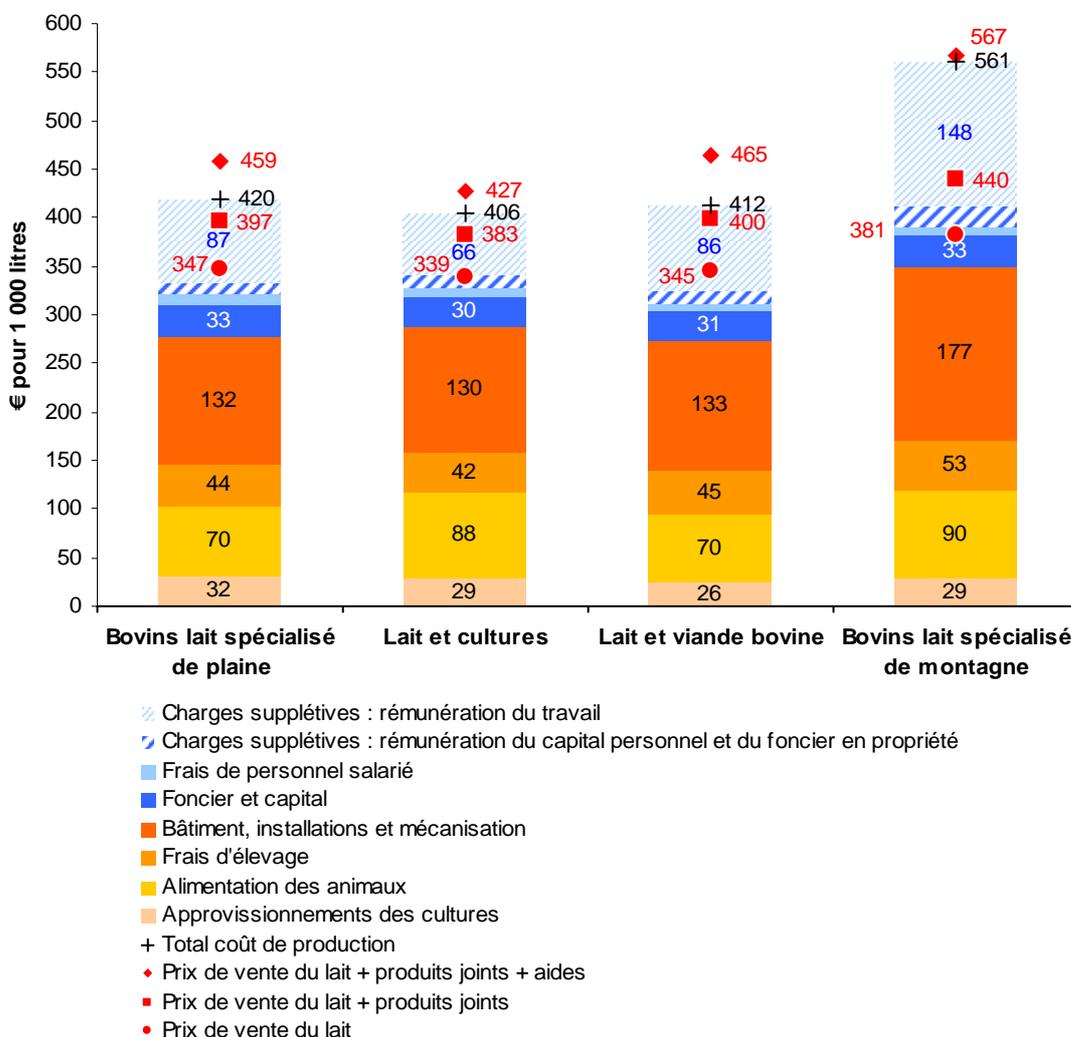
Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; elles intègrent notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

En outre, le coût des aliments des bovins laitiers issus des cultures de l'exploitation est constitué des charges de culture réellement engagées et des charges supplétives, desquelles sont déduites les subventions (DPU au prorata des hectares utilisés), ce coût n'est donc pas calculé en référence au prix de marché des céréales.

Selon les systèmes observés, en 2011, le produit total de l'atelier laitier (incluant les ventes de lait, les produits joints et les aides) est supérieur de 6 € à 53 € au coût de production de l'atelier (incluant la rémunération du travail de l'exploitant et de sa famille à 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre).

Graphique 102

### Coût de production moyen du lait avec charges supplétives dans différents systèmes de production laitière en 2011



Source : Institut de l'Elevage

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIERE LAITIERE

L'observatoire a confié au Service de la statistique et de la prospective (SSP) la réalisation d'une étude visant à connaître la **structure moyenne des charges dans les entreprises de transformation** laitière, en fonction **d'une typologie des entreprises fondée leur structure de fabrication laitière en PGC**, plus détaillée que celles des résultats publiées par l'INSEE (secteur transformation laitière considéré globalement) et le SSP (3 secteurs : dominante lait liquide et produits frais, dominante fromages, dominante beurre ).

La présente partie précise l'objet de l'étude, la méthode, ses limites et les résultats obtenus.

### 5.1. Objectifs, méthode et limites de l'étude des comptes des entreprises de transformation laitière

Dix groupes de produits laitiers fabriqués par la transformation laitière ont été constitués à partir de la nomenclature des produits laitiers de l'enquête PRODCOM (production commercialisée des IAA : ventes par produit, en valeur et quantité). Ces groupes de produits sont (libellé raccourci) :

01. Lait et crème de lait, non-concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
02. Lait et crème de lait, en poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides ;
03. Beurres, autres matières grasses du lait, pâtes à tartiner à base de produits laitiers ;
04. Fromages frais (de lactosérum inclus) non fermentés et caillebotte ;
05. Autres fromages (à l'exclusion des fromages fondus), râpés, en poudre, à pâtes persillées ;
06. Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre ;
07. Laits concentrés, non sucrés et autres laits concentrés ;
08. Lait caillé, crème caillée, yoghourts et autres produits fermentés ;
09. Babeurre dont en poudre, caséines, lactose, lactosérum, autres composants naturels du lait;
10. Glaces de consommation cacao.

Les valeurs et quantités de ces 10 groupes de produits commercialisés en 2011 par chaque entreprise du secteur des industries laitières (10.5. de la nomenclature des activités) ont été identifiées et la structure de fabrication de chaque entreprise en produits laitiers a été calculée (pourcentage en valeur et en quantité de chaque groupe de produits laitiers dans la production laitière totale de chaque entreprise).

Au moyen d'une méthode statistique de typologie automatique (classification ascendante hiérarchique), 9 types d'entreprises bien distincts ont été identifiés sur la base des structures de fabrications, dans lesquels ont été réparties les 246 entreprises du secteur (en 2011). Ces types d'entreprises sont les suivants :

- A : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 01 ;
- B : production majoritaire de produits du groupe 02, combinée aux groupes 01 et 09 ;
- C : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 03 ;
- E : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 05 ;
- F : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 06 ;
- H : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 08 ;
- I : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 09 ;
- J : fortement spécialisé dans la production de produits du groupe 10 ;
- K : production diversifiée, principalement en groupes 04 et 05, secondairement 01 et 08.

Les types d'entreprises spécialisées dans la production de produits laitiers ne correspondant pas ou mal à ceux suivis par l'observatoire sont exclus des analyses ; il s'agit des types B (poudres de lait), I (babeurres), J (production de glaces) et K (productions diversifiées).

Chaque type d'entreprises retenu a été scindé en **deux sous-types** en fonction de **l'appartenance** ou de **la non-appartenance** des entreprises **à un groupe**.

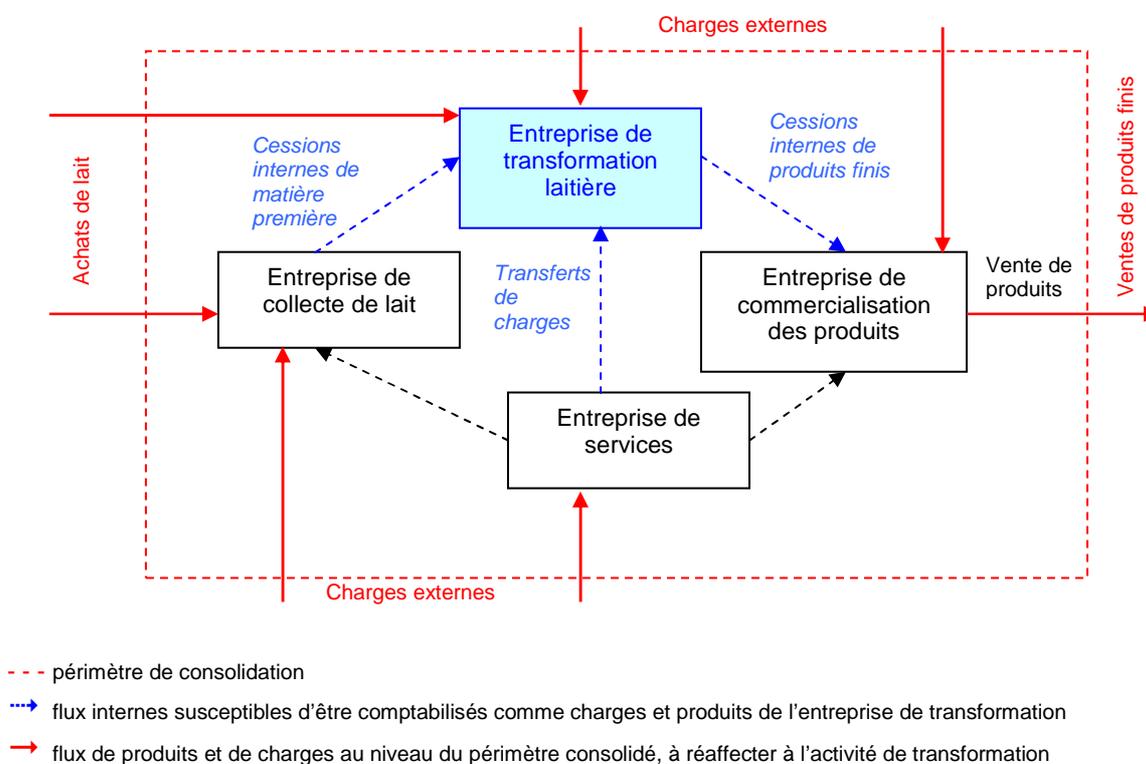
Ont été considérées comme « appartenant à un groupe » les entreprises, qui dans les résultats de l'enquête de l'INSEE sur les liaisons financières, sont répertoriées comme « tête de groupe » ou comme « contrôlées » (i.e. détenues directement ou indirectement par une tête de groupe).

Cette partition a pour but d'apprécier l'incidence du rattachement à un groupe sur les postes du compte de résultat. En effet, les comptes d'une entreprise de transformation laitière incluse dans un groupe sont susceptibles de retracer des flux de matière première, de produit, voire d'autres biens et services internes au groupe, par exemple : acquisition de matière première à une filiale du groupe chargée de la collecte laitière, vente de PGC à une filiale du groupe chargée de les commercialiser auprès des distributeurs, participation de l'entreprise à certaines charges du groupe, etc. Ces flux internes peuvent être comptabilisés à des prix de cessions internes ou de transfert éventuellement différents des prix de marché qui s'appliquent aux entreprises hors groupes.

A noter qu'idéalement, il faudrait disposer, pour les entreprises de transformation laitière incluses dans des groupes, de comptes consolidés, neutralisant les opérations de l'entreprise avec des filiales du groupe et ré-imputant à l'activité de transformation laitière sa quote-part de charges et de produits supportés par le groupe, selon le principe illustré par le schéma (très simplificateur) ci-après.

Schéma 19

### Représentation schématique des produits et charges dans un groupe



**Ce type de résultats économiques sectoriels, réévalués sur des unités ayant une pertinence économique** plus que juridique (la notion d'entreprise des statistiques actuelles est celle de « l'unité légale ») **sera disponible au terme de l'opération de « profilage » entreprise par l'INSEE**, Cf. : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/profilage.htm>.  
 et : <http://www.insee.fr/fr/insee-statistique-publique/colloques/acn/pdf13/texte-hecquet.pdf>

### Des premiers résultats dans les industries laitières devraient être disponibles courant 2014.

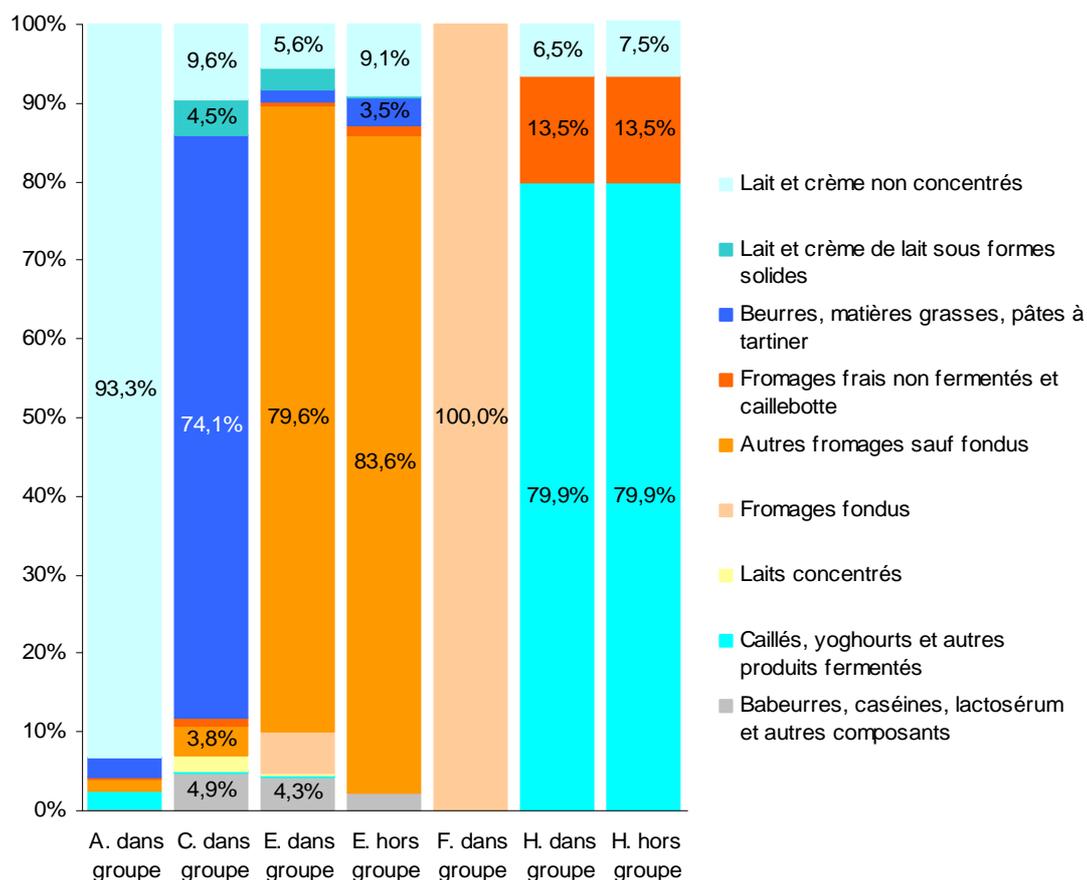
A noter toutefois que la forte interdépendance des différents types de produits laitiers dans les processus de transformation du lait (qui s'apparentent au « cracking » pétrolier), la coproduction systématique de coproduits joints à la fabrication des PGC, les multiples flux de matières qui en résultent au sein des unités de production d'un même groupe (Cf. Schéma 20) limiteront toujours la faisabilité et la signification des résultats de calculs analytiques au niveau de tel ou tel PGC particulier.

En outre, plusieurs partitions de type d'entreprises en « groupe » et « hors groupe » présentent un effectif trop faible, ou une concentration de l'activité sur une seule entreprise trop élevée pour que l'on puisse en publier les résultats. Ainsi, les données moyennes des entreprises « hors groupe » ne peuvent être diffusées que pour les types E (spécialisation en fromages autres que fondus) et H (spécialisation en yaourts, laits fermentés).

Le Graphique 103 présente la structure moyenne des fabrications laitières en 2011, par type d'entreprises.

Graphique 103

**Structure des fabrications laitières en valeur par type d'entreprises en 2011**



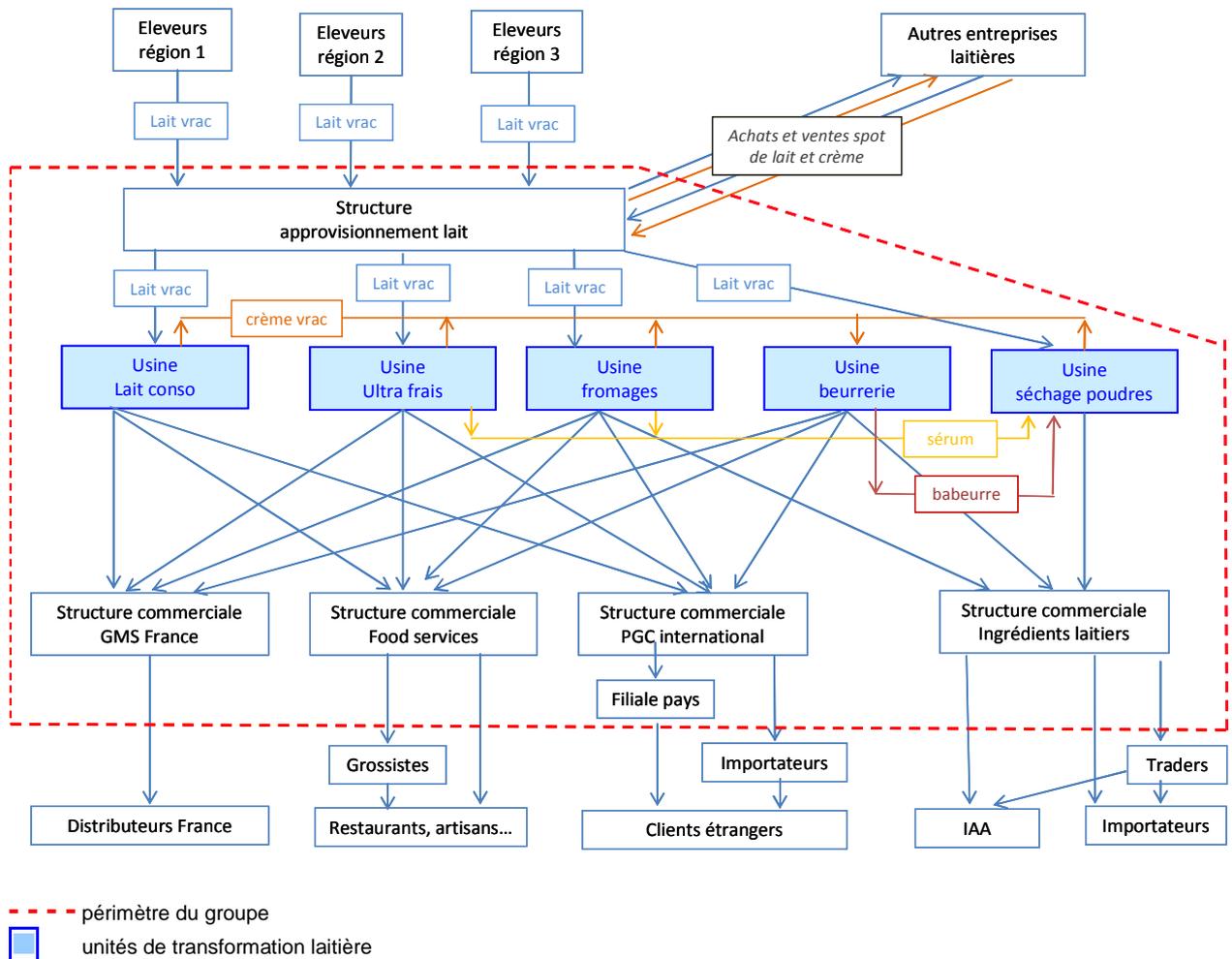
**Typologie des entreprises de transformation laitière selon leur structure de fabrication laitière, fabrication dominante :**

- A. Lait et crème de lait, non-concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
- C. Beurres, autres matières grasses du lait, pâtes à tartiner à base de produits laitiers ;
- E. Autres fromages (à l'exclusion des fromages fondus), râpés, en poudre, à pâtes persillées ;
- F. Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre ;
- H. Lait caillé, crème caillée, yoghourts et autres produits fermentés ;

Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Schéma 20

Schéma-type des flux de matières dans un groupe laitier



Source : ATLA, pour OFPM

Le schéma ci-dessus présente 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.

Le résultat comptable d'une usine dépend des prix de cession interne des matières premières laitières, des prix de cession internes des produits finis et des prix de cession interne des coproduits (crème, sérum, babeurre) entre usines. Ces prix de cession internes dépendent des conventions comptables définies dans le groupe.

Bien qu'en règle générale, les prix de cessions internes sont définis en référence aux **prix de marché** du produit (s'ils existent) ou en référence à ses **coûts de production**, l'information sur les coûts de fabrication d'un type de produit laitier donnée par les résultats comptables des entreprises de transformation spécialisées dans ce type de produit laitier est dépendante des systèmes de prix internes appliqués par ces entreprises.

## 5.2. Comptes de résultat moyens des types d'entreprises de transformation laitière

Les charges en matières premières (auxquelles sont rattachés les achats de marchandises et certains autres approvisionnements) représentent entre les deux tiers et les trois quarts de la valeur du produit total dans tous les types d'entreprises, à l'exception de celles du type H (fabrication de yaourts) appartenant à des groupes.

Dans ce type d'entreprise (H - fabrication de yaourts – appartenant à un groupe), le rapport matières premières sur produit se situe entre 50% et 55% (Graphique 109), contribuant à un taux de valeur ajoutée plus élevé que dans les autres orientations de fabrications, et le résultat courant rapporté au produit présente les valeurs moyennes annuelles les plus élevées (à l'exception du type C – Beurre – appartenant à un groupe, mais en 2010 uniquement)

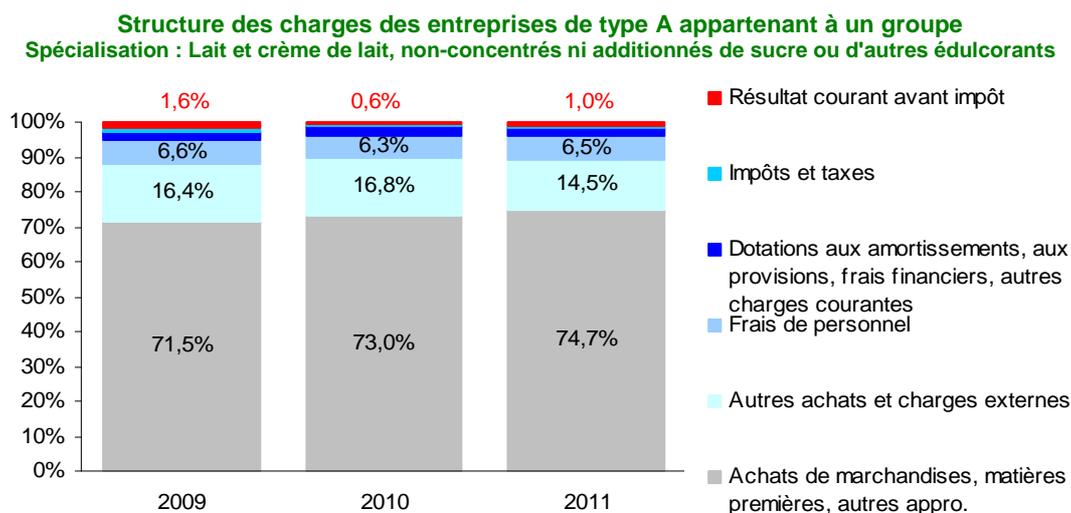
A noter que les entreprises productrices de yaourts (type H) mais ne relevant pas d'un groupe, (Graphique 110) présentent une structure de compte très différentes des précédentes, dont des taux de résultat courant nettement plus faibles. Il s'agit d'un petit nombre d'entreprises, de taille plus modeste que les précédentes dans lesquelles se trouvent les producteurs des grandes marques nationales.

L'ensemble des entreprises du type E, orientées dans la production de fromages (hors fondus et hors frais), a pu être également subdivisé en fonction de l'appartenance ou non à un groupe : la catégorie hors groupe (Graphique 107) se caractérise par des taux de résultat courant plus élevés : il s'agit d'entreprises plus petites, dont bon nombre de fabricants situés en zones de production de fromages d'appellation d'origine protégée bien valorisés.

Le poids des frais de personnel apparaît un peu plus important dans la catégorie hors groupe et, en corollaire, celui de la matière première est un peu plus faible : au total, ceci se résume par un taux de valeur ajoutée plus élevé.

Le type C – fabrication de beurre (Graphique 105), dans lequel les contraintes de secret statistique ne permettent pas de diffuser les résultats des quelques entreprises hors groupe, est caractérisé par une structure de compte variable essentiellement en fonction du poids, lui même variable des matières premières. Ainsi, en 2010, le poids de la matière première descend à 74% de la valeur des produits, ce qui permet la formation d'un résultat courant, rapporté au CA, nettement supérieur à celui des autres années (9,6%). Les matières premières inscrites en charges dans les comptes de ces entreprises incluses dans des groupes et fabriquant du beurre sont principalement des cessions internes de crème et de beurre industriels.

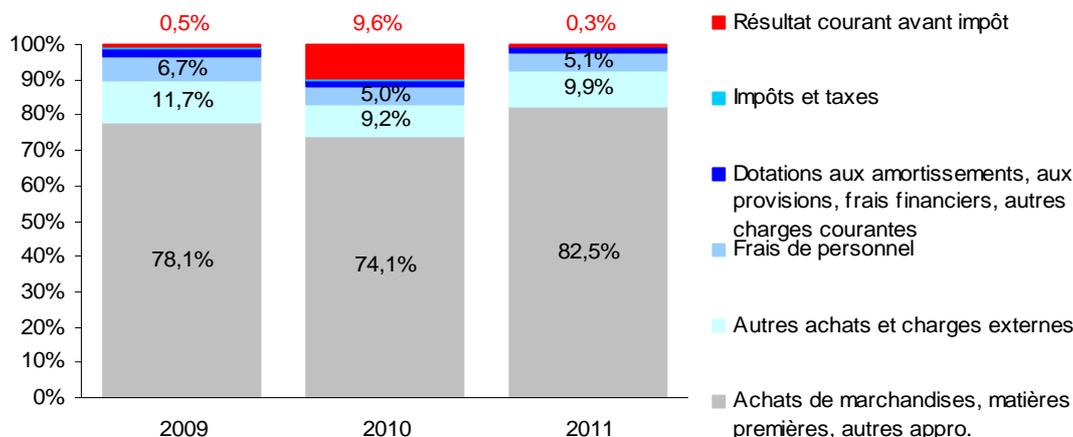
Graphique 104



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 105

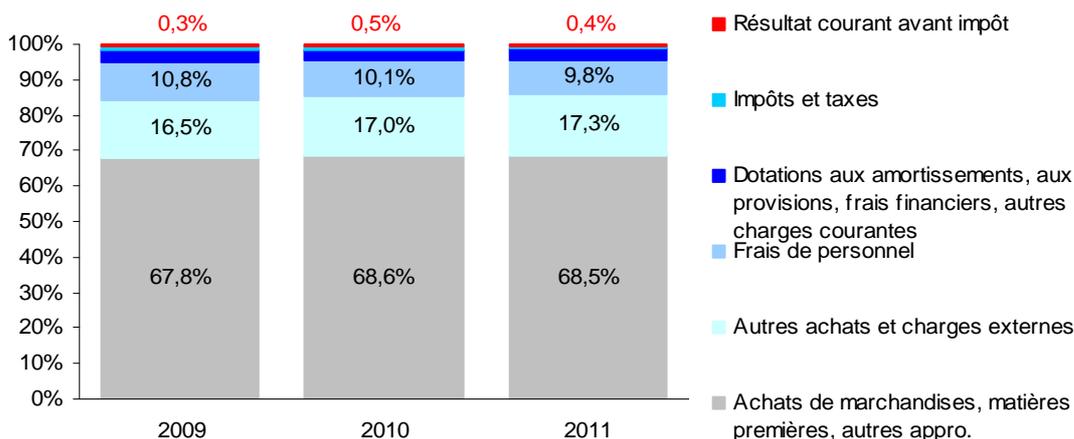
**Structure des charges des entreprises de type C appartenant à un groupe**  
**Beurres, autres matières grasses du lait, pâtes à tartiner à base de produits laitiers**



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 106

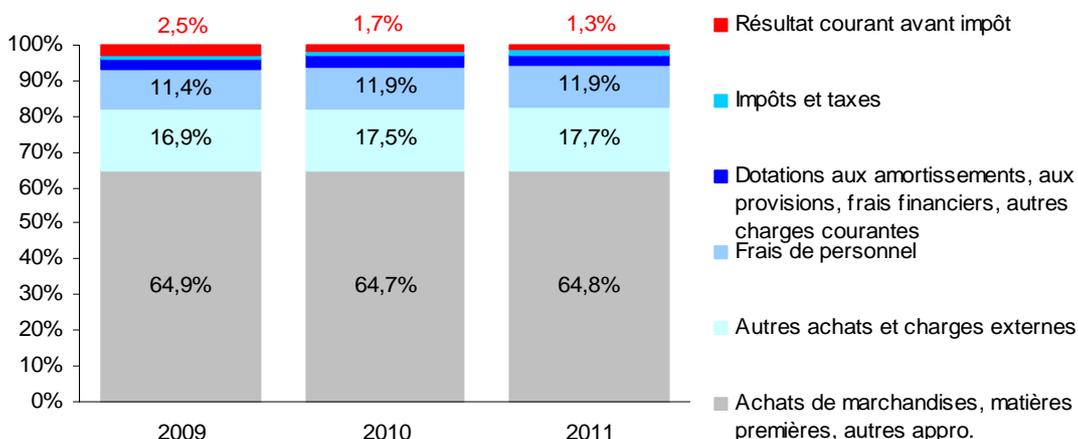
**Structure des charges des entreprises de type E appartenant à un groupe**  
**Autres fromages (à l'exclusion des fromages fondus), râpés, en poudre, à pâtes persillées**



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

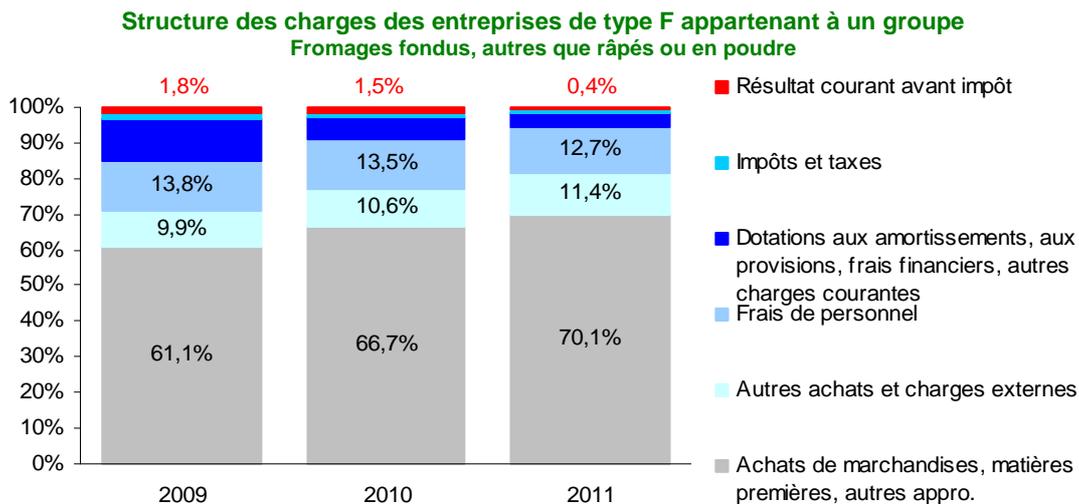
Graphique 107

**Structure des charges des entreprises de type E hors groupe**  
**Autres fromages (à l'exclusion des fromages fondus), râpés, en poudre, à pâtes persillées**



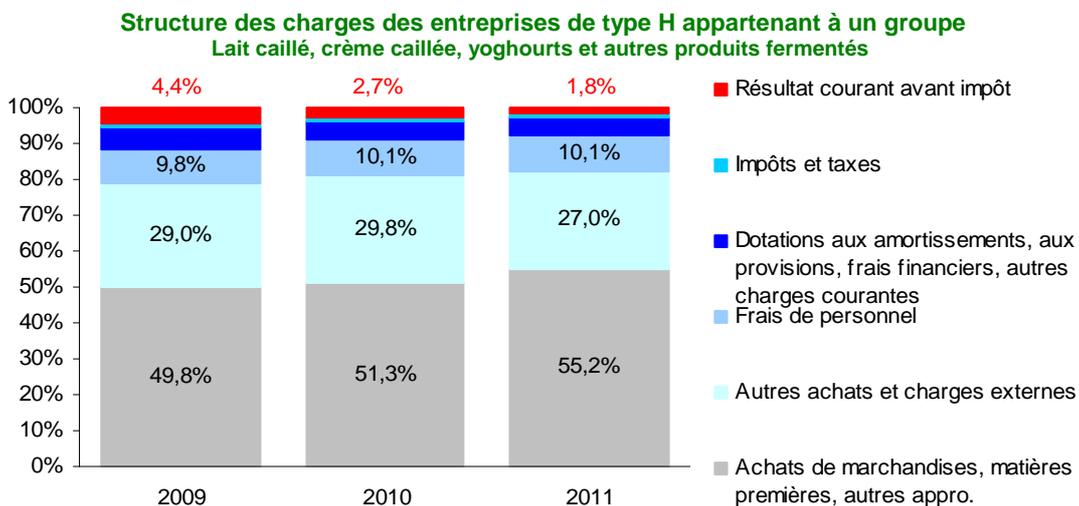
Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 108



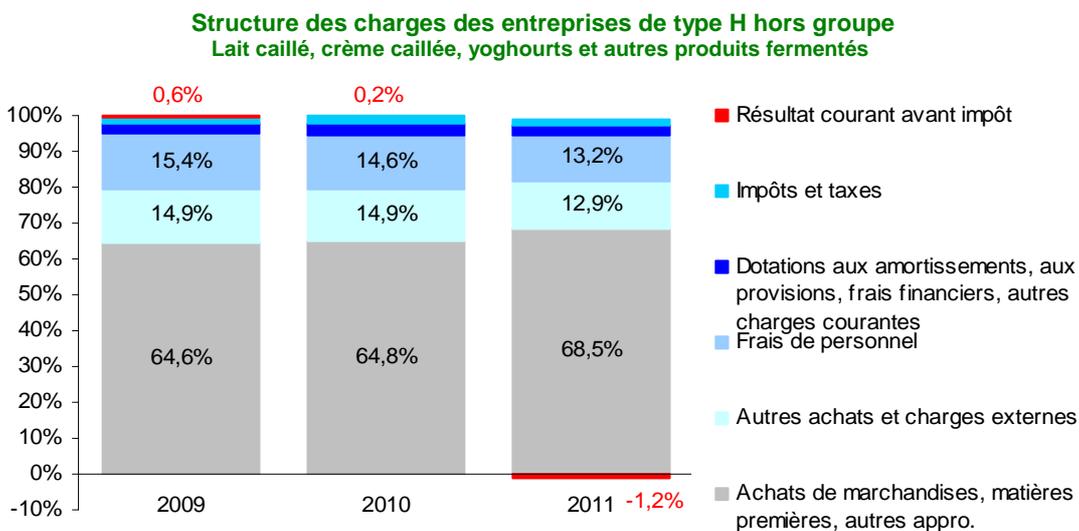
Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 109



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

Graphique 110



Source : SSP, traitements des données des enquêtes ESANE (INSEE) et PRODCOM (SSP)

## 6. COMPTES DU RAYON DES PRODUITS LAITIERS DES GMS

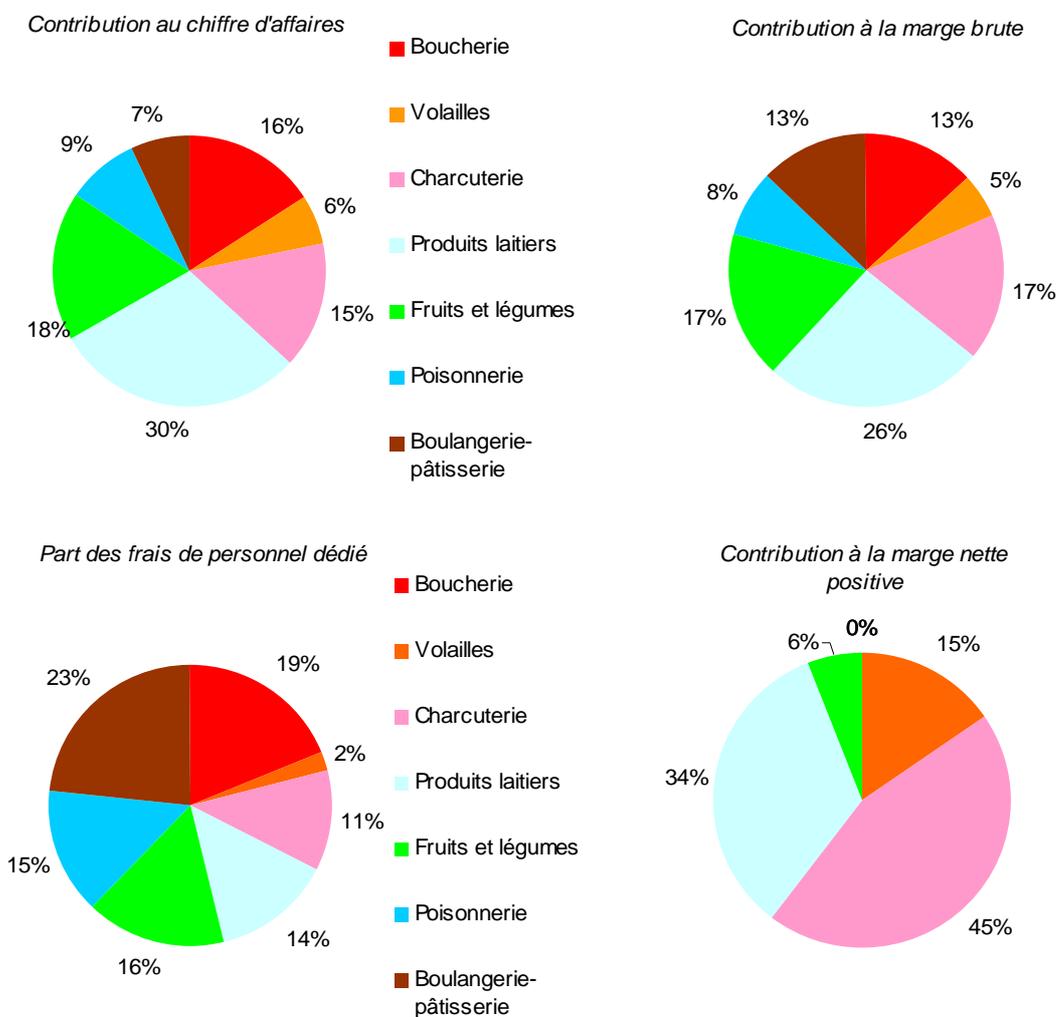
La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

### 6.1. Le rayon produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon produits laitiers représente 30 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 26 % de leur marge brute, 14 % de leurs frais de personnels dédiés et 34 % de la marge nette des rayons à marge nette positive en moyenne (boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie exclues), ce situant pour ce dernier critère en 2<sup>ème</sup> position après le rayon charcuterie.

Graphique 111

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

## 6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon produits laitiers

Tableau 17

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon 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                               | 74,1                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,9</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 4,1                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>21,8</b>                              |   |
| Autres charges   | 18,1                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>3,7</b>                               |   |
| Impôt sur les sociétés   | 1,3                                      |   |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>2,4</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 2,2 € (*) de la marge nette moyenne de 2,4 €. |

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

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon produits laitiers, les enseignes de GMS interrogées dégagent en moyenne 26 € de marge brute, les achats de produits laitiers représentant 74 €.

Les frais de personnel dédié au rayon sont liés au réassortiment, à la vente assistée à la coupe ou à la préparation d'UVCM dans certains points de vente (fromages coupés et préemballés) ; ils représentent 4 € pour 100 € de chiffre d'affaires, taux en moyenne plus faible que dans les autres rayons, avec toutefois une certaine dispersion selon les enseignes traduisant la présence ou non de rayons à la coupe et la préparation d'UVCM. La marge « semi-nette » est de 22 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires, identique au niveau moyen observé dans les rayons fruits et légumes. Elle est grevée par d'autres charges réparties, à hauteur de près de 18 €, incluant la consommation d'énergie, le rayon étant en partie réfrigéré. D'où une marge nette moyenne de moins de 2,4 € pour 100 € de ventes, au 3<sup>e</sup> rang des rayons étudiés (derrière les rayons charcuterie et volailles). Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts entre les 7 enseignes interrogées : de 1 à 5 environ en se fondant sur l'écart moyen.

## 6.3. Détail des charges du rayon produits laitiers

Tableau 18

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitier

|  |  | Produits<br>laitiers |
|--|--|----------------------|
| Charges<br>directes du<br>rayon            | Frais de personnel du rayon  | 4,1                  |
|  | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon     | 0,0                  |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                                | 0,6                  |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon        | 0,5                  |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon              | 0,4                  |
|  | <b>Sous-total : charges directes du rayon</b>                      | <b>5,6</b>           |
| Charges<br>communes<br>réparties           | Immobilier   | 1,9                  |
|  | Personnel hors-rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 5,2                  |
|  | Frais financiers   | 0,6                  |
|  | Autres charges communes réparties                                  | 8,9                  |
|  | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>                     | 1,3                  |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                     | <b>17,9</b>          |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |  | <b>23,6</b>          |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 5,6 € de charges directes dont 4 € de frais de personnel dédié auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 17,9 €.

Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes réparties dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau.

Soit au total près de 24 € pour 100 € de chiffre d'affaires, après affectation de l'IS.

## 7. LA TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIERE LAITIERE

### 7.1. Transmission des coûts aux différents stades de la filière : exemple du lait UHT ½ écrémé

On compare les prix observés à différents stades dans la filière (prix à la production agricole, prix industriel et prix au détail en GMS) avec des prix simulés, toutes choses égales par ailleurs, tels que, par rapport à une période de référence :

- le prix du lait simulé à la production agricole assure une marge sur consommations intermédiaires égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'indice de prix du produit intérieur brut (PIB), pris comme indicateur d'évolution des autres charges à couvrir ;
- le prix du PGC simulé à la sortie de l'industrie assure une marge brute sur achats de lait égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'indice de prix du PIB ;
- le prix du PGC simulé au détail en GMS assure une marge brute (commerciale) en GMS égale à la valeur observée en période de référence majorée par l'indice de prix du PIB.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant le niveau des marges que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'IPAMPA lait de vache, pour le prix des consommations intermédiaires en élevage (source : Institut de l'élevage) ;
- l'IPPAP lait de vache, pour le prix du lait à la production agricole (source : INSEE) ;
- l'indice des prix du lait UHT sortie usine (source : prix fournis par l'INSEE à l'observatoire) ;
- l'indice des prix du lait UHT en GMS (source : Kantar Worldpanel) ;
- l'indice des prix à la consommation (IPC) pour intégrer l'inflation<sup>47</sup>.

Les coefficients techniques rapportant les coûts au produit sont issus du RICA (pour le stade de la production agricole) et du modèle « observatoire » de calcul du coût de la matière première du lait UHT dans l'industrie (intégrant la valorisation des coproduits et la gestion des excédents).

Pour un stade donné, le prix simulé à une date (mois)  $P_{St}$  donnée est donc égal à la marge brute de référence  $MB_R$  + le coût en consommations intermédiaires (ou en matière première) à la date  $t$ ,  $C_t$  :

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

La marge brute de référence  $MB_R$  évolue au cours du temps, elle est la différence entre le prix du produit en période de référence,  $P_0$ , moins le coût en consommation intermédiaires (ou en matière première) à cette même période  $C_0$ , augmentée dans la même proportion que l'évolution du prix du PIB entre la période de référence et la date en cours (rapport  $PIB_t$  sur  $PIB_0$ ) :

$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{PIB_t}{PIB_0}$$

Le coût en consommation intermédiaires (ou en matière première) à chaque période est considéré comme n'évoluant que sous l'effet de l'évolution des prix de la matière première (ou des consommations intermédiaires, s'agissant de l'élevage). Il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de cette matière première (ou des consommations intermédiaires, en élevage) entre la période de référence et la date en cours (rapport  $IPMP_t$  sur  $IPMP_0$  des indices de prix de la matière première (ou des consommations intermédiaires) pour le stade considéré) :

$$C_t = C_0 \frac{IPMP_t}{IPMP_0}$$

d'où le prix simulé :

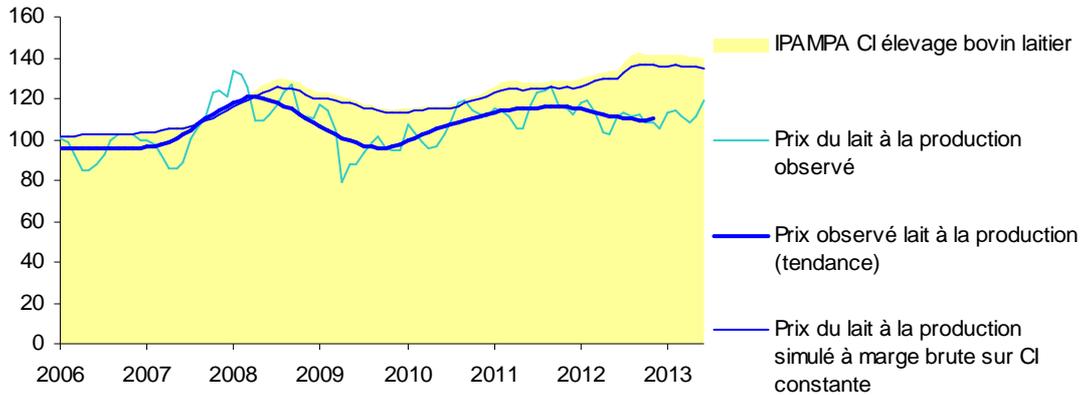
$$P_{St} = P_0 \frac{PIB_t}{PIB_0} + C_0 \left( \frac{IPMP_t}{IPMP_0} - \frac{PIB_t}{PIB_0} \right)$$

<sup>47</sup> l'IPC pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles ; cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

Le Graphique 112 illustre la déconnexion du prix du lait à la production avec les coûts de production, particulièrement depuis 2009. A noter que la simulation est faite sur le prix du lait, et non sur la recette unitaire laitière au litre (telle que considérée plus haut, dans l'étude des coûts de production du lait, partie 4), laquelle intégrerait alors les subventions (dont l'aide laitière), ce qui atténuerait la déconnexion. La tendance d'évolution (moyenne mobile centrée sur le milieu d'année) du prix réel du lait est présentée afin de comparer le prix simulé avec un prix réel désaisonnalisé.

Graphique 112

**Relation entre coût de production et prix du lait à la production agricole**

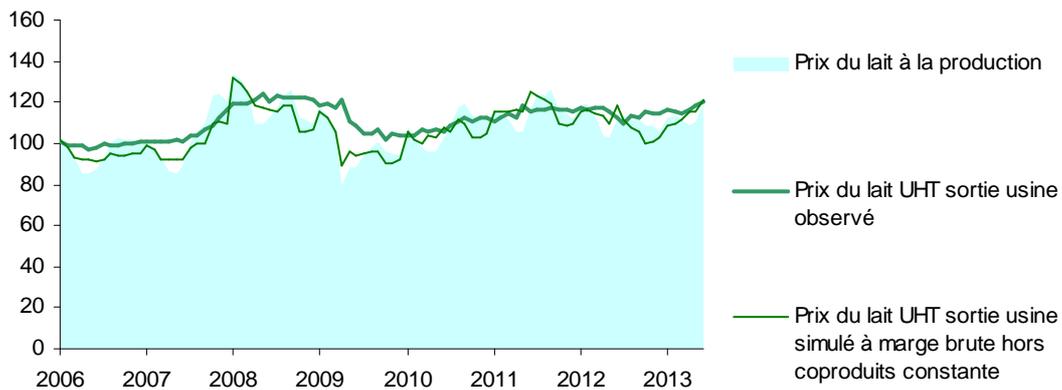


Sources : INSEE, Institut de l'élevage. Calculs OFPM

Le Graphique 113 indique que les évolutions du prix de production du lait UHT dans l'industrie ne sont pas déconnectées de celles du prix du lait à la production et des autres charges (dont l'évolution est ici simulée sur la base de l'IPC, ce qui sous-estime peut-être les évolutions réelles des charges dans l'industrie), de façon amortie lors de la phase de forte baisse des prix amont en 2009.

Graphique 113

**Relation entre prix du lait à la production agricole et prix du lait UHT sortie industrie**

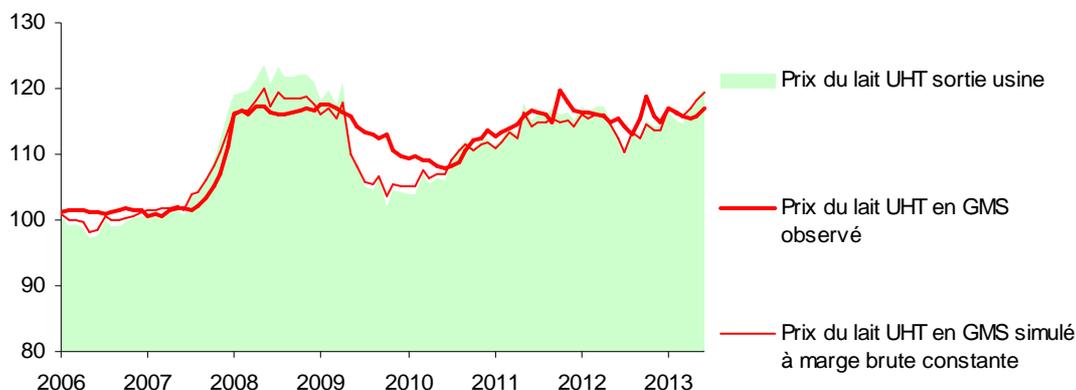


Sources : INSEE, Institut de l'élevage. Calculs OFPM

Le Graphique 114 montre que les évolutions du prix du lait UHT au détail dans les GMS suivent celles de leur prix d'achat aux industriels et de leurs autres charges (dont l'évolution est ici simulée sur la base de l'IPC, ce qui sous-estime peut-être les évolutions réelles des charges dans le secteur), de façon également amortie lors de phase de baisse des prix en 2009.

Graphique 114

**Relation entre prix du lait UHT sortie industrie et prix du lait UHT au détail en GMS**



Sources : INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel. Calculs OFPM

**7.2. Relation entre prix du lait à la production et prix au détail : comparaison France-Allemagne pour quelques PGC**

Suite à une demande formulée en séance du groupe de travail « produits laitiers » de l'observatoire, on propose ici **une comparaison de la relation existant entre prix au détail de quelques PGC et prix à la production en France et en Allemagne.**

Compte tenu de la nature différente des choix industriels, des circuits de distribution et des produits de consommation et des réglementations nationales sur ces produits en France et en Allemagne, **la comparaison ne porte pas sur le niveau des prix eux-mêmes mais uniquement sur la liaison entre prix amont et prix aval.**

Les PGC pris en compte sont le lait UHT ½ écrémé, l'emmental et le beurre en plaquette vendus en libre-service. Sous contrainte de données disponibles, mais surtout du fait des différences de nature, entre la France et l'Allemagne, des produits proposés au détail et des circuits de commercialisation, les caractéristiques des produits comparés ne sont pas identiques dans ces deux pays :

Tableau 19

**Caractéristiques des produits comparés**

| Type de produit comparé | Caractéristiques du produit comparé        |  |
|-------------------------|--|--|
|                         | En Allemagne                               | En France                              |
| Lait ½ écrémé UHT (LS)  | Circuit : GMS dont maxidiscompte           | Circuit : GMS hors maxidiscompte       |
|                         | Présentation : principalement boîte carton | Présentation : boîte carton, bouteille |
| Emmental (LS)           | Circuit : GMS dont maxidiscompte           | Circuit : GMS hors maxidiscompte       |
| Beurre plaquette (LS)   | Circuit : GMS dont maxidiscompte           | Circuit : GMS hors maxidiscompte       |

Ces caractéristiques différentes vont expliquer une grande partie des différences observées entre France et Allemagne dans la relation des prix aval avec le prix amont.

### 7.2.1. Lait UHT

Les graphiques suivants montrent qu'en Allemagne, le prix au détail du lait UHT est très fortement lié de façon linéaire au prix à la production, ce qui se constate visuellement sur le Graphique 115 et est confirmé par la valeur élevée du « coefficient de détermination »  $R^2$  (80%), sur le Graphique 117. Une analyse statistique de la liaison montre en outre que la différence entre le prix au détail et le prix à la production varie autour d'une tendance constante (régime de marge constante)<sup>48</sup>.

Cette forte liaison des prix amont et aval en Allemagne est explicable par :

- le poids du maxidiscompte, qui commercialise des produits plutôt « basiques », aux conditionnements peu élaborés (boîte en carton), d'où un rapport plus direct du prix du produit final avec la valeur de la matière première ;
- le positionnement de l'industrie laitière allemande sur ce type de produit, à moindre valeur ajoutée, contrairement à l'orientation du secteur en France ;
- le système de négociation des prix entre industriels et distributeurs, dans lequel interviennent des références aux prix à la production.

En France (Graphique 115, Graphique 117), la liaison entre prix à la production et prix du lait UHT n'est clairement pas linéaire ( $R^2$  faible), les prix au détail ne reproduisent que de façon amortie les évolutions du prix amont, la forte hausse de ce dernier en 2007 étant toutefois nettement répercutée par l'aval.

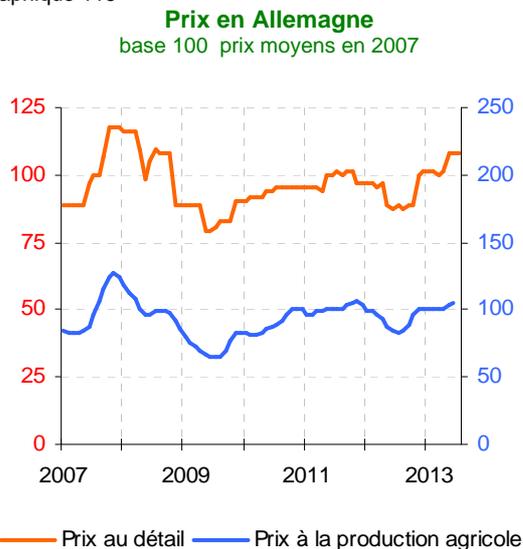
Cette liaison entre prix du lait à la production et prix du lait UHT au détail, moins directe en France qu'en Allemagne, tient certes en partie au fait que les prix au détail français suivis ici sont ceux observés en GMS hors maxidiscompte, soit des prix en niveau plus élevés que les références suivies en Allemagne, donc relativement moins sensibles aux variations du prix amont.

Mais intervient aussi le positionnement plus marqué de l'industrie laitière française sur des laits de gamme supérieure et en conditionnements plus élaborés. La valeur ajoutée accroît ainsi logiquement la distance entre le produit final et sa matière première.

A noter que le prix à la production apparaît plus fortement variable d'une année à l'autre en Allemagne qu'en France, il est en revanche plus « lissé » sur chaque campagne (moins de variation saisonnière).

#### Prix du lait à la production agricole et prix du lait UHT ½ écrémé à 1,5% de MG au détail

Graphique 115



Graphique 116



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

<sup>48</sup> Si la liaison de long terme entre le prix au détail et le prix à la production est linéaire, telle que :

$$[Prix\ détail] = a [Prix\ production] + b$$

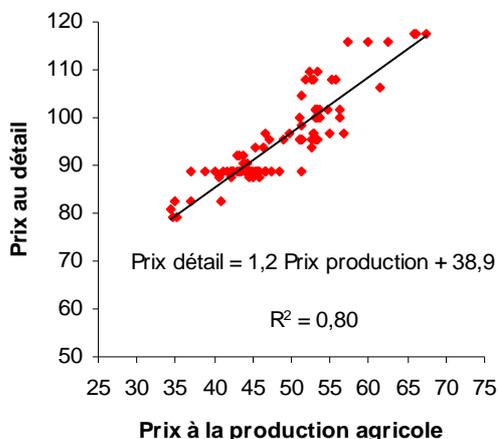
et si le coefficient  $a$  est non significativement différent de 1, alors la différence entre les deux prix tend à être constante et égale à  $b$ .

**Corrélation linéaire entre prix du lait à la production agricole et prix du lait UHT ½ écrémé au détail**

Graphique 117

**Corrélation des prix en Allemagne**

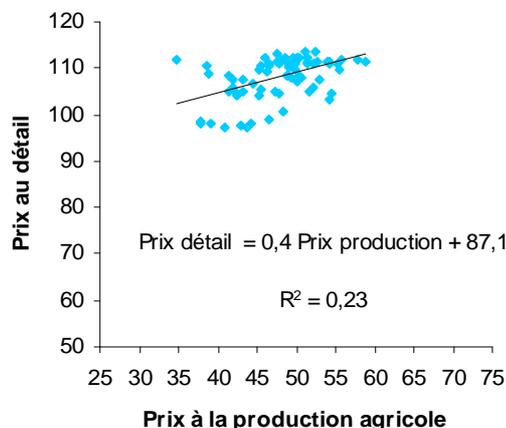
base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007 (\*)



Graphique 118

**Corrélation des prix en France**

base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007 (\*)



(\*) base d'indice telle que le rapport des indices de chaque prix est égal au rapport des prix eux-mêmes, condition nécessaire pour retrouver la corrélation entre les 2 prix.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

Le tableau ci-après montre la plus forte variabilité des prix allemands, tant à la production qu'au détail (dont le lait UHT), comparée à celle des prix français.

Tableau 20

**Variabilité des prix des produits laitiers en France et en Allemagne**  
**Coefficient de variation (\*) sur 2007- mi 2013**

|  | France | Allemagne |
|--|--------|-----------|
| Lait UHT demi-écrémé au détail             | 4,1%   | 9,5%      |
| Beurre en plaquette au détail              | 5,5%   | 17,8%     |
| Emmental, morceau, libre-service au détail | 3,7%   | 8,5%      |
| Prix du lait taux réel à la ferme          | 10,2%  | 14,4%     |

(\*) rapport, en pourcentage, de l'écart-type à la moyenne des prix sur la période 2007- mi 2013. L'écart-type est un indicateur usuel de dispersion (égal à la racine carrée de la moyenne des carrés des écarts à la moyenne). Plus le coefficient de variation est élevé et plus la valeur varie autour de sa moyenne.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

**7.2.2. Emmental**

Pour l'emmental, le lien linéaire entre prix amont et prix aval est très faible (Allemagne) à faible (France) dans les deux pays. Interviennent ici dans la déconnexion entre prix amont et prix aval dans les deux pays, la fixation des prix dans le cadre de contrat annuels entre industriels et distributeurs, le caractère stockable du produit et l'importance de la valorisation du lactosérum, coproduit de l'emmental, dans le coût de revient de la fabrication.

On notera toutefois que faible corrélation linéaire ne veut pas nécessairement dire absence de toute liaison entre les prix amont et aval, notamment à certaines périodes : en Allemagne, par exemple, la forte hausse de prix du lait à la production fin 2007 est quasi intégralement transmise à l'aval ; en revanche, la baisse dans la période suivante est répercutée avec retard.

Le Tableau 20 montre la plus forte variabilité du prix de l'emmental au détail et du prix de la matière première en Allemagne.

### Prix du lait à la production agricole et prix de l'emmental au détail

Graphique 119

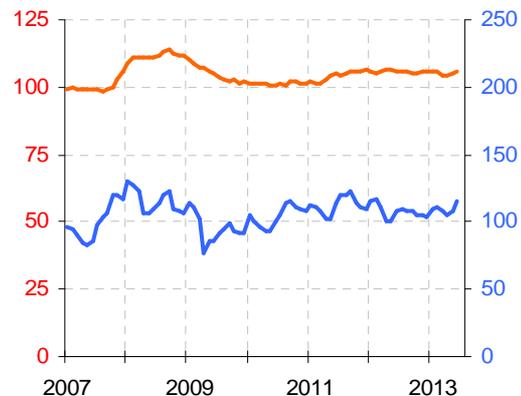
**Prix en Allemagne**  
base 100 : prix moyens en 2007



— Prix au détail — Prix à la production agricole

Graphique 120

**Prix en France**  
base 100 : prix moyens en 2007



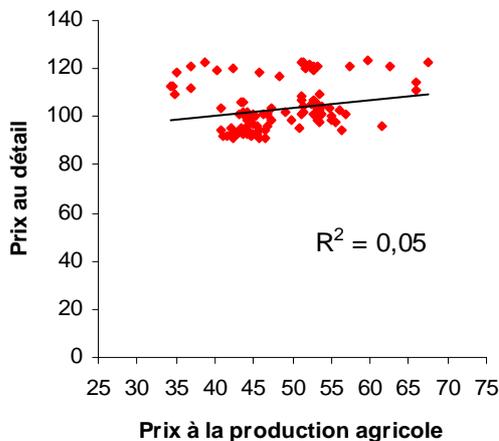
— Prix au détail — Prix à la production agricole

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

### Corrélation linéaire entre Prix du lait à la production agricole et prix de l'emmental au détail

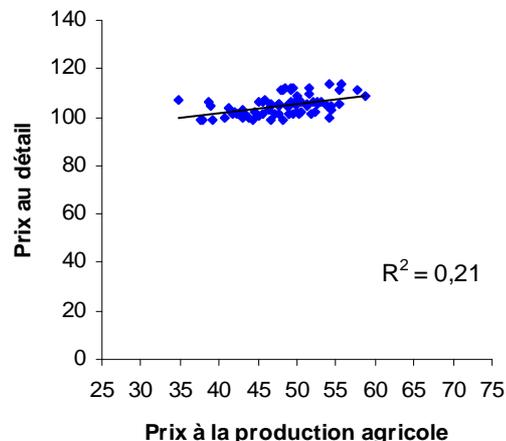
Graphique 121

**Corrélation des prix en Allemagne**  
base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007



Graphique 122

**Corrélation des prix en France**  
base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007



(\*) base d'indice telle que le rapport des indices de chaque prix est égal au rapport des prix eux-mêmes, condition nécessaire pour retrouver la corrélation entre les 2 prix.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

#### 7.2.3. Beurre plaquette

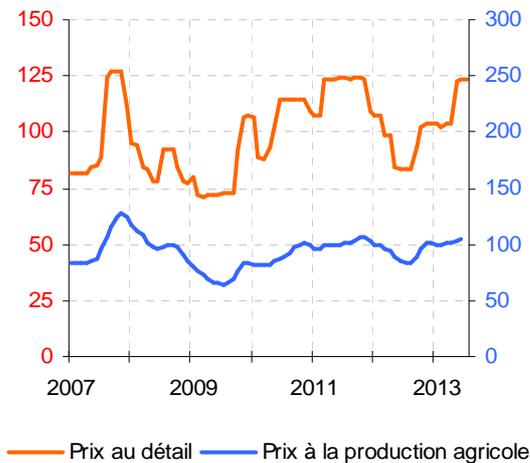
Pour les plaquettes de beurre de 250 g, le lien linéaire entre prix amont et prix aval très moyennement marqué dans les deux pays ( $R^2 \approx 0,5$ ). Les fortes variations des prix de la matière première laitière en Allemagne sont toutefois directement transmises, voire amplifiées, dans les prix de détail. Le poids du maxidiscounte dans la distribution allemande peut là aussi expliquer en partie ces fortes variations des prix au détail.

Le Tableau 20 (page précédente) montre la plus forte variabilité du prix du beurre au détail et du prix de la matière première en Allemagne.

**Prix du lait à la production agricole et prix du beurre plaquette 250 g au détail**

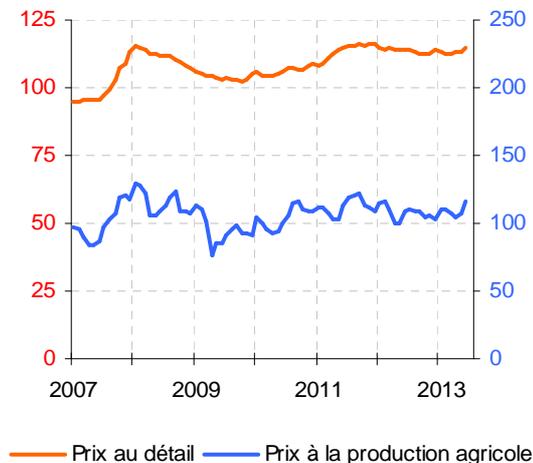
Graphique 123

**Prix en Allemagne**  
base 100 prix moyens en 2007



Graphique 124

**Prix en France**  
base 100 prix moyens en 2007

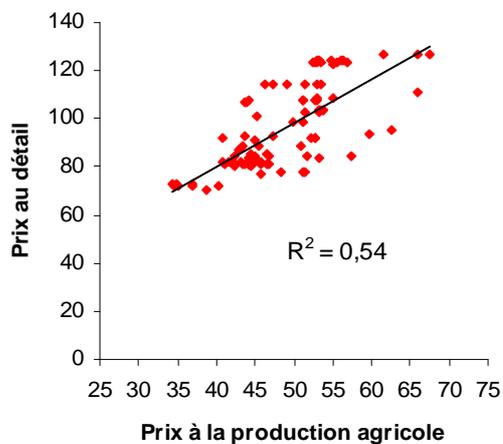


Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

**Corrélation linéaire entre Prix du lait à la production agricole et prix du beurre plaquette 250g au détail**

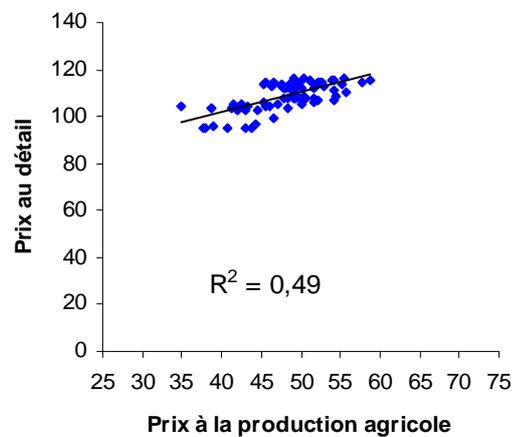
Graphique 125

**Corrélation des prix en Allemagne**  
base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007



Graphique 126

**Corrélation des prix en France**  
base 100 pour prix production et détail :  
prix moyen au détail en 2007



(\*) base d'indice tel que le rapport des indices de chaque prix est égal au rapport des prix eux-mêmes, condition nécessaire pour retrouver la corrélation entre les 2 prix.

Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel, Panel GfK, ZMB, BMELV-Statistik

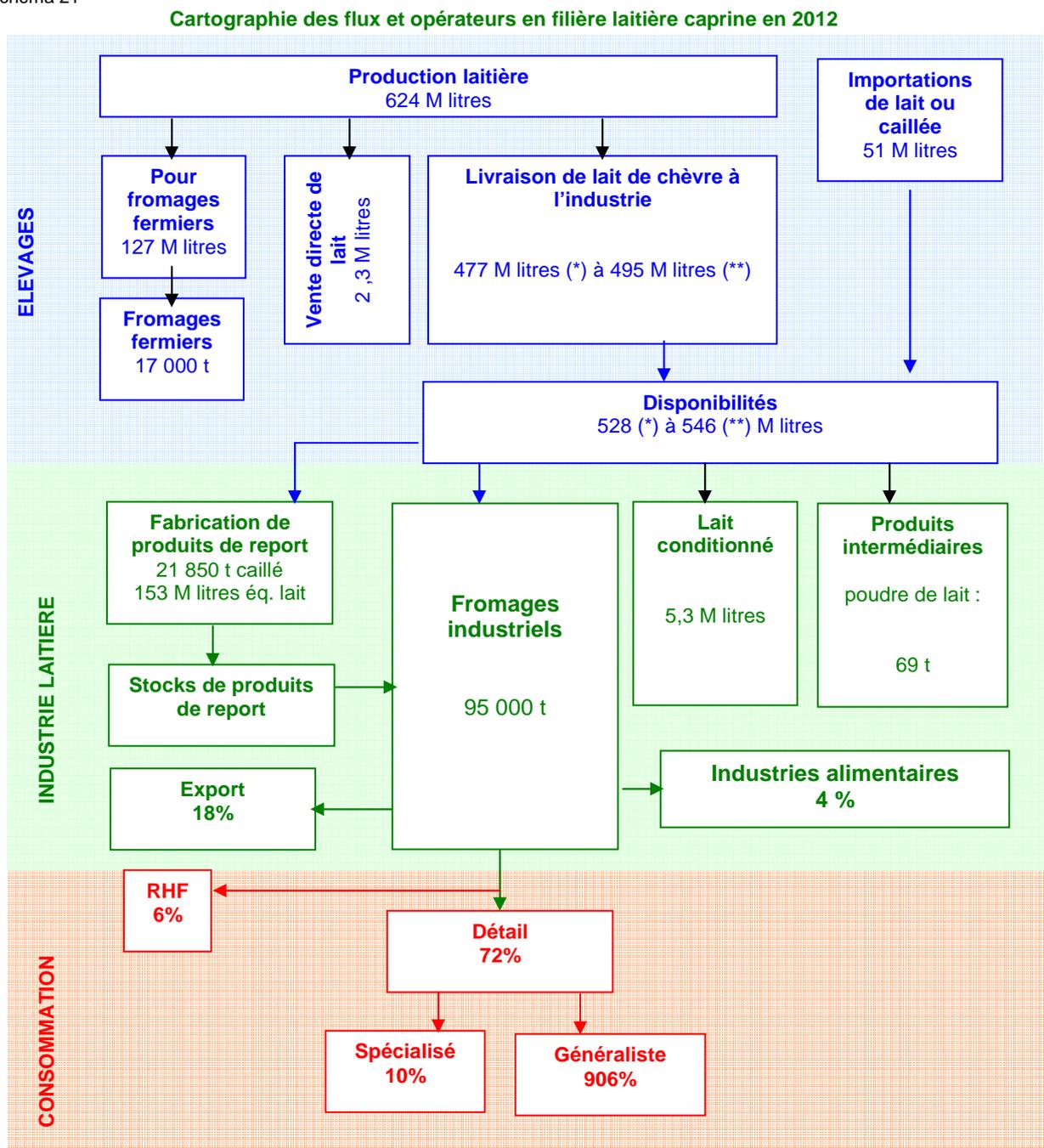


## Section 6 – Produits laitiers de lait de chèvre

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE LAITIERE CAPRINE

#### 1.1. Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière caprine

Schéma 21



Sources : ANICAP, FranceAgriMer, SSP. (\*) source SSP ; (\*\*) : source Enquête laitière mensuelle

## 1.2. Production et commercialisation

La France est le premier producteur de lait de chèvre en Europe, représentant 32% de la production européenne, devant l'Espagne, la Grèce et les Pays-Bas. Environ 80% du lait de chèvre produit en France est collecté, soit 477 millions de litres en 2012. La production de lait de chèvre est concentrée dans les régions Poitou-Charentes et Pays de la Loire (71% de la collecte nationale).

En 2012, 95 000 tonnes de fromages industriels au lait de chèvre ont été fabriqués. Les bûchettes représentent 47% des fabrications. La région Poitou-Charentes fabrique les trois-quarts des fromages industriels français.

Par ailleurs, l'Institut de l'élevage estime à 17 000 tonnes les fabrications fermières.

En 2012, la production française de fromage de lait de chèvre est utilisée pour l'exportation à hauteur de 18% ; les fromages les plus exportés sont les fromages frais (34% des volumes), les bûchettes affinées (30%) et les bûches 1kg (25%). L'Union européenne est la destination de 87% volumes exportés, tandis que 5% le sont aux États-Unis.

L'utilisation en France se répartit entre consommations intermédiaires de l'industrie, pour 4% de la production (fromage à pizza, par exemple) et consommation finale (hors produits transformés précités) pour 78% de la production.

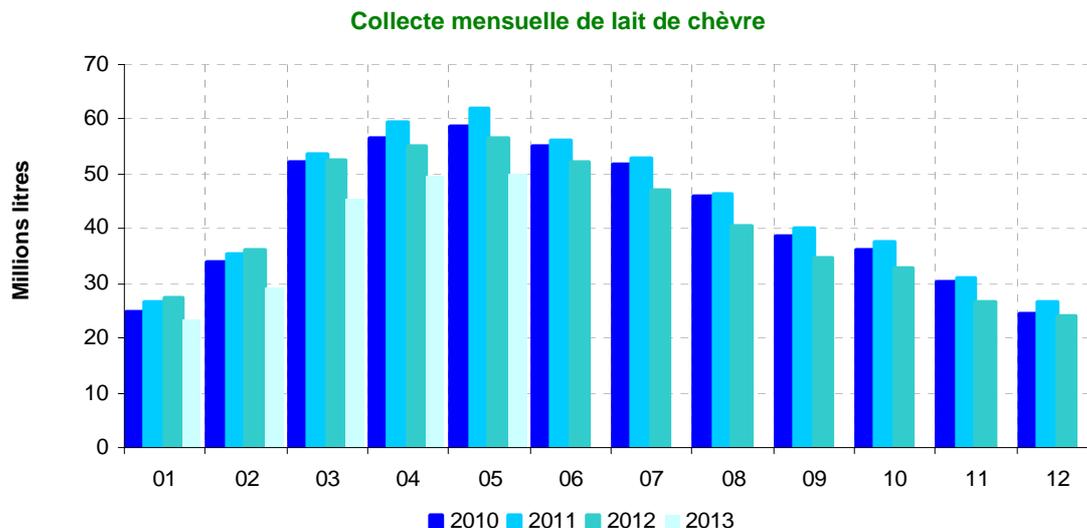
La consommation finale de fromages (hors produits transformés) se répartit entre la restauration hors foyer (6% de la production) et les achats au détail (72% de la production), lesquels se font en 90% en magasins non spécialisés (GMS, essentiellement).

Selon Kantar Worldpanel, 44% des achats des fromages de chèvres est effectué dans les hypermarchés, 23% dans les supermarchés et 16% en hard-discount. Les autres circuits de commercialisation (marchés, fromagers détaillants...) représentent 10% des volumes des achats soit une part importante au regard des autres fromages. Les bûchettes représentent 68% des volumes achetés.

La production laitière des chèvres étant saisonnière (Graphique 127), alors que les fabrications industrielles de fromages sont plus régulières (Graphique 128), une partie de la collecte est transformée en produits intermédiaires stockables (caillé congelé), produits de report pouvant être utilisés pour la fabrication des fromages lors des périodes de creux de collecte (Graphique 129).

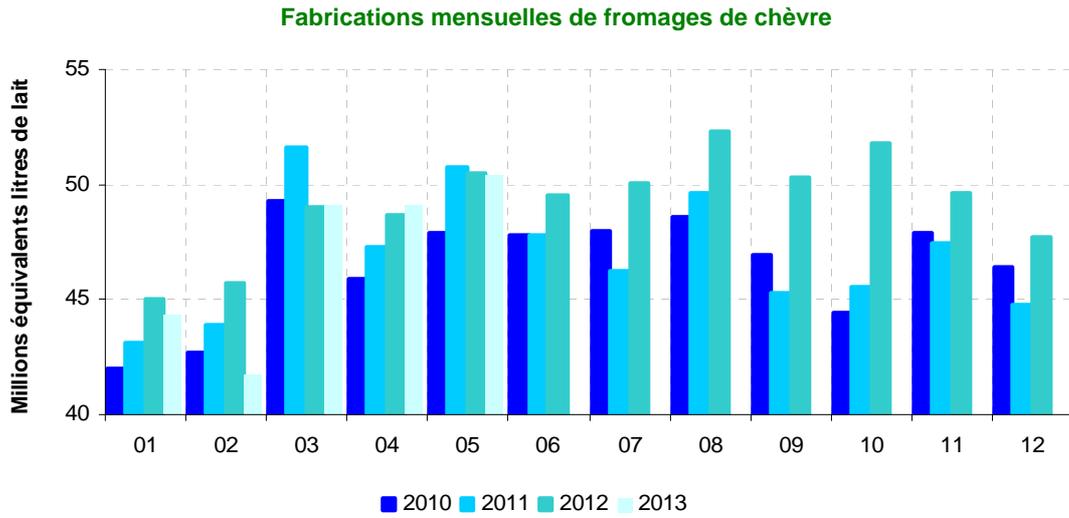
Par ailleurs, chaque année, sont importés d'Espagne et des Pays-Bas des produits intermédiaires de la transformation du lait de chèvre (caillé, lait concentré et lait en vrac) pour compléter les besoins des industriels pour la fabrication des fromages (Graphique 130). En 2012, 51 millions de litres ont été importés.

Graphique 127

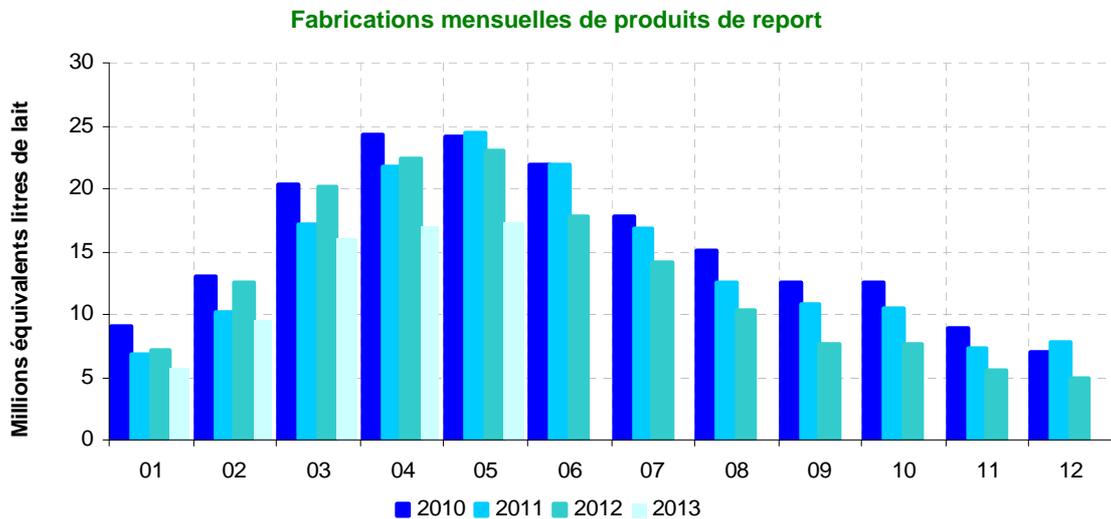


Sources : FranceAgriMer, SSP

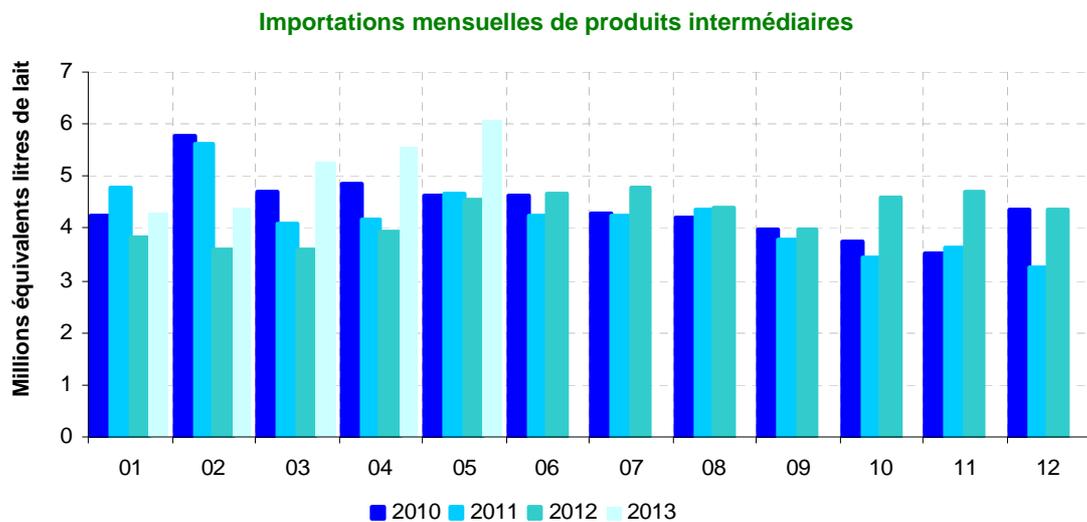
Graphique 128



Graphique 129



Graphique 130



## **2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE LAITIERE CAPRINE**

La filière du fromage de chèvre de laiterie (industriel), de type bûche ou bûchette, est nouvellement inscrite au programme de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Les travaux entrepris en 2013, dont les résultats sont présentés dans ce rapport, ne constituent qu'une première étape, réalisée sous contrainte de données disponibles.

Le tableau ci-contre expose les données de base nécessaires pour appliquer pleinement à la filière laitière caprine la méthode générale décrite au 2<sup>e</sup> chapitre, les données actuellement disponibles et les actions engagées pour combler l'écart.

A ce stade, l'OFPM s'est appuyé sur les données disponibles, exploitées comme suit.

### **2.1. Données de prix**

La référence retenue comme prix moyen mensuel du lait de chèvre à la production agricole est issue de l'enquête réalisée par l'Institut de l'élevage tous les 3 mois, par sondage auprès d'un échantillon de 35 entreprises représentant environ 90% de la collecte nationale. Sont disponibles le prix de base du lait de chèvre (prix pour un lait de composition standard) et le prix moyen payé au producteur (prix moyen pondérée par les volumes collectés), aussi bien au niveau national que par grandes régions françaises (Centre-Ouest, centre, Sud-ouest, Sud-est). Les taux butyreux (teneur en matière grasse) et protéique, éléments pris en compte pour la fixation du prix du lait aux producteurs, sont également collectés par cette enquête.

Ainsi que dans la plupart des autres filières lors du « démarrage » de l'observatoire, on ne dispose pas encore, dans la filière du fromage de chèvre, de prix des fromages sortie usine.

L'observatoire, en liaison avec l'interprofession du secteur (ANICAP) a retenu, comme produit à suivre, la bûchette de chèvre, de marque nationale et de marque de distributeurs, destinée aux GMS, compte-tenu de son poids dans la consommation. Les principales entreprises productrices ont été contactées au cours de l'année 2013 par l'INSEE en vue du recueil, à partir de 2014, de leurs prix de vente aux GMS.

Au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer dispose des données mensuelles du panel de consommateurs Kantar Worldpanel pour établir des prix moyens de bûches ou bûchettes de chèvre (les deux formats ne sont pas distingués dans le panel).

A ce stade, marques nationales et de marques de distributeurs ne sont pas distinguées ; les prix retenus sont des moyennes de ces deux catégories.

Parmi les types de bûches ou bûchettes distinguées par ce panel, on a retenu le type « affiné » (l'autre type étant la bûche ou bûchette en fromage frais). Dans les GMS, ce fromage est principalement commercialisé en libre service, secondairement en vente assistée à la coupe ; le produit retenu agrège les deux modalités.

Faute de disposer pour l'instant de données de prix de production des bûches et bûchettes de chèvre, la décomposition du prix des fromages au détail ne peut se faire qu'en terme de matière première et de « marge agrégée tout aval confondu », ou valeur ajoutée par tous les maillons de l'aval (industrie, détail...) à la matière première.

### **2.2. Bases de calcul du coût en matière première lait de chèvre pour un kg de bûche**

Le coût en matière première pour un kg de fromage ne se limite pas à la valeur du lait nécessaire à la fabrication. En effet, la laiterie devant acheter tout le lait de ses livreurs et la production étant saisonnée, la ressource peut être excédentaire ou déficitaire par rapport au besoin de fabrication.

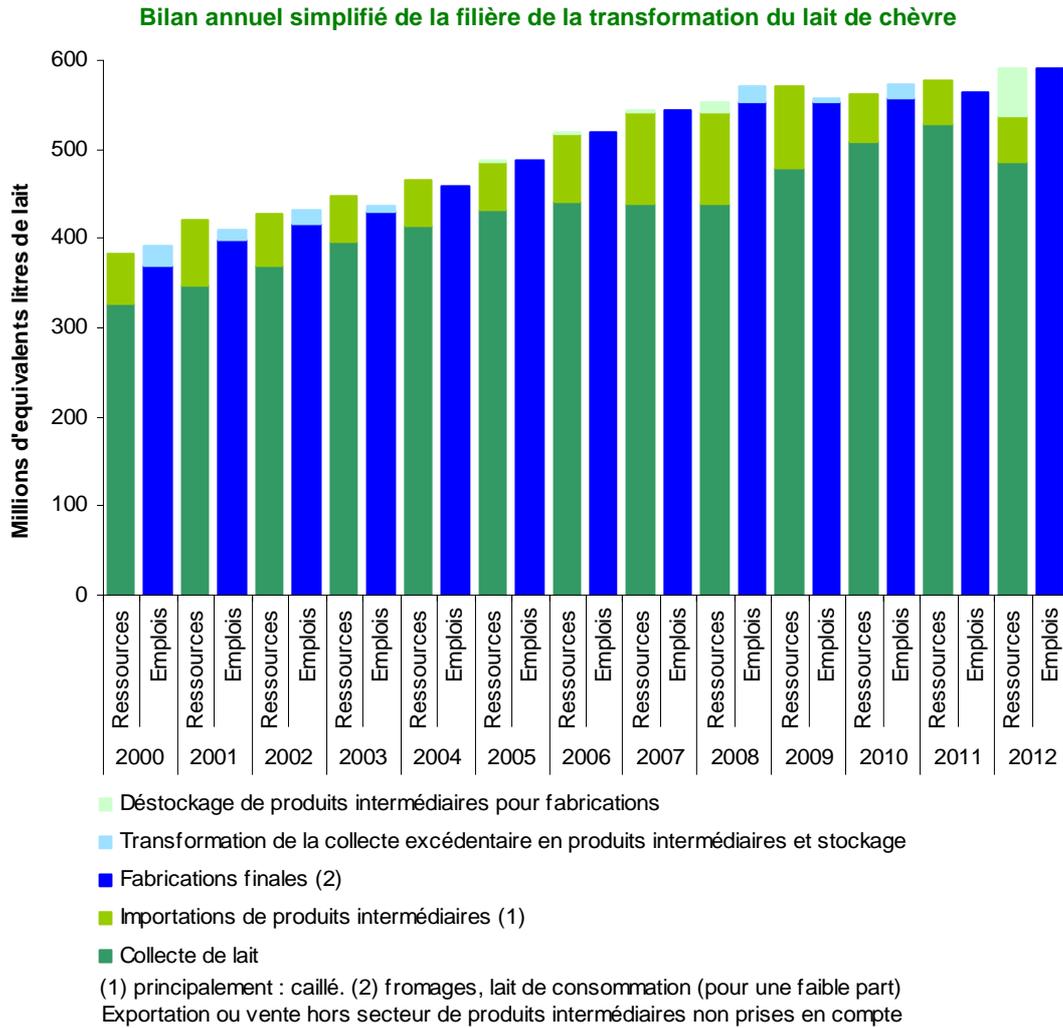
Dans l'industrie de transformation du lait de chèvre en fromages, l'ajustement est réalisé, en période excédentaire, par le caillage, la congélation et le stockage du lait en excédent (stocks de report) et, en période déficitaire, par la mobilisation du stock de report. Tout au long de l'année interviennent également des importations de lait ou produits intermédiaires pour la fabrication de fromages (caillés congelés).

Tableau 21

**Etat résumé des données nécessaires et disponibles pour l'étude de la formation des prix et des marges dans la filière des produits laitiers – bûche de chèvre**

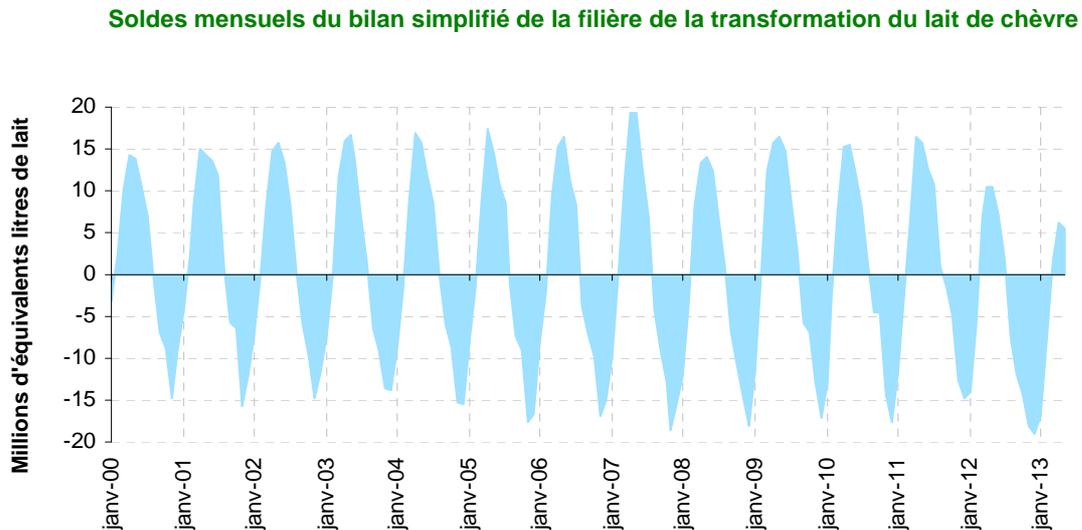
| Phase de l'étude  | Données nécessaires   | Données disponibles   | Action engagée (ou à engager)   |
|---|---|---|---|
| Définition du produit de consommation et du circuit de vente au détail                                    | Prix moyens pondérés mensuels en GMS des bûches et bûchettes, distinction des produits MN et MDD                  | Prix moyen pondéré mensuel en GMS des bûches et bûchettes, sans distinction des produits MN et MDD  | Acquisition de données de prix moyens pondérés mensuels en GMS des bûches et bûchettes, sans distinction des produits MN et MDD depuis 2012 |
| Calcul des marges brutes par unité de produit vendu au détail   | Prix moyen mensuel du lait au producteur  | Prix moyens mensuels du lait au producteur  |   |
|   | Prix moyens pondérés mensuels des produits intermédiaires importés  | Prix moyens mensuels du lait de chèvre aux Pays-Bas et en Espagne   | Sujet à inscrire pour amélioration en formation « groupe de travail » en 2014   |
|   | Prix moyens pondérés mensuels sortie usine des bûches et bûchettes pour GMS, distinction des produits MN et MDD   | <u>Aucune à date</u>  | Enquête INSEE engagée, 1 <sup>er</sup> résultats fin 2013   |
|   | Coûts de stockage des produits de reports   | Estimation provisoire à dire d'experts  | Sujet à inscrire pour amélioration en formation « groupe de travail » en 2014   |
|   | Rendement matière   | Référence moyenne : 7,46 litres de lait par kg de fromage type bûche  | Sujet à inscrire pour amélioration en formation « groupe de travail » en 2014   |
| Etude des coûts de production agricole  | Comptes analytiques d'exploitations agricoles spécialisées lait de chèvre (pour laiterie)                         | Comptabilité générale d'exploitations (RICA) et coûts de production estimés sur cette base<br>Coûts de production par système de production, réseau suivi par l'Institut de l'élevage |   |
| Etude des coûts de l'industrie  | Comptes de fabricants de bûches   | <u>Aucune à date</u>  | Sujet à inscrire éventuellement en formation « groupe de travail » en 2014  |
| Etude des coûts du rayon produits laitiers en GMS<br><b>Non spécifique aux fromages de lait de chèvre</b> | Comptes analytiques par rayon dans la grande distribution<br><b>Non spécifique aux fromages de lait de chèvre</b> | Résultats de l'enquête spécifique OFPM sur les marges et coûts par rayon dans les enseignes en 2013, comptes 2012.<br><b>Non spécifique aux fromages de lait de chèvre</b>            |   |

Graphique 131



Sources : FranceAgriMer, SSP. Exportation ou vente hors secteur de produits intermédiaires non prises en compte

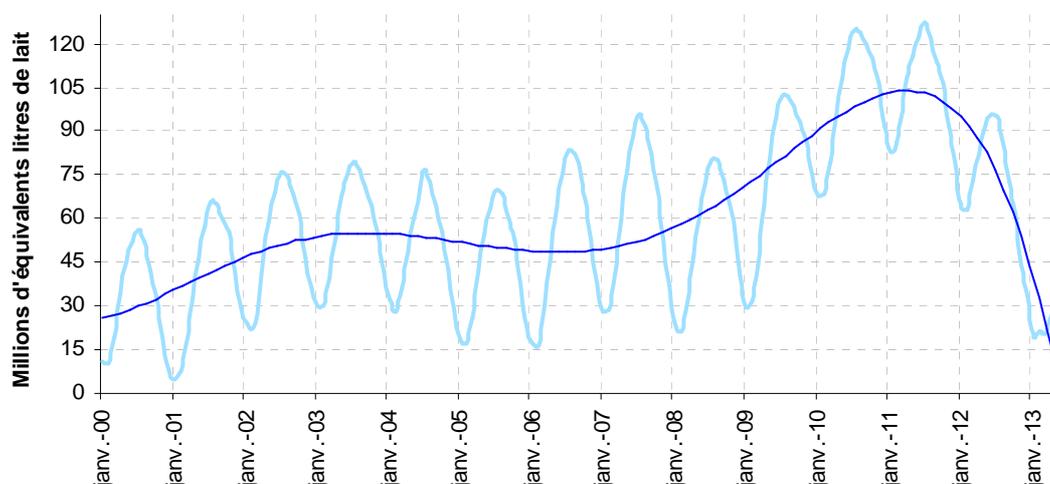
Graphique 132



Sources : FranceAgriMer, SSP. Exportation ou vente hors secteur de produits intermédiaires non prises en compte

Graphique 133

### Stocks de produits intermédiaires dans la filière de la transformation du lait de chèvre



Sources : FranceAgriMer, SSP.

Ainsi, on a considéré que le coût d'achat de la matière première, sur un mois était composé de :

- l'achat du lait collecté dans ce mois, en quantité excédentaire ou déficitaire par rapport au seul besoin de fabrication de fromages du mois ;
- l'achat net (hors revente) de lait et produits intermédiaires importés du mois ;
- le coût mensuel de stockage : affectation au stock présent dans le mois des frais de congélation, de stockage (dont assurance) et de décongélation du caillé (ou autres produits intermédiaires) de report.

A ce stade des travaux de l'observatoire sur la filière, on ne dispose pas de données précises sur l'origine des produits intermédiaires importés. Donc, dans ce qui suit, les volumes importés ont été valorisés au prix moyen mensuel non pondéré des importations espagnoles et néerlandaises.

S'agissant des coûts de congélation, de stockage et de décongélation du caillé de report, on ne dispose que d'une évaluation approximative à dire d'expert pour l'année 2012 : 135 € par an pour 1 000 litres de lait stocké, soit 11,25 € par mois. De façon sommaire et provisoire, à ce stade des travaux et des données disponibles, on a affecté ce coût unitaire approximatif au volume des stocks en fin de chaque période du suivi des prix (mois, année).

Les bilans disponibles distinguent les différentes fabrications. Les parts de la collecte, des importations de produits intermédiaires et du stock des produits de report, afférentes à la fabrication des fromages de type bûches et bûchettes, ont été estimées au prorata des fabrications périodiques de ces produits dans l'ensemble des fabrications finales.

Dans l'approche retenue, on notera que l'assiette du coût en matière première sur un mois donné n'est pas la quantité de lait effectivement incorporée dans les fabrications de ce même mois, mais la quantité de matière première achetée pendant ce mois, qu'elle soit supérieure ou non au besoin pour les fabrications du mois. Dans cette approche, la valeur déstockée pour les fabrications d'un mois donné déficitaire n'intervient pas dans le coût en matière première de ce mois car le produit déstocké provient d'achats antérieurs qui ont donc été déjà comptabilisés dans le coût en matière première des mois précédents. Il en résulte que le coût en matière première ainsi calculé est toutes choses égales par ailleurs plus élevé en période excédentaire qu'en période déficitaire.

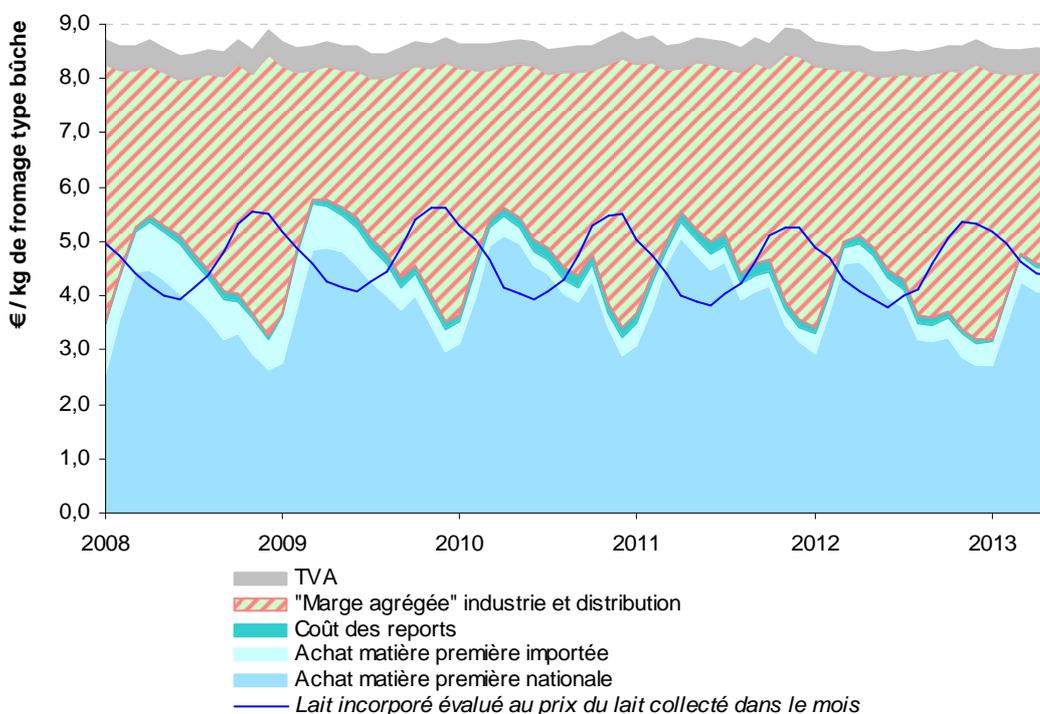
### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DU FROMAGE DE CHEVRE DE TYPE BUCHE

Sur le graphique 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 donnée 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, 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 au 1<sup>er</sup> semestre 2013 étant dû à la diminution des stocks de produits de report.

Graphique 134

#### Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution

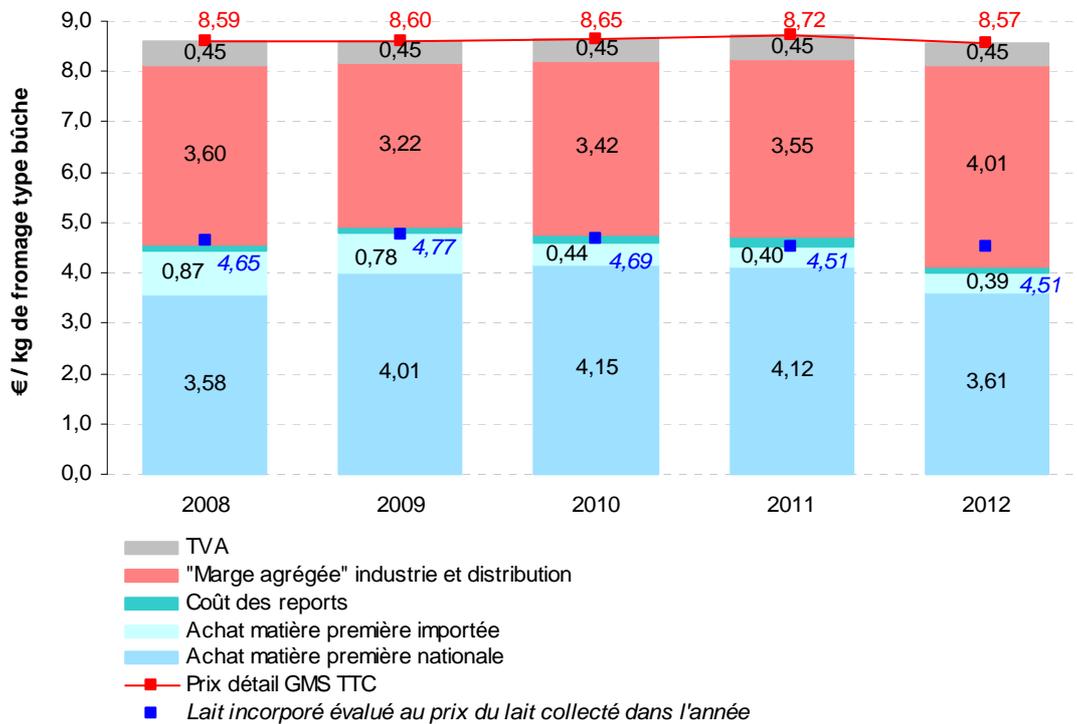


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

Sur la période suivie (2008 à mi-2013), le prix moyen au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche est assez stable ; la marge brute agrégée en l'aval (industrie, distribution) amortissant les variations du coût en matière première, particulièrement ses variations saisonnières (Graphique 134), mais aussi ses évolutions interannuelles (Graphique 135, Graphique 136).

Graphique 135

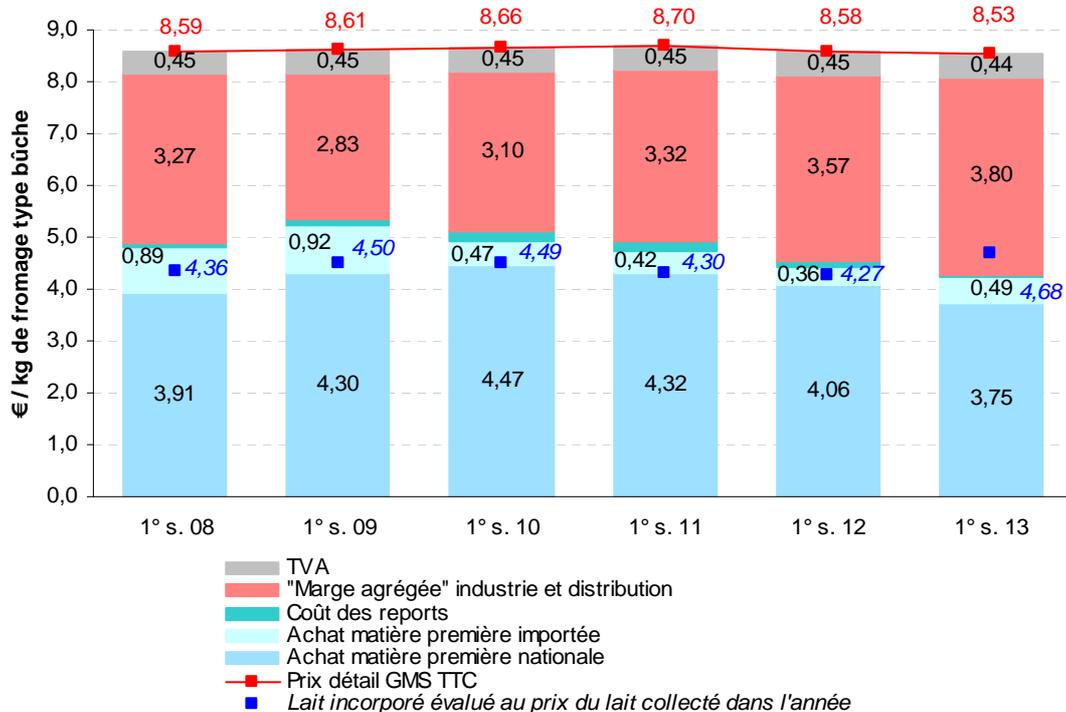
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution**



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

Graphique 136

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS des fromages de chèvre de type bûche en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution**



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

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE CAPRIN LAITIER ET COUT DE PRODUCTION DU LAIT DE CHEVRE EN ELEVAGE

### 4.1. Compte de résultat des exploitations spécialisées en élevage caprin laitier

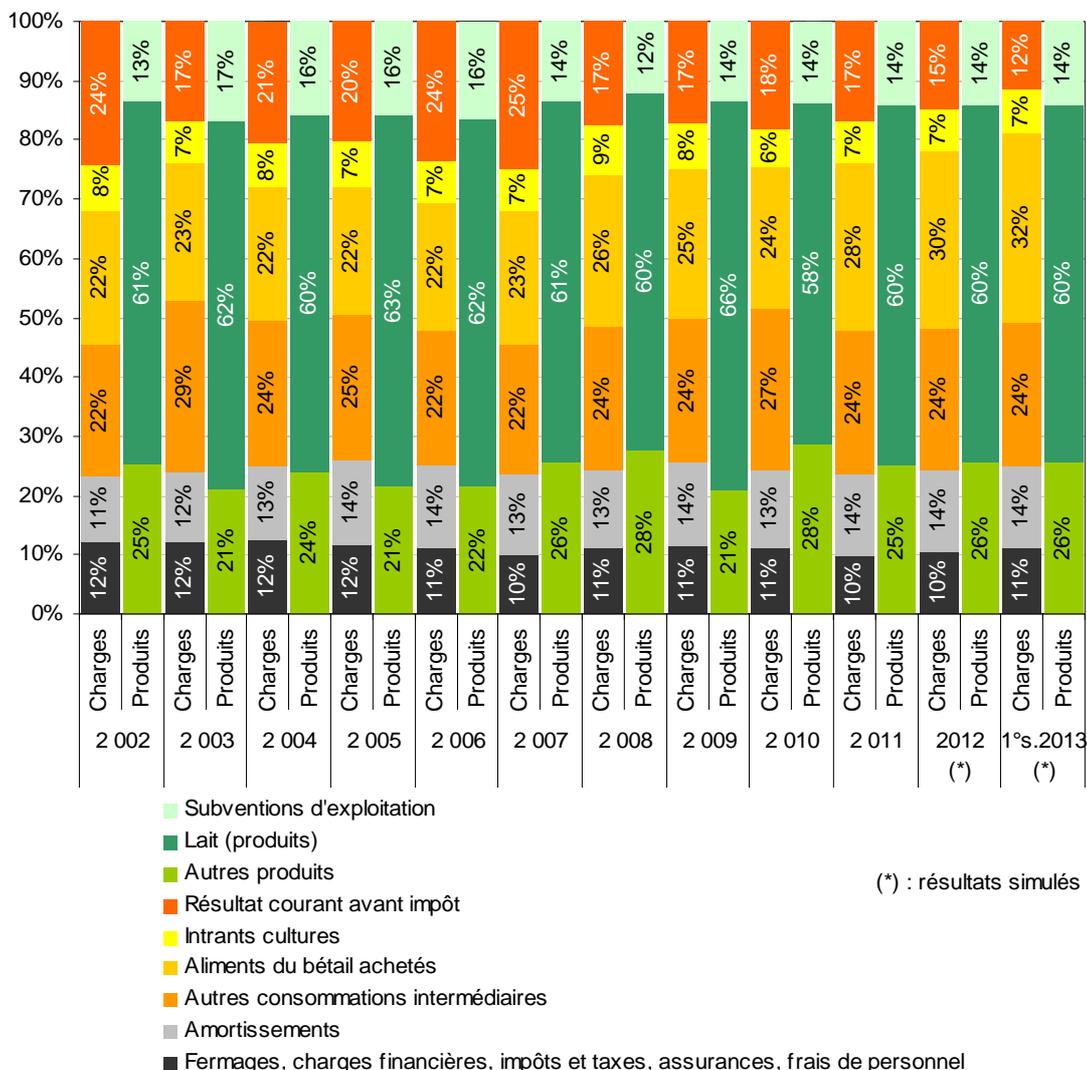
L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de lait de chèvre pour la vente en laiterie (donc, hors éleveurs producteurs de fromages fermiers) est constitué de 42 à 54 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de lait constitue plus de 68 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 1 302 à 1 868 exploitations.

Le poids du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est assez stable jusqu'en 2001 (21 % à 25 %) hormis en 2009.

La simulation réalisée sur 2012 et 2013 en appliquant à la structure des comptes 2011 les évolutions de prix du lait et des aliments pour chèvres conduit à la baisse « mécanique » (sans adaptation des exploitations) du pourcentage du résultat courant, sous l'effet de la progression du coût de l'alimentation (de 28% du produit brut à 30% en 2012 simulé et 31% en 2013 simulé).

Graphique 137

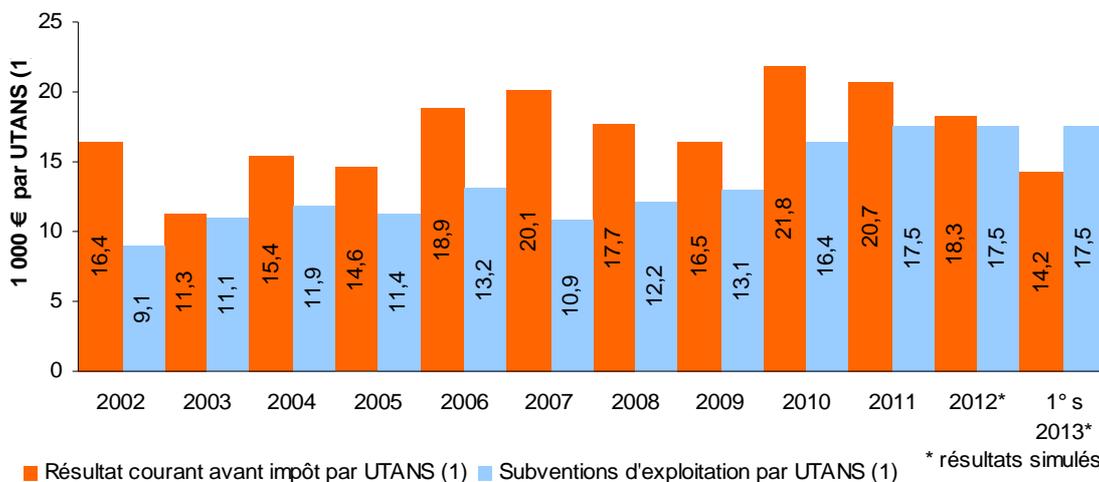
#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations spécialisées en élevage caprin laitier



Source : RICA (SSP)

Graphique 138

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations spécialisées en élevage caprin laitier**



(1) unité de travail annuel non salariée = une personne employée à plein temps sur l'exploitation et non salariée.

Source : RICA (SSP)

## 4.2. Coût de production du lait de chèvre en élevage

### 4.2.1. Estimation du coût de production du lait de chèvre en élevage à partir de la comptabilité générale (RICA) des exploitations spécialisées en élevage caprin laitier

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait de chèvre a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le Graphique 139 ci-après. Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : chevreaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait de chèvre 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 subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

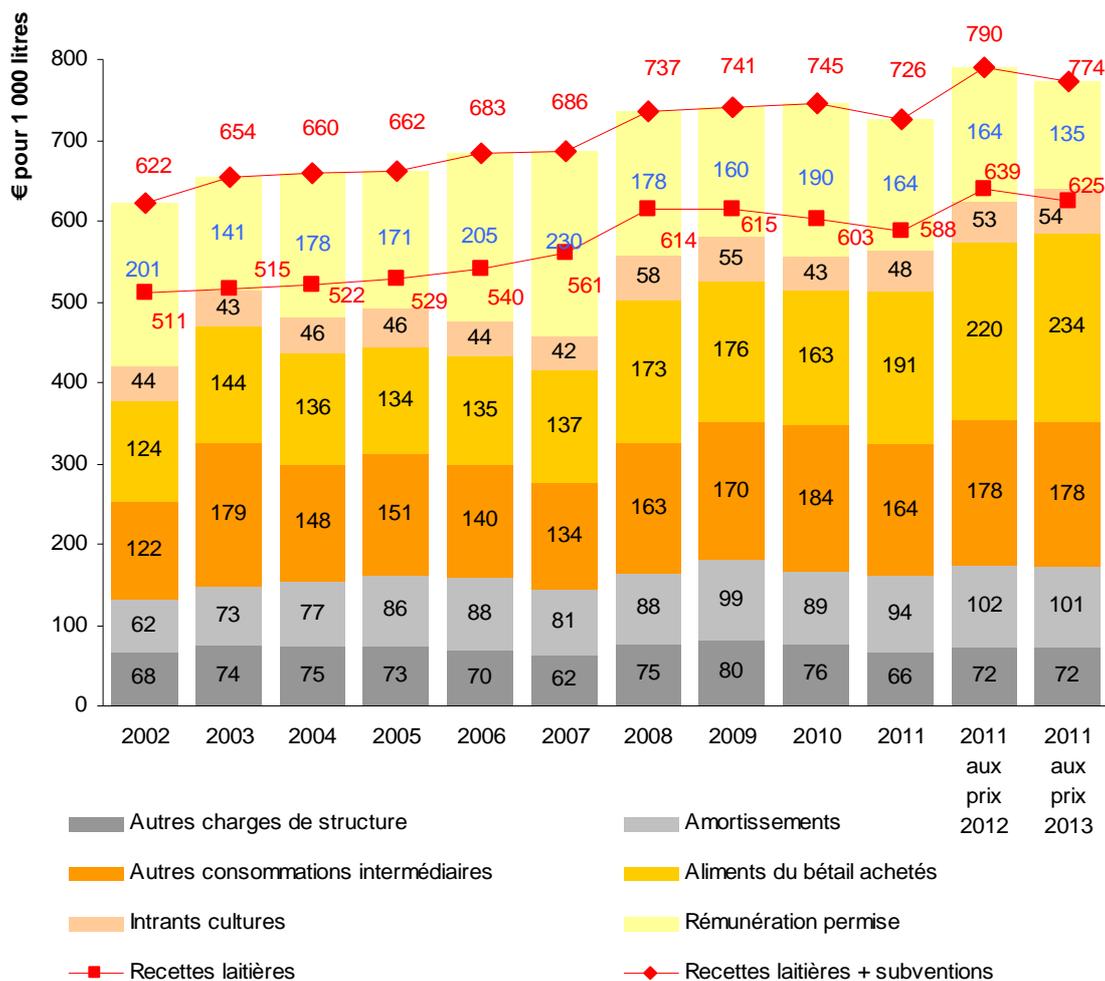
Le coût de production du lait, ainsi estimé, varie de 420 à 639 € pour 1 000 litres entre 2002 et 2011. Le résultat avant subventions pour 1 000 litres de lait varie entre 2 euros (en 2003) et 105 euros (en 2002). Toutefois, avec les subventions d'exploitation, la rémunération permise varie entre 141 euros (en 2003) et 230 euros (en 2006) pour 1 000 litres.

Les résultats 2012 et 2013 sont des simulations réalisées en appliquant toutes choses égales par ailleurs les évolutions des prix du lait, des aliments pour chèvres laitières et des intrants pour les cultures. La hausse des prix des aliments et la baisse du prix du lait par rapport à 2011 entraînent une hausse des coûts de production et une réduction de la rémunération permise (toujours en simulation toutes choses égales par ailleurs) qui deviendrait négative sans les subventions en 2013.

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, chevreaux et chèvres de réforme) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 139

**Coût de production du lait de chèvre dans les exploitations laitières spécialisées**



Source : RICA (SSP)

**4.2.2. Coût de production du lait de chèvre en élevage dans les systèmes de production laitière caprine**

Cette estimation des coûts de production pour 1 000 litres de lait est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans cinq systèmes d'exploitation :

- « **Laitiers spécialisés, grands troupeaux** » : l'échantillon est composé de 20 exploitations de plus de 250 chèvres, essentiellement localisées en Poitou-Charentes et en Pays-de-la-Loire. La production moyenne est de 900 litres par chèvre.
- « **Laitiers spécialisés, troupeaux moyens** » : l'échantillon est composé de 21 exploitations comprenant de 120 à 250 chèvres. Les élevages sont situés dans les régions Centre, Poitou-Charentes et le Sud-ouest. La production moyenne est de 800 litres par chèvre.
- « **Laitiers Sud-est** » : l'échantillon est composé de 17 exploitations situées en Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon. La production moyenne est de 700 litres par chèvre en moyenne. Ces élevages pâturent et sont moins utilisateurs de concentrés que les deux groupes précédents ; en revanche, tout ou partie du foin est acheté.
- « **Laitiers et bovins viande** » : l'échantillon est composé de 15 exploitations d'orientation mixte : 285 chèvres et 50 vaches allaitantes en moyenne. La production moyenne est de 835 litres par chèvre. L'atelier caprin est peu autonome dans ces structures.
- « **Laitiers et cultures de vente** » : l'échantillon est composé de 26 exploitations d'orientation mixte : 240 chèvres et 90 hectares de cultures de vente en moyenne. La production moyenne est de 825 litres par chèvre. Ces élevages sont plutôt autonomes, ils valorisent les céréales de l'exploitation.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Elevage. Les exploitations de l'échantillon sont globalement plus intensives que la moyenne des exploitations mais leurs résultats présentent une forte hétérogénéité.

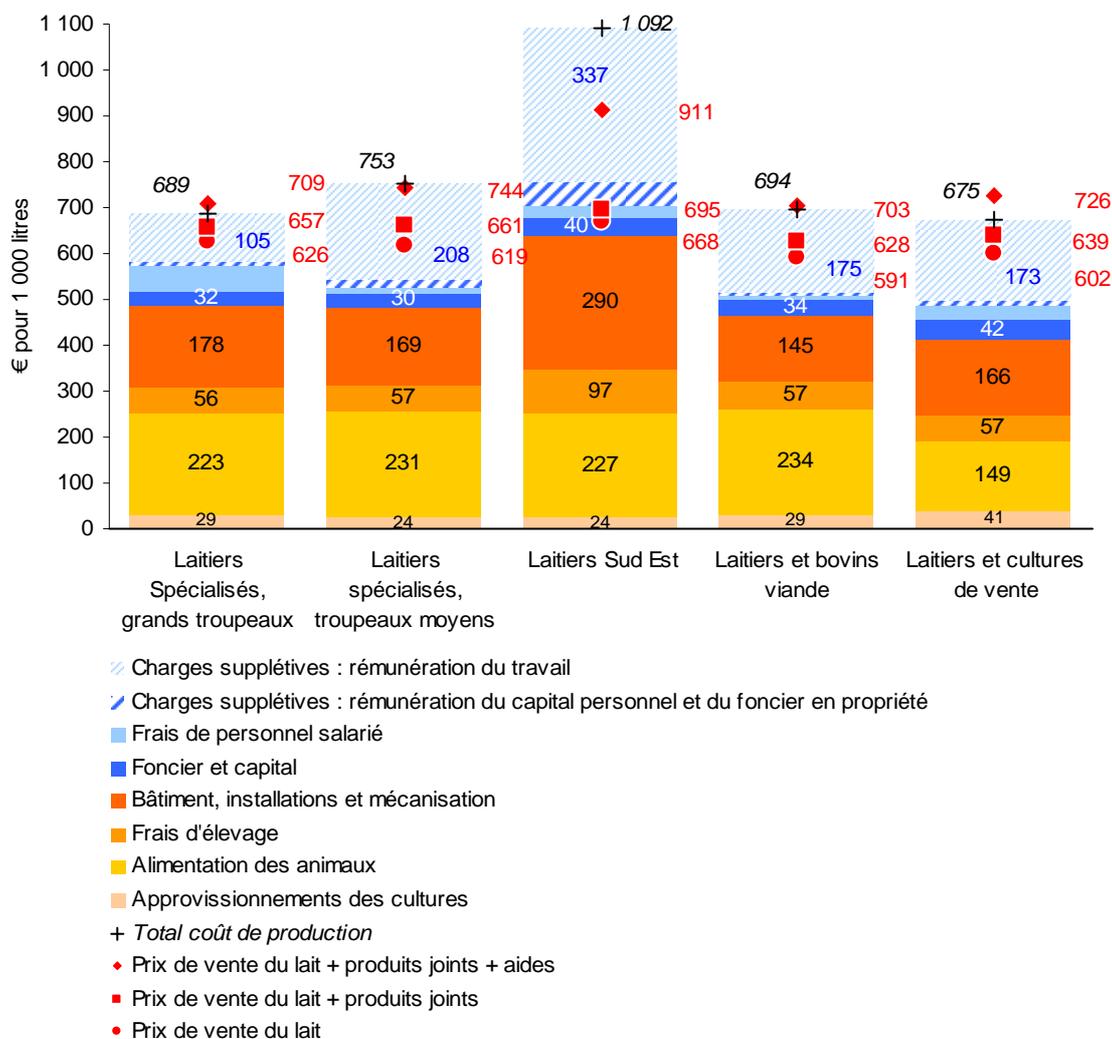
Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

En outre, le coût des aliments des caprins laitiers issus des cultures de l'exploitation est constitué des charges de culture réellement engagées et des charges supplétives, desquelles sont déduites les subventions (DPU au prorata des hectares utilisés), ce coût n'est donc pas calculé en référence au prix de marché des céréales

Dans l'ensemble des systèmes observés, en 2011, le produit total de l'atelier laitier incluant les ventes de lait, les produits joints (chevreaux) et les subventions d'exploitation, est inférieur de 21 € à 246 € au coût de production de l'atelier incluant la rémunération du travail de l'exploitant et de sa famille à 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre.

Graphique 140

**Coût de production moyen du lait de chèvre avec charges supplétives dans différents systèmes de production laitière caprine en 2011**



Source : Institut de l'élevage

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIERE LAITIERE CAPRINE

On ne dispose pas, à ce stade, de comptes d'entreprises ou d'établissements spécialisés dans la transformation du lait de chèvre. Dans la base de données sur les entreprises ESANE, les unités considérées (entreprises, au sens d'unités légales) fortement spécialisées dans la transformation du lait de chèvre sont trop peu nombreuses pour autoriser l'utilisation de ces résultats.

Il pourrait être envisagé le recueil de données issues de comptes d'établissements (usines) de production de fromages de chèvre.

## 6. COMPTES DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

Traité en détail en Section 5. Produits laitiers de vache. Paragraphe 6. Compte du rayon produits laitiers des GMS.

Tableau 22

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers

|  | 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                               | 74,1                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,9</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 4,1                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>21,8</b>                              |   |
| Autres charges   | 18,1                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>3,7</b>                               |   |
| Impôt sur les sociétés   | 1,3                                      |   |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>2,4</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 2,2 € (*) de la marge nette moyenne de 2,4 €. |

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

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

## Section 7 – Produits laitiers de lait de brebis

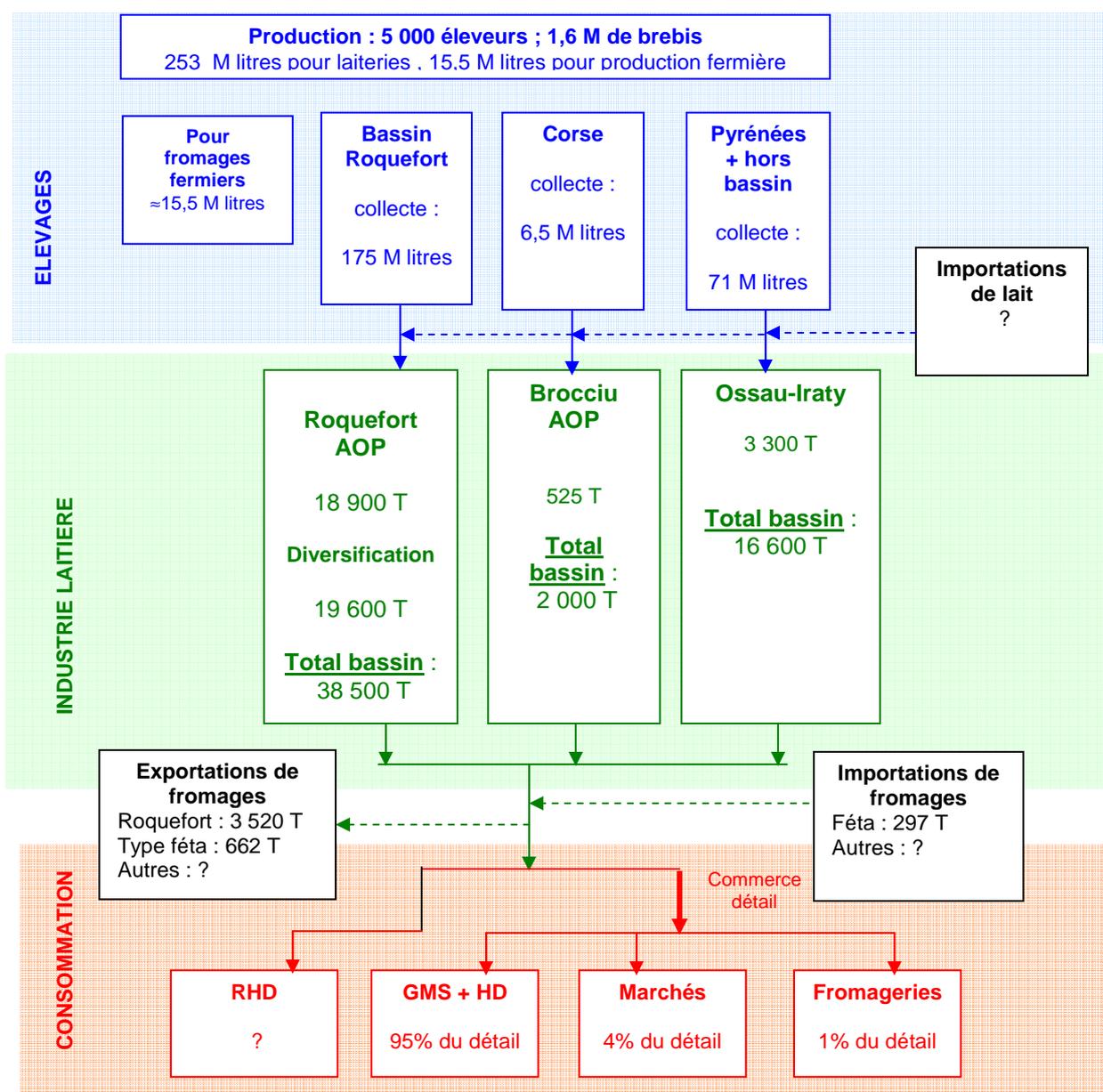
Les données disponibles sont insuffisantes pour développer pleinement dans cette filière la méthode générale appliquée ailleurs. Manquent en particulier les prix sortie usine des principaux fromages (roquefort, type féta...), déclinés en produits de marques nationales et de distributeurs.

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE LAITIERE OVINE

#### 1.1. Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière ovine

Schéma 22

Cartographie des flux et opérateurs en filière laitière ovine – campagne 2011-2012



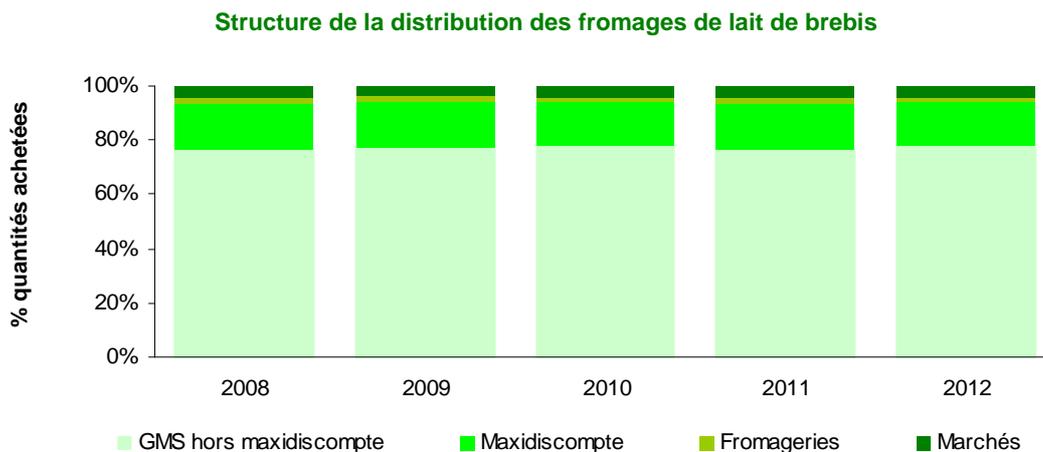
M : millions. T : tonnes. ? : donnée non disponible

Sources : SSP, Eurostat, FranceAgriMer, ODG, INAO-CNAOL, ILOCC

## 1.2. Production et commercialisation

La collecte de lait de brebis s'est élevée en France à 259 millions de litres [AGRESTE, 2012], en 4<sup>ème</sup> position en Europe après la Grèce, l'Italie et l'Espagne. Les trois quarts des 54 000 producteurs livrent à l'industrie laitière (les autres transformant à la ferme). La production est concentrée dans trois régions de montagne : le sud du Massif Central avec le Rayon de Roquefort (70 % de la production nationale), le sud du département des Pyrénées-Atlantiques (20 %) et la Corse (5 % de la production). La distribution au détail des fromages de brebis est dominée par les hyper et supermarchés avec 78 % des quantités achetées, hors maxidiscompte dans lequel se réalise 17 % des achats ; les achats sur marchés forains représentent 4 % du total, soit plus que les fromageries spécialisées (1 %).

Graphique 141



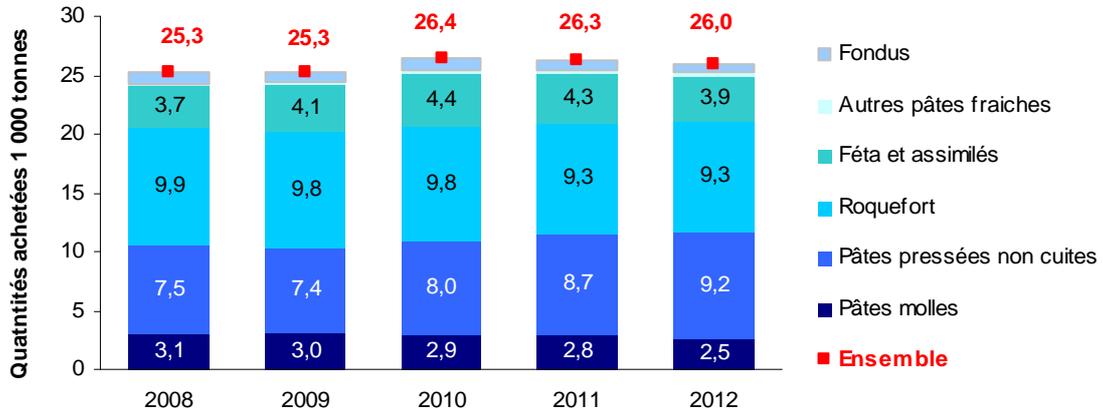
Source : Kantar Worldpanel

La consommation de fromage de brebis est en hausse (25,3 milliers de tonnes en 2008, 26 milliers de tonnes en 2012) même si on observe un léger recul entre 2011 et 2012. L'offre est aujourd'hui assez diversifiée : si, selon le panel Kantar, le roquefort domine relativement les achats (36 % des quantités achetées en 2012), les autres pâtes pressées non cuites le suivent de près (35 % des quantités achetées), puis viennent les fromages de type feta et assimilés (15 %), les pâtes molles (10 %), fromages fondus (2 %) et autres fromages frais (1 %).

A cette diversité de produit correspond un net écart de prix au détail : tous circuits confondus, entre environ 10 €/kg pour les fromages de type feta et 15 €/kg pour le Roquefort.

Graphique 142

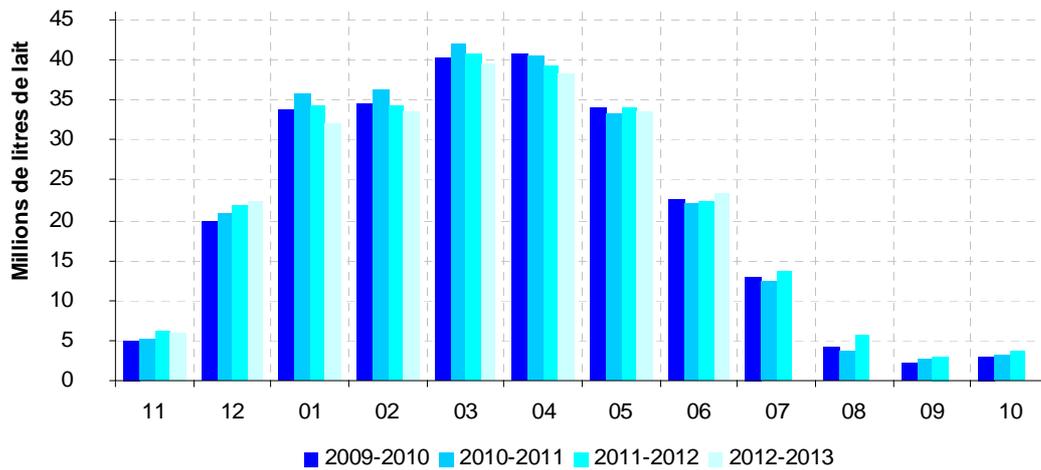
**Structure de la consommation des types de fromages de lait de brebis**



Source : Kantar Worldpanel

Graphique 143

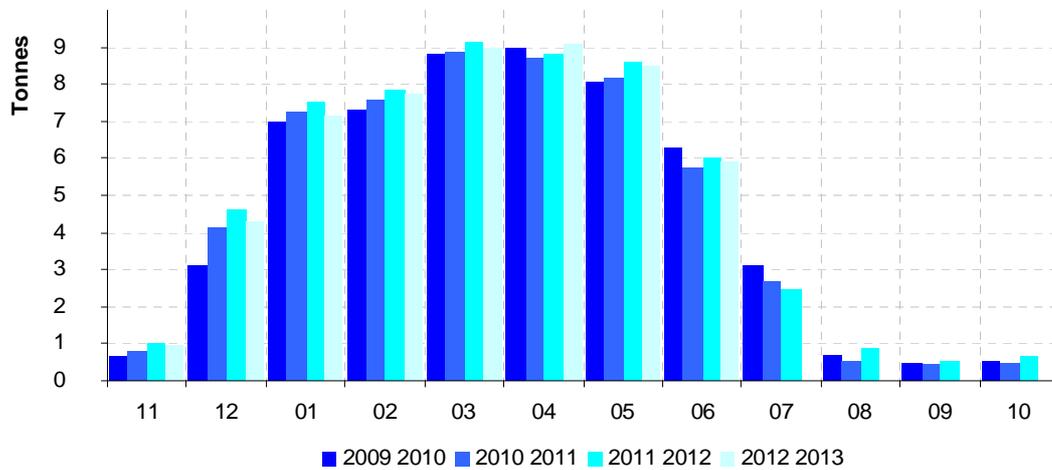
**Collecte mensuelle de lait de brebis**



Sources : FranceAgriMer, SSP

Graphique 144

**Fabrications mensuelles de fromage de lait de brebis**



Sources : FranceAgriMer, SSP

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE LAITIERE OVINE

### 2.1. Données de prix

#### 2.1.1. Prix du lait de brebis à la production

On ne dispose pas de statistiques mensuelles précises sur le niveau du prix de lait de brebis à la production. L'INSEE diffuse cependant un indice mensuel (IPPAP lait de brebis) fondé sur le recueil de prix pratiqué dans le rayon de Roquefort. On dispose également de prix moyens annuels dans les deux bassins principaux (Roquefort, Pyrénées-Atlantiques), issus du réseau d'élevages suivi par l'Institut de l'élevage.

Sur ces bases, il est possible de reconstituer un prix mensuel : il apparaît que celui-ci a très peu varié ces dernières années, notamment depuis 2008 (année de départ du suivi par l'OFPM, sous contrainte des données de prix au détail, non disponibles pour les années antérieures).

En conséquence, on se limite ici à un suivi annuel.

#### 2.1.2. Prix des fromages de brebis sortie usine

Aucune donnée publique n'est disponible. Le caractère très organisée et concentrée de la filière roquefort assure l'information des producteurs et des industriels sur la situation du marché, sans intervention d'un tiers. En outre, du fait de concentration de l'industrie de Roquefort, la diffusion de données sur ces entreprises est contrainte par les règles du secret statistique.

Il existe un indice de prix mensuel sortie usine des « fromages de brebis et de chèvre » (INSEE), agrégeant les deux origines du lait, donc peu utilisable pour l'observatoire.

En conséquence, on ne peut analyser les prix au détail qu'en termes de matière première et « marge brute agrégée » (somme des marges brutes dans l'industrie de transformation et dans la distribution, non différenciées).

#### 2.1.3. Prix des fromages de brebis au détail

Comme pour la plupart des autres produits suivis par l'observatoire, la source quasi-unique et la plus adaptée est le panel de consommateurs Kantar Worldpanel. A noter qu'à l'exception du roquefort, fromage français d'appellation d'origine contrôlée, les autres regroupements d'articles suivis par le panel sont susceptibles de contenir des fromages importés.

### 2.2. Indicateurs et références

Du fait des carences dans l'information sur les prix industriels et de la fragilité des données de prix à la production, on présente dans le présent rapport une décomposition très simplifiée et approximative du prix moyen annuel au détail en GMS de deux types de fromages : roquefort et « type féta ».

Cette décomposition évalue la valeur de la matière première lait de brebis incorporée en divisant le prix moyen annuel à la production par le rendement moyen du lait en fromage.

Le prix utilisé comme référence est le **prix moyen de la campagne 2011 dans le rayon de Roquefort, soit 885,69 € pour 1 000 litres**. Le prix moyen des autres périodes en est déduit via l'indice IPPAP lait de brebis.

Les rendements du lait en fromage sont de 25% en roquefort et 27,5% en fromage de type féta [source : FAO, <http://www.fao.org/docrep/004/x6551f/X6551F08.htm>].

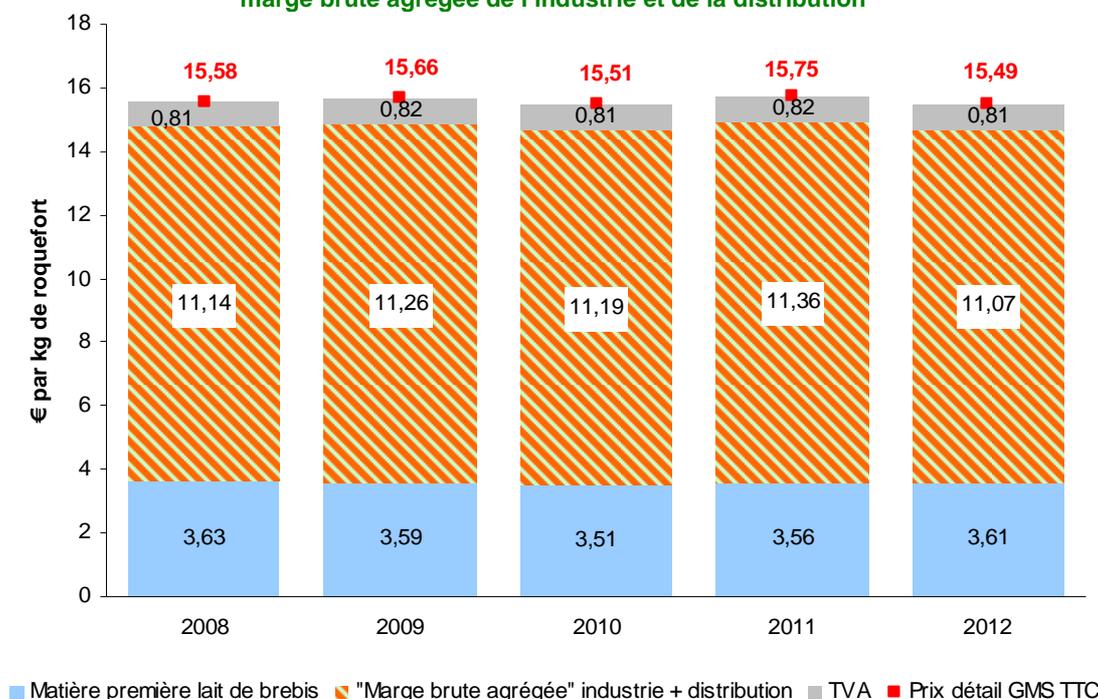
On fait abstraction, faute de données, des coûts de gestion d'éventuels produits industriels de dégagement.

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL EN GMS DES FROMAGES DE LAIT DE BREBIS

#### 3.1. Roquefort

Graphique 145

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du roquefort « moyen » en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution



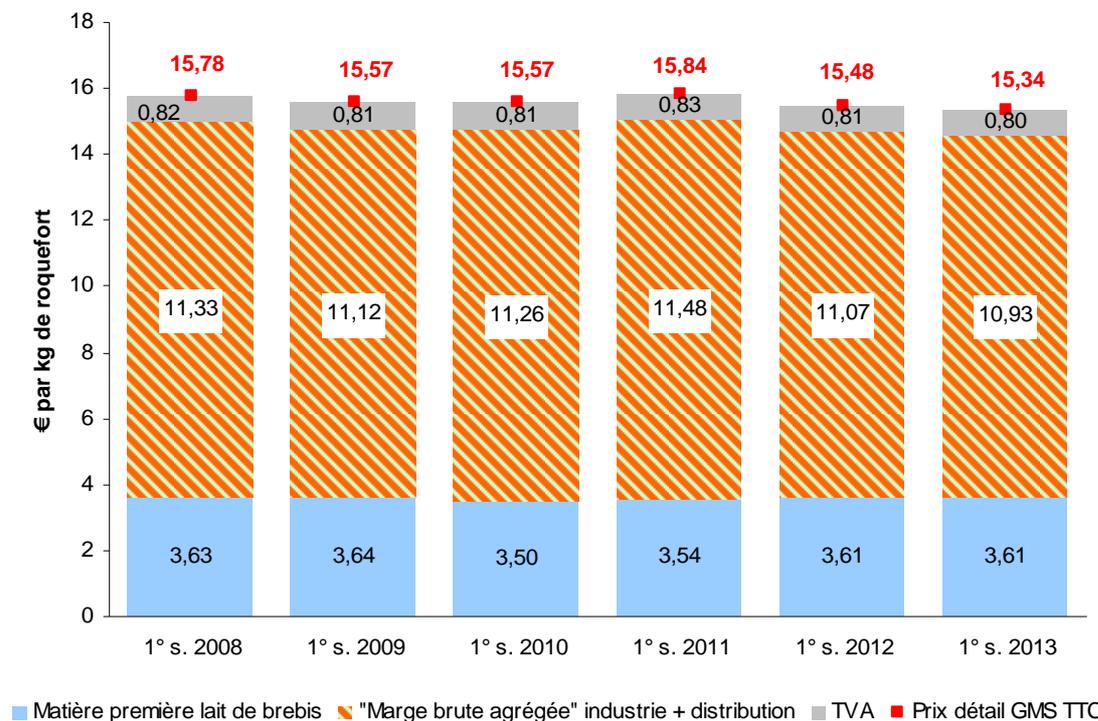
Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

Le produit suivi au détail ci-dessus est un roquefort « moyen », c'est à dire dont le prix est la moyenne pondérée des marques nationales et des marques de distributeurs « classiques » et « économiques » distinguées par le panel Kantar.

On constate une grande stabilité des prix et de l'indicateur de marge agrégée pour ce produit.

Graphique 146

**Composition du prix moyen au 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS du roquefort « moyen » en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution**



Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

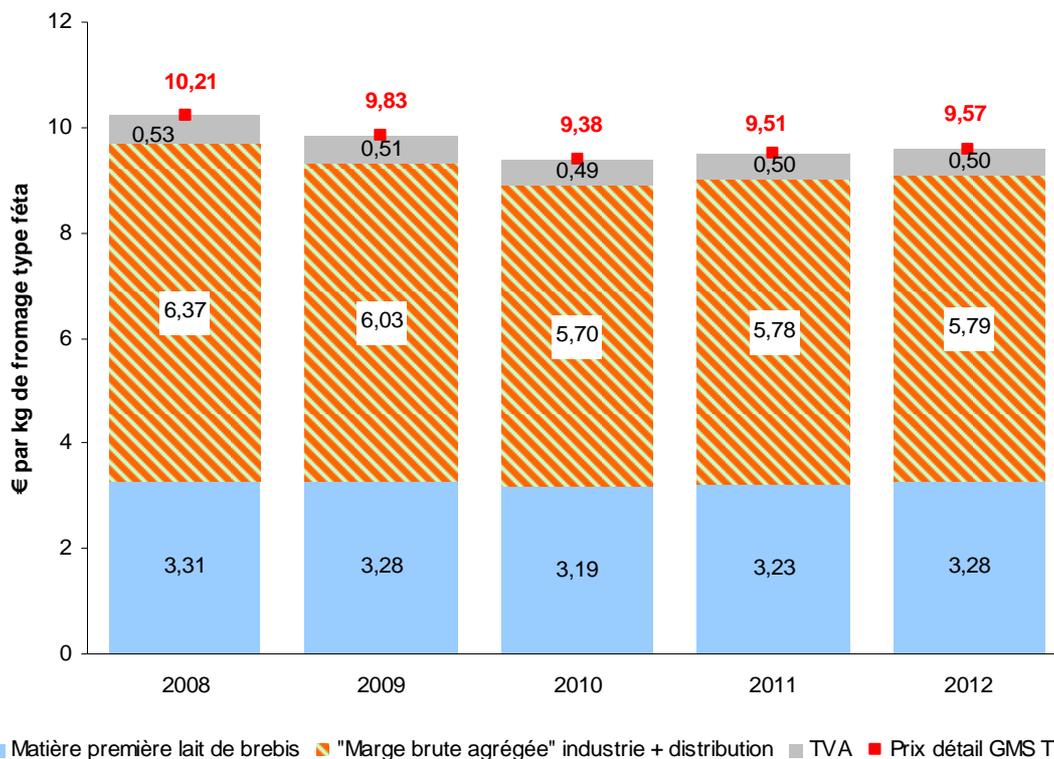
### 3.2. Fromages de type féta

L'analyse du prix au détail est ici approximative car le prix moyen disponible au détail est celui d'un ensemble de fromages de type féta dont une partie non négligeable est importée (problème qui ne se posait pas avec le roquefort, fromage d'AOP français). Or, on utilise ce prix, faute d'autre donnée, comme indicateur du prix d'un produit fini fabriqué avec du lait de brebis domestique.

On remarque une baisse du prix moyen au détail, probablement due, en partie du moins, à un développement des gammes de produits meilleur marché.

Graphique 147

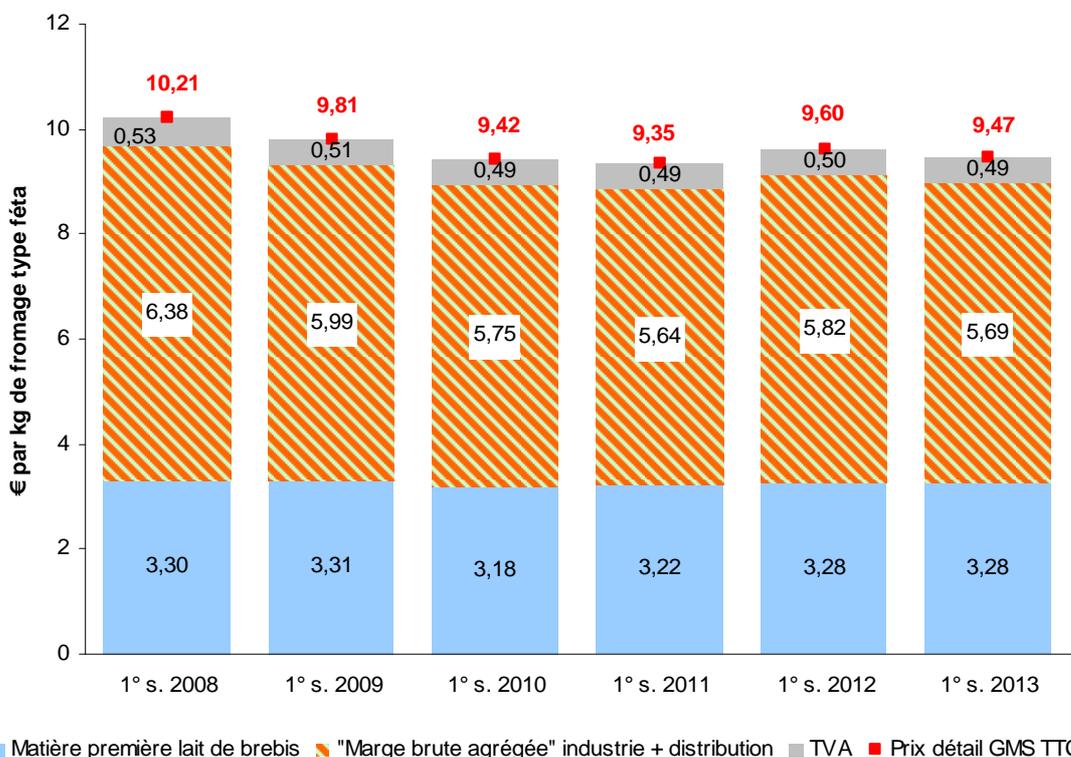
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS des fromages de type féta en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution**



Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

Graphique 148

**Composition du prix moyen au 1<sup>er</sup> semestre au détail en GMS des fromages de type féta en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution**



Source : OFPM d'après INSEE, Institut de l'élevage, Kantar Worldpanel

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES D'ELEVAGE OVIN LAITIER ET COUT DE PRODUCTION DU LAIT DE BREBIS EN ELEVAGE

### 4.1. Compte de résultat des exploitations spécialisées en élevage ovin laitier

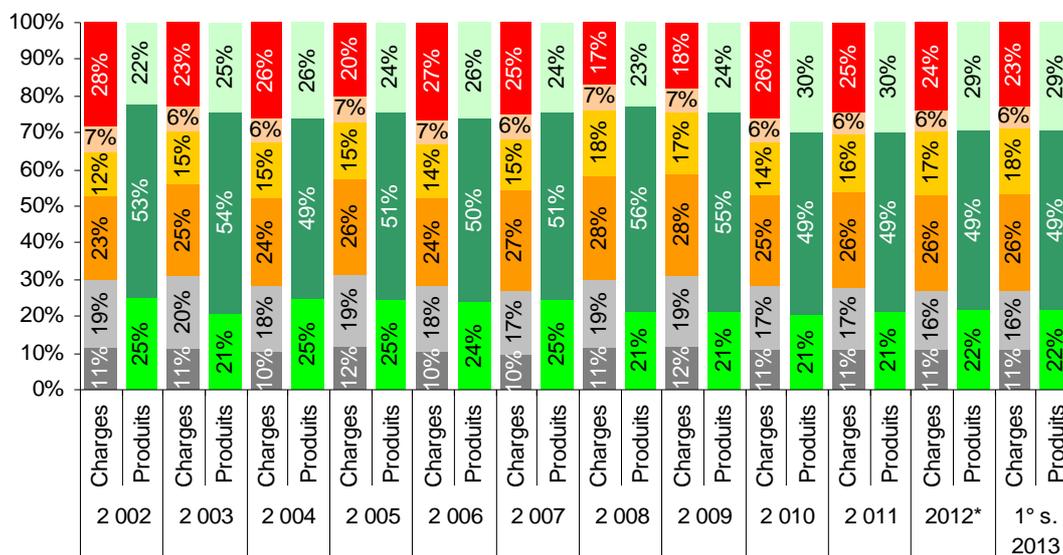
L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de lait de brebis est constitué de 101 à 116 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de lait constitue plus de 67 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 4 071 à 4 848 exploitations.

Le résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 17 % à 28 %).

La simulation réalisée sur 2012 et 2013 en appliquant à la structure des comptes 2011 les évolutions de prix du lait, des aliments pour brebis laitières et des intrants pour les cultures conduit à une légère diminution « mécanique » (sans adaptation des exploitations) du pourcentage du résultat courant.

Graphique 149

#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations spécialisées en élevage ovin laitier



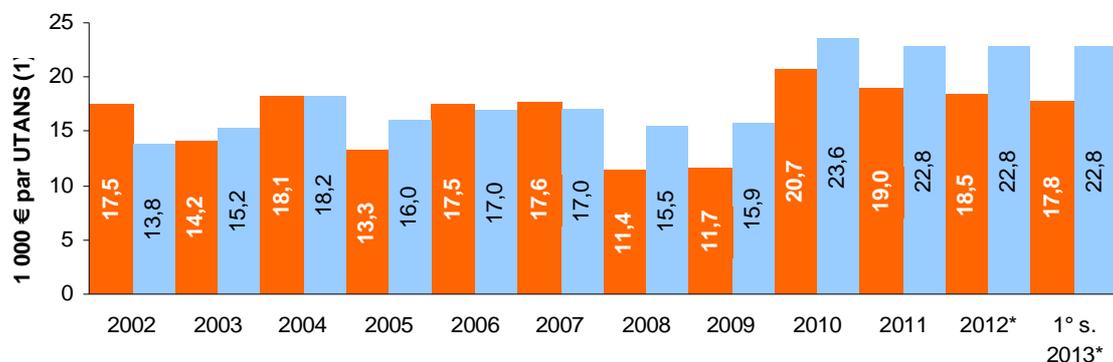
- Subventions d'exploitation
- Lait (produits)
- Autres produits
- Résultat courant avant impôt
- Intrants cultures
- Aliments du bétail achetés
- Autres consommations intermédiaires
- Amortissements
- Fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances, frais de personnel

(\*) résultats simulés

Source : RICA (SSP)

Graphique 150

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salariée dans les exploitations spécialisées en élevage ovin laitier**



(\*) résultats simulés

■ Résultat courant avant impôt par UTANS (1) ■ Subventions d'exploitation par UTANS (1)

(1) unité de travail annuel non salariée = une personne employée à plein temps sur l'exploitation et non salariée.

Source : RICA (SSP)

## 4.2. Coût de production du lait de brebis en élevage

### 4.2.1. Estimation du coût de production du lait de brebis en élevage à partir de la comptabilité générale (RICA) des exploitations spécialisées en élevage ovin laitier

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : agneaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

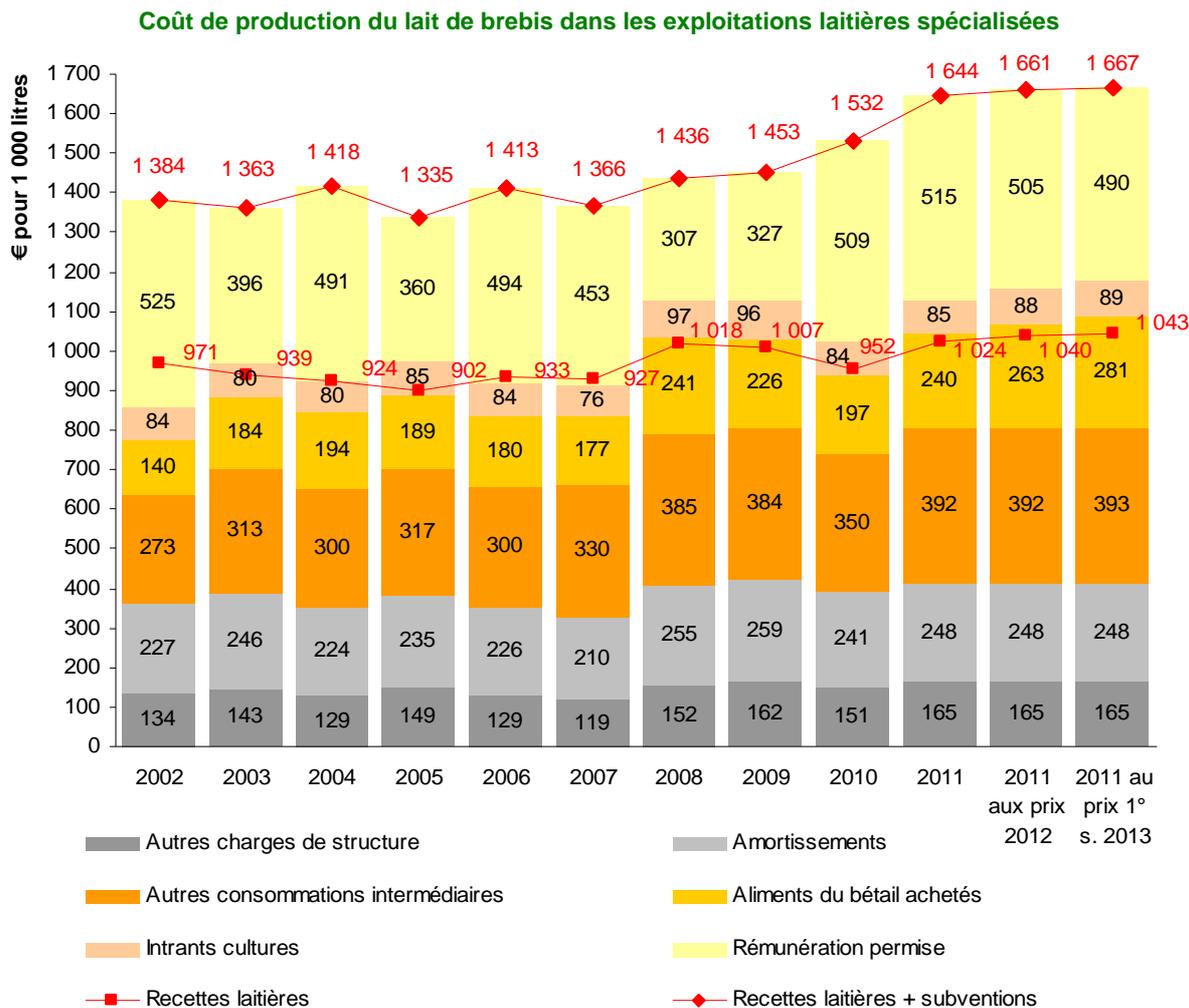
Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, déduit des données comptables (montant des ventes de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des postes a été rapporté à 1 000 litres de lait produit.

Les coûts de production du lait, ainsi estimés, varie de 858 € à 1 130 € pour 1 000 litres entre 2002 et 2011 ; il apparaît supérieur au prix du lait de 2003 à 2005 puis de 2008 à 2011, entraînant une marge nette négative. Toutefois, les subventions d'exploitation permettent, à ces périodes, une rémunération variant de 307 € à 525 € pour 1 000 litres.

Les résultats 2012 et 2013 sont des simulations réalisées en appliquant toutes choses égales par ailleurs les évolutions des prix du lait, des aliments pour brebis laitières et des intrants pour les cultures. La hausse du prix du lait ne compense pas la hausse des prix des aliments et des intrants par rapport à 2011. Elle entraîne ainsi une hausse des coûts de production et une réduction de la rémunération permise (toujours en simulation toutes choses égales par ailleurs).

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, agneaux et brebis de réforme) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 151



Source : RICA (SSP)

#### 4.2.2. Coût de production du lait de brebis en élevage dans les systèmes de production laitière ovine

Cette estimation des coûts de production pour 1000 litres de lait produit est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans des fermes de référence des Réseaux d'Élevage suivies les Chambres d'agriculture et les organismes techniques impliqués dans la filière.

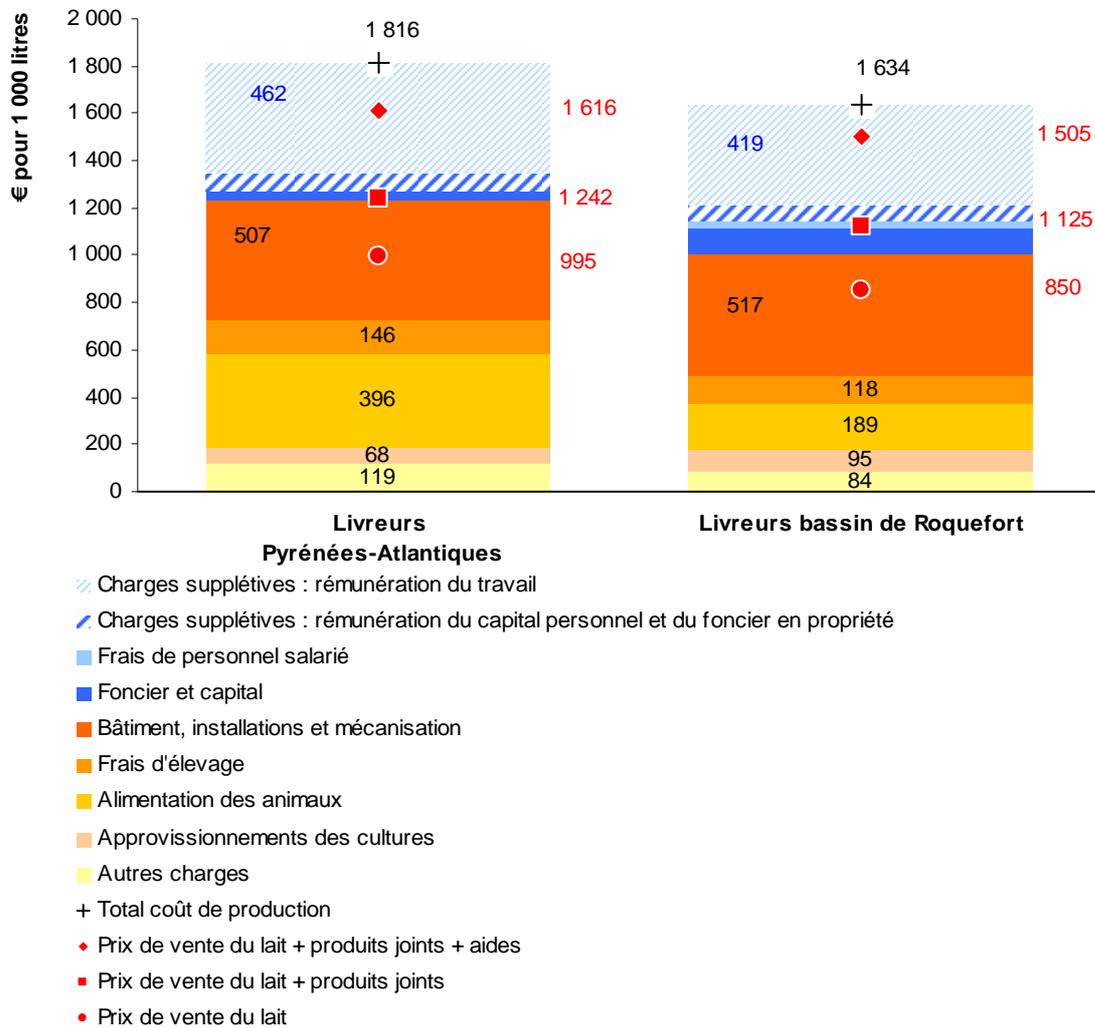
Les 47 exploitations ovines laitières suivies illustrent la diversité des systèmes présents dans leur bassin. La plupart d'entre elles sont engagées dans les filières régionales basées sur les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) : AOP Roquefort, AOP Ossau-Iraty, IGP agneaux de lait des Pyrénées. Il est important de signaler que ces élevages présentent généralement une efficacité (technique et économique) supérieure à la moyenne.

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail des exploitants à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

En outre, le coût des aliments des ovins laitiers issus des cultures de l'exploitation est constitué des charges de culture réellement engagées et des charges supplétives, desquelles sont déduites les subventions (DPU au prorata des hectares utilisés), ce coût n'est donc pas calculé en référence au prix de marché des céréales.

Graphique 152

**Coût de production moyen du lait de brebis avec charges supplémentives dans différents systèmes de production laitière ovine en 2011**



Source : Institut de l'élevage

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DU LAIT DE BREBIS

On ne dispose pas, à ce stade, de comptes d'entreprises ou d'établissements spécialisés dans la transformation du lait de brebis.

Dans la base de données sur les entreprises ESANE, les unités considérées (entreprises, au sens d'unités légales) fortement spécialisées dans la transformation du lait de brebis sont trop peu nombreuses pour autoriser l'utilisation de ces résultats.

## 6. COMPTES DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

Traité en détail en Section 5. Produits laitiers de vache. Paragraphe 6. Compte du rayon produits laitiers des GMS.

Tableau 23

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers

|  | 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                               | 74,1                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>25,9</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 4,1                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.  |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>21,8</b>                              |   |
| Autres charges   | 18,1                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>3,7</b>                               |   |
| Impôt sur les sociétés   | 1,3                                      |   |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>2,4</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 2,2 € (*) de la marge nette moyenne de 2,4 €. |

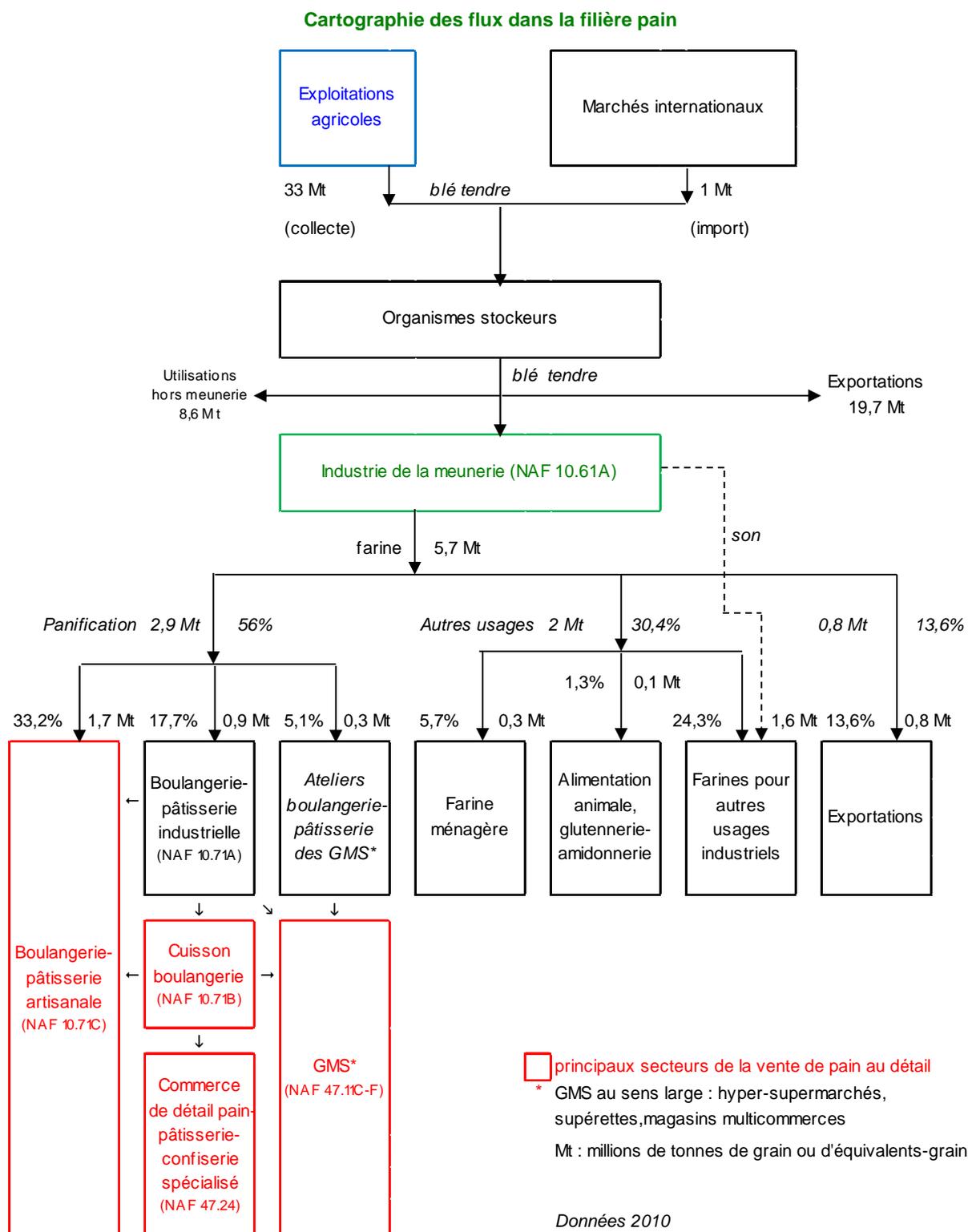
(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre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

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

## Section 8 – Pain

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE DU PAIN

Schéma 23



Source : FranceAgriMer

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE PAIN

La filière du pain est nouvellement inscrite au programme de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Les travaux entrepris en 2013, dont les résultats sont présentés dans ce rapport, ne constituent qu'une première étape, réalisée sous contrainte de données disponibles.

Le tableau ci-contre expose les données de base nécessaires pour appliquer pleinement à la filière pain la méthode générale décrite au 2<sup>e</sup> chapitre, les données actuellement disponibles et les actions engagées pour combler l'écart.

La référence retenue comme prix moyen mensuel du blé tendre à la production agricole est le prix *spot* payé au producteur par les organismes stockeurs, établi par une enquête mensuelle (DRAAF-FranceAgriMer). Pour certaines séries à périodicité annuelle, on a utilisé les cotations moyennes annuelles « départ Eure-et-Loir » (supérieures aux prix précédents) pour des raisons de commodité de calcul des moyennes pondérées. Ces dernières cotations peuvent inclure une marge d'opérateurs en aval immédiat de la production agricole (organismes stockeurs).

Ainsi que dans la plupart des autres filières lors du « démarrage » de l'observatoire, on ne dispose pas encore, dans la filière pain, de prix industriels des farines boulangères. Un recueil de ces prix est prévu pour 2014, par l'INSEE, dans le cadre de l'évolution de la confection des indices de prix de l'industrie et conformément à la convention entre l'institut et FranceAgriMer pour la fourniture de données pour l'observatoire (disposition prévue par l'article L621.8 du code rural et de la pêche maritime).

Une autre carence dans l'information nécessaire réside dans l'absence de données de prix d'achat du blé par le secteur de la meunerie (prix de vente des organismes stockeurs, OS).

Enfin, au stade du commerce de détail, les prix des pains dans les boulangeries artisanales et autres points de vente spécialisés ne font pas, à notre connaissance, l'objet d'enquête par les sociétés de panels. Celles-ci, en revanche, produisent des prix d'achat moyen pondérés des pains dans la grande distribution. FranceAgriMer ne dispose cependant que des moyennes annuelles de prix issues d'un de ces panels privés, données à périodicité et représentativité insuffisantes pour l'observatoire.

Mais l'INSEE diffuse le prix moyen mensuel de la baguette, tous circuits de vente : c'est donc cette donnée de prix au détail qui a été retenue pour les travaux de l'observatoire ; à noter qu'il sera nécessaire de construire, à partir des futurs relevés de prix de l'INSEE dans le secteur de la meunerie, un prix moyen mensuel sortie meunerie d'un « panier » de farines panifiables homogène avec la « baguette moyenne tous circuits » suivie au détail.

Dans l'attente de disposer de données de prix de production des farines et de données sur la marge des OS, la décomposition du prix du pain au détail ne peut se faire qu'en terme de matière première et de « marge agrégée tout aval confondu », ou valeur ajoutée par tous les maillons en aval (OS, meunerie, négoce en gros, détail...) à la matière première.

Par ailleurs, à ce stade des travaux, les marges brutes mensuelles, composantes du prix moyen mensuel au détail, sont calculées sur la base des prix moyens observés sur le même mois à tous les stades, 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.

Tableau 24

**Etat résumé des données nécessaires et disponibles pour l'étude de la formation des prix et des marges dans la filière du pain**

| Phase de l'étude   | Données nécessaires  | Données disponibles   | Action engagée (ou à engager)  |
|--|--|---|--|
| Définition du produit de consommation et du circuit de vente au détail |  |   | Sous contrainte des données disponibles : choix de la baguette ordinaire prix moyen tous circuits de vente (source INSEE). |
| Calcul des marges brutes par unité de produit vendu au détail          | Prix moyen mensuel du blé tendre panifiable au producteur agricole   | Cotation du blé tendre départ Eure-et-Loir (Les Marchés)<br>Prix spot du blé tendre au producteur (FranceAgriMer)   |  |
|  | Prix moyen mensuel d'achat du blé par la meunerie aux organismes stockeurs   | Prix moyen annuel départ magasins de collecte   | (enquête auprès des OS)  |
|  | Rendement du blé en farine   | Référence fournie par l'ANMF : 77%  |  |
|  | Prix moyen mensuel sortie meunerie de différents types de farine panifiable (en fonction des circuits retenus) sortie meunerie | Indice de prix de production de l'industrie Farines boulangères artisanales (INSEE) : Farines boulangères pour ateliers GMS<br>Pas de prix en niveau disponible | Préparation de l'enquête INSEE sur les prix de production des farines boulangères, démarrage en 2014                       |
|  | Valorisation des coproduits de la farine (sons) pour calcul d'un coût net en matière première de la farine                     | Néant   | (enquête ou paramétrage à dire d'experts)  |
|  | Rendement de la farine en pain   | Référence fournie par l'ANMF : 94%  |  |
|  | Prix moyen mensuel du pain (par type retenu) au détail selon circuits retenus  | Prix moyen mensuel de la baguette ordinaire en métropole tous circuits de vente   | (acquisition de données de panels de consommateur par circuits, dont GMS)  |
| Etude des coûts de production agricole                                 | Comptes analytiques d'exploitations agricoles productrices de blé tendre   | Comptabilité générale d'exploitations (RICA)<br>Coûts de production (Arvalis)   |  |
| Etude de la marge des OS   | Comptes d'OS   | Néant   | (enquête auprès des OS)  |
| Etude des coûts de la meunerie   | Comptes d'entreprises du secteur de la meunerie  | Compte de résultat moyen du secteur (INSEE, base ESANE)   |  |
| Etude des coûts de la boulangerie (divers types)                       | Comptes d'entreprises des secteurs concernés (GMS, artisans, ...)  | Comptes de résultat moyens des secteurs (INSEE, base ESANE)<br>Compte de résultat moyen des boulangers artisans (centre de gestion agréé de la profession)      |  |
| Etude des coûts du rayon boulangerie des GMS                           | Comptes analytiques par rayon dans la grande distribution  | Résultats de l'enquête spécifique OFPM sur les marges et coûts par rayon dans les enseignes en 2013, comptes 2012.  |  |

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGE BRUTE DU PRIX DE LA BAGUETTE

Le calcul de la part de la matière première blé dans la baguette s'appuie sur les coefficients techniques moyens suivants :

Tableau 25

#### Coefficients techniques moyens retenus dans le circuit blé-farine-baguette

|  |          |
|--|----------|
| Quantité de farine par 100 kg de blé (1) | 77 kg    |
| Poids baguette cuite (2)                 | 0,250 kg |
| Poids baguette crue (3)                  | 0,350 kg |
| Pâte crue / kg de farine (4)             | 1,489 kg |

d'où :

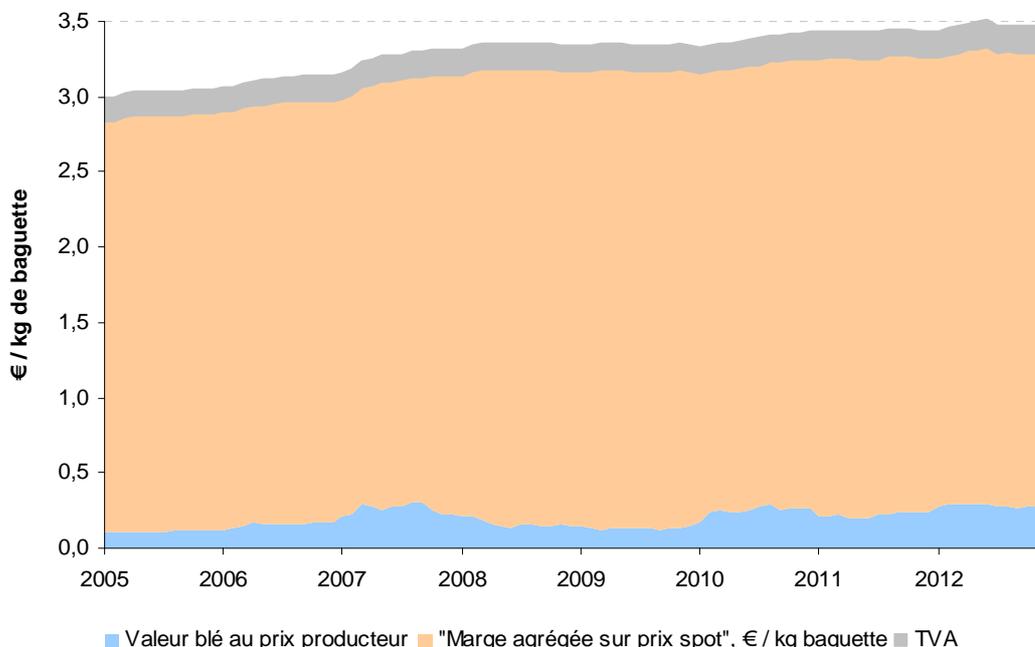
|                      |          |
|----------------------|----------|
| Pâte crue / baguette | 0,350 kg |
| Farine / baguette    | 0,235 kg |
| Blé / baguette       | 0,305 kg |
| Blé / 1kg baguette   | 1,221 kg |

Sources : (1) : ANMF, CNBF ; (2) : DGCCRF et divers ouvrages ; (3) : divers ouvrages ; (4) documents CAP boulangerie.

De 2005 à mi-2013, le prix moyen de la baguette tous circuits passe de 3 € / kg à près de 3,5 € / kg, paraissant répercuter les phases de hausse de la matière première observées en 2007 puis à nouveau à partir de 2010 (Graphique 153, Graphique 154, Graphique 155).

Graphique 153

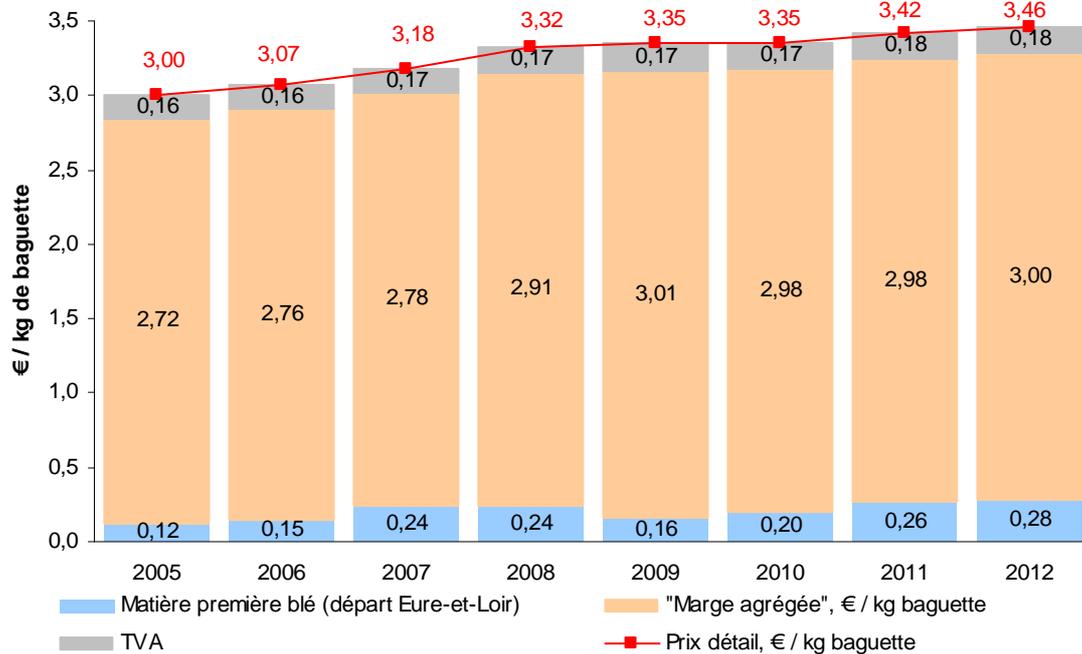
#### Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marge brute agrégée des OS, de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Graphique 154

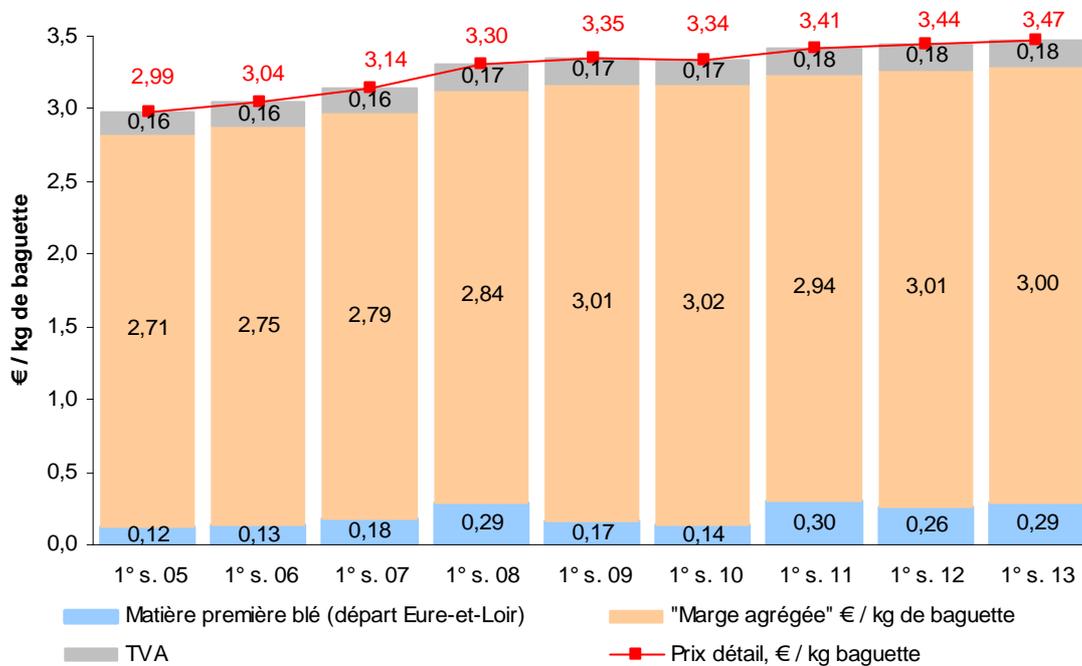
**Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marge brute agrégée des OS, de l'industrie et du commerce de détail**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Graphique 155

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail de la baguette en matière première et marge brute agrégée des OS, de l'industrie et du commerce de détail**



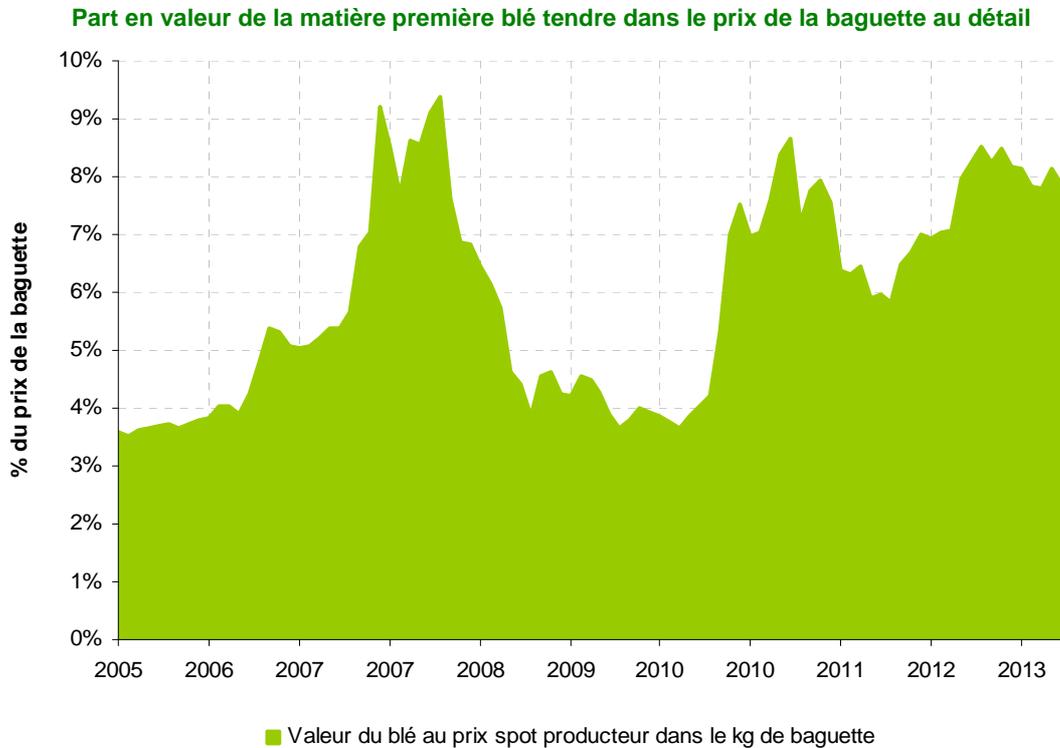
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

On constate un accroissement sensible de la « marge agrégée » de l'aval, de l'ordre d'une trentaine de centimes sur la période étudiée.

Cette « marge agrégée » couvre les charges et bénéfices de l'ensemble de l'aval de la filière : organismes stockeurs (dans la mesure où le prix de la matière première pris comme référence n'inclut pas ou pas complètement la marge de ces organismes), industrie de la meunerie, boulangerie. La nature et l'évolution de ces charges 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), mais auparavant (partie 4), une approche plus synthétique permettra de vérifier que l'essentiel de l'augmentation de l'écart entre la valeur de la matière première blé et le prix du pain au détail s'explique par la progression des charges dans l'aval.

La matière première pèse relativement peu dans la valeur du produit fini (Graphique 156) : sur la période suivie, la valeur du blé incorporé représente entre 3,5% et 9% du prix de la baguette. Depuis la nouvelle phase de hausse du prix du blé à partir de 2010, cette proportion se situe entre 6% et 8,5%.

Graphique 156



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

#### 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLE-PAIN

Le Graphique 157 met en relation le coût de la matière première, le prix observé de la baguette au détail et un prix « simulé ». Ce prix simulé de la baguette est celui qui aurait assuré le strict maintien de la marge brute agrégée au niveau moyen qu'elle présentait en 2005, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant pour le niveau de la marge agrégée que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont l'indice mensuel d'évolution du prix du blé tendre à la production (IPPAP blé tendre) et l'indice mensuel des prix à la consommation (IPC)<sup>49</sup>.

Le prix simulé à une date (mois) donnée  $P_{St}$  est donc égal à la marge brute de référence  $MB_R$  ajoutée au coût en matière première à la date  $t$ ,  $C_t$  :

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

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

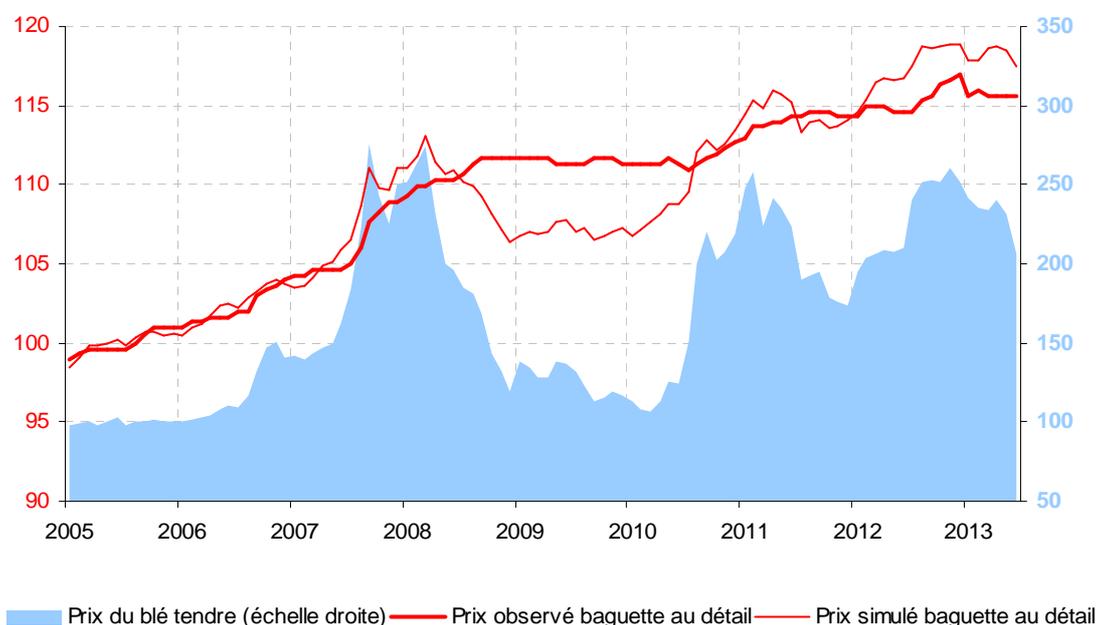
$$MB_R = (P_0 - C_0) \frac{IPC_t}{IPC_0}$$

Le coût en matière première  $C_t$  évolue sous l'effet de l'évolution du prix du blé, il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix du blé (rapport  $IPPAP_t$  sur  $IPPAP_0$  des indices de prix du blé à la production) :

$$C_t = C_0 \frac{IPPAP_t}{IPPAP_0}, \text{ d'où le prix simulé : } P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left( \frac{IPPAP_t}{IPPAP_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

Graphique 157

##### Relation entre l'évolution du prix du blé tendre et celle du prix au détail de la baguette



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Jusqu'à mi 2007, le prix observé de la baguette évolue sans écart significatif avec le prix simulé : il assure le maintien de la marge brute agrégée au niveau de 2005 et couvre l'évolution des charges au rythme de l'inflation. Ainsi, l'évolution du prix de la matière première et l'évolution des charges au rythme de l'inflation expliquent l'essentiel de la hausse du prix pain au détail.

<sup>49</sup> L'IPC pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles, cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

En 2007 et au début de 2008, on remarque que le circuit de transformation et de distribution amortit la brusque hausse du coût de la matière première : le prix observé est inférieur au prix simulé.

A partir de la deuxième moitié de l'année 2008 et jusqu'à mi-2010, en revanche, le prix au détail observé reste au-dessus du prix simulé, la « redescende » du coût en matière première n'ayant pas été transmise.

A partir de 2011, on retrouve un prix au détail qui lisse plutôt à la baisse l'impact des variations de prix du blé et des autres charges.

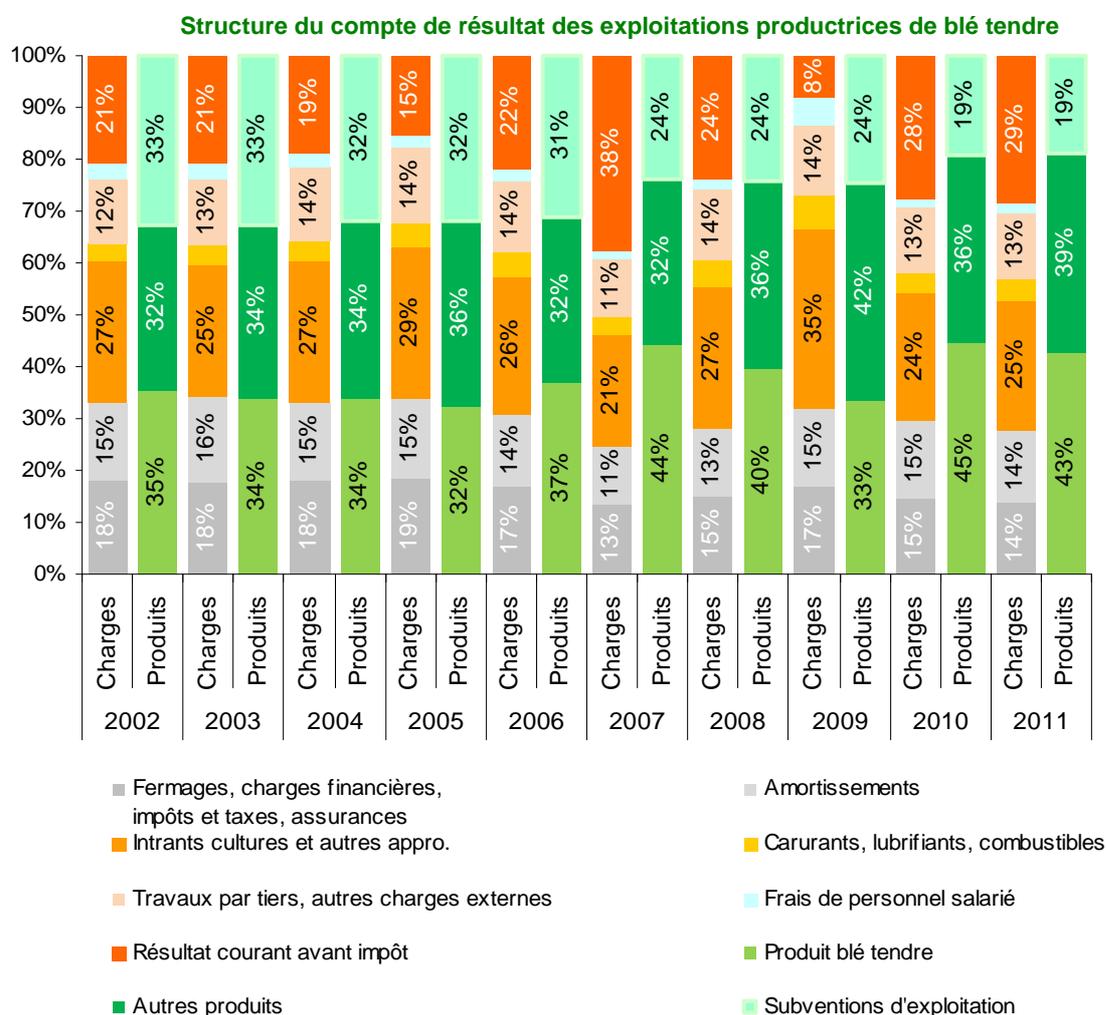
## 5. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLE TENDRE ET COUT DE PRODUCTION DU BLE TENDRE

### 5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de blé tendre est constitué de 167 à 275 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de blé tendre constitue plus de 46 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 7 757 à 12 275 exploitations.

Le résultat courant avant impôt est très variable d'une année à l'autre, tant en pourcentage du total des produits (8% à 38%, Graphique 158) qu'en valeur absolue par travailleur familial (Graphique 159).

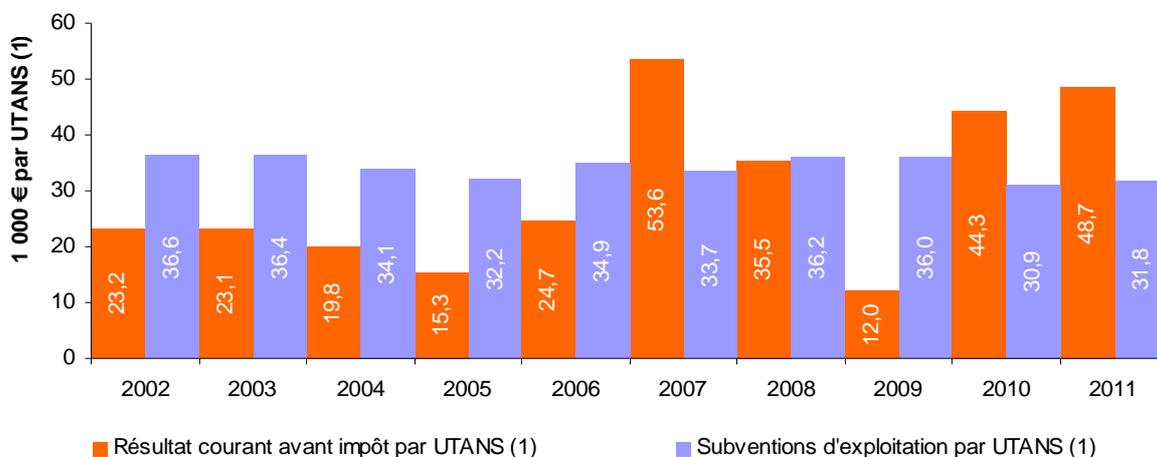
Graphique 158



Source : RICA (SSP)

Graphique 159

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé tendre**



(1) Unités de travail annuel non salariée = une personne employée à plein temps sur l'exploitation et non salariée.

Sources : RICA (SSP)

**5.2. Coût de production du blé tendre**

Les résultats présentés sur le Graphique 160 sont issus de l'observatoire Arvalis-Unigrains constitué à partir des données recueillies et traitées par le réseau des centres de comptabilité et d'économie rurale Cer-France. L'échantillon comprend 4 500 exploitations spécialisées en grandes cultures avec blé tendre, réparties sur 16 départements français, représentant eux-mêmes 38% de la production française de blé tendre. Ces départements sont majoritairement situés au nord de la Loire et le rendement moyen en blé tendre des exploitations de l'échantillon est supérieur de 10% au rendement moyen national en blé tendre observé par le SSP.

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables.

Ainsi, le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables).

Ces charges supplétives comprennent :

- une rémunération standard pour le travail des exploitants portée à hauteur de la rémunération nette d'un chauffeur de tracteur qualifié (soit 1,1 SMIC par unité de main-d'œuvre) ;
- une rémunération forfaitaire des capitaux personnels (taux OAT 10 ans) ;
- une rémunération du foncier en propriété (taux de fermage moyen réel de l'exploitation).

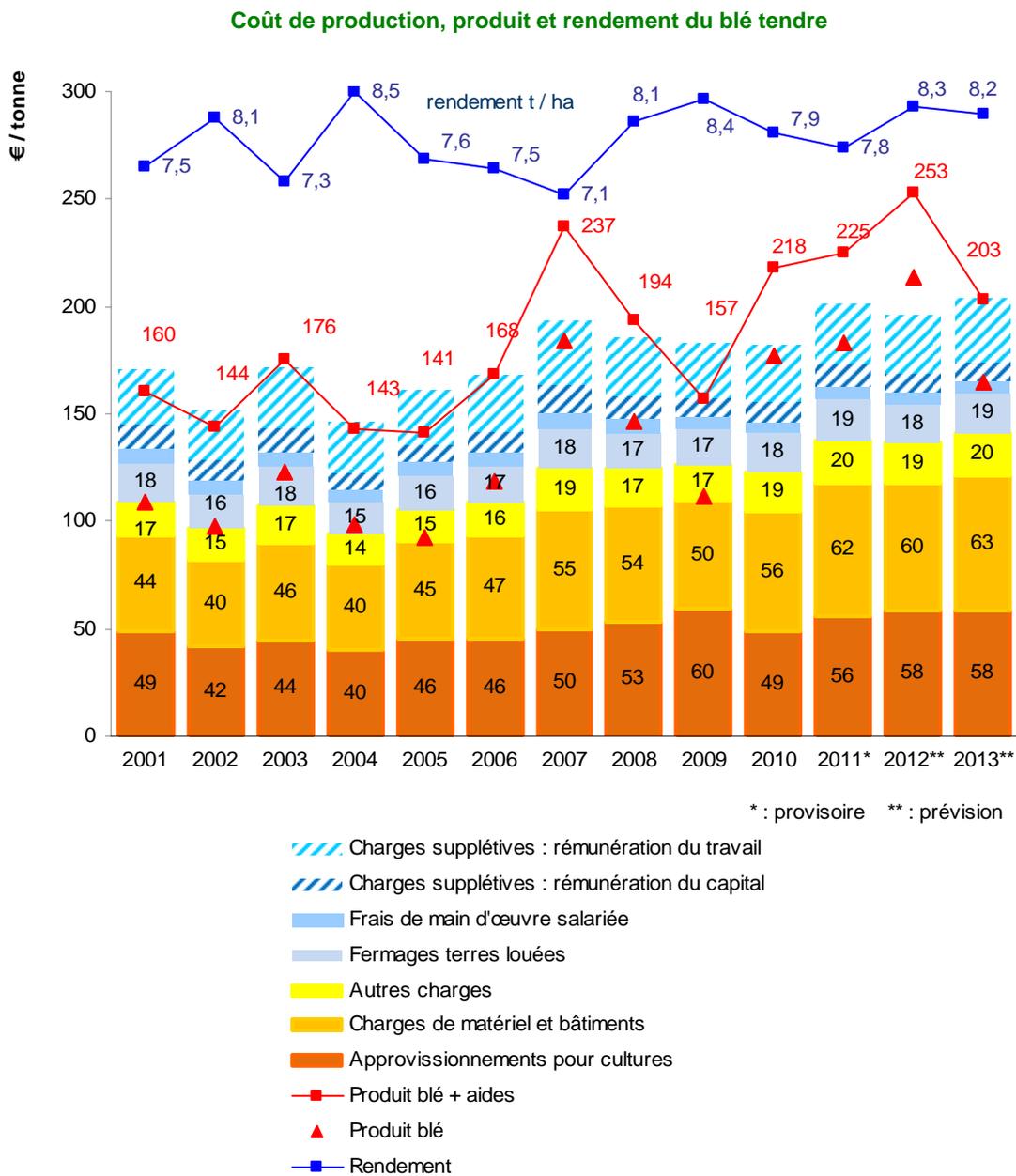
Les données 2011<sup>50</sup> sont considérées comme provisoires car calculées à partir d'un nombre d'observations réduites de l'échantillon de base. Elles deviendront définitives qu'à partir de janvier 2014. Les données 2012 et 2013 sont prévisionnelles car issues d'extrapolations des résultats des années précédentes et d'observations sur le terrain.

Le produit blé permet la couverture des charges réelles comptables en 2007, 2010 et 2012 (du moins en données prévisionnelles). Le complément apporté par les subventions d'exploitation permet de couvrir ces charges quelle que soit l'année.

Lors des années 2001, 2002, 2004, 2005 et 2009, le produit blé et les subventions d'exploitation ne permettent pas de couvrir l'ensemble des charges incluant les charges supplétives. Les autres années (2003, 2006-2008, 2010 et suivantes), cet ensemble de charges est couvert par les recettes précitées. Le rendement par hectare est mentionné sur le graphique car ses évolutions entraînent de fortes variations des résultats à la tonne.

<sup>50</sup> Les exercices comptables sont ici désignés par le millésime de l'année de récolte ; « 2011 » : exercice comptable incluant la récolte 2011, qui peut donc par exemple s'étendre de juillet 2010 à août 2011.

Graphique 160



(Le millésime désignant l'exercice comptable est celui de la récolte)

Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

## **6. COMPTES DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE ARTISANAL DE LA FILIERE FARINE-PAIN**

Cette partie présente, essentiellement sous forme graphique, dans les pages qui suivent, des données comptables portant sur les entreprises relevant des secteurs suivants de la filière (source : ESANE – INSEE) :

- Meunerie : production de farine panifiable, étape de 1<sup>ère</sup> transformation de la filière ;
- Boulangerie et pâtisserie industrielles : production industrielle de pain et de pâtons à cuire, sans vente au détail ;
- Cuisson de boulangerie : cuisson de pâtons fournis par le secteur précédent, vente au détail ou en gros ;
- Boulangerie-pâtisserie : fabrication de pain et vente au détail en magasin spécialisé ; peut comprendre aussi les commerces de pain au détail spécialisés, non fabricants.

On y trouvera plus loin des éléments de comptes de la boulangerie-pâtisserie artisanale provenant du centre de gestion de cette profession et fournis à l'observatoire par la Confédération Nationale de la Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie Française.

### **6.1. Structure des charges dans le secteur de la Meunerie**

Le Graphique 161 montre le poids croissant des charges en matières premières et la détérioration du taux de résultat courant moyen du secteur.

### **6.2. Structure des charges dans le secteur de la Boulangerie-pâtisserie industrielle**

Le poids de la matière première est moins important, mais néanmoins croissant, dans ce secteur de 2<sup>ème</sup> transformation, à plus forte valeur ajoutée (Graphique 162). Le taux de résultat courant diminue.

### **6.3. Structure des charges dans le secteur de la Cuisson de boulangerie**

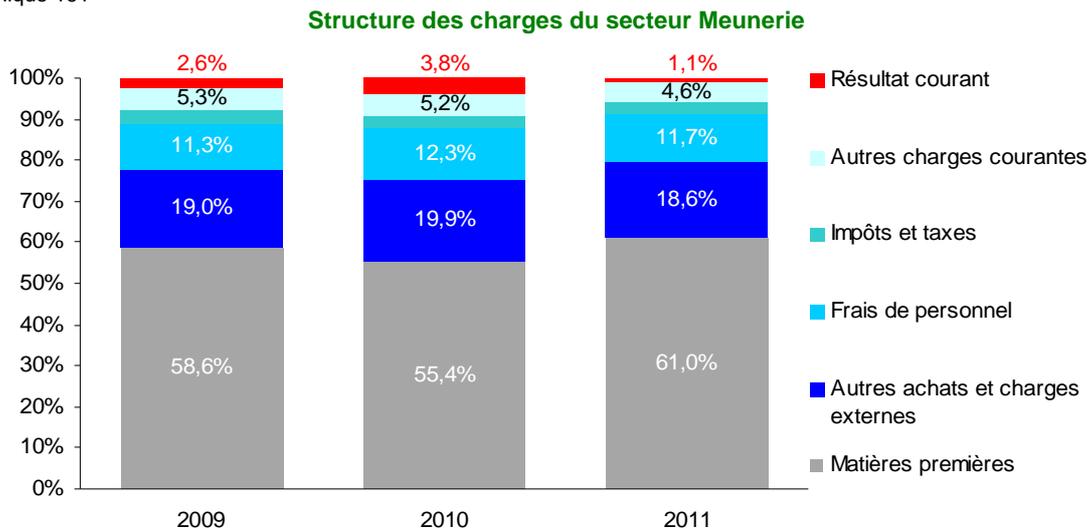
Le poids des frais de personnel est plus élevé dans cette activité de transformation finale que dans les secteurs précédents (Graphique 163). Le taux de résultat courant en 2010 et 2011 est nettement inférieur à celui de 2009.

### **6.4. Structure des charges dans le secteur de la Boulangerie-pâtisserie (source ESANE)**

On remarque (Graphique 164) que l'évolution du poids relatif de la matière première dans les comptes, pratiquement constant sur la période étudiée, ne reflète pas la hausse de prix de la matière première, du fait notamment de la transmission de cette hausse dans les prix des produits. Les poids relatifs des autres charges évoluent assez peu, à l'exception du poste « autres charges courantes », dont la part progresse nettement en 2011, entraînant la baisse du taux de résultat courant.

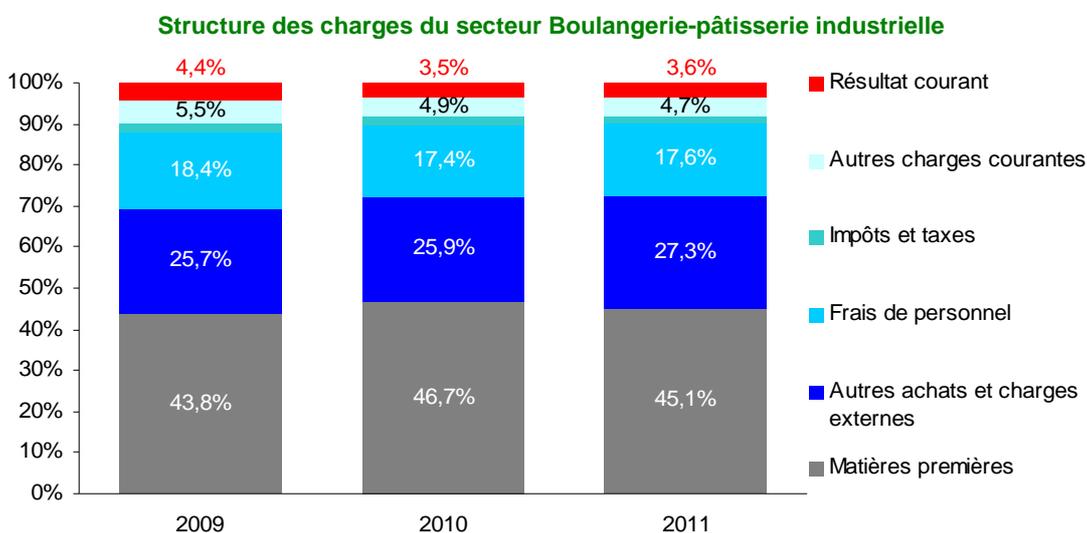
Le poids du résultat courant par rapport au produit doit être considéré en tenant compte du fait que ce secteur comprend une certaine proportion d'entreprises artisanales sous forme individuelle : le résultat courant est alors la rémunération du travail (et des capitaux) de l'artisan, rémunération qu'il faudrait appréhender avec les frais de personnel (*i.e.*, salarié) pour apprécier globalement la contribution du travail dans la valeur ajoutée.

Graphique 161



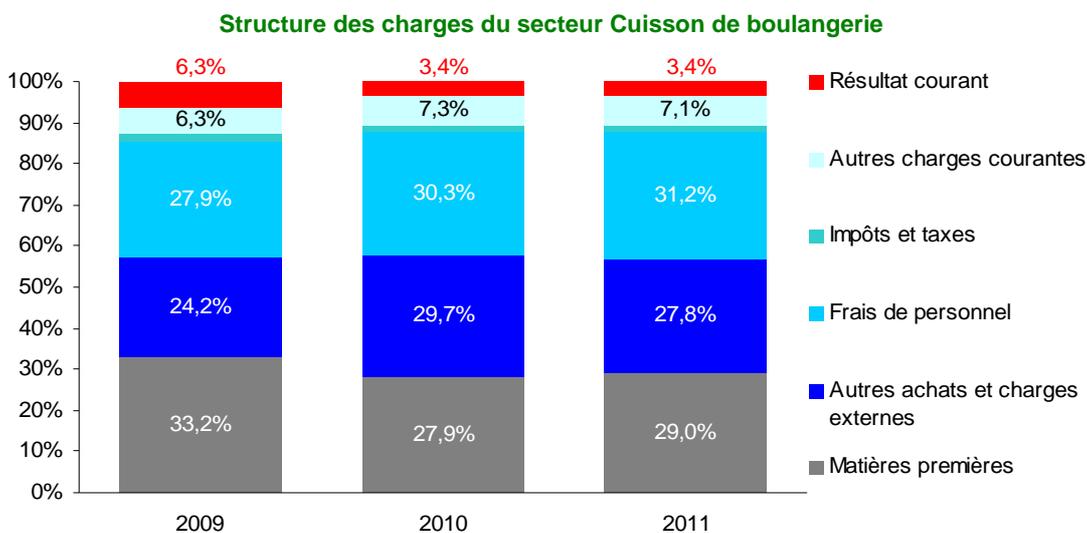
Source : INSEE (ESANE)

Graphique 162



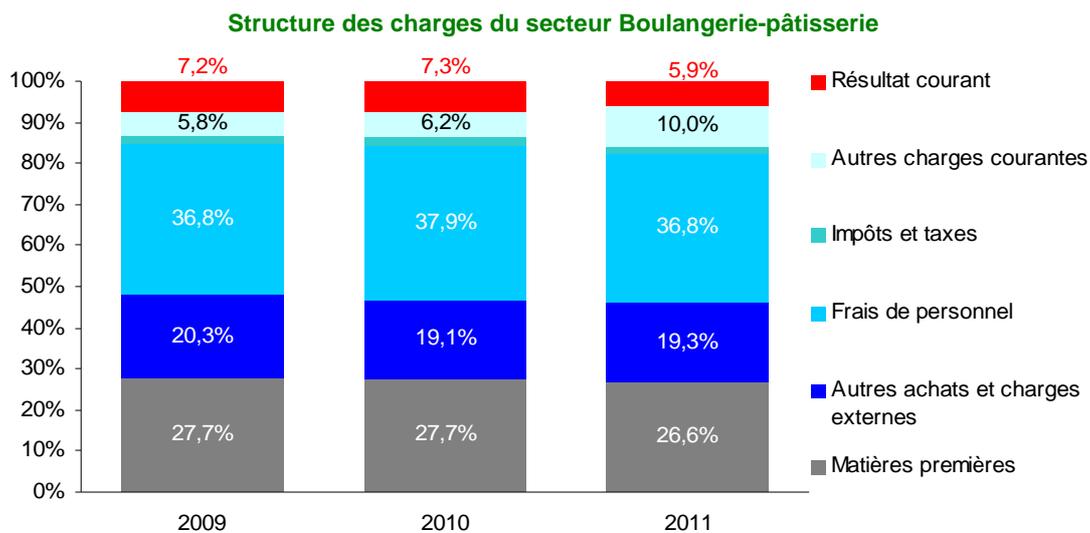
Source : INSEE (ESANE)

Graphique 163



Source : INSEE (ESANE)

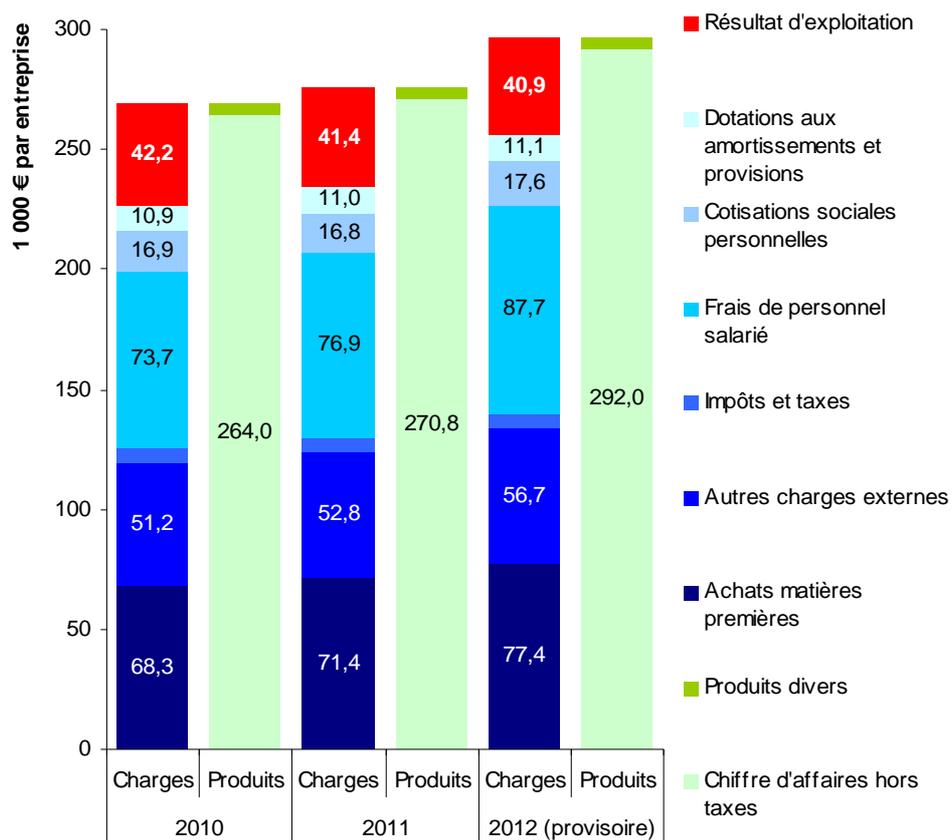
Graphique 164



Source : INSEE (ESANE)

Graphique 165

**Compte d'exploitation moyen des entreprises artisanales de la boulangerie et de la boulangerie-pâtisserie - exploitations sous forme individuelle -**



Résultat d'exploitation : ce solde est hors produits et charges financières et exceptionnelles, s'y impute la rémunération des exploitants, soit pour deux personnes 1 705 à 1 760 € par personne et par mois, avant opérations précitées, et net de cotisations sociales personnelles (452 à 464 € par personne et par mois), prises en compte dans les charges

Source : Centre de gestion agréé de la boulangerie-pâtisserie

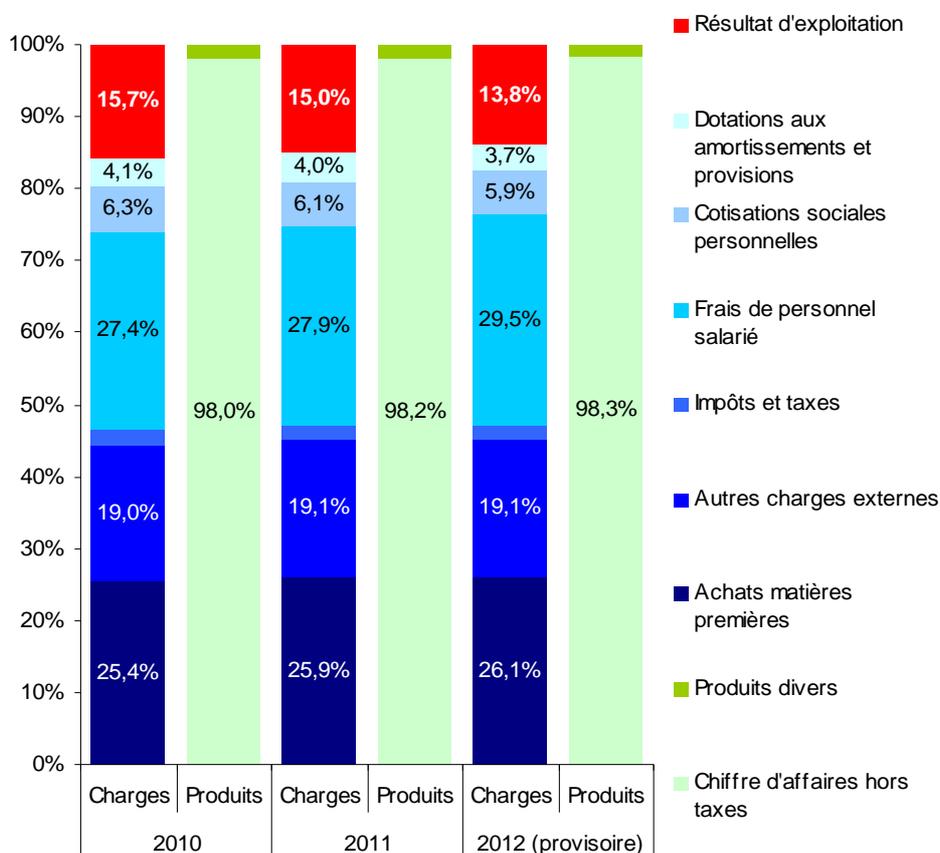
### 6.5. Compte de résultat moyen des entreprises artisanales de boulangerie-pâtisserie

Les données du Graphique 165 et du Graphique 166 proviennent du Centre de gestion agréé de la boulangerie-pâtisserie, dont la clientèle est constituée d'entreprises artisanales, sous forme individuelle et de dimension économique plus petite que celle des unités relevant du secteur Boulangerie-pâtisserie des données d'ESANE, incluant notamment des sociétés.

On constate la progression du poste Achats de matières premières, plus marquée en 2012. D'autres charges sont également en progression dont, particulièrement, les frais de personnel salarié. Ces hausses de coûts ne sont qu'en partie transmises dans le chiffre d'affaire en 2012, d'où une baisse du résultat d'exploitation.

Graphique 166

#### Structure moyenne des comptes d'exploitation des entreprises artisanales de la boulangerie et de la boulangerie-pâtisserie (exploitations sous forme individuelle)



Résultat d'exploitation : ce solde est hors produits et charges financières et exceptionnelles, s'y impute la rémunération des exploitants, nette de cotisations sociales personnelles, prises en compte dans les charges

Source : Centre de gestion agréé de la boulangerie-pâtisserie

On retrouve, dans la structure des comptes de ces entreprises, les caractéristiques évoquées lors de l'examen des comptes de l'ensemble du secteur (Boulangerie-pâtisserie, source ESANE) : la part relative de la matière première évolue peu, malgré la hausse en valeur de ce poste, du fait de la transmission – au moins partielle – de cette hausse dans le chiffre d'affaires.

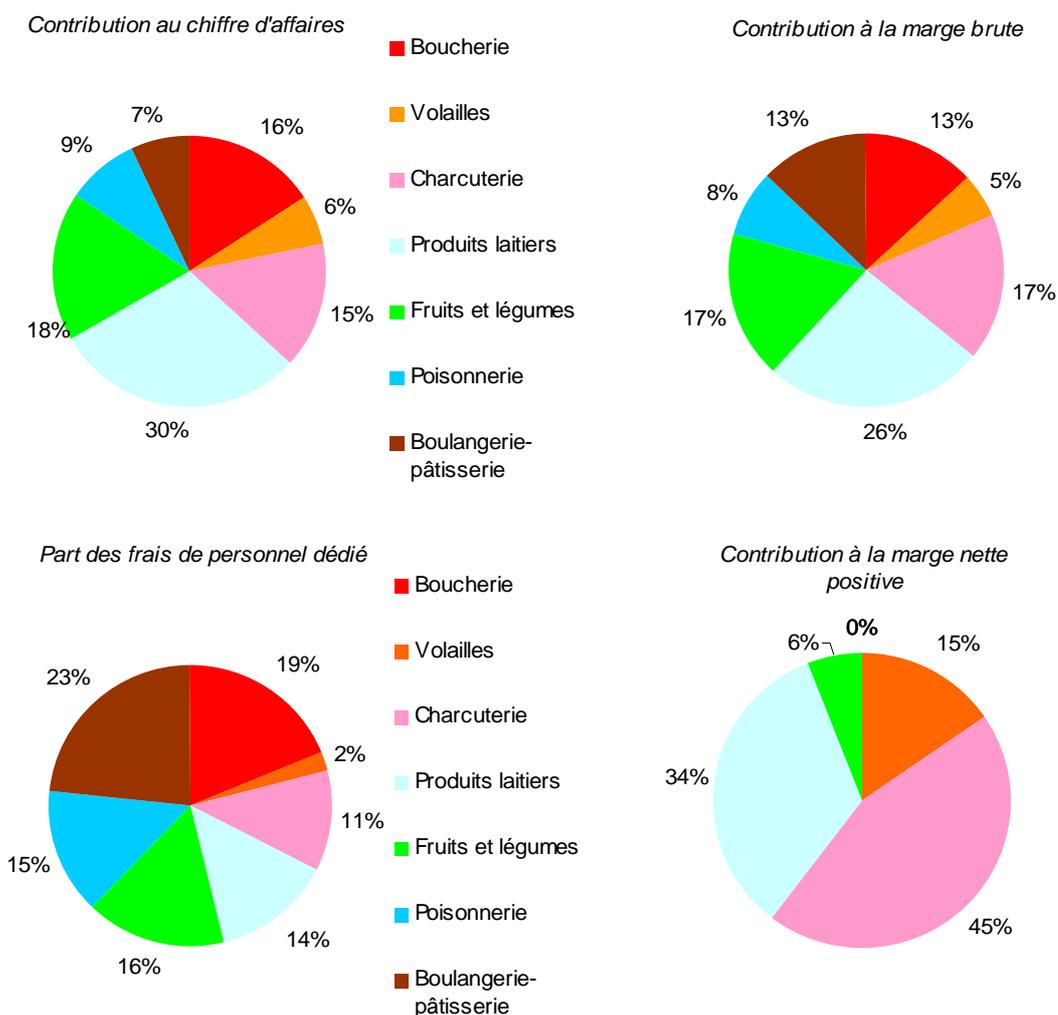
## 7. COMPTES DU RAYON BOULANGERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le 2<sup>ème</sup> chapitre de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

### 7.1. Le rayon boulangerie-pâtisserie-vienniserie par rapport aux autres rayons étudiés

Graphique 167

**Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012**



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

Le rayon boulangerie-pâtisserie-vienniserie des GMS représente 7% du CA de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire.

C'est, sur ce critère, l'un des plus petits rayons, mais il contribue pour 13% à la marge brute globale, soit autant que le rayon boucherie.

S'agissant d'un rayon où s'effectuent des fabrications ainsi que de la vente assistée, il génère près du quart des frais de personnel dédié aux rayons, soit la proportion la plus importante, devant le rayon boucherie.

Sa marge nette est négative, après application des conventions de répartition des charges communes (Cf. ci-après).

## 7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Tableau 26

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2012**  
**Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

|  | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne   |
|--|--|---|
| Chiffre d'affaires du rayon                                      | 100,0                                    |   |
| Coût d'achat des produits du rayon                               | 44,2                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>55,8</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 30,5                                     | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.   |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>25,2</b>                              |   |
| Autres charges   | 27,2                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>- 2,0</b>                             |   |
| Impôt sur les sociétés   | -0,7                                     | <i>NB : ce rayon ayant un résultat avant impôt négatif, il diminue l'assiette imposable de l'ensemble des rayons, d'où, par convention, l'affectation d'un impôt négatif par application du taux moyen d'IS au résultat avant impôt (Cf. chapitre 2).</i> |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-1,3</b>                              | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 5,2 € (*) de la marge nette moyenne de -1,3 €.  |

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

Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer, exercice 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boulangerie-pâtisserie, les enseignes interrogées dégagent en moyenne 56 € de marge brute, les achats de matières premières aux fournisseurs représentant 44 €, soit un rapport CA / achats supérieur à 100%, le seul observé dans l'ensemble des rayons étudiés.

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires (30,5% du CA) sont également les plus importants de l'ensemble des rayons étudiés car ce rayon a une activité de fabrication (véritable activité de boulangerie-pâtisserie dans nombre d'hypermarchés, cuisson de pain dans d'autres magasins) et présente souvent un point de vente assisté.

Il en résulte une marge « semi-nette » de 25 € pour 100 € de chiffre d'affaires, légèrement inférieure aux autres charges affectées au rayon (27 €), et détaillées ci-après.

Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette apparaît négative : - 2 €, ou -1,3 € après répartition de l'IS entre rayons.

### 7.3. Détail des charges du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Détail des charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2012  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

|  |  | Boulangerie<br>Pâtisserie<br>Viennoiserie |
|--|--|---|
| Charges directes du rayon                  | Frais de personnel du rayon  | 30,5                                      |
|  | Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon     | 1,5                                       |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                                | 1,6                                       |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon        | 1,4                                       |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon              | 0,3                                       |
|  | <b>Sous-total : charges directes du rayon</b>                      | <b>35,3</b>                               |
| Charges communes réparties                 | Immobilier   | 3,6                                       |
|  | Personnel hors-rayon (en magasin, au siège en charge des magasins) | 8,1                                       |
|  | Frais financiers   | 0,6                                       |
|  | Autres charges communes réparties                                  | 10,1                                      |
|  | Répartition de l'impôt sur les sociétés                            | -0,7                                      |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                     | <b>21,7</b>                               |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |  | <b>57,1</b>                               |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie supporte directement 35 € de charges directes (dont 30 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes réparties à hauteur de 22 €, dont, principalement des frais de personnel commun à plusieurs rayons (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges au siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau).

La convention de répartition de l'IS fait apparaître ici un correctif diminuant les charges : le rayon ayant une base imposable (résultat avant impôt) qui apparaît négative, il diminue l'assiette imposable, et donc l'impôt de l'ensemble des rayons.

Avec au total 57 € pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie est celui dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas pour trois des sept enseignes interrogées.

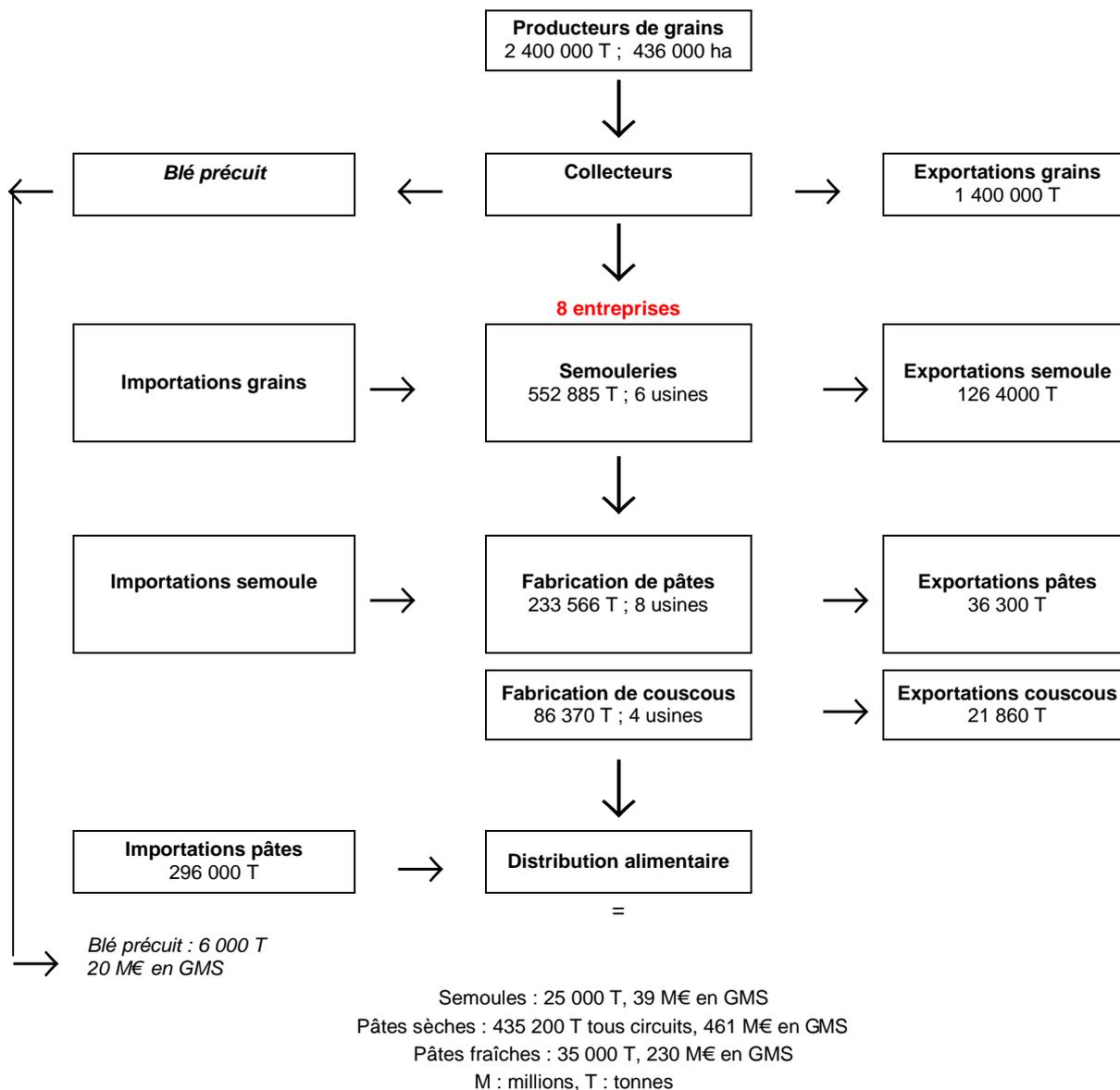
*NB : comme expliqué au chapitre 2, la convention appliquée pour ventiler l'IS par rayon vise à ce que la somme des IS répartis par rayon soit égale à l'IS de l'ensemble, calculée en appliquant un taux moyen d'IS au résultat avant IS. Il en découle que les rayons à marge nette avant IS négative, comme le rayon boulangerie, en diminuant l'assiette d'imposition de l'ensemble, sont affectés d'une correction qui diminue leur charges totales. On peut aussi appliquer une autre convention en excluant les rayons « négatifs » de la répartition de l'IS : dans ce cas, la marge nette après répartition de l'IS du rayon boulangerie est en fait la marge nette avant cette répartition*

## Section 9 – Pâtes alimentaires

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIERE DES PATES ALIMENTAIRES

Schéma 24

Cartographie des flux dans la filière des pâtes alimentaires



Source : SIFPAF

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE DES PATES ALIMENTAIRES

La filière des pâtes alimentaires est nouvellement inscrite au programme de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Les travaux entrepris en 2013, dont les résultats sont présentés dans ce rapport, ne constituent qu'une première étape, réalisée sous contrainte de données disponibles.

Le tableau ci-contre expose les données de base nécessaires pour appliquer pleinement à la filière des pâtes alimentaires la méthode générale décrite au 2<sup>ème</sup> chapitre, les données actuellement disponibles et les actions engagées pour combler l'écart.

La référence retenue comme prix moyen mensuel du blé dur à la production agricole est le **prix spot payé au producteur par les collecteurs**, établie par une enquête mensuelle (DRAAF-FranceAgriMer). Pour certaines séries à périodicité annuelle, on a utilisé les cotations moyennes annuelles « rendu Port-La-Nouvelle » (supérieures aux prix précédents) pour des raisons de commodité de calcul des moyennes pondérées. Il s'agit d'un choix par défaut, ces références pouvant minorer le prix effectif de la matière première achetée par les industriels (prix toutefois non connu par l'observatoire à ce stade).

Ainsi que dans la plupart des autres filières lors du « démarrage » de l'observatoire, on ne dispose pas, dans la filière des pâtes alimentaires, de prix des produits sortie usine. L'observatoire avait retenu, comme produit à suivre, les spaghettis et les coquillettes de marques nationales et de marques de distributeurs, en paquet de 500 g, destinés aux GMS.

Toutefois, si l'INSEE relève les éléments nécessaires à l'établissement de l'indice mensuel du prix des pâtes sortie usine, indice diffusé sur le site de l'institut, **les règles du secret statistique ne permettent pas de diffuser les prix moyens en niveau (€) sortie usine des produits visés par l'observatoire.**

Ceci résulte de la très forte concentration des opérateurs (une entreprise réalisant près de 85% de la production), confrontés en outre à une forte concurrence étrangère (italienne) dans l'approvisionnement des GMS.

Une autre carence dans l'information nécessaire réside dans l'absence de données de prix d'achat du blé dur par le secteur de la semoulerie-fabrication de pâtes (prix de vente des collecteurs aux industriels).

Enfin, au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer ne dispose pas encore des données mensuelles pour établir des prix moyens de différentes catégories de pâtes.

Mais l'INSEE diffuse le **prix moyen mensuel au détail des pâtes alimentaires « supérieures » tous circuits de vente** : c'est donc cette donnée de prix au détail qui a été retenue pour les travaux de l'observatoire. Cette donnée de prix peut s'avérer supérieure aux prix d'achat moyens pondérés issus de panels fournissant les valeurs et les volumes d'achat, intégrant donc les effets des promotions et des reports d'achat sur des gammes moins chères du même panier de produits.

Faute de disposer de données de prix de production pâtes alimentaires et de données sur la marge des collecteurs, la décomposition du prix des pâtes au détail ne peut se faire qu'en termes de matière première et de « marge agrégée tout aval confondu », ou valeur ajoutée par tous les maillons de l'aval (collecteurs, semouliers-pâtisiers, négoce en gros, détail...) à la matière première.

Par ailleurs, à ce stade des travaux, les marges brutes mensuelles, composantes du prix moyen mensuel au détail, sont calculées sur la base des prix moyens observés sur le même mois à tous les stades, sans prise en compte des décalages découlant du caractère stockable de la matière première, ni des outils de lissage des variations de coût en matière première susceptibles d'être utilisés par les industriels.

Enfin, signalons que le poids des importations de pâtes alimentaires (60% de la consommation) et l'impossibilité, dans les sources utilisées, de différencier les prix au détail par origine, rend l'estimation de la « marge agrégée » sur matière première nationale (blé dur produit en France) assez approximative.

Tableau 27

**Etat résumé des données nécessaires et disponibles pour l'étude de la formation des prix et des marges dans la filière des pâtes alimentaires**

| Phase de l'étude   | Données nécessaires   | Données disponibles  | Action engagée (ou à engager)   |
|--|---|--|---|
| Définition du produit de consommation et du circuit de vente au détail |   |  | Sous contrainte des données disponibles : choix des « pâtes supérieures, 500 g », prix moyen tous circuits de vente (source INSEE). |
| Calcul des marges brutes par unité de produit vendu au détail          | Prix moyen mensuel du blé dur au producteur agricole                                      | Cotation du blé dur rendu Port-La-Nouvelle (Les Marchés)<br>Prix spot du blé dur au producteur (FranceAgriMer)                 |   |
|  | Prix moyen mensuel d'achat du blé dur par l'industrie de semoulerie-pâtes aux collecteurs | Prix moyen annuel départ magasins de collecte  | <i>(enquête auprès des collecteurs ou des industriels)</i>  |
|  | Rendement du blé dur en pâtes   | Référence fournie par le SIFPAF : 71,43% (1,4 kg de blé pour 1 kg de pâtes)  |   |
|  | Prix moyen mensuel sortie usine de différents types de pâtes pour GMS, en MN et MDD       | Indice de prix de production de l'industrie Pâtes alimentaires non préparées (INSEE) :<br><br>Pas de prix en niveau disponible | La diffusion de prix moyen en niveau par catégorie de pâtes est sous contrainte de secret statistique                               |
|  | Valorisation des coproduits pour calcul d'un coût net en matière première de la farine    | Néant  | <i>(enquête ou paramétrage à dire d'experts)</i>  |
|  | Prix moyen mensuel des pâtes (par type retenu) au détail selon circuits retenus           | Prix moyen mensuel des pâtes supérieures en 500 g tous circuits de vente   | <i>(acquisition de données de panels de consommateur en GMS)</i>  |
| Etude des coûts de production agricole                                 | Comptes analytiques d'exploitations agricoles productrices de blé dur                     | Comptabilité générale d'exploitations (RICA)<br><br>Coûts de production : non disponible pour l'instant                        |   |
| Etude de la marge des collecteurs                                      | Comptes de collecteurs  | Néant  | <i>(enquête auprès des collecteurs)</i>   |
| Etude des coûts de l'industrie   | Comptes d'entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires                  | Compte de résultat moyen du secteur (INSEE, base ESANE)  |   |
| Etude des coûts du rayon épicerie salée GMS                            | Comptes analytiques par rayon dans la grande distribution                                 | Résultats de l'enquête spécifique OFPM sur les marges et coûts par rayon dans les enseignes en 2013, comptes 2012.             | <i>Résultats non exploités en 2013, les pâtes ne représentant qu'une petite partie du rayon épicerie salée</i>                      |

### 3. DECOMPOSITION EN MATIERE PREMIERE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DETAIL TOUS CIRCUITS DES PATES ALIMENTAIRES

Le calcul de la part de la matière première blé dans les pâtes s'appuie sur les coefficients techniques moyens suivants :

Tableau 28

#### Coefficients techniques moyens retenus dans le circuit blé-tendre-semoule-pâtes

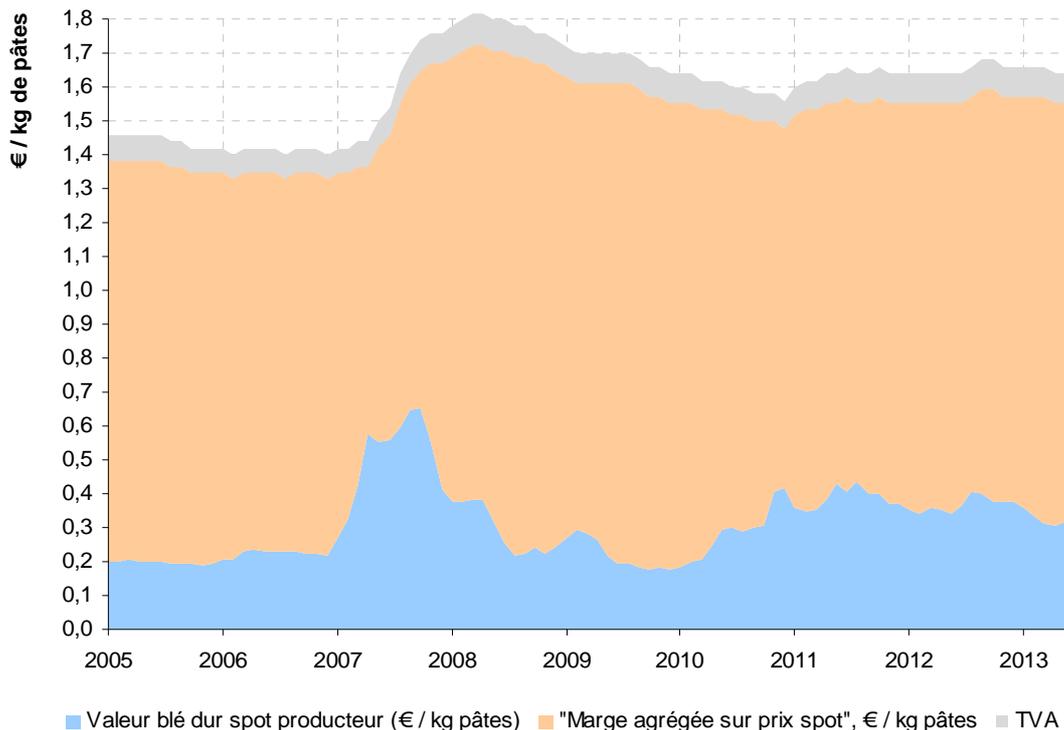
|                        |        |
|------------------------|--------|
| Blé dur / 1kg de pâtes | 1,4 kg |
|------------------------|--------|

Sources : SIFPAF - CFSI

De 2005 à mi-2013, le prix moyen au détail des pâtes supérieures tous circuits passe de 1,46 € / kg à 1,64 € / kg, via des pics de 1,80 € / kg en 2009. Le prix au détail paraît répercuter les phases de hausse de la matière première observées en 2007 puis à nouveau à partir de 2010 (Graphique 168, Graphique 169, Graphique 170).

Graphique 168

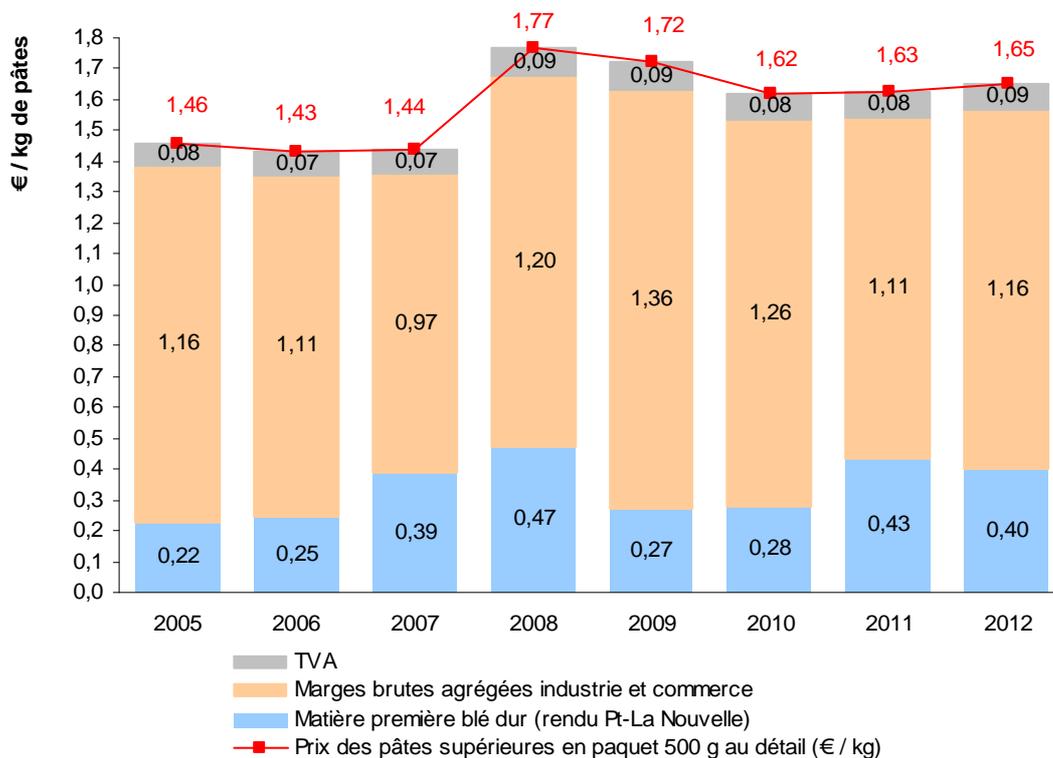
#### Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée des collecteurs, de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Graphique 169

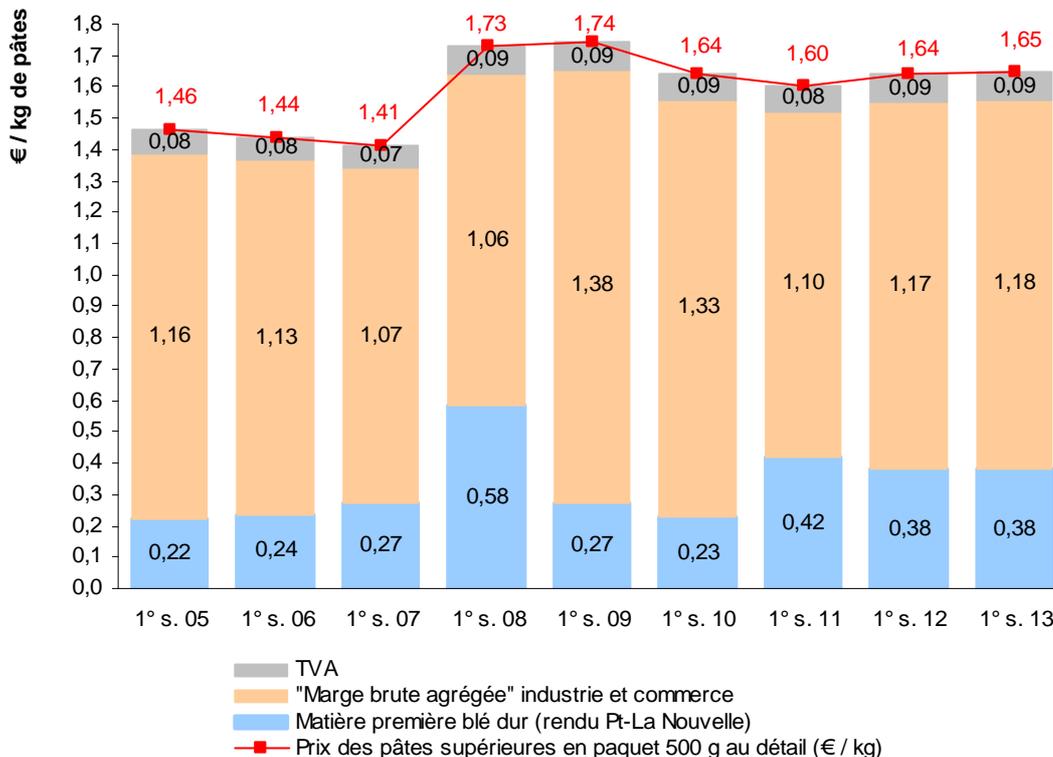
**Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée des collecteurs, de l'industrie et du commerce de détail**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

Graphique 170

**Composition du prix moyen 1<sup>er</sup> semestre au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée des collecteurs, de l'industrie et du commerce de détail**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

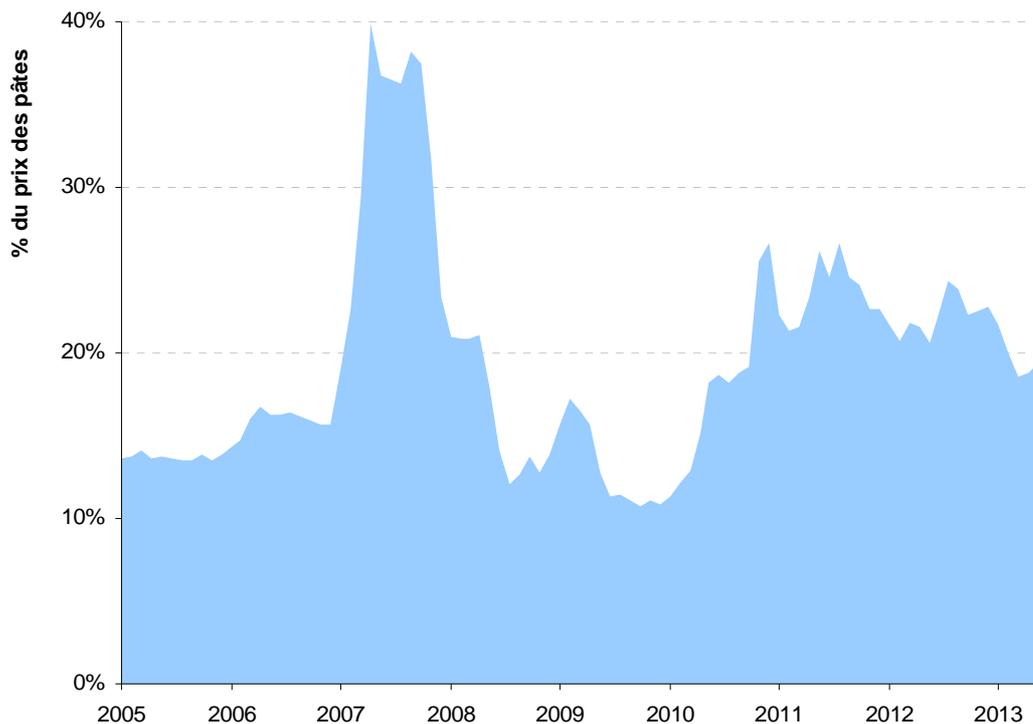
De 2010 à 2012, la marge agrégée de l'aval tend à diminuer – et retrouver des niveaux proches de ceux de 2005-2006 – alors que le prix du blé augmente ; l'impact de cette hausse sur le prix au détail est ainsi relativement amortie. On note que les années 2008 et 2009 présentent une nette augmentation de la marge agrégée.

On rappelle que cette « marge agrégée » couvre les charges et bénéfices de l'ensemble de l'aval de la filière : organismes stockeurs (dans la mesure où le prix de la matière première pris comme référence n'inclut pas ou pas complètement la marge de ces organismes), industrie de la semoulerie et de la paterie, 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 pastière, mais auparavant, une approche plus synthétique permettra de vérifier que l'essentiel de l'augmentation de l'écart entre la valeur de la matière première blé et le prix du pain au détail s'explique par la progression des charges dans l'aval (partie 4).

Le poids de la matière première dans la valeur du produit fini était, avec un taux de 20% déjà relativement importante avant l'irruption de la « volatilité à la hausse » des prix du blé dur (Graphique 171). Cette incidence de la matière première dans le prix au détail culmine à près de 40% début 2007 et se situe entre 20% et 30% ces dernières années. Notons que ces taux sont calculés en rapportant les prix du blé dur et des pâtes aux mêmes mois, donc sans tenir compte des effets de lissage qui peuvent résulter du recours, par les industriels, à des instruments de protection contre les variations brusques des cours, ou à la mobilisation de stocks.

Graphique 171

**Part en valeur de la matière première blé dur dans le prix des pâtes alimentaires au détail**



Sources : OFPM FranceAgriMer, INSEE

#### 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLE DUR-PATES ALIMENTAIRES

Le Graphique 172 met en relation le coût de la matière première, le prix observé des pâtes au détail et un prix « simulé ». Ce prix simulé des pâtes est celui qui aurait assuré le strict maintien de la marge brute agrégée au niveau moyen qu'elle présentait en 2005, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation.

La période de référence retenue est l'année 2005, tant pour le niveau de la marge agrégée que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont l'indice mensuel d'évolution du prix du blé dur à la production (IPPAP blé dur) et l'indice mensuel des prix à la consommation (IPC)<sup>52</sup>.

Le prix simulé à une date (mois) donnée  $P_{St}$  est donc égal à la marge brute de référence  $MB_R$  ajoutée au coût en matière première à la date  $t$ ,  $C_t$  :

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

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

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

Le coût en matière première  $C_t$  évolue sous l'effet de l'évolution du prix du blé dur, il est donc égal au coût en période de référence, augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix du blé dur (rapport  $IPPAP_t$  sur  $IPPAP_0$  des indices de prix du blé à la production) :

$$C_t = C_0 \frac{IPPAP_t}{IPPAP_0},$$

d'où le prix simulé :

$$P_{St} = P_0 \frac{IPC_t}{IPC_0} + C_0 \left( \frac{IPPAP_t}{IPPAP_0} - \frac{IPC_t}{IPC_0} \right)$$

On constate, sur le Graphique 172, que, lors des fortes hausses du coût en matière première de 2007-2008 ont été amorties et transmises avec un certain retard dans les prix au détail. En 2011-2013, le prix au détail des pâtes alimentaires est resté inférieur au prix simulé (transmission intégrale des coûts qui aurait assuré le maintien de la marge aval au niveau de référence).

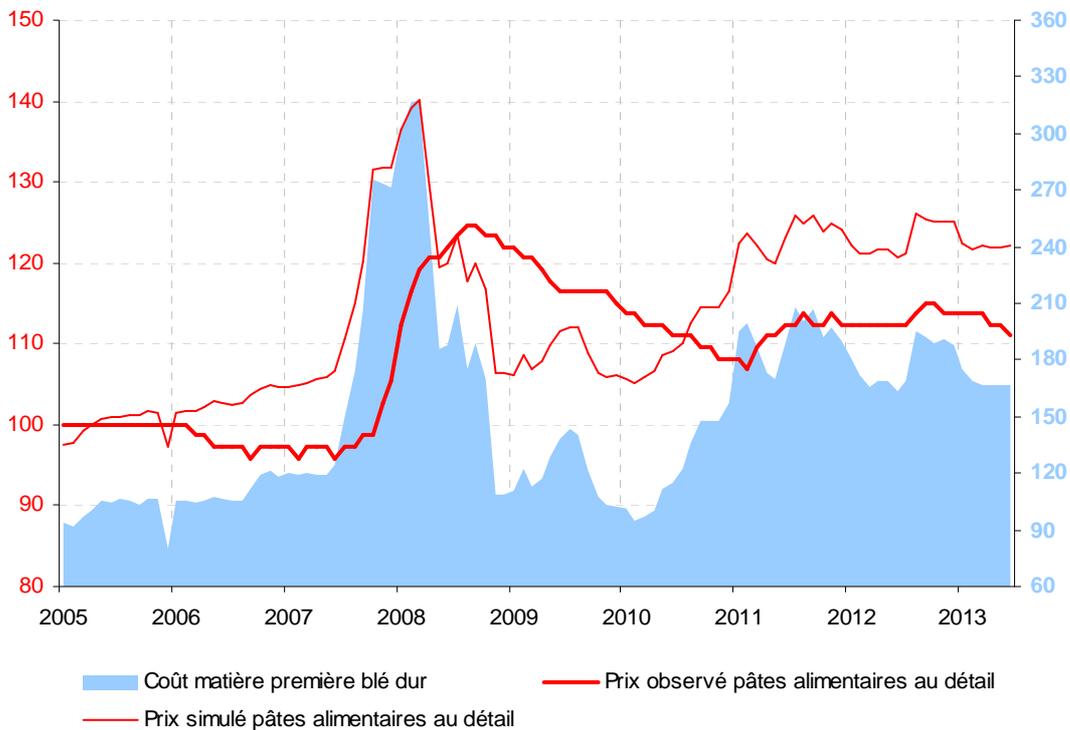
Lors du repli des cours du blé dur qui a suivi la hausse de 2007-2008, le prix au détail a baissé, mais moins vite, à certaines périodes, que le prix amont.

Les évolutions du prix au détail reproduisent par ailleurs (de façon amortie) avec un certain retard les évolutions du prix de la matière première, ce qui peut s'expliquer, s'agissant d'une matière première et de produits finis stockables.

<sup>52</sup> L'IPC pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais est non disponible en données mensuelles, cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

Graphique 172

**Relation entre la valeur de la matière première blé dur incorporé dans les pâtes alimentaires et leur prix au détail**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, INSEE

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS CEREALIERES A BLE DUR ET COUT DE PRODUCTION DU BLE DUR

### 5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur

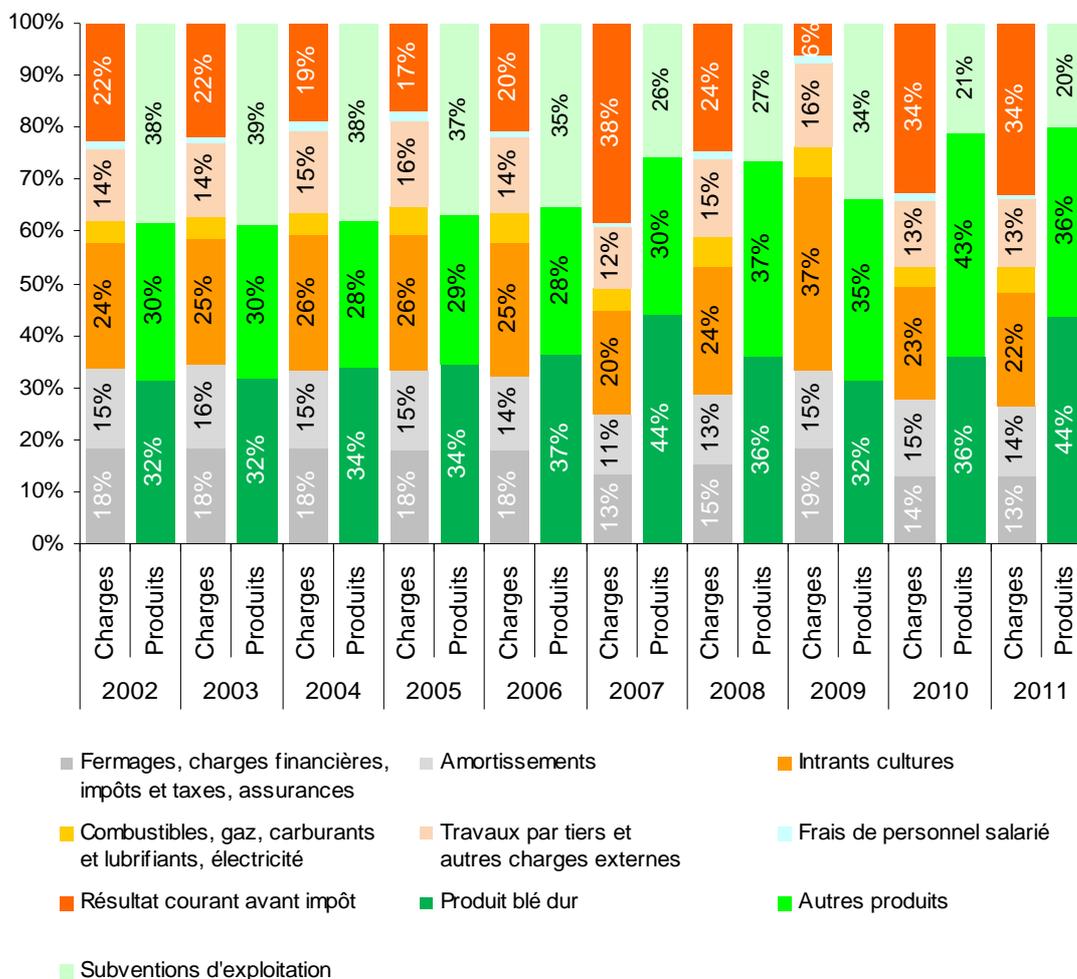
L'échantillon RICA des exploitations productrices de blé dur retenues ici est constitué de 30 à 50 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de blé dur constitue plus de 47 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux ; le blé dur entrant dans un assolement, il ne peut être identifié d'exploitations très spécialisées (sauf cas très limités).

Cet échantillon est représentatif de 1 339 à 1 687 exploitations.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 6 % à 38 %).

Graphique 173

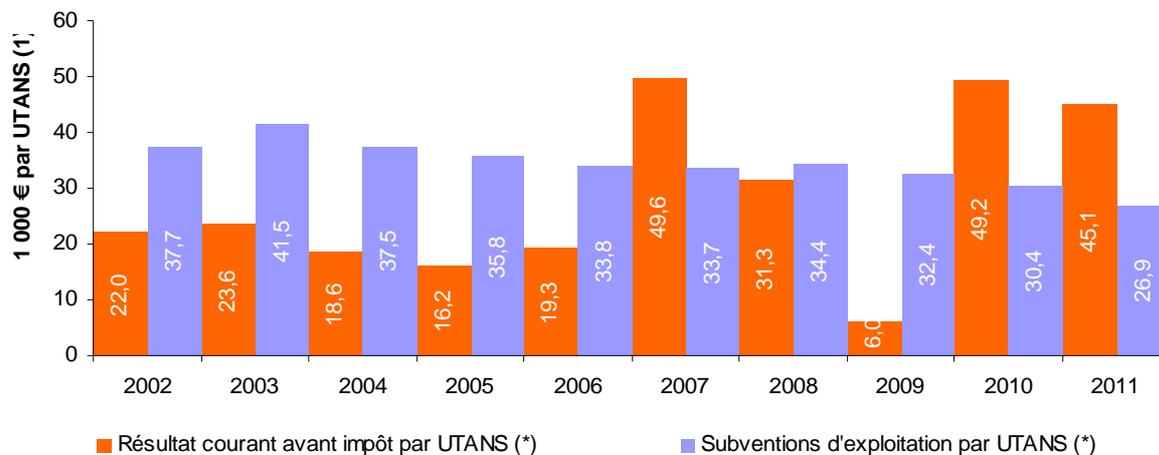
Structure du compte de résultat des exploitations productrices de blé dur



Source : RICA (SSP)

Graphique 174

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé dur**



(1) Unités de travail annuel non salariée = une personne employée à plein temps sur l'exploitation et non salariée.

Source : RICA (SSP)

**5.2. Coût de production du blé dur**

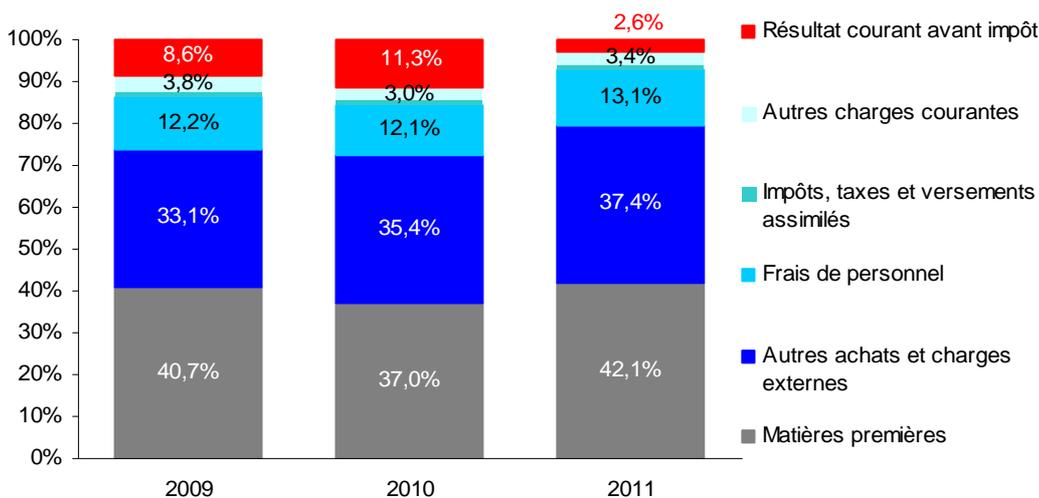
L'observatoire ne dispose pas de données relatives au coût de production du blé dur.

**6. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIERE DES PATES ALIMENTAIRES**

Les comptes des entreprises qui fabriquent des pâtes alimentaires sont caractérisés par le poids relativement important des charges en matières premières (autour de 40% en 2009-2011).

Graphique 175

**Structure des charges du secteur Fabrication de pâtes alimentaires**



Source : ESANE (INSEE)

**7. COMPTES DU RAYON EPICERIE SALEE DES GMS**

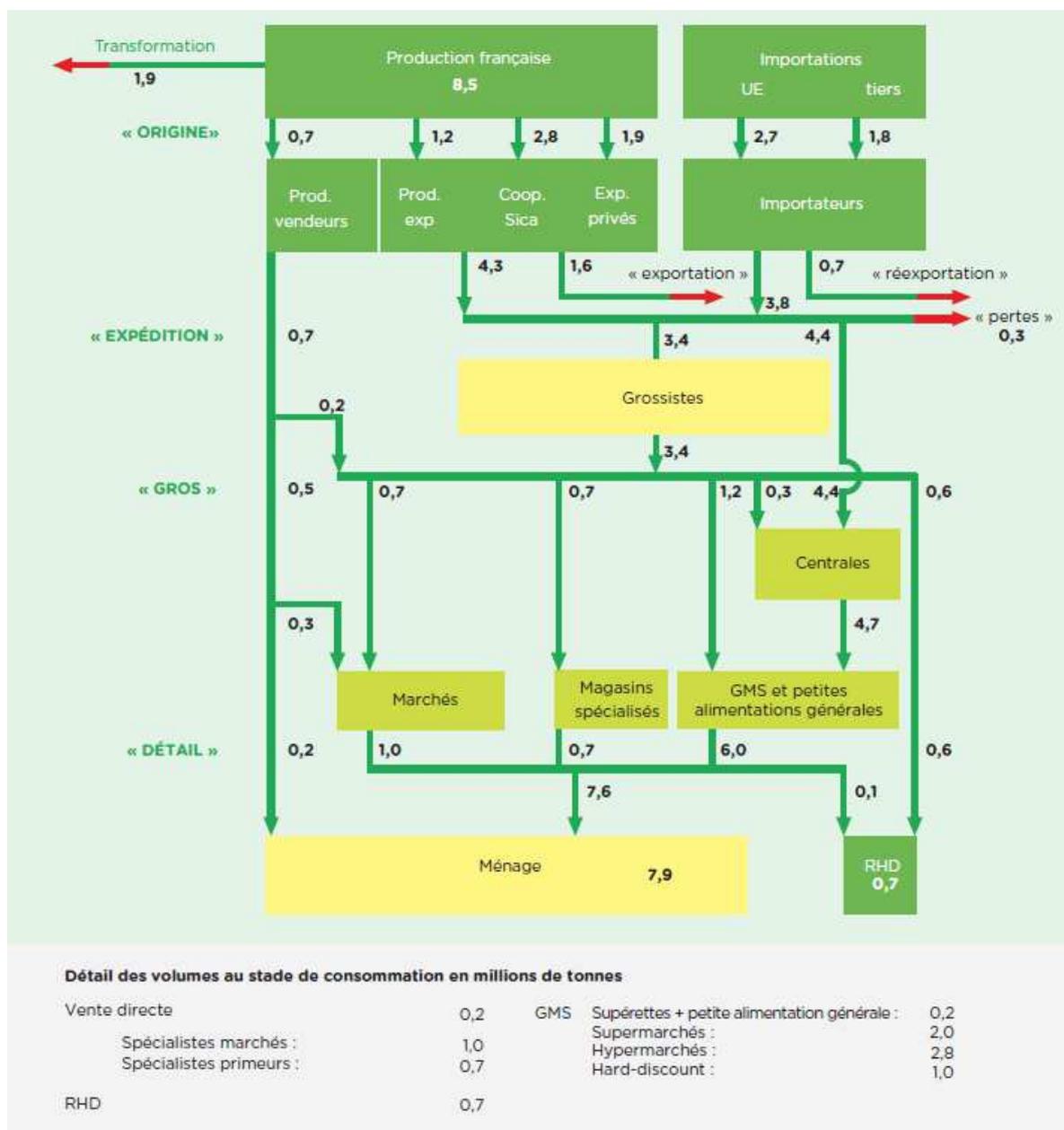
L'observatoire n'étudiant que les pâtes alimentaires au sein de l'ensemble très large des produits du rayon épicerie salée, il n'est pas opportun d'en exposer les comptes pour le moment.

## Section 10 – Fruits et légumes frais

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES FRUITS ET DES LEGUMES

Schéma 25

**Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France**  
en millions de tonnes - Année 2010



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).  
CTIFL-Infos, avril 2012. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (CTIFL) élabore un « diagramme de la distribution des fruits et des légumes » reproduit sur les Schéma 25 (tonnages), page précédente, et Schéma 26 (valeurs, page suivante) [HUTIN, 2012]. Le lecteur se réfèrera à cette publication ([http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/doc\\_filiere/DiagrammeDistribution2010.pdf](http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/doc_filiere/DiagrammeDistribution2010.pdf)) pour une présentation détaillée des circuits de la filière des fruits et des légumes.

Ce diagramme identifie les grandes fonctions intervenant dans l'approvisionnement du consommateur, depuis la production agricole jusqu'aux deux grands modes de consommation : dans les foyers (« ménage », sur les schémas) et hors domicile (RHD). Les achats par les ménages représentent encore plus de 90 % de la consommation totale, tant en volume qu'en valeur.

Au niveau du commerce de détail, trois types de points de vente distribuent les fruits et les légumes frais : les marchés (couverts, « de plein vent »...), les détaillants spécialisés en fruits et légumes et les magasins d'alimentation générale, de type GMS et supérettes, où se réalise environ 75 % des achats de fruits et de légumes des ménages, tant en volume qu'en valeur.

L'observatoire de la formation des prix et des marges a opté pour le suivi du circuit aboutissant en GMS (hypermarchés, supermarchés, hors maxidiscompteurs et supérettes), soit environ 60 % des achats de fruits et de légumes des ménages (estimation à partir des chiffres d'affaires par type de magasin figurant en pied du Schéma 26). Les prix de détail observés sont les prix pratiqués dans ces GMS.

Les points de vente au détail sont principalement approvisionnés, selon leur nature, par des grossistes ou par les centrales d'achat de la grande distribution.

En amont des grossistes et des centrales se situent les principaux opérateurs de la 1<sup>ère</sup> mise en marché des fruits et des légumes. Cette fonction n'est que partiellement assurée par des producteurs agricoles (producteurs vendeurs directs, producteurs-expéditeurs) : pour 70 % de la production nationale (en volume) non destinée à la transformation, la 1<sup>ère</sup> mise en marché est réalisée par des entreprises « d'expédition », privées ou de type coopérative agricole.

Ces expéditeurs relèvent de commerce du 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.

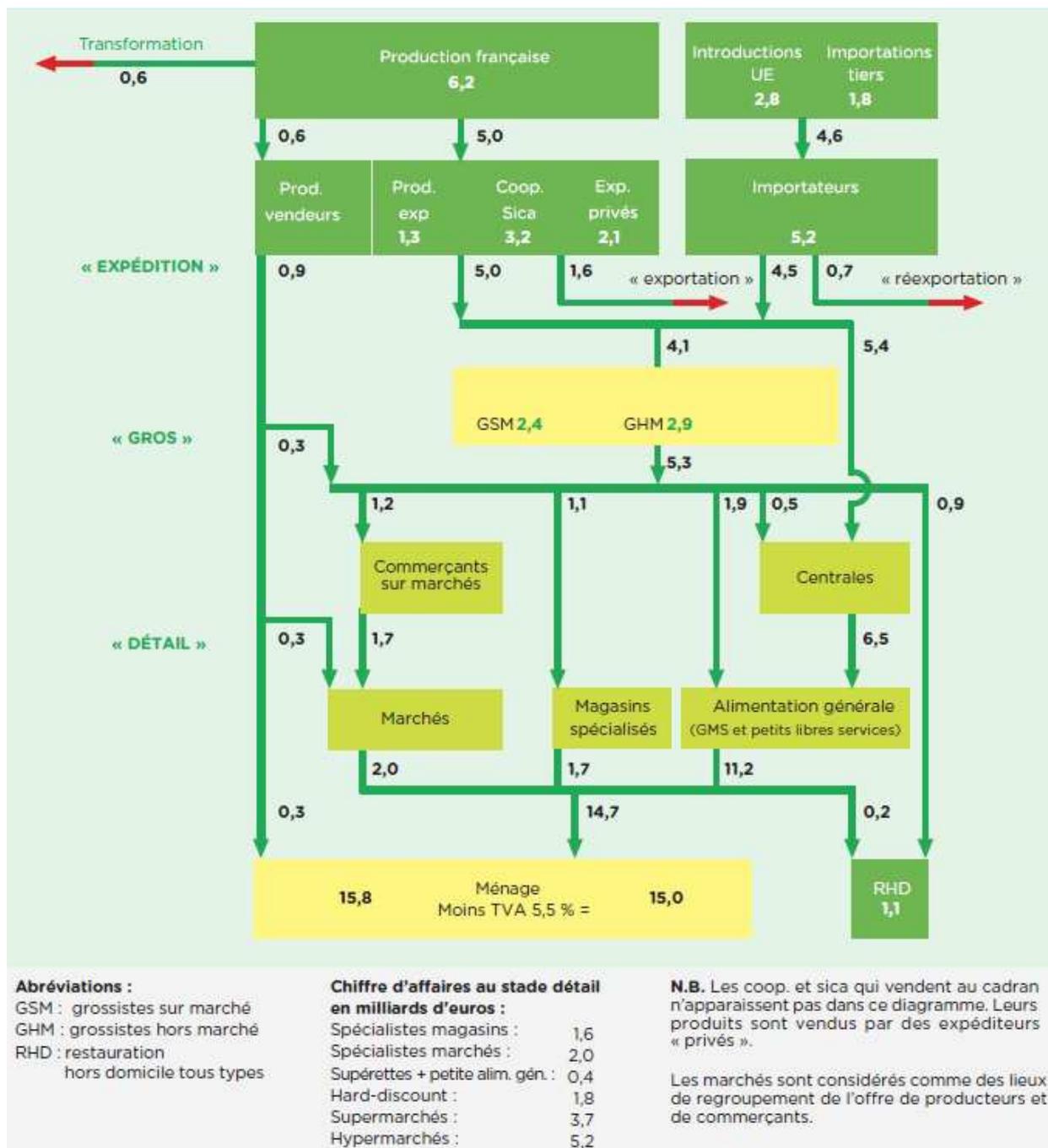
L'observatoire de la formation des prix et des marges a retenu le stade « expédition » comme point d'observation des prix à la première mise en marché : les prix suivis, connus par les cotations à l'expédition, ne sont donc pas des prix à la production agricole car ils intègrent la marge brute de l'expéditeur.

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'achat, ou les grossistes, en GMS.

On note que les importations assurent 40 % de la ressource en tonnages et 45 % en valeur. Le Réseau des nouvelles des marchés suit les prix à la première mise en marché de plusieurs fruits et légumes importés (prix de vente des importateurs aux grossistes et centrales) et leurs prix en GMS : ces informations peuvent être mobilisés en tant que de besoin par l'observatoire.

Schéma 26

**Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France**  
en milliards d'€ hors TVA - Année 2010



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).  
CTIFL-Infos, avril 2012. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel

## 2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR LA FILIERE DES FRUITS ET DES LEGUMES

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi qu'aux chapitres 2 et 3 – Section 1 du rapport 2012.

On présente cependant de façon plus détaillée (paragraphe 2.3.) une nouvelle approche synthétique des prix et des marges en fruits et en légumes, fondée sur le suivi d'un panier de produits (panier fruits, panier légumes).

### 2.1. Données de prix

En filière fruits et légumes, la **première mise en marché** est aujourd'hui rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes, mais plutôt d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet des « cotations à l'expédition », enquêtes sur les prix « logés départ » de marchandises triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite (cf. partie 4).

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 de **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 (méthode d'échantillonnage stratifié).

### 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 effectué dans la semaine considérée, et la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine, pour un produit ou un panier de produits homogène 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.

Cette marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près<sup>53</sup>, 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 du Schéma 25, environ 25 % des tonnages des fruits et légumes commercialisés en « GMS et supérettes ».

---

<sup>53</sup> 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.

### 2.3. Le panier Fruits et le panier Légumes français 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.

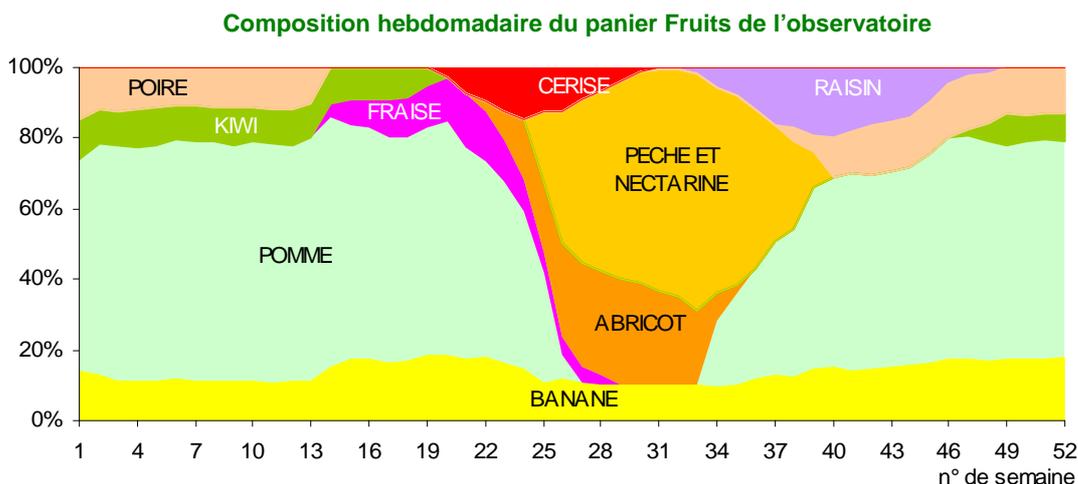
Ces proportions varient donc au cours de l'année, de semaine en semaine, mais elles ont été fixées pour une même semaine calendaire : par exemple, le poids d'un produit donné dans le panier en semaine n°4 est le même quelle que soit l'année et est égal à la moyenne des poids observés pour ce produit 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 consommateur Kantar Worldpanel, corrigées pour ne tenir compte que des achats de produits français.

Les données du panel ne distinguant pas les produits selon leur origine, cette correction a été réalisée en considérant les dates de début et de fin de campagne habituelles de chaque produit français, et en excluant (ou en minorant) les volumes achetés en dehors de cette période, censés être pour l'essentiel des volumes importés. Les fruits ou les légumes très faiblement consommés sont en outre exclus des paniers.

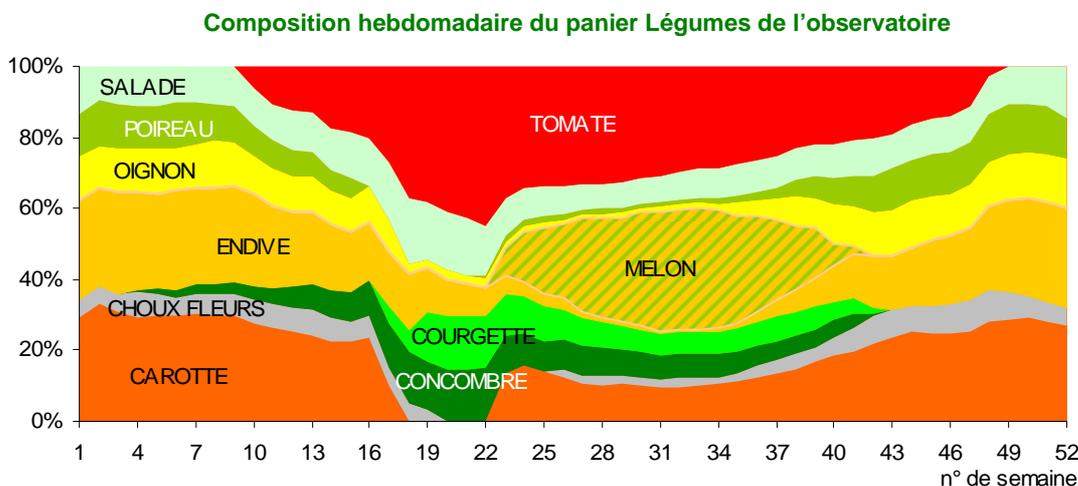
Cette approche en termes de panier constant permet, pour une même saison, de suivre l'évolution du prix du panier résultant des seules variations de prix des produits qui le constituent.

Graphique 176



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 177



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### 3. DECOMPOSITION DES PRIX AU DETAIL EN GMS DES FRUITS ET DES LEGUMES

#### 3.1. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Fruits

Les variations les plus importantes des prix à l'expédition du panier Fruits sont répercutées sur les prix au détail en GMS (Graphique 178), notamment le « pic » du milieu de l'année, déterminé par une consommation plus importante (donc à un poids plus importants dans le panier) de fruits plus chers, ainsi qu'à des prix de début de saison des fruits d'été plus élevés.

L'indicateur de marge brute au détail en GMS suit grosso-modo les variations des prix à l'expédition ou au détail : à court terme, la marge tend donc à être proportionnelle aux prix : au cours d'une même année, elle augmente quand les prix augmentent, diminue quand ils diminuent.

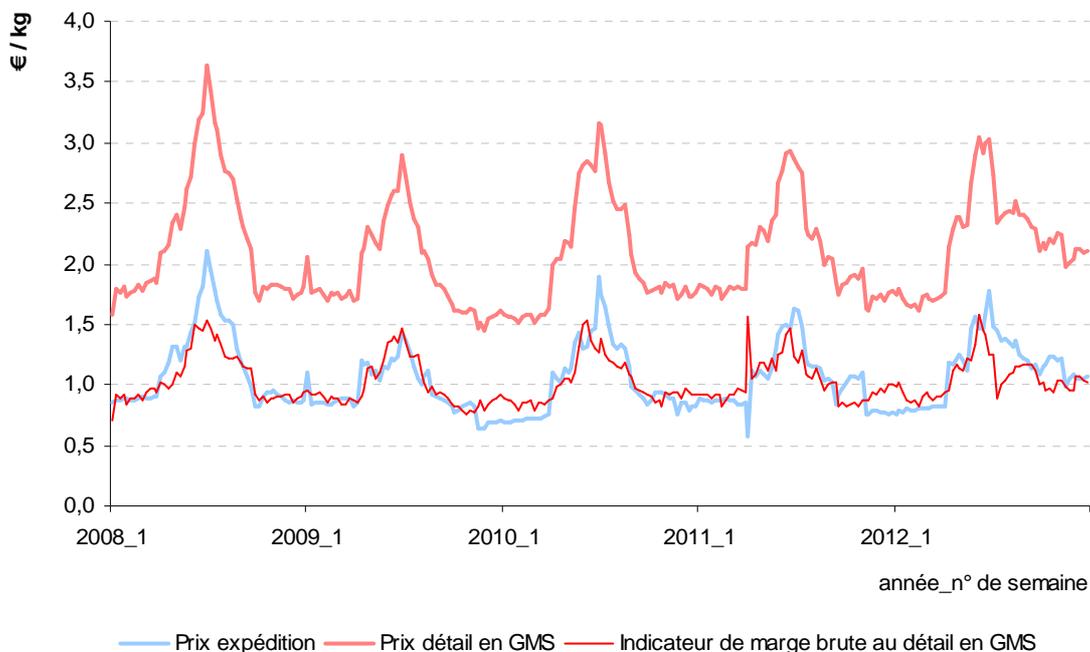
A long terme sur la période suivie (2008-2012), cet indicateur de marge brute au détail, n'a pas présenté de tendance nette à la hausse comme à la baisse.

Lorsque l'on focalise sur la dernière année achevée (2012) en la comparant à la moyenne des cinq dernières années (Graphique 179, Graphique 180), on constate des prix à l'expédition et au détail ainsi qu'un indicateur de marge brute plus élevés cette année (surtout dans la deuxième partie de l'année) qu'en moyenne. Contrairement à d'autres années plus perturbées, les campagnes de l'année 2012 de plusieurs fruits ont bénéficié de prix plus élevés, dus en partie à une offre moindre (en pommes notamment) ou à des conditions météorologiques plus favorable à la consommation (Cf. plus loin, paragraphe 3.3., suivi des prix et marges de quelques fruits et légumes).

Le Graphique 180 montre à nouveau la liaison entre prix et marge brute : celle-ci varie à court terme (sur une année) comme les prix au détail ou à l'expédition ; elle est en outre à peu près du même niveau que le prix à l'expédition : le taux de marge moyen au détail du panier de fruits (rapport marge / prix de vente)<sup>54</sup> est ainsi autour de 50%.

Graphique 178

#### Evolution des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits de 2008 à 2012

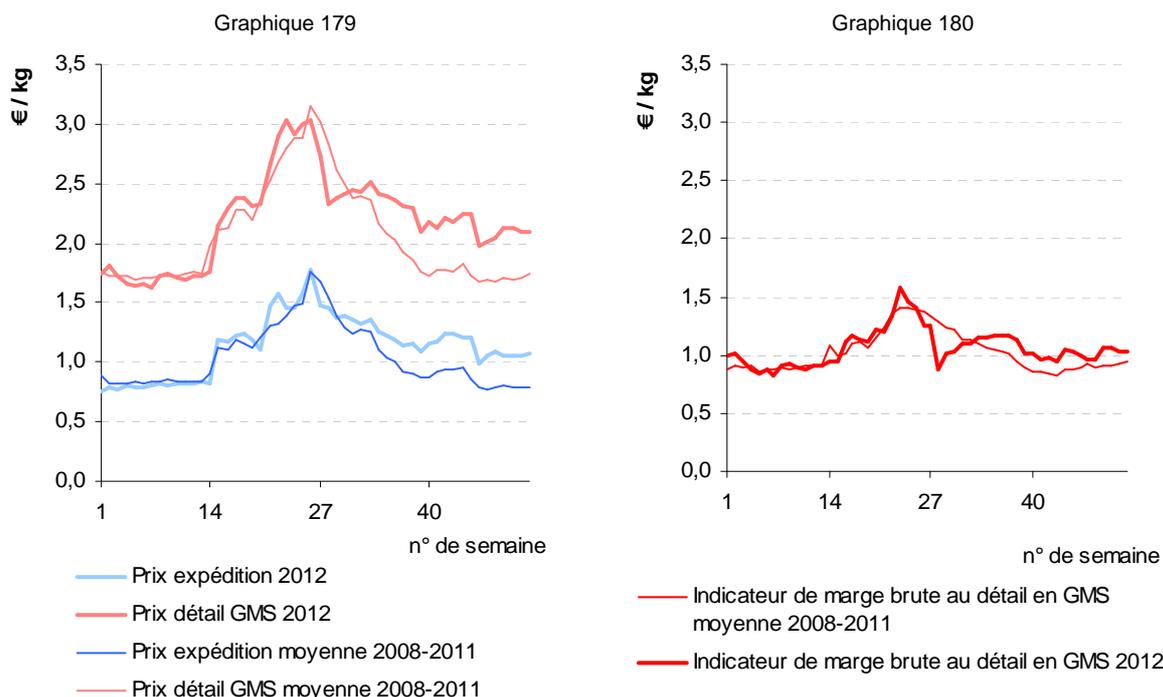


Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

<sup>54</sup> Telle qu'estimée, par simple différence de prix, il s'agit ici d'une marge brute qui doit couvrir les pertes de produit, notamment en rayon des GMS lesquelles peuvent être importantes pour les fruits qui sont des produit souvent très périssables. Le taux de marge brute après prise en compte des pertes serait logiquement plus faible (Cf. chapitre 2, Méthodes).



### Comparaison des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

### 3.2. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Légumes

Les variations les plus importantes des prix à l'expédition du panier Légumes sont répercutées sur les prix au détail en GMS (Graphique 181), notamment le « pic » du milieu de l'année, déterminé par une consommation plus importante (donc à un poids plus importants dans le panier) de légumes plus chers, ainsi qu'à des prix de début de saison des légumes d'été plus élevés.

L'indicateur de marge brute au détail en GMS suit ici moins nettement les variations des prix à l'expédition ou au détail que dans le cas du panier Fruits. A long terme sur la période suivie (2008-2012), cet indicateur de marge brute au détail, n'a pas présenté de tendance nette à la hausse comme à la baisse.

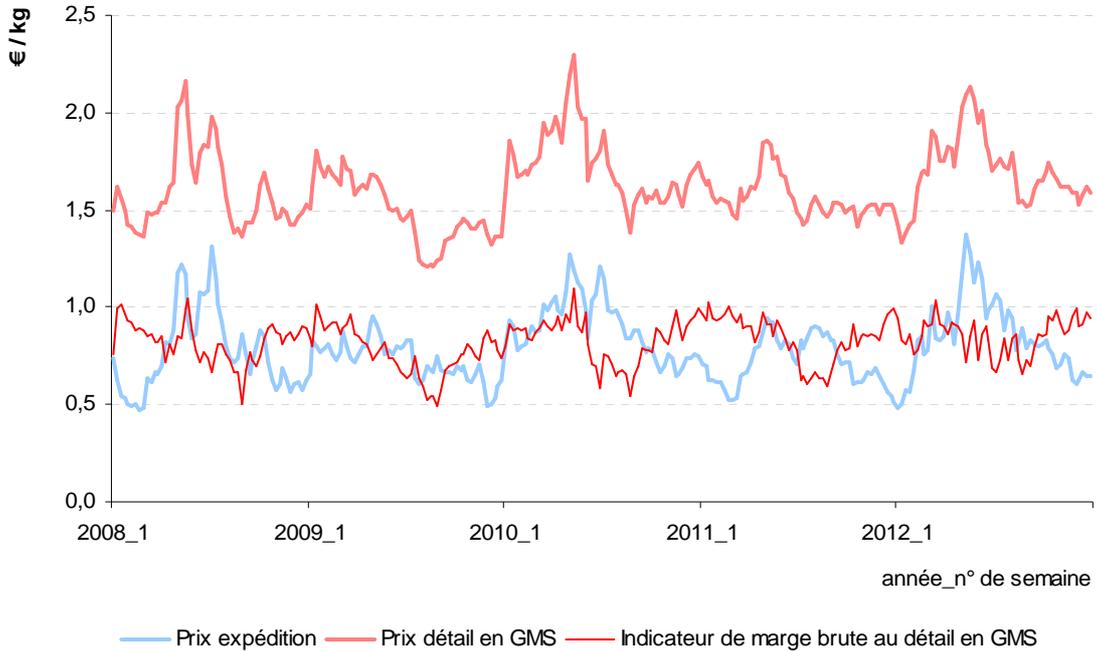
Lorsque l'on focalise sur la dernière année achevée (2012) en la comparant à la moyenne des cinq dernières années (Graphique 182, Graphique 183), on constate des prix à l'expédition et au détail ainsi qu'un indicateur de marge brute généralement plus élevés cette année. Contrairement à d'autres années plus perturbées (2011, notamment, avec la crise des légumes d'été due à une fausse alerte sanitaire sur le concombre), les campagnes de l'année 2012 de plusieurs légumes ont bénéficié de prix plus élevés, dus notamment à des conditions météorologiques plus favorable à la consommation (Cf. Plus loin, paragraphe 3.3., suivi des prix et marges de quelques fruits et légumes).

Le Graphique 183 montre un profil de marge brute sur panier Légumes sensiblement différent du panier Fruits, avec un creux dans le 3<sup>ème</sup> quart de l'année, mais, comme en Fruits, la marge brute du panier Légumes se situe au voisinage du niveau du prix à l'expédition : le taux de marge moyen au détail du panier Légume (rapport marge / prix de vente)<sup>55</sup> est ainsi autour de 50%.

<sup>55</sup> Telle qu'estimée, par simple différence de prix, il s'agit ici d'une marge brute qui doit couvrir les pertes de produit, notamment en rayon des GMS lesquelles peuvent être importantes pour les légumes qui sont des produit souvent très périssables. Le taux de marge brute après prise en compte des pertes serait logiquement plus faible (Cf. chapitre 2, Méthodes).

Graphique 181

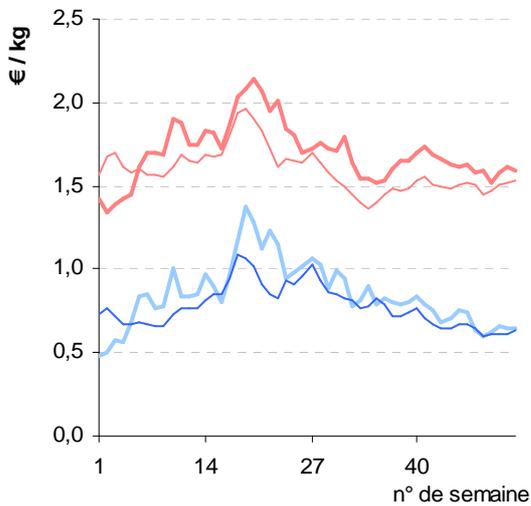
**Evolution des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes de 2008 à 2012**



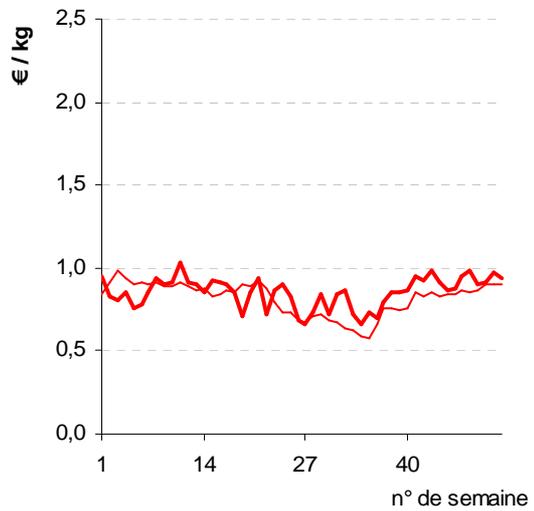
Source : FranceAgriMer – RNM, Kantar Worldpanel

**Comparaison des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes**

Graphique 182



Graphique 183



- Prix expédition 2012
- Prix détail GMS 2012
- Prix expédition moyenne 2008-2011
- Prix détail GMS moyenne 2008-2011
- Indicateur de marge brute au détail en GMS moyenne 2008-2011
- Indicateur de marge brute au détail en GMS 2008

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

### 3.3. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS de quelques fruits et légumes

On détaille ici le suivi de quatre produits parmi tous ceux suivis par l'observatoire :

- pêches et nectarines (panier des principales variétés) ;
- pomme (panier des principales variétés)
- tomate ronde en grappe
- endive

Pour chaque produit, 6 graphiques sont présentés :

- prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS, de la campagne 2001<sup>56</sup> à la dernière campagne<sup>57</sup> ;
- indicateur moyen hebdomadaire de marge brute au détail en GMS, de la campagne 2000 à la dernière campagne ;
- prix et indicateur de marge brute en moyenne mobile centrée sur le milieu des campagnes, pour les mêmes périodes que ci-dessus ;
- corrélation entre prix à l'expédition et prix au détail en GMS
- prix à l'expédition et 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 29

#### Les campagnes de fruits et légumes décrites dans le rapport

| Produit                | Dates standard extrêmes de début de campagne et de fin de campagne | Campagnes décrites dans les graphiques des pages suivantes                       |
|------------------------|--|--|
| Pêches et nectarines   | de la semaine 20 à la semaine 40 (même année civile)               | 2002 à 2013<br>(campagne 2013 achevée lors de la rédaction du rapport)           |
| Pomme                  | de la semaine 33 à la semaine 32 de l'année civile suivante        | 2001-2002 à 2012-2013<br>(campagne 2013 achevée lors de la rédaction du rapport) |
| Tomate ronde en grappe | de la semaine 10 à la semaine 45 (même année civile)               | 2001 à 2012<br>(campagne 2013 non achevée lors de la rédaction du rapport)       |
| Endive                 | de la semaine 36 à la semaine 35 de l'année civile suivante        | 2001-2002 à 2012-2013<br>(campagne 2013 achevée lors de la rédaction du rapport) |

<sup>56</sup> Selon les produits, la campagne de production-commercialisation se déroule dans l'année civile ou est à cheval sur deux années civiles, dans ce cas, « campagne 2002 » désigne ici la période 2001-2001. Voir également tableau ci-après.

<sup>57</sup> Dernière campagne dont la fin s'est produite avant le début de rédaction du rapport, soit avant juillet 2013. Voir également tableau ci-après.

### 3.3.1. Pêches et nectarines

#### **Les prix et la marge brute en longue période**

Le produit suivi est un panier de pêches et nectarines blanches et jaunes.

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat).

Les variations prix au détail reproduisent globalement ceux des cours à l'expédition, de façon toutefois plus lâche que dans le cas d'autres produits (tomate, par exemple).

Le graphique W représente les prix au détail en fonction des prix expédition, sur 2000-2013.

Une relation linéaire de la forme  $P_D = b P_E + m$ , lie ces deux prix. La valeur du coefficient de détermination ( $R^2$ ), proche de 1, indique que la liaison linéaire entre les deux prix est forte.

Néanmoins, avec un coefficient  $b$  de 1,39, la marge brute ne tend pas à être constante mais plutôt en partie proportionnelle au prix d'expédition : plus le prix expédition est élevé (ou faible) et plus la marge brute tend à augmenter (ou baisser), le prix au détail amplifie ainsi les variations du prix à l'expédition.

#### **Les dernières campagnes**

En 2012 :

Après des niveaux très bas en 2011, les cours expédition de la campagne 2012 ont été supérieurs à la moyenne quinquennale. Ces prix améliorés sont imputables à un été ensoleillé, favorable à la consommation, et la régularité de l'offre qui a permis d'éviter les hausses et les baisses brutales qui déstabilisent la demande.

Semaine 28 exceptée (semaine de fortes promotions qui explique la baisse brutale de prix), les prix au détail de la pêche nectarine en 2012 ont été au dessus de la campagne 2011 et de la moyenne quinquennale.

La marge brute moyenne hebdomadaire a été légèrement supérieure à la moyenne quinquennale durant toute la campagne 2012, confirmant le caractère proportionnel de la marge (elle tend à augmenter lorsque le prix à l'expédition augmente).

En 2013 :

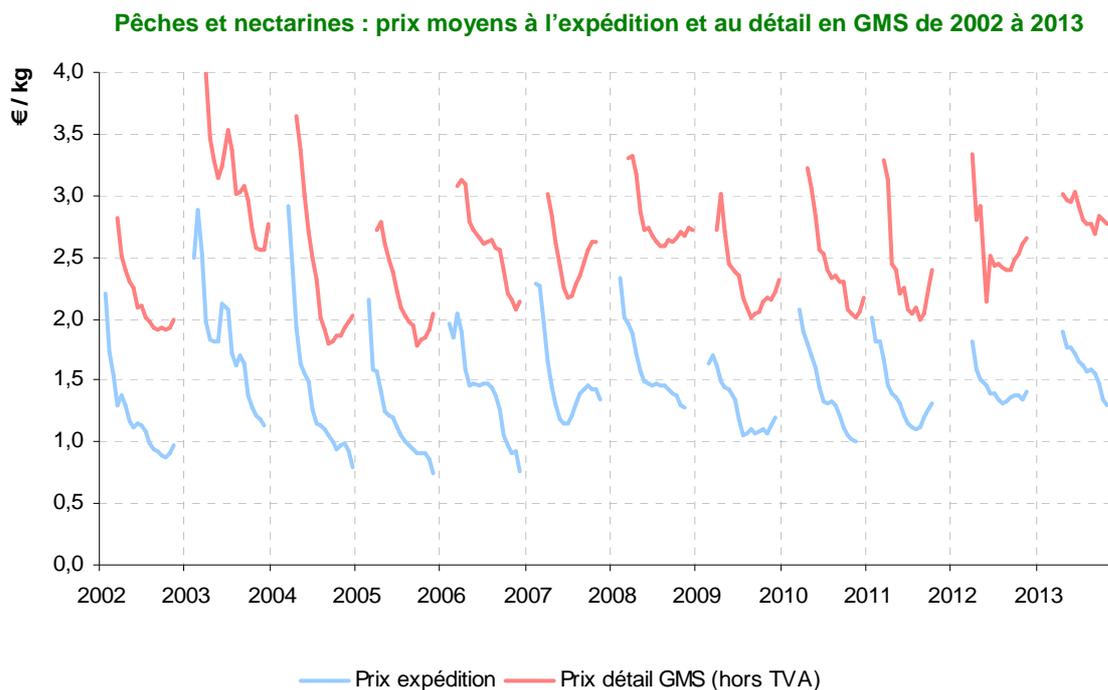
La campagne 2013 a été caractérisée par une offre en retard d'environ deux à trois semaines du fait du printemps particulièrement froid et pluvieux, également responsable d'une baisse de rendement de l'ordre de 15% par rapport à la moyenne sur quinquennale.

Cependant, les mois de juillet et août ont été chauds et ensoleillés, favorables, donc, à la consommation. La demande active, couplée à la baisse de production, a fait monter les prix, qui se sont situés au dessus de la moyenne tout au long de la campagne.

Le prix moyen hebdomadaire au détail a été supérieur à la moyenne quinquennale et à son niveau de la campagne 2012 ; il en est globalement de même pour le prix à l'expédition, toutefois légèrement inférieur aux niveaux de 2012 en fin de campagne.

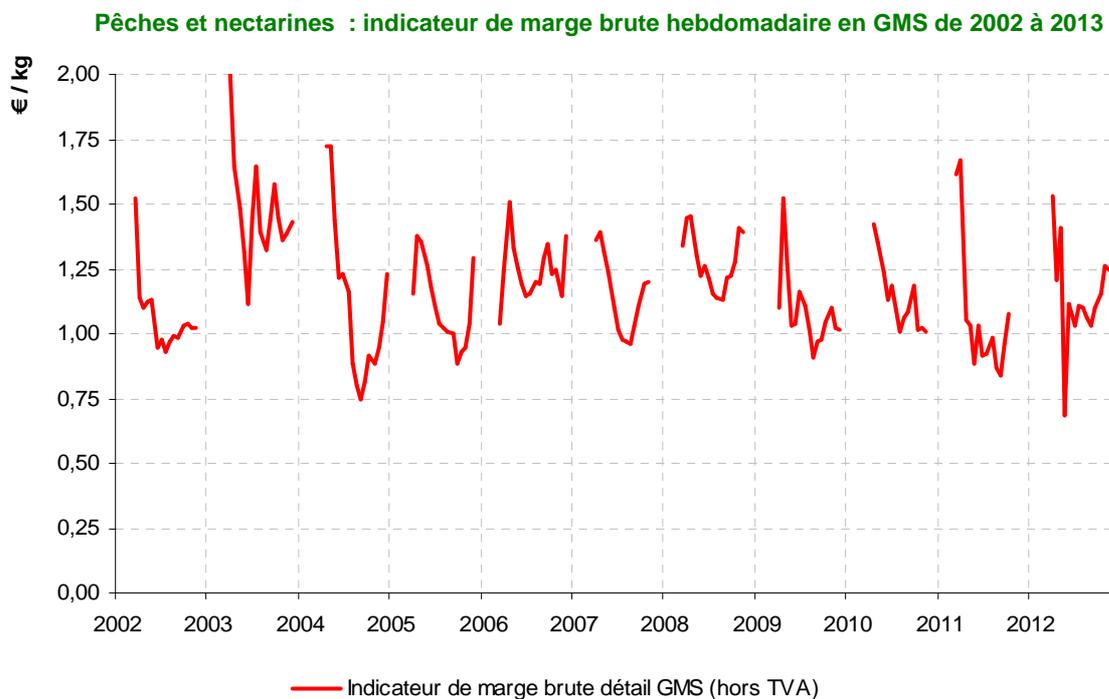
La marge brute moyenne hebdomadaire s'est située au dessus de la moyenne quinquennale durant toute la campagne 2012.

Graphique 184



Source : FranceAgriMer – RNM

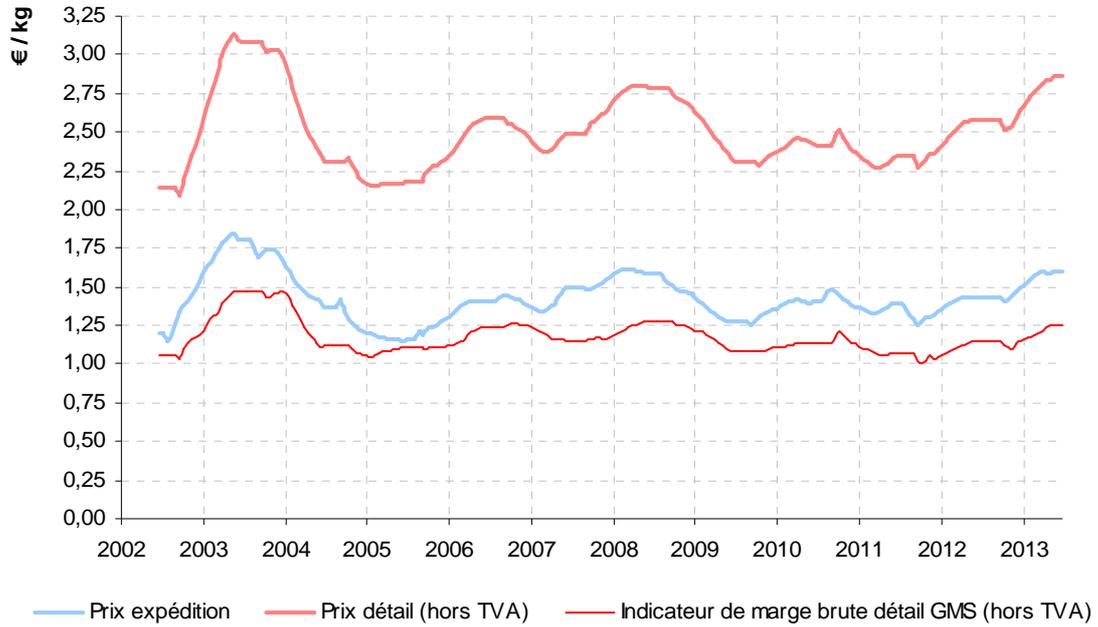
Graphique 185



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 186

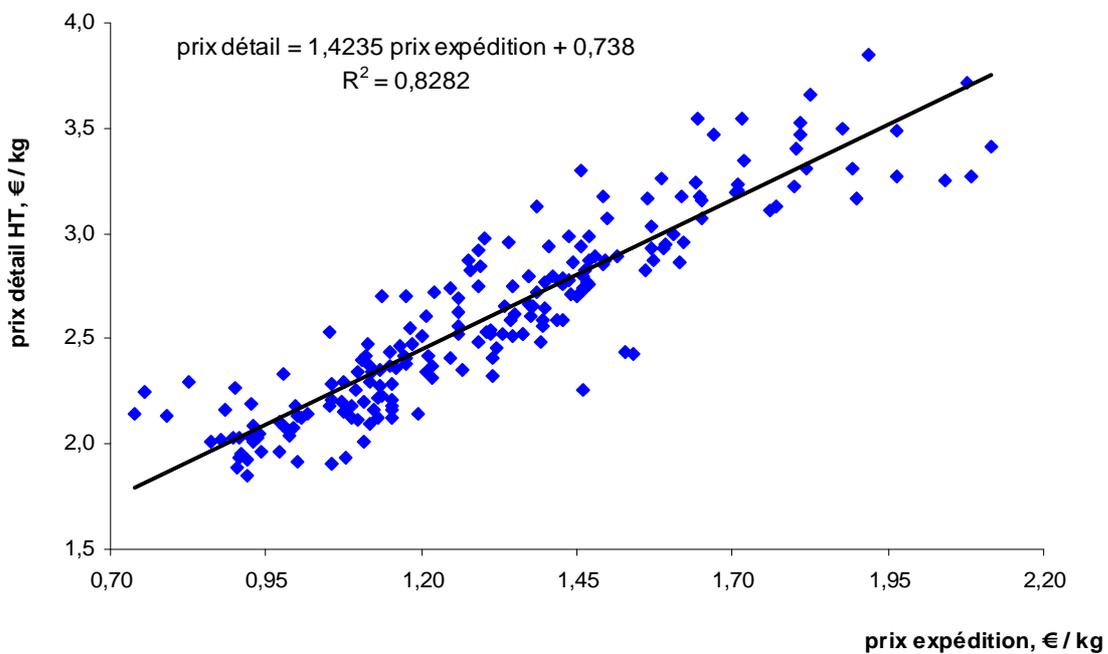
**Pêches et nectarines : prix et indicateur de marge brute hebdomadaires de 2002 à 2013**  
Moyennes mobiles



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 187

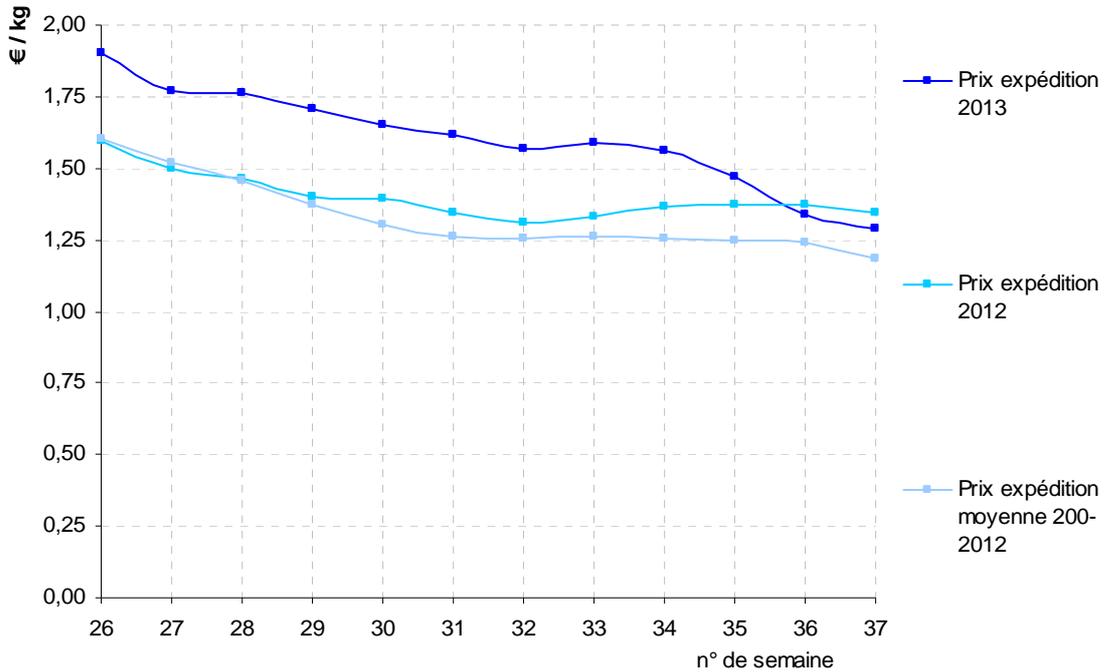
**Pêches et nectarines : corrélation entre prix à l'expédition et prix au détail en GMS de 2002 à 2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 188

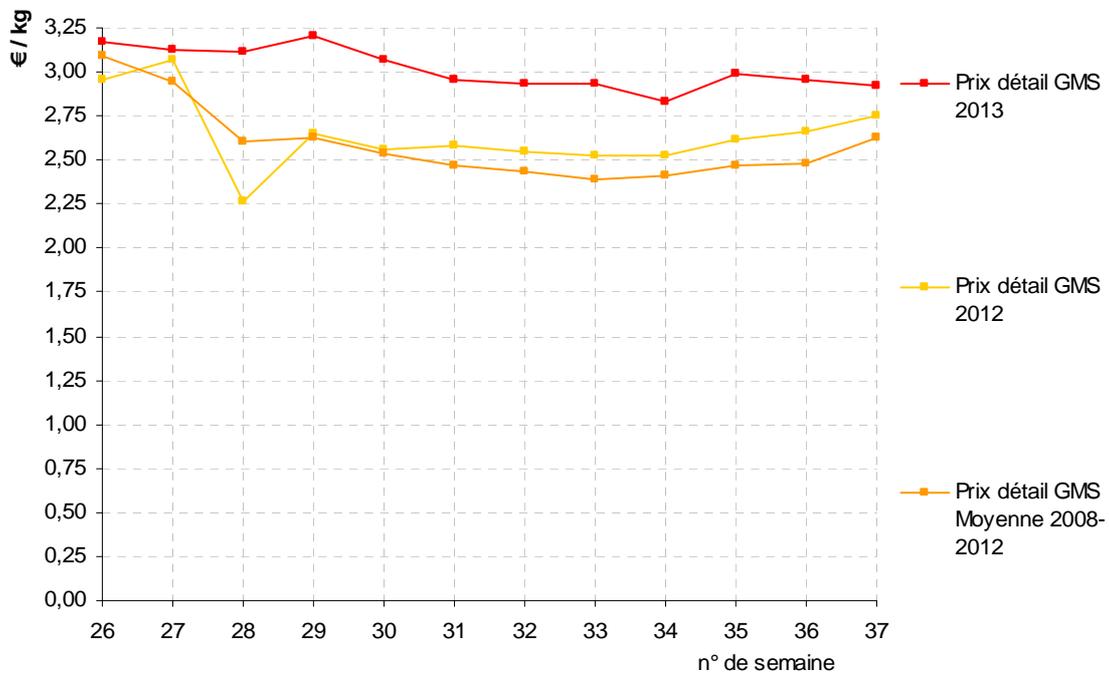
**Pêches et nectarines : prix hebdomadaires à l'expédition des campagnes 2012, 2013 et moyenne des cinq précédentes (2008-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 189

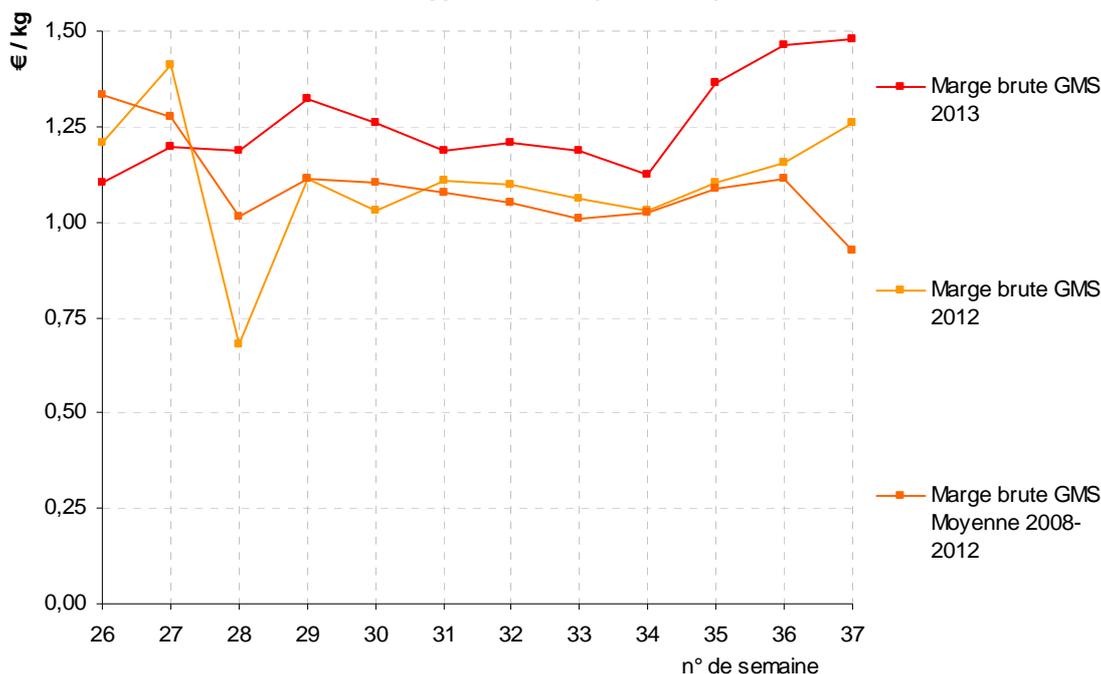
**Pêches et nectarines : prix hebdomadaires au détail en GMS des campagnes 2012, 2013 et moyenne des cinq précédentes (2008-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 190

**Pêches et nectarines : indicateur de marge brute en GMS des campagnes 2012, 2013 et moyenne des cinq précédentes (2008-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

**3.3.2. Pommes**

Cf. série de graphiques pages suivantes.

**Les prix et la marge brute en longue période**

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat).

On retrouve au détail la reproduction des grandes variations des cours à l'expédition, mais, sur l'ensemble de la période, il n'est pas possible de conclure à une marge brute constante sur toute la période 2000-2013. En effet, la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail est faible ( $R^2 = 0,52$ ). Or, une marge à tendance constante suppose qu'il existe d'abord une relation linéaire entre le prix de détail et le prix expédition du type :

$$P_D = P_E + m,$$

avec  $P_D$ , prix au détail,  $P_E$ , prix à l'expédition et  $m$ , marge constante ; ou :

$$P_D = b.P_E + m,$$

Si ceci est vérifié, en outre, la marge tend à être constante si  $b$  non significativement différent de 1.

Ce n'est donc pas le cas pour les pommes. Les graphiques retraçant l'évolution de la marge brute en données hebdomadaires ou, surtout, en données lissées (moyennes mobiles), montrent plusieurs phases de hausses et de baisse sur la période 2000-2003

**La dernière campagne**

La campagne de commercialisation se déroule normalement sur toute l'année, entre les semaines 32 et 31 de l'année suivante.

Or, la campagne 2012-2013 s'est arrêtée précocement, en semaine 24, en raison d'une faible production.

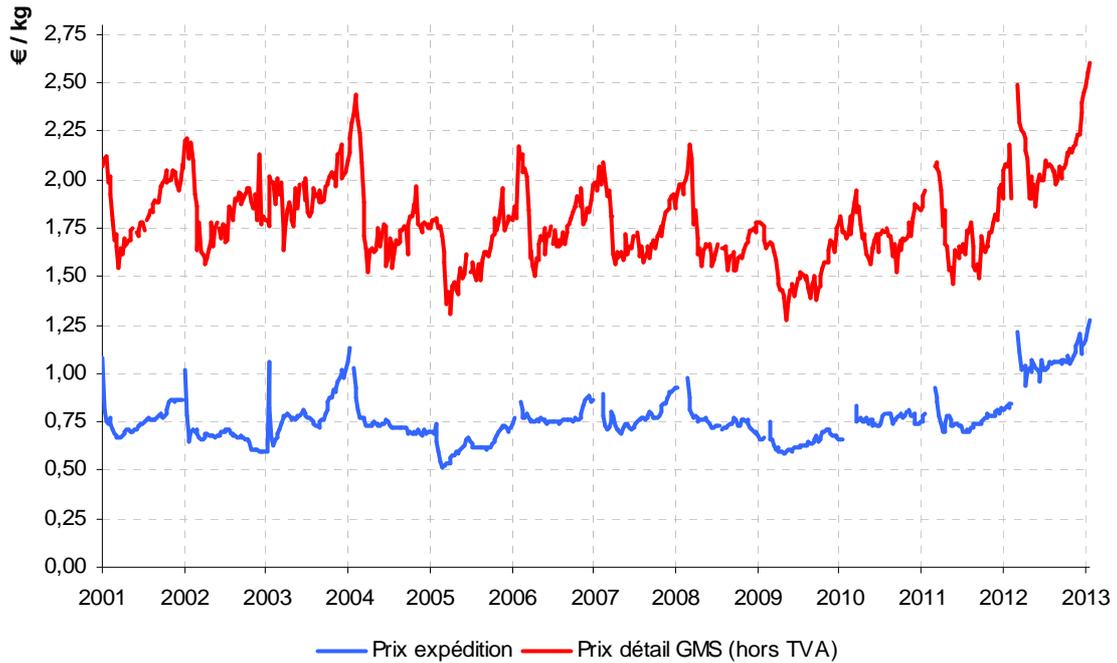
Avec une baisse de la production française évaluée à 30% en 2012 par rapport à la récolte 2011, les cours à l'expédition ont été largement au dessus de la moyenne quinquennale et de la campagne précédente 2011-2012.

Les variations de prix au cours de la campagne 2012-2013 ont été parfois plus prononcées que lors de la campagne précédente, sous l'effet des adaptations des opérateurs au manque de production (déstockage de produits en chambres froides, arbitrage entre le marché export et le marché français). Les prix au détail en 2012-2013 ont logiquement été supérieurs à ceux de la campagne 2011-2012 et à la moyenne quinquennale tout au long de la campagne.

La marge brute a été dessus de la moyenne quinquennale, comme le prix à l'expédition. Ainsi, bien que non statistiquement linéaire, la relation entre prix expédition et prix au détail paraît néanmoins contenir un élément de proportionnalité : le prix au détail amplifie la hausse du prix expédition.

Graphique 191

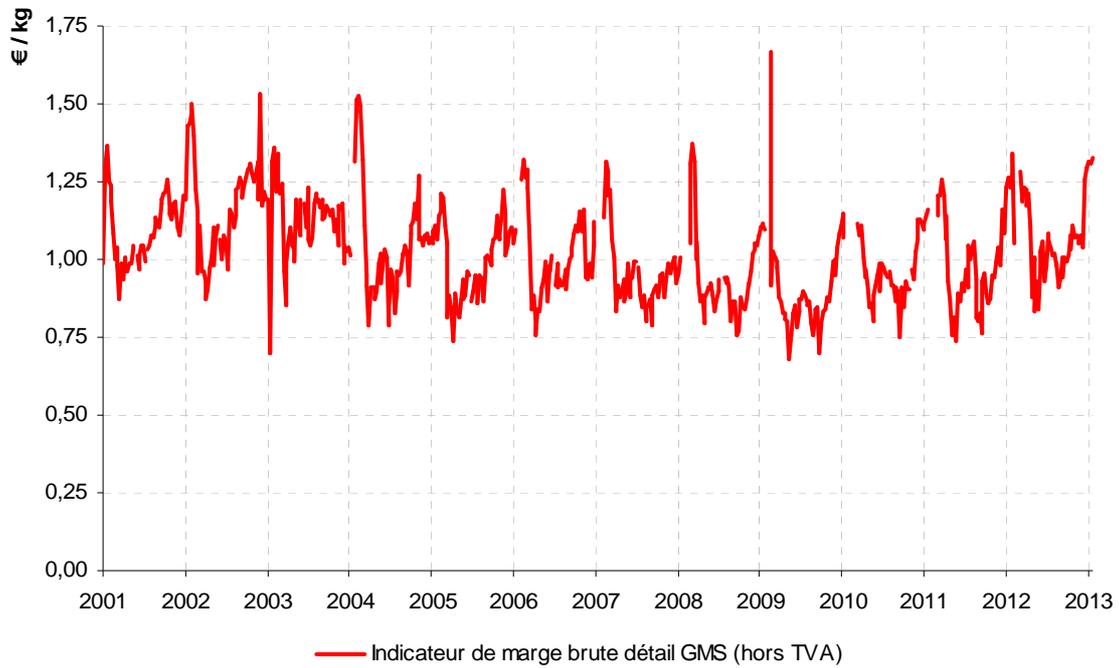
**Pommes : prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS des campagnes 2001-2002 à 2012-2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 192

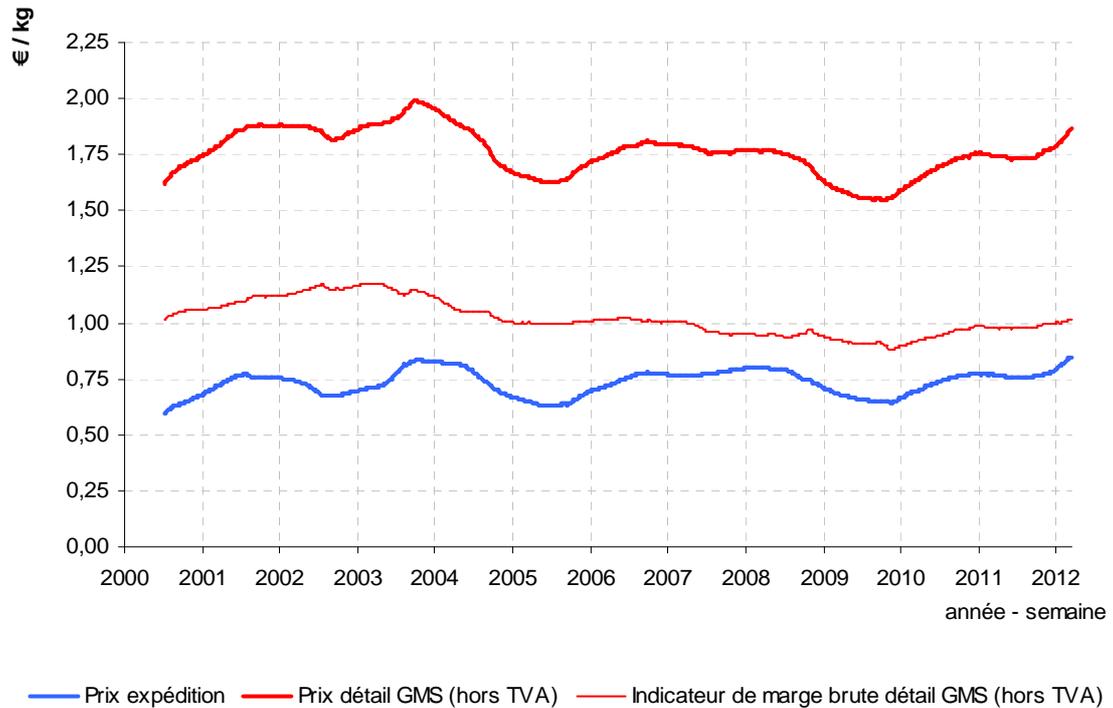
**Pommes : indicateur de marge brute moyenne hebdomadaire en GMS des campagnes 2001-2002 à 2012-2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 193

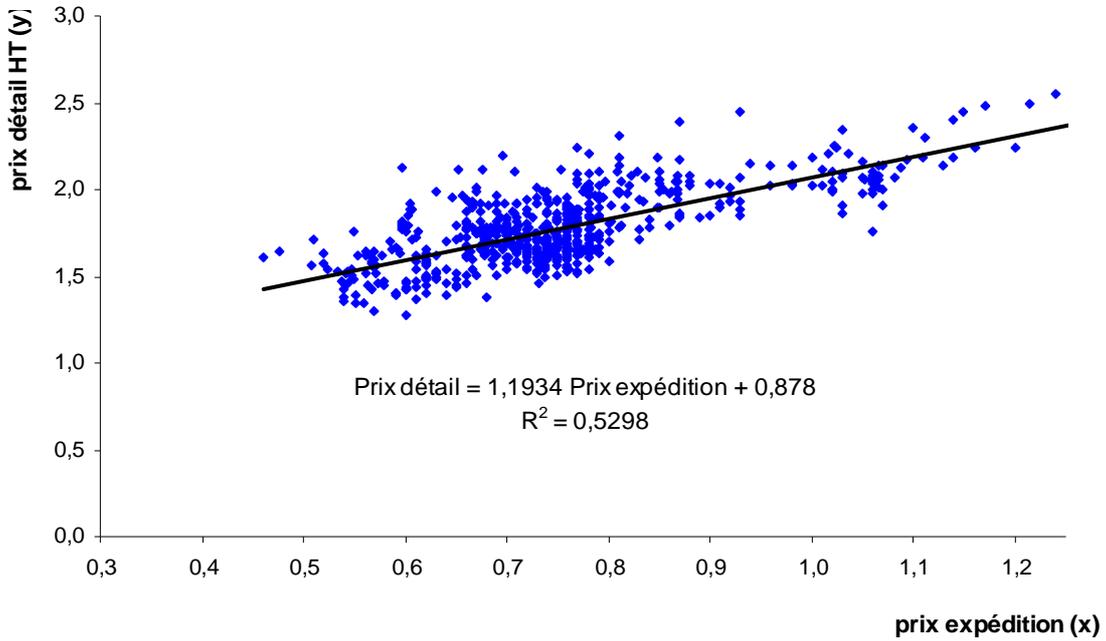
**Pommes : prix et indicateur de marge brute moyenne hebdomadaires des campagnes 2001-2002 à 2012-2013 Moyennes mobiles**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 194

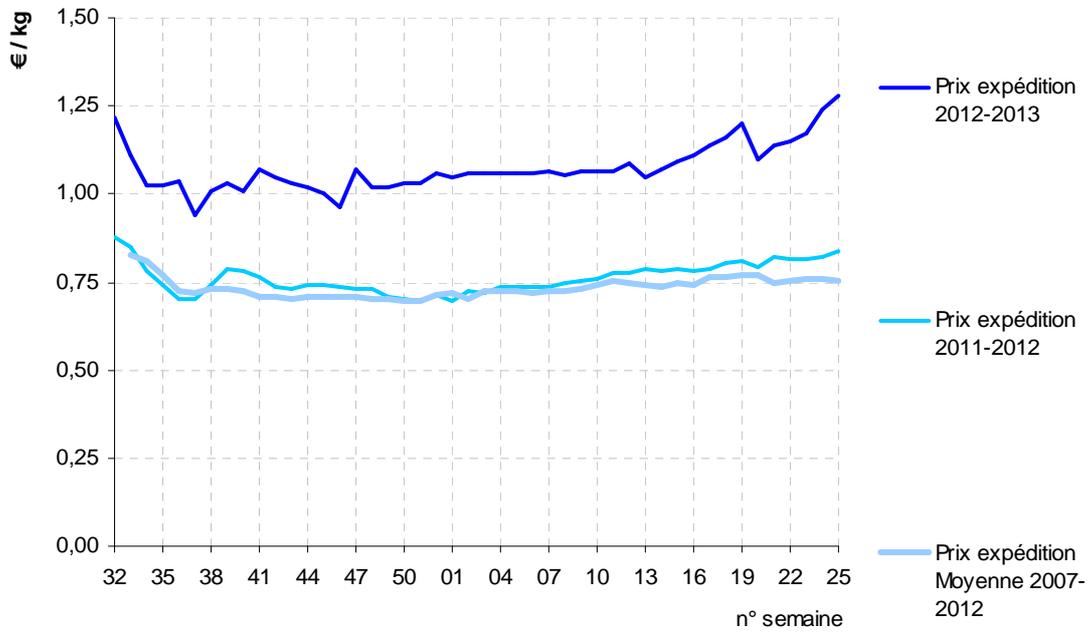
**Pommes : corrélation entre prix à l'expédition et prix au détail en GMS de 2000 à 2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 195

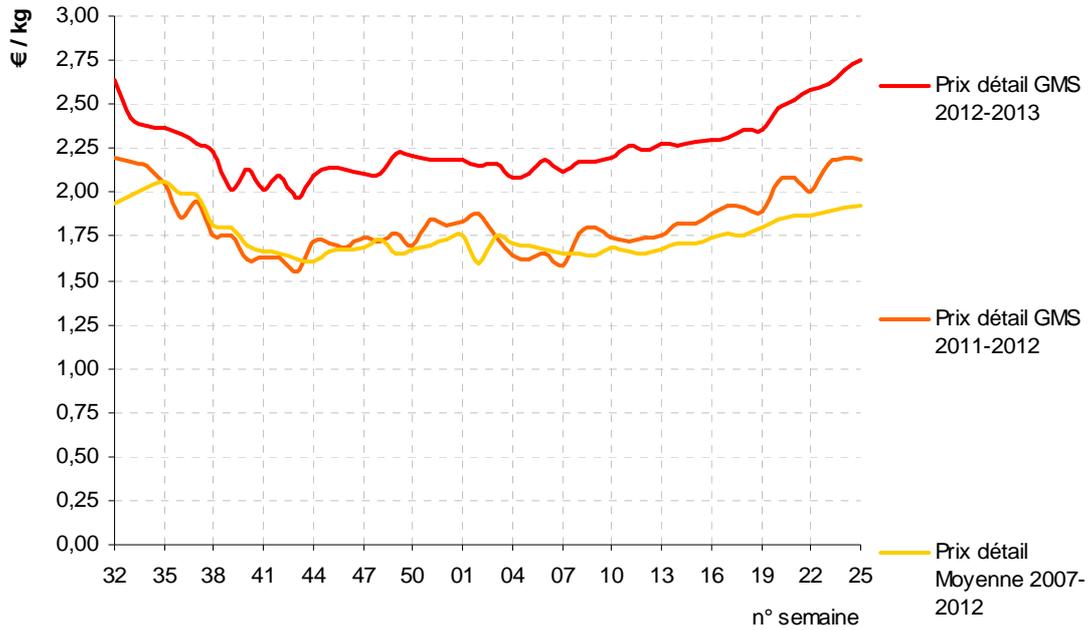
**Pommes : prix moyens hebdomadaires à l'expédition des campagnes 2011-2012, 2012-2013 et moyenne des cinq précédentes (2007-2008 à 2011-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 196

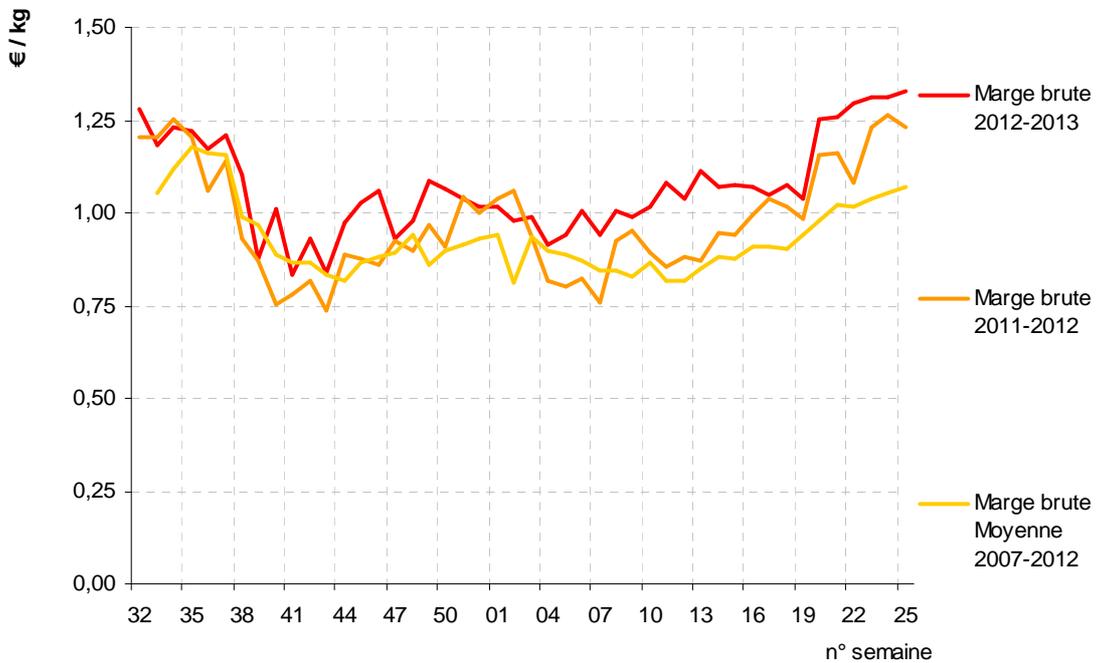
**Pommes : prix moyens hebdomadaires à l'expédition des campagnes 2011-2012, 2012-2013 et moyenne des cinq précédentes ((2007-2008 à 2011-2012))**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 197

**Pommes : indicateur de marge brute en GMS hebdomadaires des campagnes 2011-2012, 2012-2013 et moyenne des cinq précédentes (2007-2008 à 2011-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

### 3.3.3. Tomates rondes en grappe

Cf. série de graphiques pages suivantes.

#### **Les prix et la marge brute en longue période**

Chaque campagne de commercialisation de la tomate grappe d'origine France, prise ici comme article de référence, se déroule approximativement de février (début du calendrier de production dans le sud-est) à début novembre (fin du calendrier de production dans l'ouest).

A l'expédition comme au détail, abstraction faite des variations hebdomadaires, la courbe des prix au cours d'une même 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. Ces courbes de prix sont grossièrement inverses 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.

Une question « classique » de l'analyse des marges brutes porte sur le caractère tendanciellement constant ou proportionnel de ces marges. Une marge constante garde la même valeur quelles que soient les évolutions des prix. Une marge proportionnelle est dans un rapport constant avec ces prix.

Le Graphique 198 montre les variations de la marge brute hebdomadaire depuis 2000 ; malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, ses évolutions sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels.

Dans un régime de marge constante, le prix de détail est de la forme :

$$P_D = P_E + m,$$

avec  $P_D$ , prix au détail,  $P_E$ , prix à l'expédition et  $m$ , marge constante ; ou :

$$P_D = b.P_E + m,$$

avec  $b$  non significativement différent de 1.

En revanche, dans un régime de marge proportionnelle, le coefficient  $b$  est significativement différent de 1 et  $m$  n'est qu'un élément constant de la marge, laquelle est de la forme :

$$m' = (b - 1) P_E + m.$$

Le Graphique 201 présente les prix au détail en fonction des prix expédition, avec l'équation linéaire de la forme  $P_D = b P_E + m$ , liant ces deux prix ainsi que la valeur du carré du coefficient de corrélation  $R^2$ , d'autant plus proche de 1 que la liaison linéaire entre les deux prix est forte. L'analyse statistique montre que l'estimation du coefficient  $b$ , égal à 1,14 est comprise avec une probabilité de 95 % dans un intervalle de confiance compris entre 1,08 et 1,19 :  $b$  est donc significativement différent de 1. Le prix au détail de la tomate grappe est donc une fonction linéaire du prix expédition ( $R^2$  proche de 1) mais la marge ne peut être considérée comme constante ( $b$  compris dans un intervalle de confiance n'incluant pas 1).

#### **La dernière campagne**

Durant la campagne 2012 le prix à l'expédition de la tomate grappe n'a été inférieur à celui de la campagne 2011 que durant les semaines 13 à 17. A partir de la semaine 19 les cours à l'expédition en 2012 ont été globalement au dessus de la moyenne quinquennale. En effet, durant le cœur de campagne la demande était présente face à une offre en léger retrait ce qui a permis une bonne tenue des cours expédition. La météorologie a été favorable à la consommation durant les deux mois d'été.

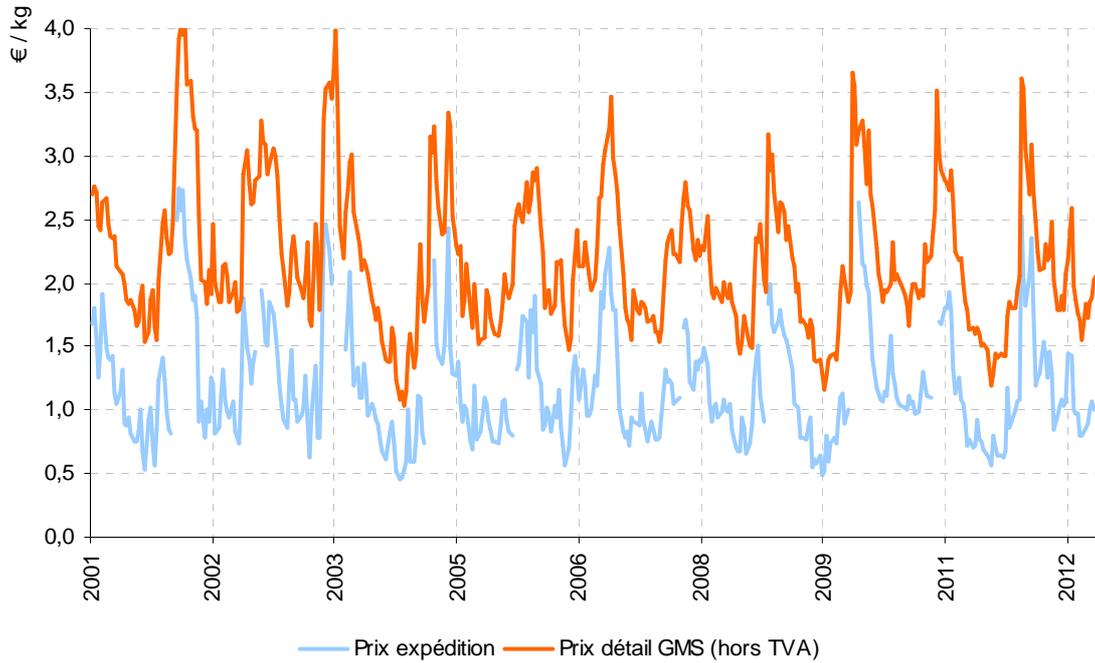
La hausse des prix à l'expédition a eu un impact sur les prix au détail qui ont été plus élevés, ou au moins égaux, à la moyenne quinquennale de la semaine 22 à la fin de la campagne (et par conséquent au dessus des prix de la campagne 2011 durant toute cette période).

La marge brute durant la campagne 2012 a été inférieure à la moyenne quinquennale entre les semaines 22 à 29 (mise à part des semaines 22 à 25, période de montée des prix au détail alors que les prix à l'expédition étaient stables). A partir de la semaine 30 et jusqu'à la fin de la campagne la marge brute 2012 est au dessus de la moyenne quinquennale et de celle de la campagne 2011.

Globalement la marge brute de la campagne 2012 a été supérieure à celle de la campagne 2011 et ce, avec des prix expédition également supérieurs à 2011, conformément à l'élément de proportionnalité de la marge brute qu'indique la relation entre les deux prix sur 2000-2013 ci-dessus évoquée .

Graphique 198

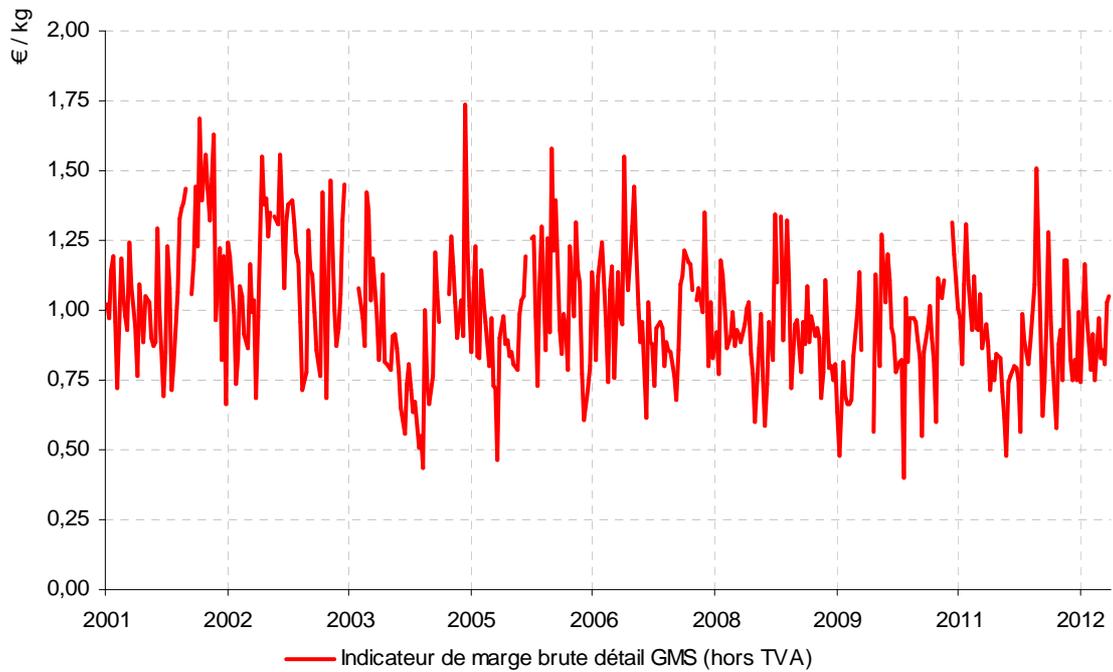
**Tomates rondes grappe : prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS des campagnes 2001 à 2012**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 199

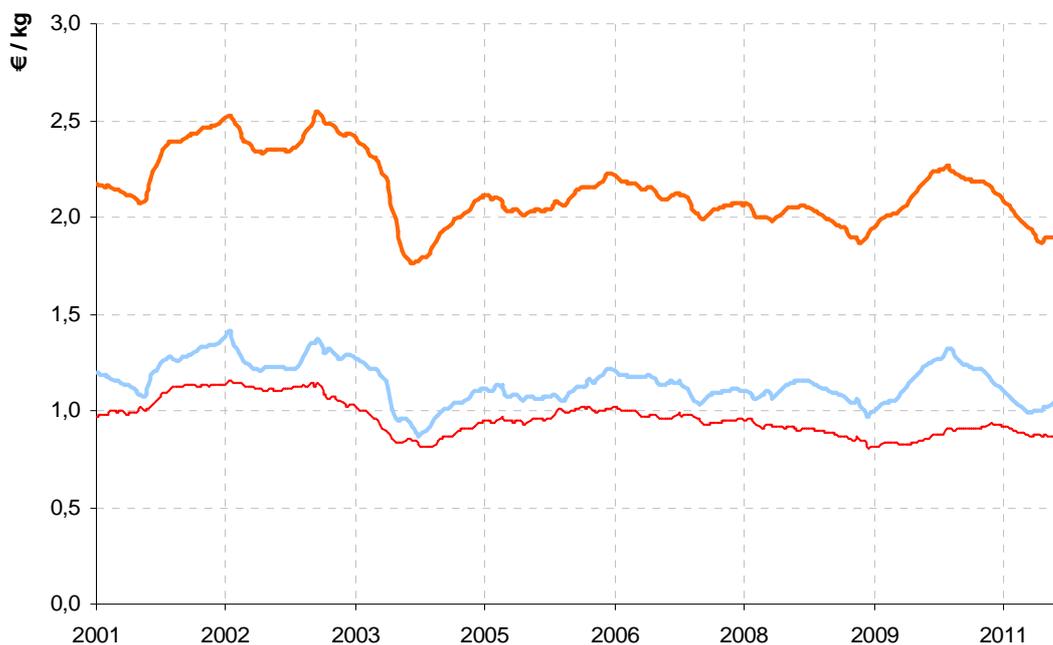
**Tomates rondes grappe : indicateur de marge brute en GMS hebdomadaires des campagnes 2001 à 2012**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 200

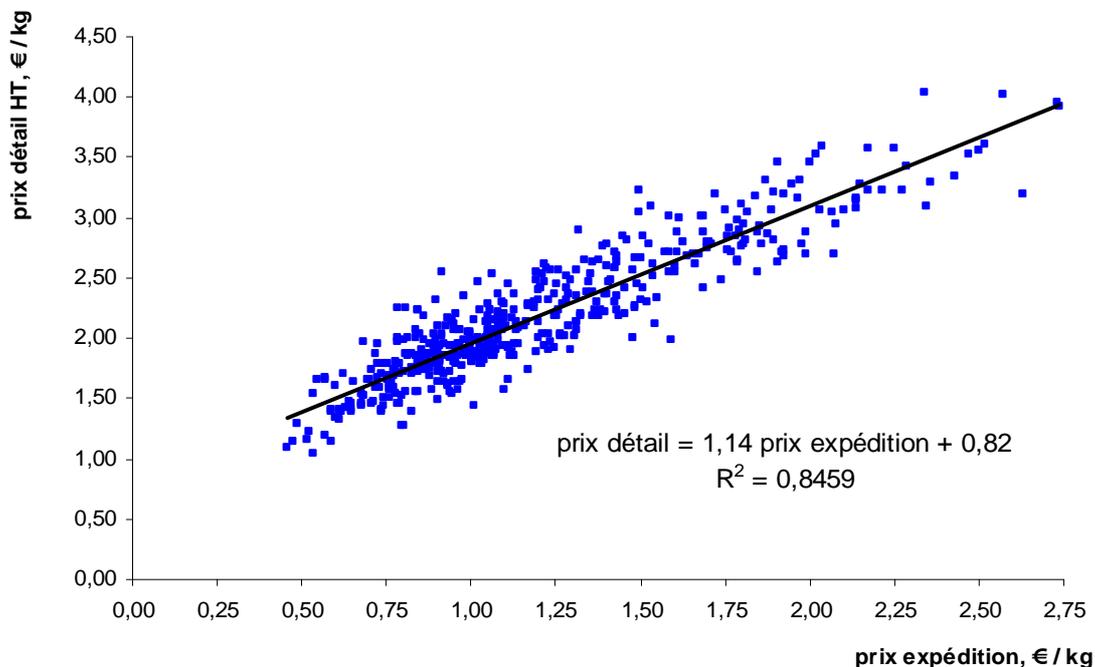
**Tomates rondes grappe : prix et indicateur de marge brute moyenne hebdomadaires des campagnes 2001 à 2012**  
Moyennes mobiles



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 201

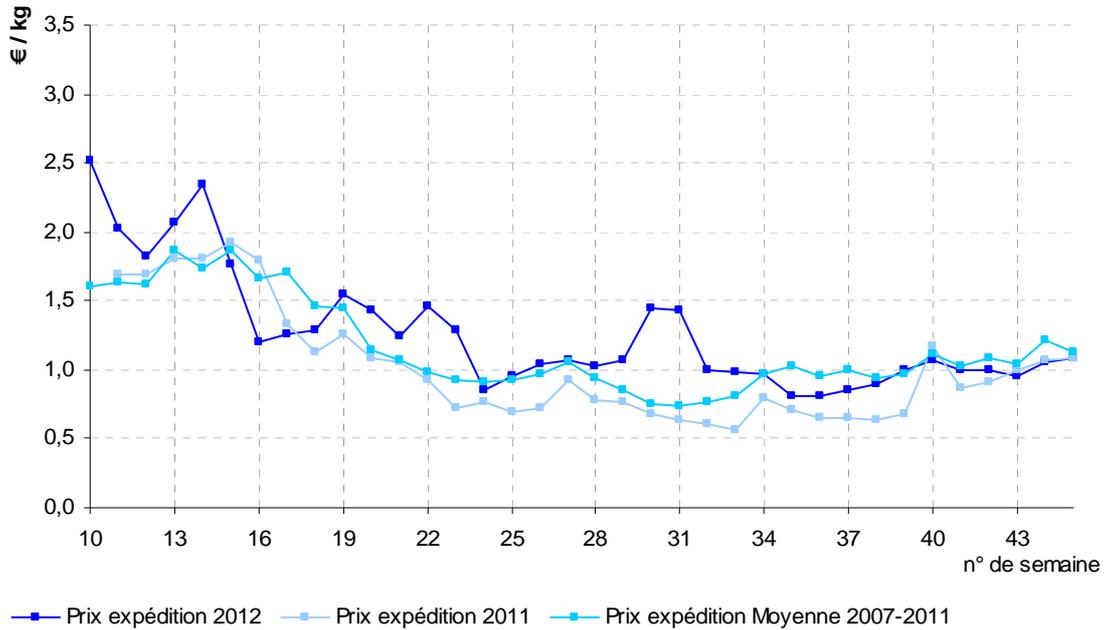
**Tomates rondes grappe : corrélation entre prix à l'expédition et prix au détail en GMS de 2001 à 2012**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 202

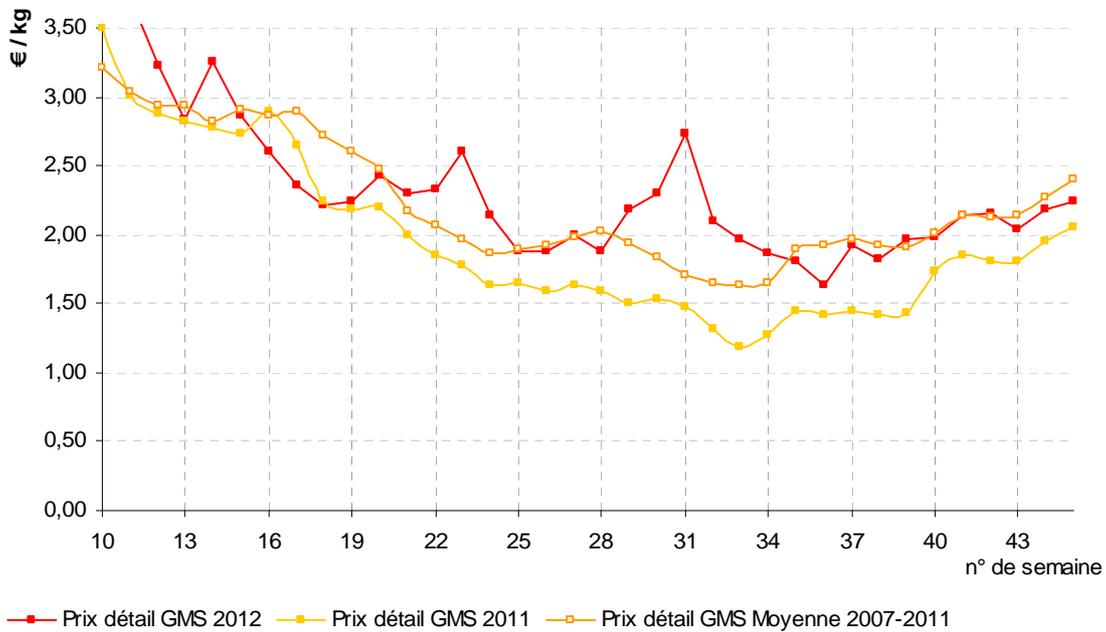
**Tomates rondes grappe : prix moyens hebdomadaires à l'expédition, campagnes 2011, 2012 et moyenne des cinq précédentes (2007-2011)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 203

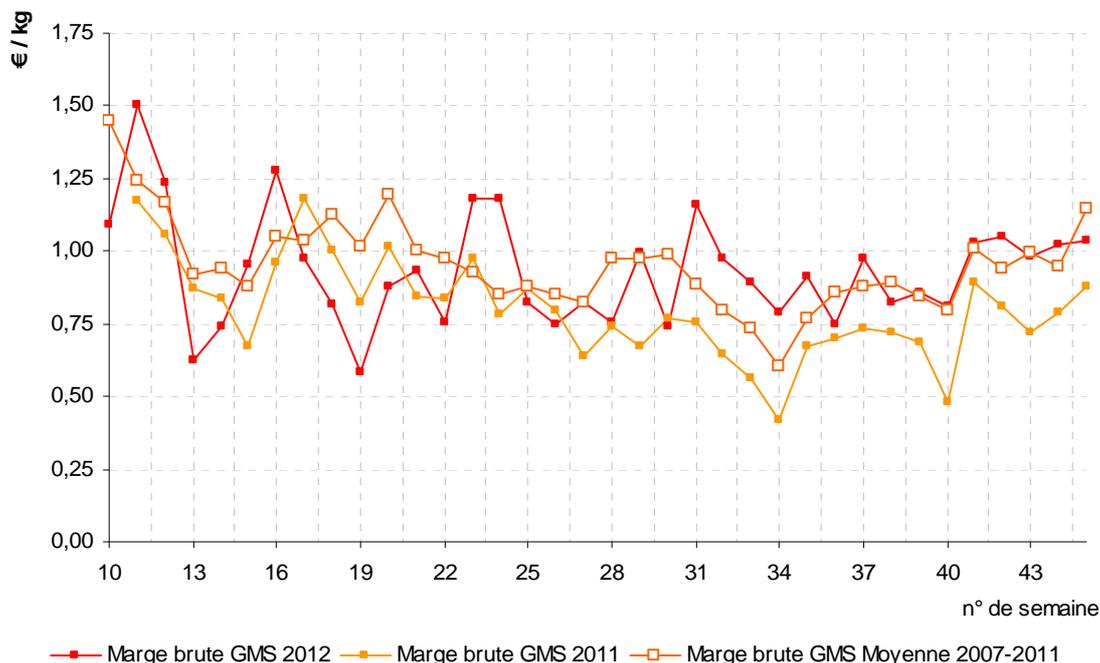
**Tomates rondes grappe : prix moyens hebdomadaires au détail en GMS, campagnes 2011, 2012 et moyenne des cinq précédentes (2007-2011)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 204

**Tomates rondes grappe : indicateur de marge brute en GMS hebdomadaire des campagnes 2012, 2013 et moyenne des cinq précédentes (2007-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

3.3.4. Endives

Cf. série de graphiques pages suivantes.

**Les prix et la marge brute en longue période**

Les graphiques suivants font apparaître la hausse progressive de l'indicateur de marge brute à partir de 2002 (après une année 2001 assez atypique), avec un maintien relatif des prix à l'expédition et une hausse des prix au détail. Le prix au détail s'est cependant stabilisé durant les dernières campagnes suivies, entraînant une certaine stagnation de la marge brute.

Ainsi, l'indicateur de marge brute augmente au fur et à mesure des années et, du fait de variations à l'expédition et au détail de moins en moins importantes, il oscille de plus en plus faiblement au cours d'une saison.

Le Graphique 207 représente les prix au détail  $P_D$  en fonction des prix à l'expédition  $P_E$  sur la période 2000-2013.

Une relation linéaire de la forme  $P_D = b P_E + m$  lie ces deux prix, mais avec un coefficient de détermination  $R^2$  peu élevée : cette liaison linéaire est donc peu marquée, en fait.

On ne peut donc conclure à l'existence d'un régime de marge constante ou proportionnelle à partir de cette relation. Le lien entre les deux prix est plus complexe et néanmoins réel ; on constate visuellement la concomitance des fortes variations de prix amont et aval.

**La dernière campagne**

Le début de la campagne 2012-2013 de l'endive a connu des cours à l'expédition supérieurs à ceux de la campagne 2011-2012, en raison de volumes plus faibles face à une demande intéressée.

Les cours à l'expédition ont ensuite baissé du fait d'une progression importante de l'offre importante, et ils sont ainsi passés sous la moyenne des 5 ans et sous les niveaux de la campagne 2011.

La fin d'année a été favorable à une remontée des cours avec une consommation plus dynamique.

Ces cours à l'expédition se sont nettement dépréciés ensuite à partir de la semaine 3, sous l'effet d'une météorologie trop clémente (peu incitatrice à la consommation) et d'une pression de l'offre en provenance de Belgique et des Pays-Bas. L'endive a ainsi été déclarée en « crise conjoncturelle » entre le 20 février et le 12 mars

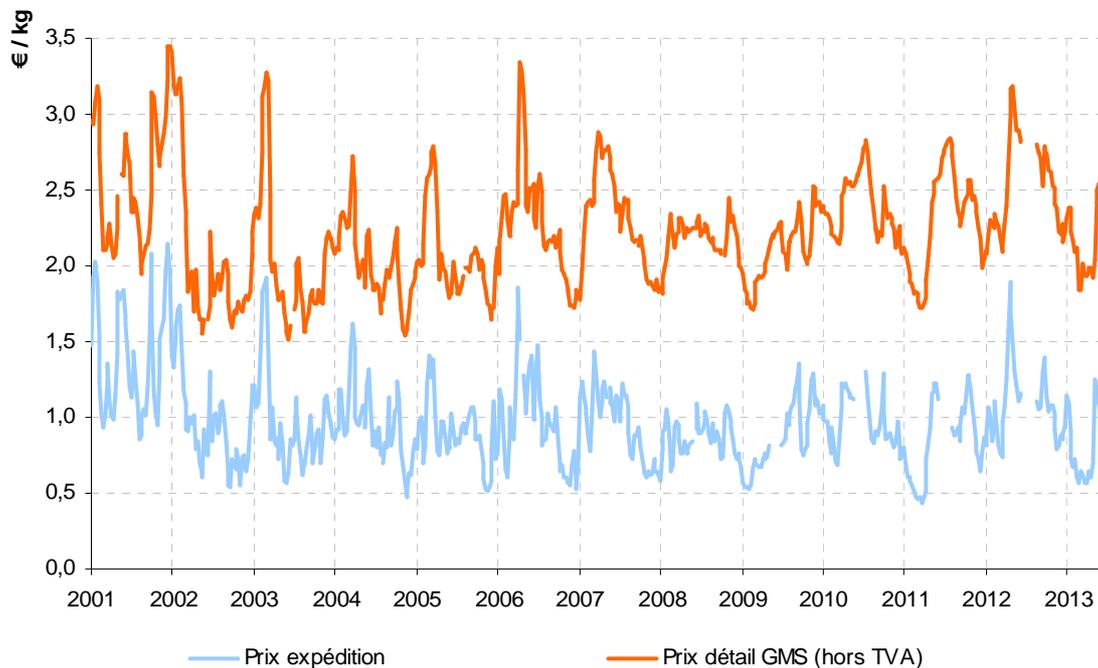
Au début de la campagne, le prix au détail de l'endive se situait au dessus des niveaux de la campagne précédente, suivant ainsi le niveau également plus élevé des prix à l'expédition.

Ensuite, entre les semaines 6 et 25, le prix au détail de l'endive a été inférieur aux niveaux de l'année précédente, et, globalement en dessous de la moyenne des 5 ans, cette baisse accompagnant celle des cours à l'expédition.

Si les prix au détail ont suivi les cours à l'expédition, les variations ne sont pas intégralement répercutées, ni sans décalage : l'indicateur de marge brute au détail en GMS a ainsi oscillé autour d'une tendance plutôt supérieure à la moyenne quinquennale, se situant nettement au-dessus dans les semaines 40 à 48, 02 à 06 puis en fin de campagne.

Graphique 205

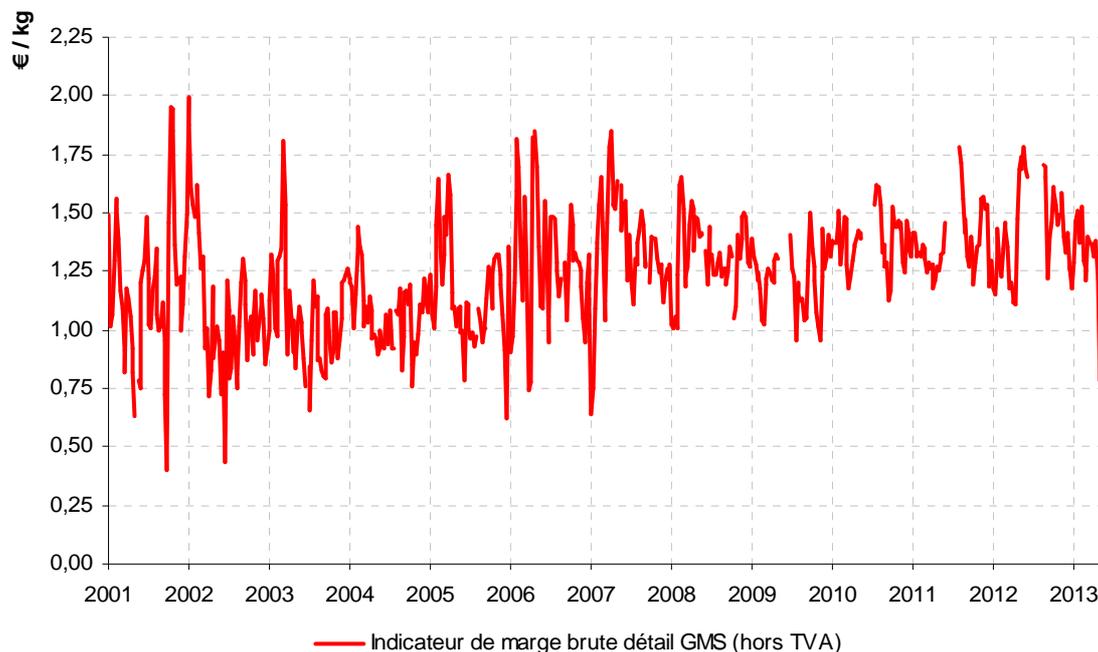
**Endives : prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS des campagnes 2001-2002 à 2012-2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 206

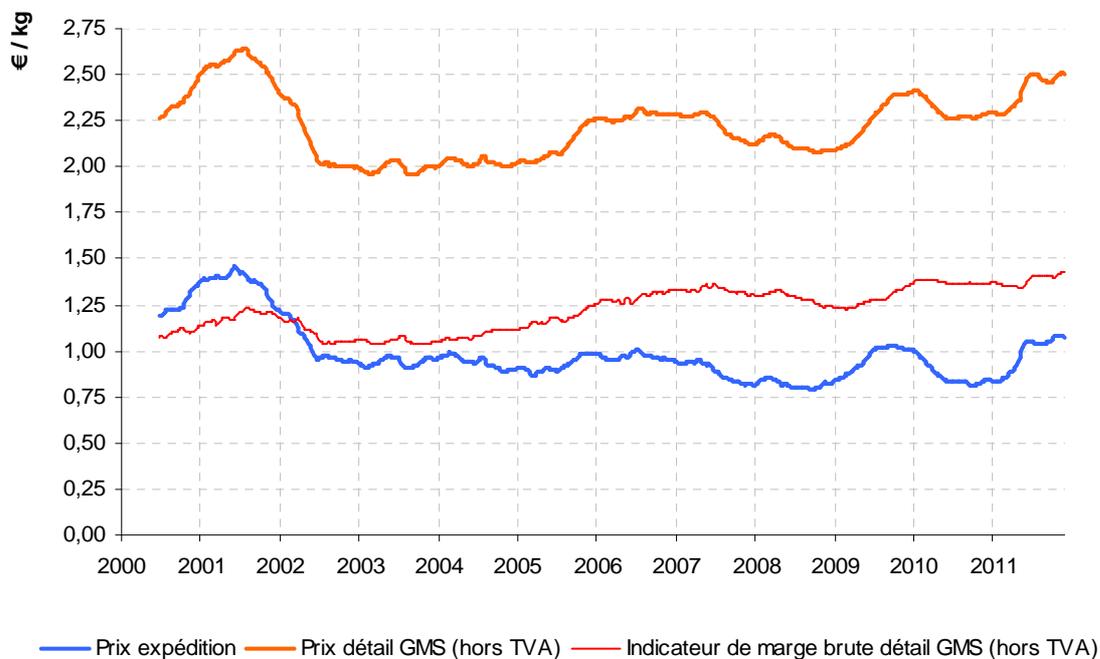
**Endives : indicateur de marge brute en GMS hebdomadaire des campagnes 2001-2002 à 2012-2013**



Source : FranceAgriMer – RNM

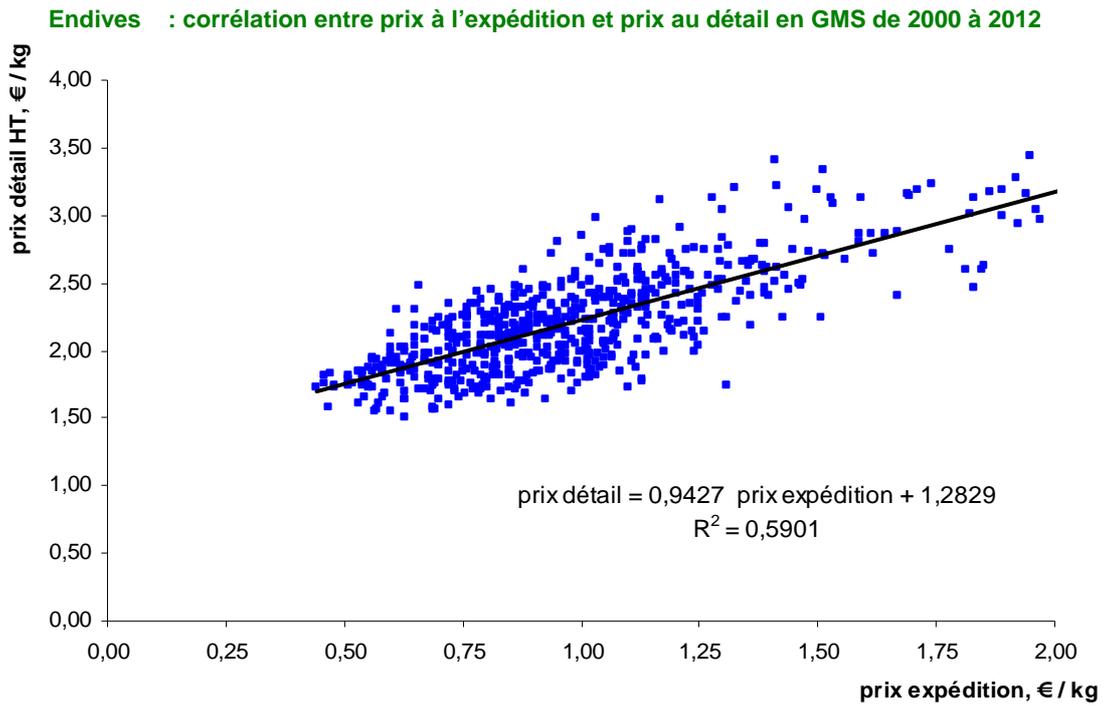
Graphique 207

**Endives : prix et indicateur de marge brute hebdomadaires des campagnes 2001-2002 à 2012-2013**  
Moyennes mobiles

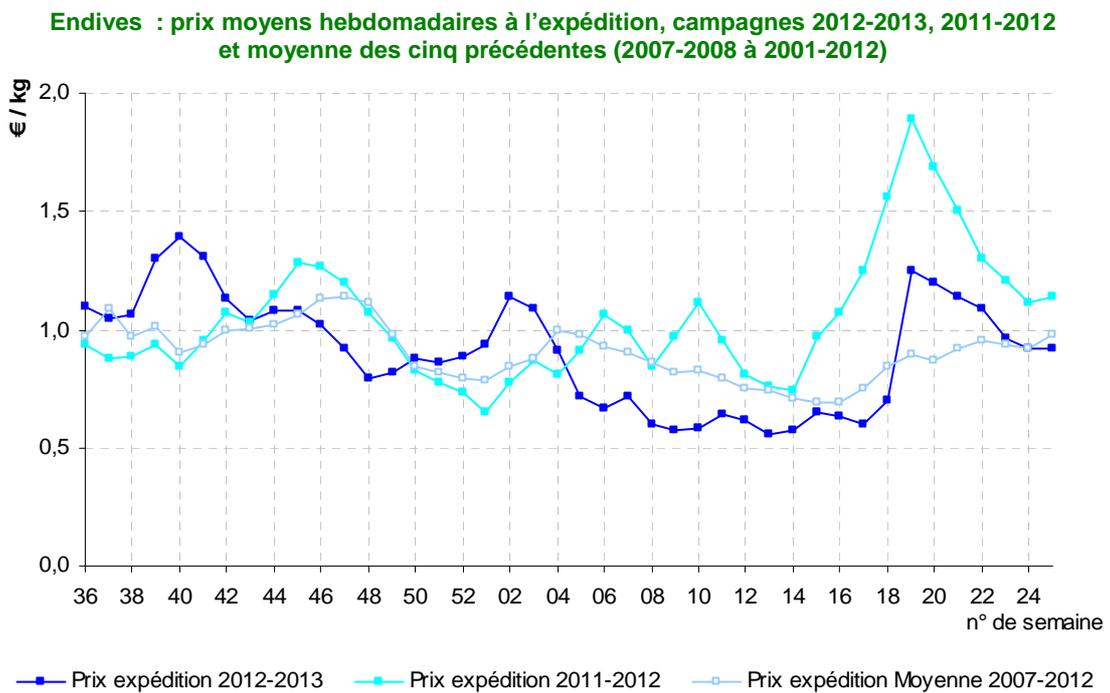


Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 208

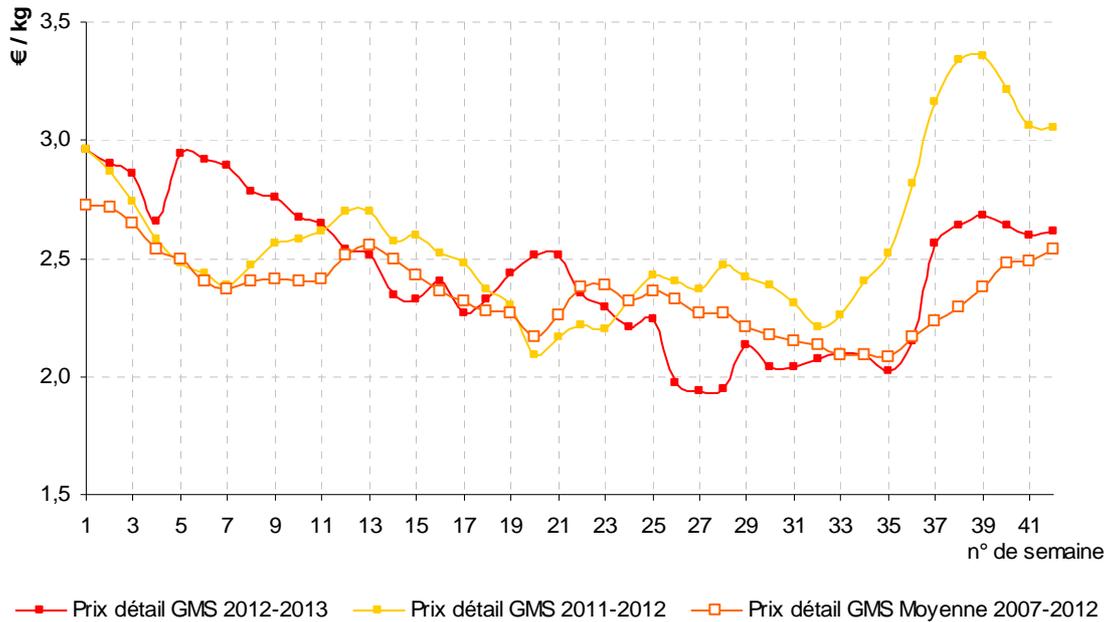


Graphique 209



Graphique 210

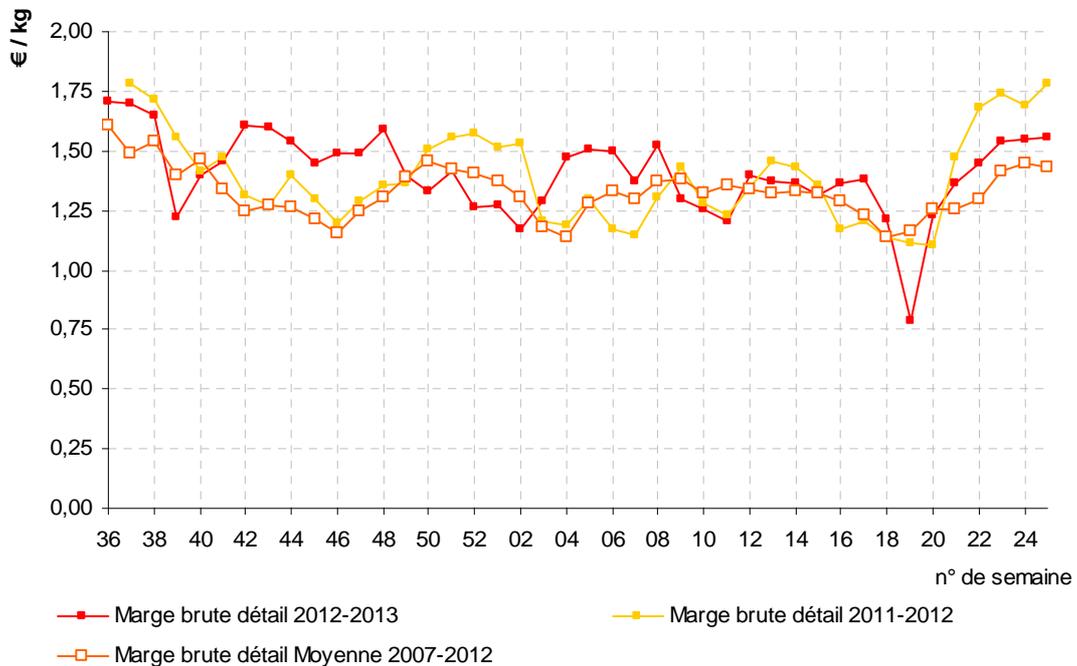
**Endives : prix moyens hebdomadaires au détail en GMS, campagnes 2012-2013, 2011-2012 et moyenne des cinq précédentes (2007-2008 à 2001-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

Graphique 211

**Endives : indicateur de marge brute en GMS hebdomadaires, campagnes 2012-2013, 2011-2012 et moyenne des cinq précédentes (2007-2008 à 2001-2012)**



Source : FranceAgriMer – RNM

## 4. COMPTE DE RESULTAT DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES FRUITIERES ET LEGUMIERES ET COUT DE PRODUCTION DE CERTAINS FRUITS ET LEGUMES

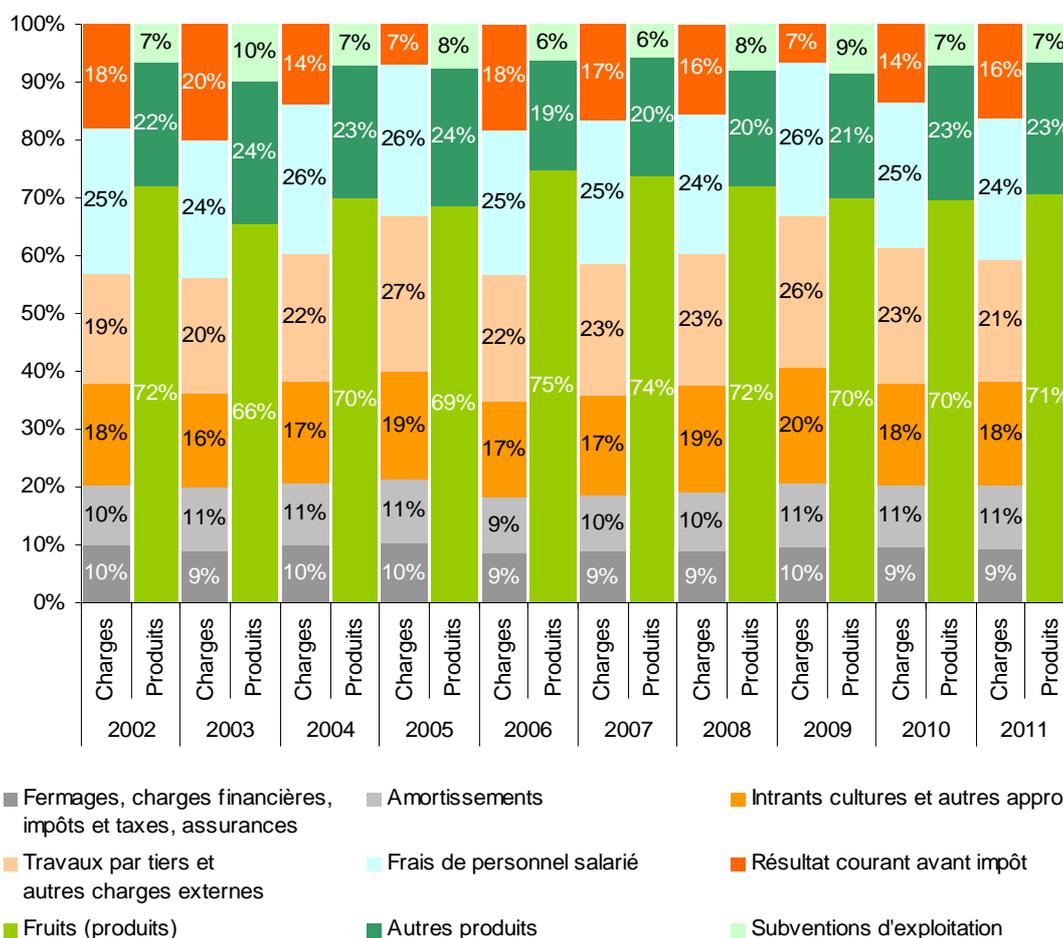
### 4.1. Compte de résultat des exploitations fruitières

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de fruits est constitué de 270 à 345 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles le produit brut issu du verger représente de 76 % à 81 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 7 750 à 9 900 exploitations environ.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 7 % à 20 %).

Graphique 212

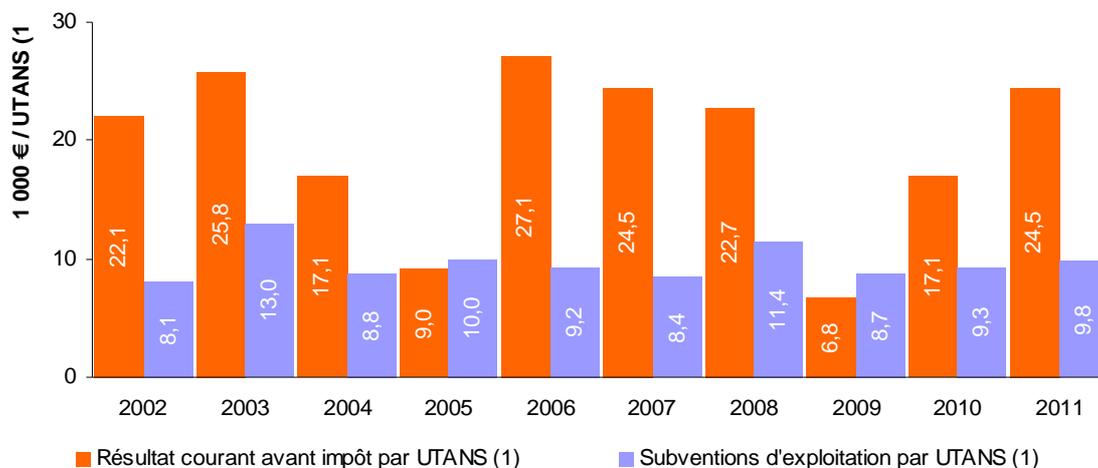
Structure du compte de résultat des exploitations fruitières



Source : RICA (SSP)

Graphique 213

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations fruitières spécialisées**



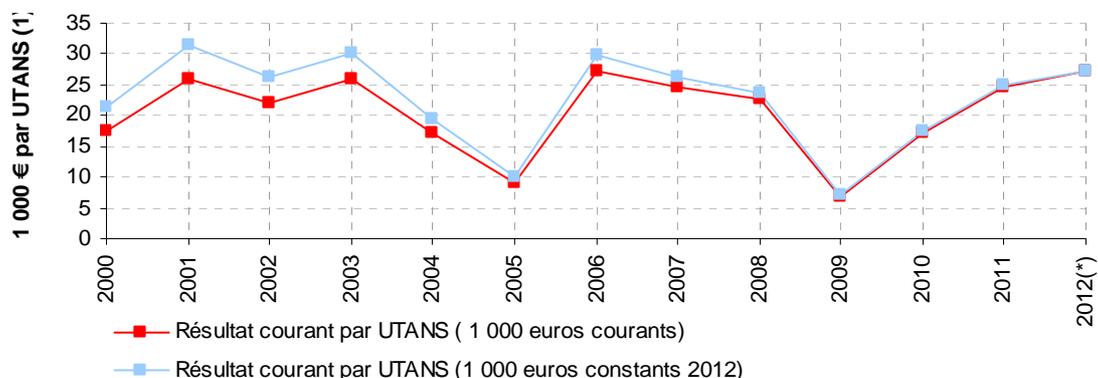
(1) unité de travail annuel non salarié

Source : RICA (SSP)

Les données détaillées du RICA n'étant pas disponibles, pour ce rapport, au-delà de l'année 2011, l'information sur le résultat courant avant impôt des exploitations fruitières peut être complétée par la série ci-dessous, issue du compte provisoire de l'agriculture pour 2012, portant sur la totalité des exploitations de l'otex 39 : Arboriculture fruitière et autres cultures permanentes (hors viticulture).

Graphique 214

**Résultat courant avant impôt par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations de l'orientation Arboriculture fruitière et autres cultures permanentes**



(1) unité de travail annuel non salarié. (\*) résultats provisoires

Source : SSP

**4.2. Coût de production des pommes**

L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de pommes est constitué d'environ 90 à 123 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles le produit brut en pommes représente de 70 % à 79 % de la production de l'exercice et de 84 % à 90 % du produit brut du verger, cet échantillon est représentatif de 2 250 à 3 280 exploitations environ.

Une estimation approximative du coût moyen de production des pommes a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

Dans cette approche, on impute à la production de pommes l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors pommes (pour l'essentiel, des produits issus du verger). Ceci revient à

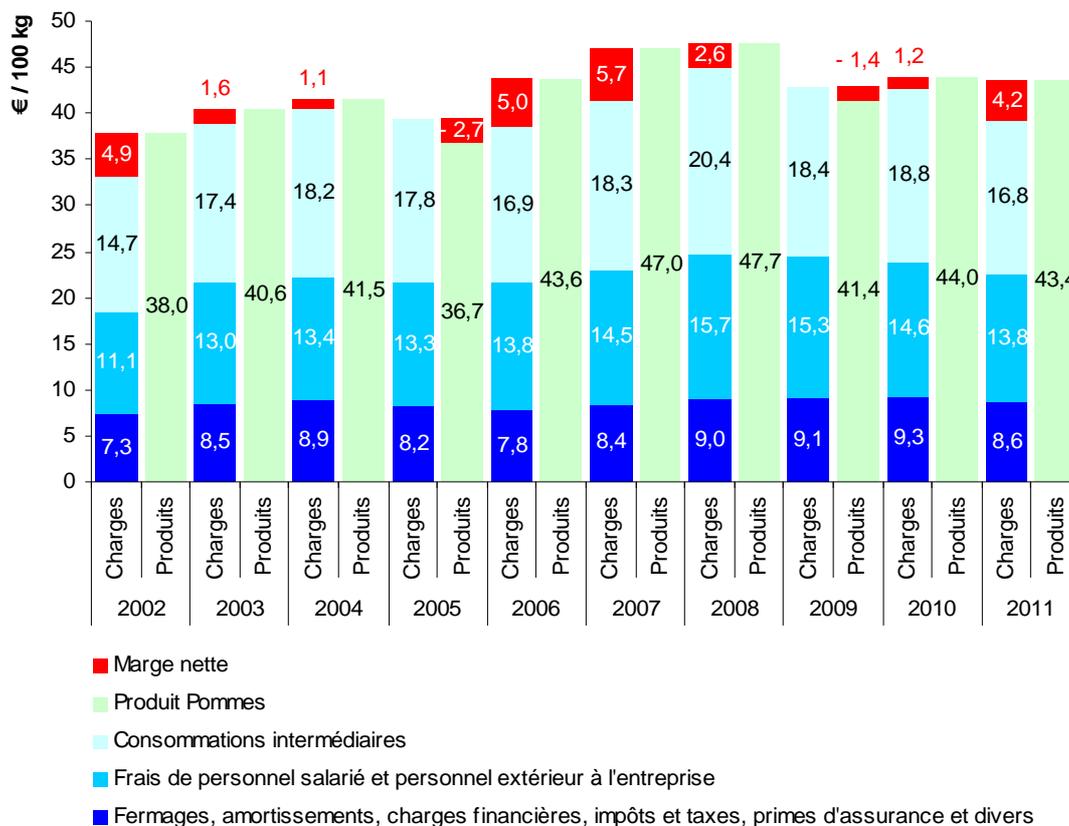
considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits. L'ensemble des charges et des subventions a été évalué pour 100 kg produit.

Le coût de production des pommes, ainsi estimé, varie de 33 € à 45 € pour 100 kg entre 2002 et 2011 ; il apparaît supérieur au prix des pommes en 2005 et 2009, entraînant une marge nette négative lors de ces deux années. Toutefois, les subventions permettent, à ces périodes, un complément de rémunération.

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 215

### Coût de production des pommes dans les exploitations spécialisées



Source : RICA (SSP)

### 4.3. Compte des exploitations par système de production fruitière

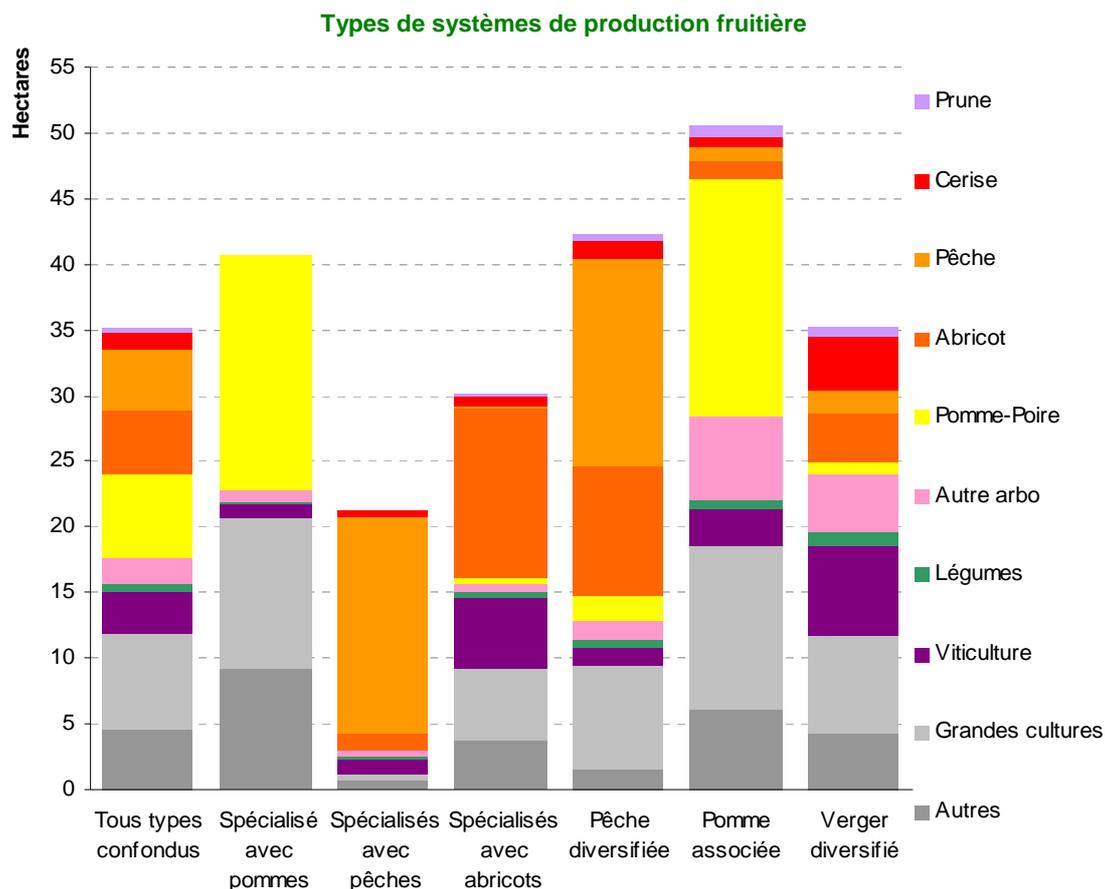
L'approche présentée ci-dessous s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations fruitières (réalisé par CerFrance et cofinancé par FranceAgriMer, le CTIFL et la FNPF). L'échantillon total comprend 380 exploitations réparties dans 9 départements situés dans les principaux bassins de production. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de fruits des exploitations spécialisées, dont le produit brut arboricole représente, en 2011, 88% du produit brut total.

Six types ont été retenus :

- les producteurs de pommes spécialisés,
- les producteurs de pêches spécialisés,
- les producteurs d'abricots spécialisés,
- les producteurs de pêches diversifiés,
- les producteurs de pommes associées,
- les producteurs à verger diversifié.

La SAU moyenne de l'échantillon est de 35,1 ha dont 19,5 ha de vergers, 7,3 ha de grandes cultures et 3,2 ha de vignes. Le verger est composé prioritairement de pommes (5,7 ha), de pêches (4,8 ha), d'abricots (4,8 ha) et de cerises (1,2 ha).

Graphique 216

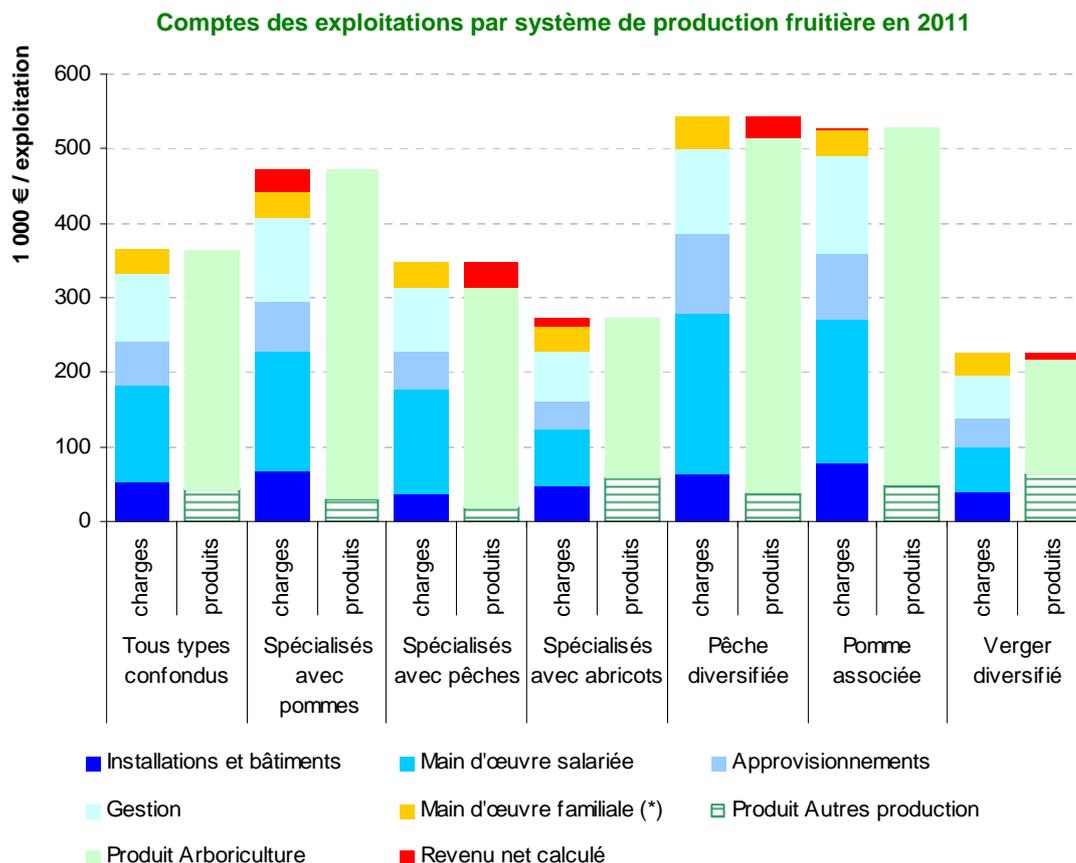


Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CerFrance, CTIFL, FNPF

En 2011 (Graphique 217), le « revenu net calculé » (incluant une évaluation extracomptable du coût de la main-d'œuvre familiale) est en moyenne négatif dans les systèmes de production avec pêches, ce fruit ayant été en « crise conjoncturelle »<sup>58</sup> durant la campagne 2011, avec des cours à l'expédition nettement inférieurs à la moyenne observée sur les 5 campagnes précédentes (cf. rapport de l'OFPM de 2012).

Le revenu net calculé moyen des producteurs spécialisés de pommes est en revanche nettement positif en 2011, pour des raisons symétriques : pas de crise conjoncturelle pour ce fruit lors de la campagne (2011-2012), cours à l'expédition au-dessus de la référence des 5 campagnes antérieures.

Graphique 217



Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CerFrance, CTIFL, FNPF

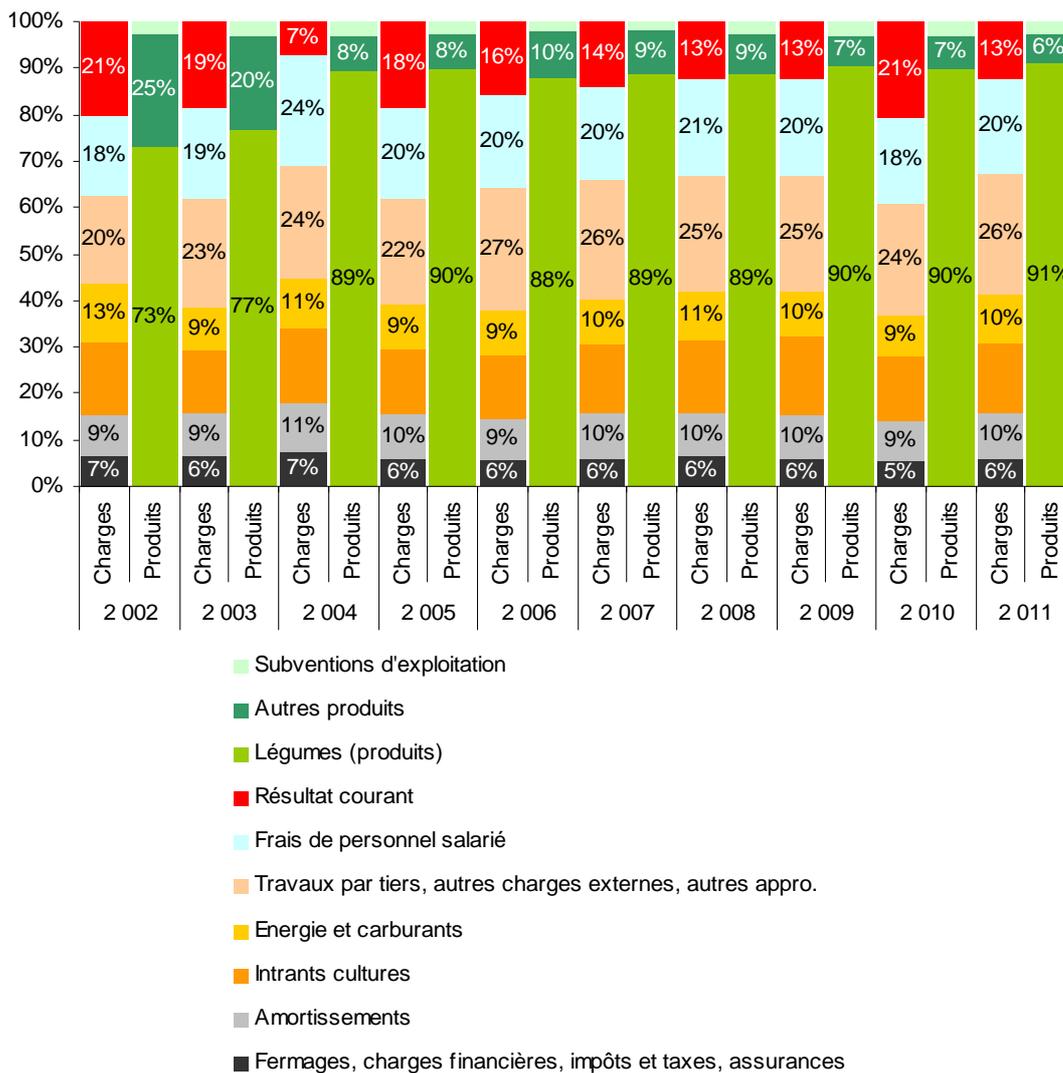
<sup>58</sup> Pour les principaux fruits et les légumes frais, l'état de « crise conjoncturelle » fait l'objet d'une définition réglementaire faisant intervenir la comparaison des cours à l'expédition observés chaque jour de la campagne avec une référence historique (moyenne sur 5 ans). Certaines mesures de gestion des crises conjoncturelles ainsi définies sont prévues par la réglementation, notamment la mise en application des accords de modération des marges des distributeurs, afin de faciliter l'écoulement du produit.

#### 4.4. Compte de résultat des exploitations légumières

L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de légumes (maraîchage en plein-air et sous abris) est constitué d'environ 169 à 205 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles le produit brut légume représente de 75 % à 95 % de la production de l'exercice, cet échantillon est représentatif de 4 393 à 5 015 exploitations environ. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 7 % à 21 %).

Graphique 218

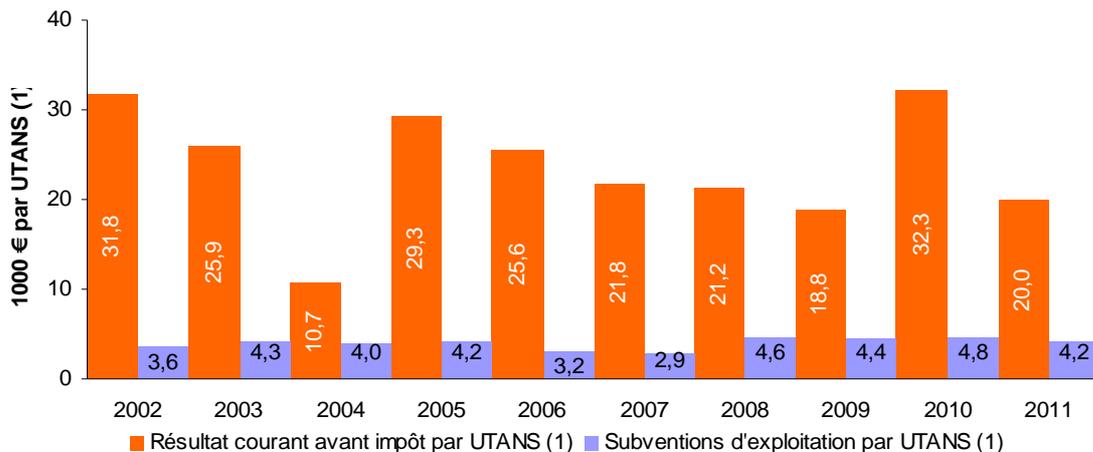
Structure du compte de résultat des exploitations légumières



Source : RICA (SSP)

Graphique 219

**Résultat courant avant impôt et subventions, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations légumières**



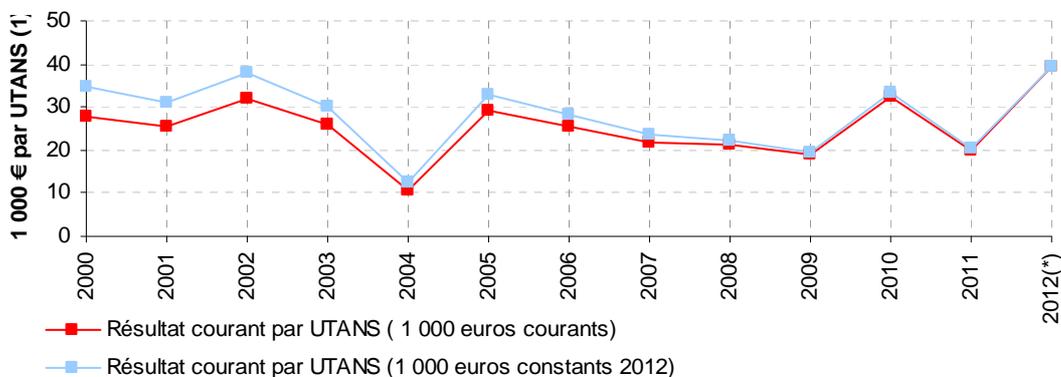
(1) unité de travail annuel non salarié

Source : RICA (SSP)

Les données détaillées du RICA n'étant pas disponibles, pour ce rapport, au-delà de l'année 2011, l'information sur le résultat courant avant impôt des exploitations fruitières peut être complétée par les la série ci-dessous, issue du compte provisoire de l'agriculture pour 2012, portant sur la totalité des exploitations de l'otex 28 : Légumes et champignons.

Graphique 220

**Résultat courant avant impôt par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations de l'orientation Légumes et champignons**



(1) unité de travail annuel non salarié. (\*) résultats provisoires

Source : SSP

**4.5. Coût de production des tomates**

L'échantillon du RICA des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serres et abris hauts est constitué de 33 à 44 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles production de tomates constitue de 73% à 87% de la production de l'exercice, cet échantillon est représentatif de 863 à 1 263 exploitations selon les années.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est très variable d'une année à l'autre (de 7 % à 21 %).

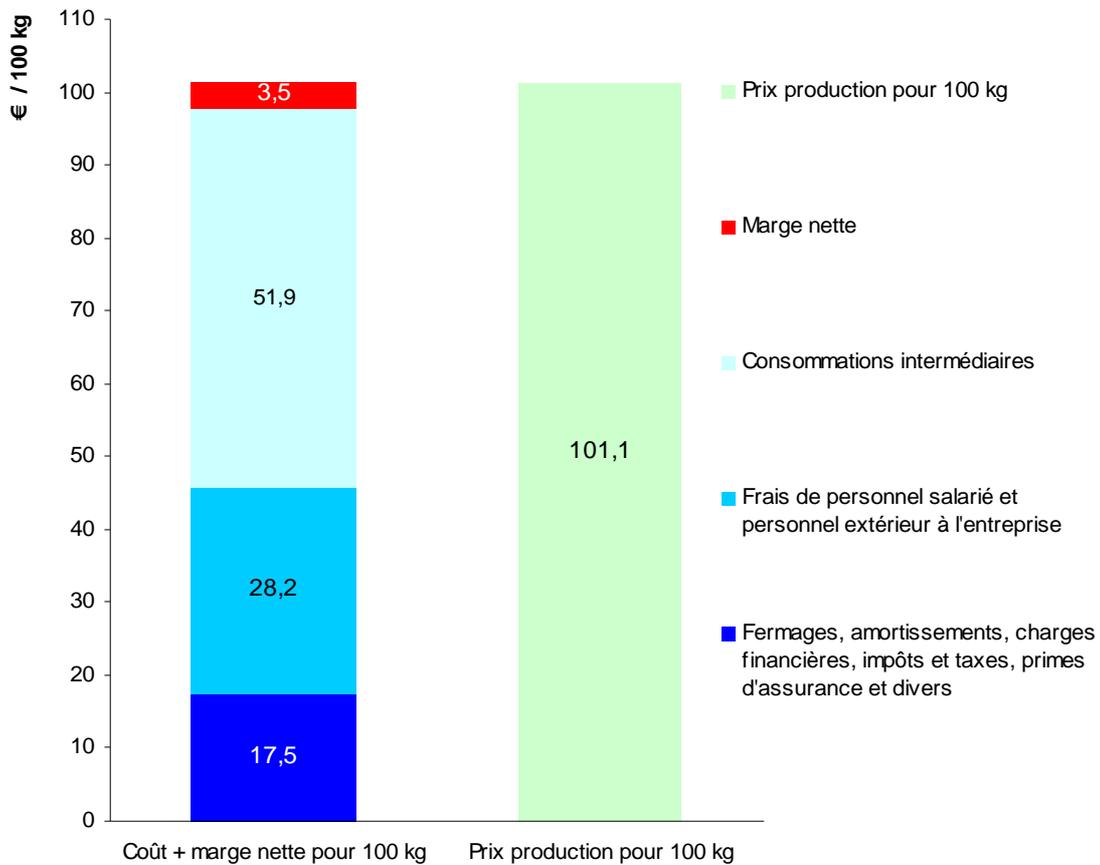
Une estimation approximative du coût moyen de production des tomates a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après.

Dans cette approche, on impute à la production de tomates l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors tomates (pour l'essentiel, le produits des autres légumes sous serre et les subventions). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits. L'ensemble des charges a été évalué pour 100 kg produit. Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autre produits que les tomates, dont autres légumes) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Le coût de production des tomates, ainsi estimé, est de 98 € pour 100 kg en 2011 ; le prix des tomates est de 101 € pour 100 kg, entraînant une marge nette de 3€ pour 100 kg.

Graphique 221

**Coût de production des tomates dans les exploitations spécialisées (serres et abris hauts) en 2011**



Source : RICA (SSP)

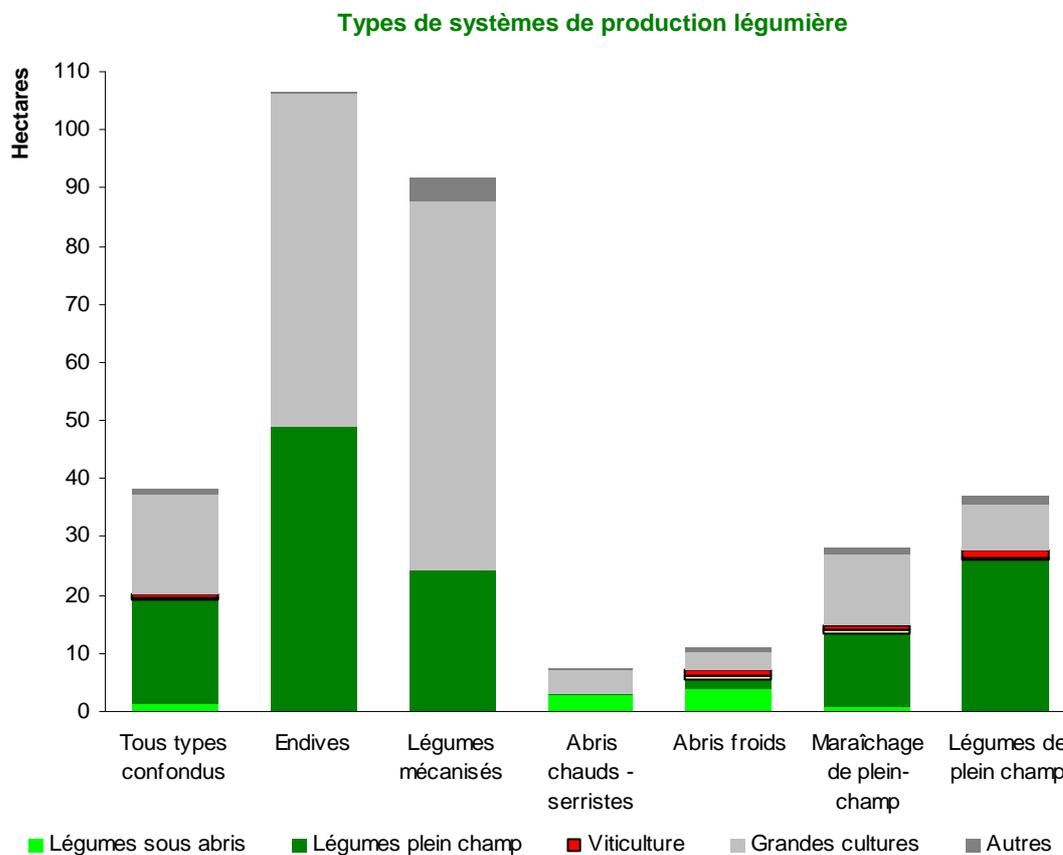
#### 4.6. Compte des exploitations par système de production légumière

Cette approche s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CerFrance et cofinancé par FranceAgriMer, le CTIFL et Légumes de France). L'échantillon comprend 438 exploitations réparties dans 16 départements. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de légumes.

Six types ont été définis :

- les producteurs d'endives, associées aux grandes cultures,
- les producteurs de légumes récoltés mécaniquement, également associés aux grandes cultures,
- les producteurs de légumes sous serre et abris chauds,
- les producteurs de légumes sous abri froids,
- le maraîchage de plein-air,
- les producteurs de légumes de plein champ.

Graphique 222

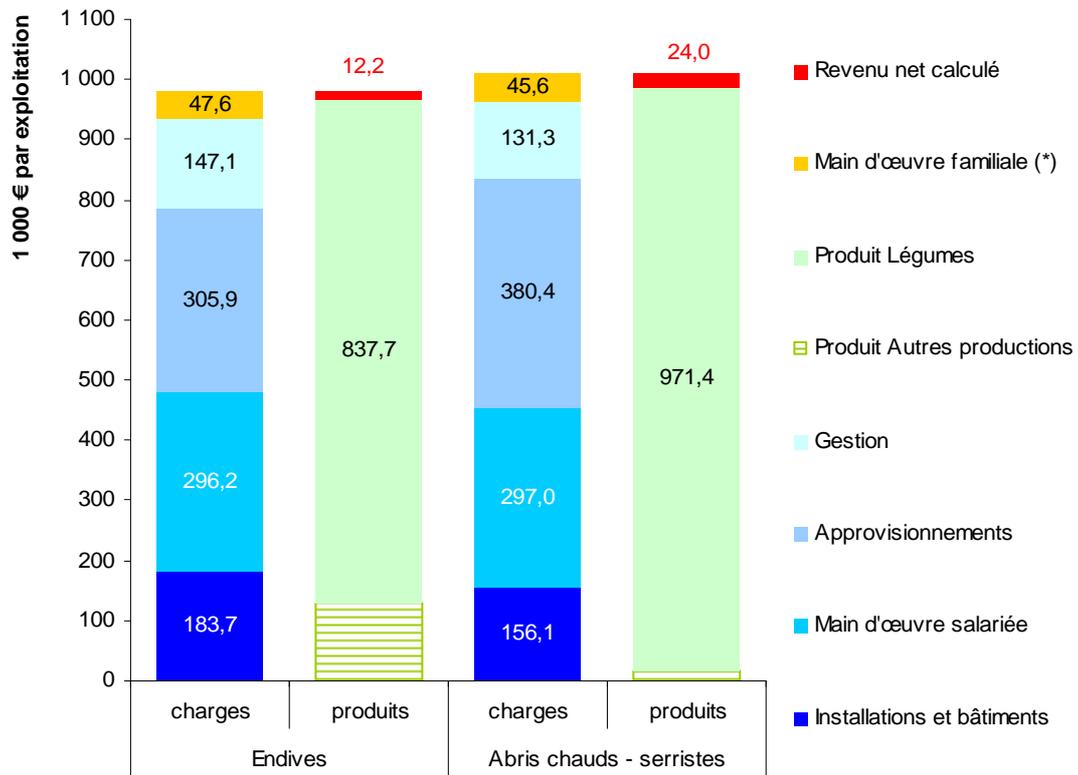


Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CerFrance, CTIFL, Légumes de France

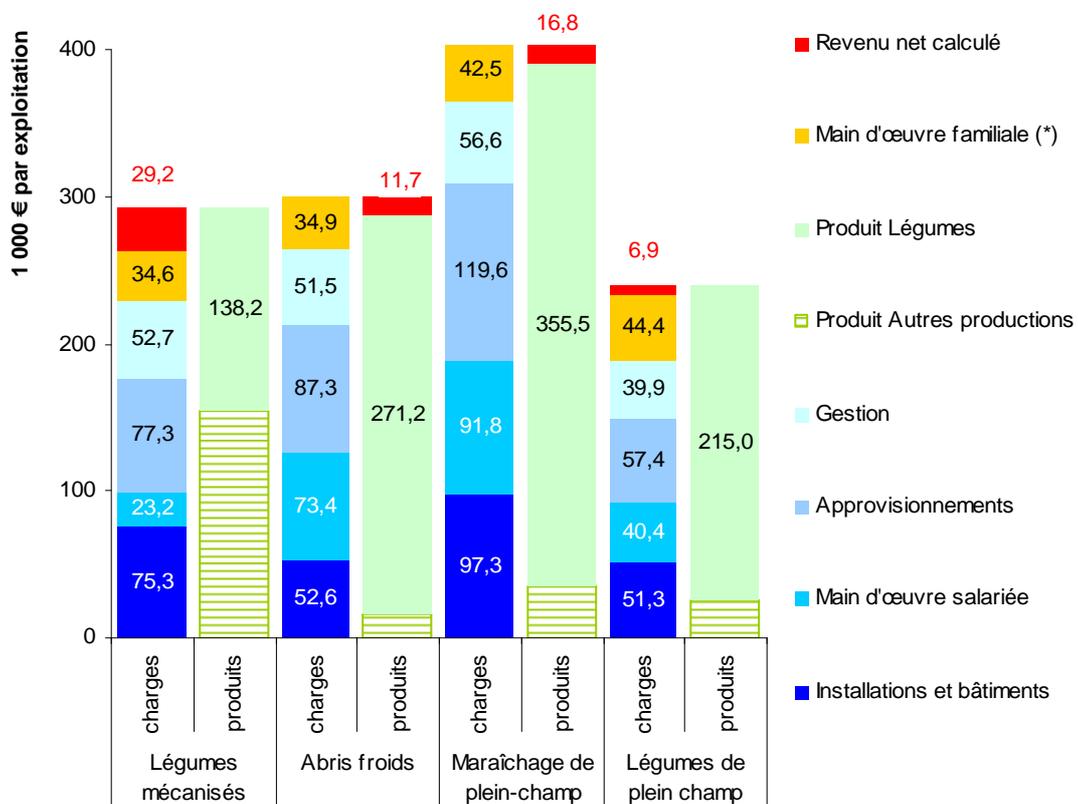
Le revenu net (Graphique 222), calculé par soustraction de la rémunération forfaitaire de la main-d'œuvre familiale au revenu courant avant impôts, était positif dans les systèmes « Légumes mécanisés » (29,2 K€) et « Légumes de plein champ » (6,9 K€) et négatif dans l'ensemble des autres systèmes (de -11,7 K€ en « Abris froids » à -24 K€ en « Abris chauds – serristes »).

Graphique 223

**Comptes des exploitations par système de production légumière en 2011**



(\*) charge supplétive calculée



(\*) charge supplétive calculée

Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CerFrance, CTIFL, Légumes de France

## 5. COMPTE DE RESULTAT DES ENTREPRISES D'EXPEDITION ET DE COMMERCE EN GROS DE LA FILIERE DES FRUITS ET DES LEGUMES

La structure des charges des expéditeurs, qui assurent la première mise en marché des fruits et des légumes, et des grossistes<sup>59</sup> et certains autres indicateurs sont présentés ici pour la période 2009-2011. Ces données sont fournies par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.

La marge brute (de nature commerciale) des expéditeurs est la différence entre le chiffre d'affaires à l'expédition et les achats aux producteurs agricoles, ou, à l'unité vendue par l'expéditeur : le prix à l'expédition moins le prix à la production, moins les pertes.

Les grossistes approvisionnent de façon minoritaire les GMS, circuit de référence de l'observatoire, leurs comptes sont présentés à titre indicatif. A titre d'information complémentaire, sont également présentés dans ce rapport les comptes des détaillants spécialisés en fruits et légumes, également suivis par le CTIFL.

L'approche de comptes analytiques du rayon « fruits et légumes » en GMS a nécessité de conduire des enquêtes *ad hoc* (cf. paragraphe 6).

### 5.1. Comptes des entreprises d'expédition en fruits et légumes

Tableau 30

#### Taux de marque (\*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs (coopératives et autres)

| 2009 - 2011                        | marge commerciale / chiffre d'affaires<br>(a) | marge commerciale / achats de marchandises<br>(b) = (a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|------------------------------------|---|---|---|--|
| <b>Ensemble des expéditeurs</b>    | <b>24,7%</b>                                  | <b>32,7%</b>  | <b>1,5%</b>                                       | <b>5,9%</b>                                      |
| Expéditeurs à clientèle grossistes | 24,9%   | 33,2%   | 3,3%  | 13,2%  |
| Expéditeurs à clientèle GMS        | 25,1%   | 33,6%   | 1,4%  | 5,6%   |
| Expéditeurs à clientèle Export     | 28,4%   | 39,6%   | 0,1%  | 0,3%   |
| Expéditeurs à clientèle mixte      | 21,6%   | 27,5%   | 1,4%  | 6,6%   |

(\*) le terme de taux de « marge » est normalement réservé au rapport « marge commerciale / achats », celui de taux de « marque » désigne le rapport « marge sur ventes (ou chiffre d'affaires) ».

Source : CTIFL

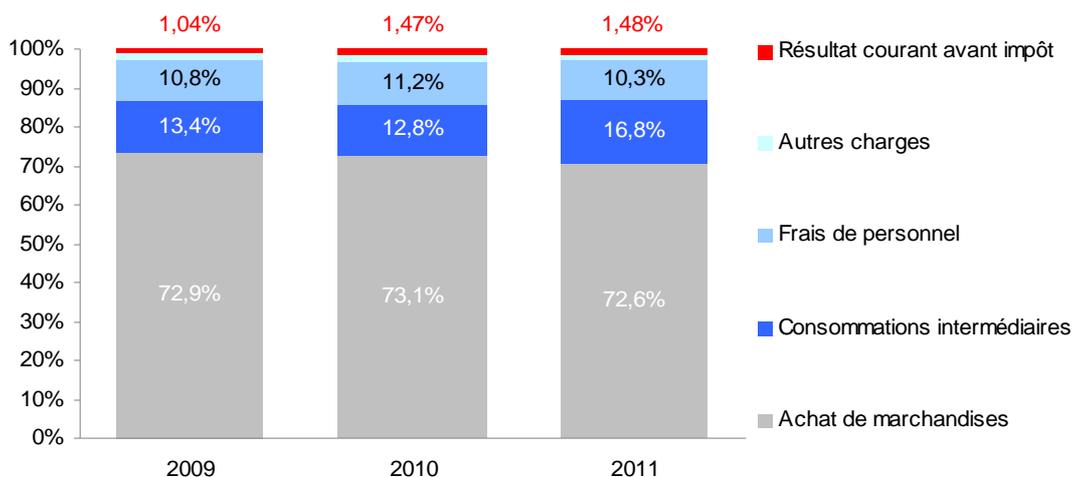
En moyenne sur la période étudiée (2009-2011), le chiffre d'affaires à l'expédition est supérieur d'environ 33% au montant des achats des producteurs. Ce chiffre d'affaires doit intégrer les pertes physiques de produits au stade expédition.

Environ 94 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit) et environ 6 % constituent le résultat courant avant impôt.

<sup>59</sup> 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 224

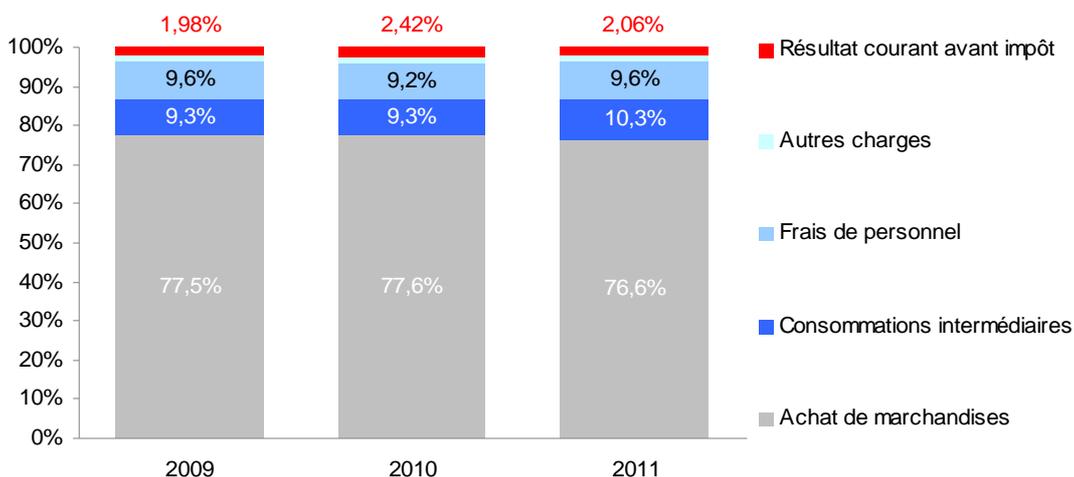
**Structure des charges des entreprises d'expédition de fruits et de légumes**



Sources : CTIFL

Graphique 225

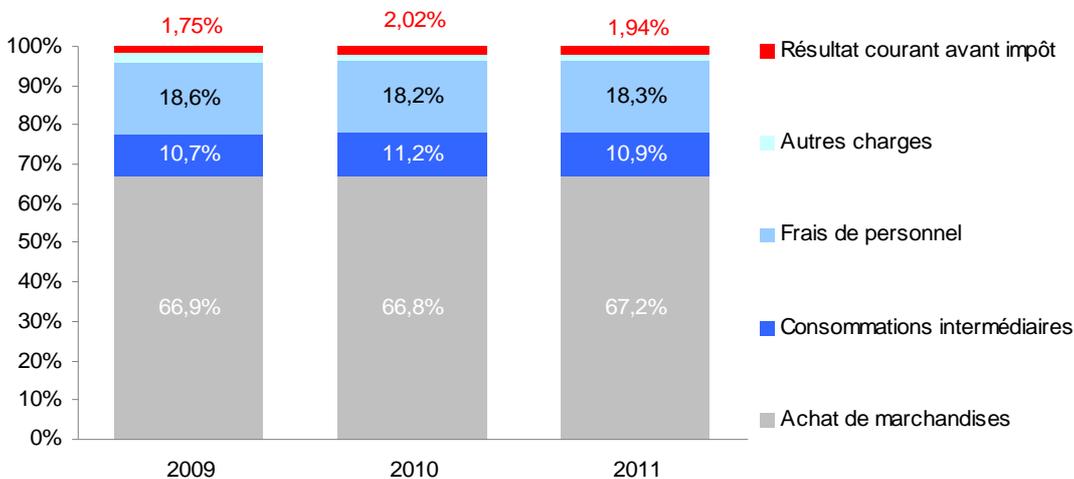
**Structure des charges des entreprises de commerce en gros de fruits et de légumes**



Sources : CTIFL

Graphique 226

**Structure des charges des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes**



Sources : CTIFL

## 5.2. Comptes des entreprises de gros en fruits et légumes

Tableau 31

### Taux de marque (\*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes

| 2009 - 2011                         | marge commerciale / chiffre d'affaires<br>(a) | marge commerciale / achats de marchandises<br>(b) = (a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|-------------------------------------|---|---|---|--|
| <b>Ensemble des grossistes</b>      | <b>21,7%</b>                                  | <b>28,7%</b>  | <b>2,1%</b>                                       | <b>9,8%</b>                                      |
| Grossistes pour détail spécialisé   | 17,3%   | 21,3%   | 2,1%  | 11,9%  |
| Grossistes pour GMS                 | 23,9%   | 33,0%   | 2,2%  | 9,3%   |
| Grossistes pour RHD                 | 34,4%   | 53,0%   | 2,7%  | 7,8%   |
| Grossistes pour clientèle mixte     | 22,1%   | 29,3%   | 2,0%  | 9,2%   |
| Grossistes pour clientèle grossiste | 13,4%   | 16,1%   | 1,6%  | 12,1%  |

Source : CTIFL, AND-i

En moyenne sur la période étudiée (2009-2011), le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 29 % aux achats à leurs fournisseurs<sup>60</sup>. Un peu plus de 90 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation, (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 10 % en constitue le

## 5.3. Comptes des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes

Tableau 32

### Taux de marque (\*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes

| 2009 - 2011                        | marge commerciale / chiffre d'affaires<br>(a) | marge commerciale / achats de marchandises<br>(b) = (a) / (1 - (a)) | résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires | résultat courant avant impôt / marge commerciale |
|------------------------------------|---|---|---|--|
| <b>Ensemble des détaillants</b>    | <b>30,7%</b>                                  | <b>45,4%</b>  | <b>1,8%</b>                                       | <b>5,9%</b>                                      |
| Spécialistes en magasin            | 30,9%   | 46,1%   | 2,1%  | 6,8%   |
| Spécialistes sur marché            | 32,1%   | 48,7%   | 1,9%  | 5,8%   |
| Grandes surfaces de produits frais | 29,5%   | 42,5%   | 1,5%  | 4,9%   |

Source : CTIFL, AND-i

En moyenne sur la période 2009-2011, le chiffre d'affaires des détaillants est supérieur de 45 % aux achats à leurs fournisseurs. 94% de la marge commerciale est absorbée par les charges d'exploitation, (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 6% de cette marge forme le résultat courant avant impôt.

<sup>60</sup> ...qui peuvent être d'autres grossistes, des expéditeurs...

## 6. COMPTES DU RAYON FRUITS ET LEGUMES DES GMS

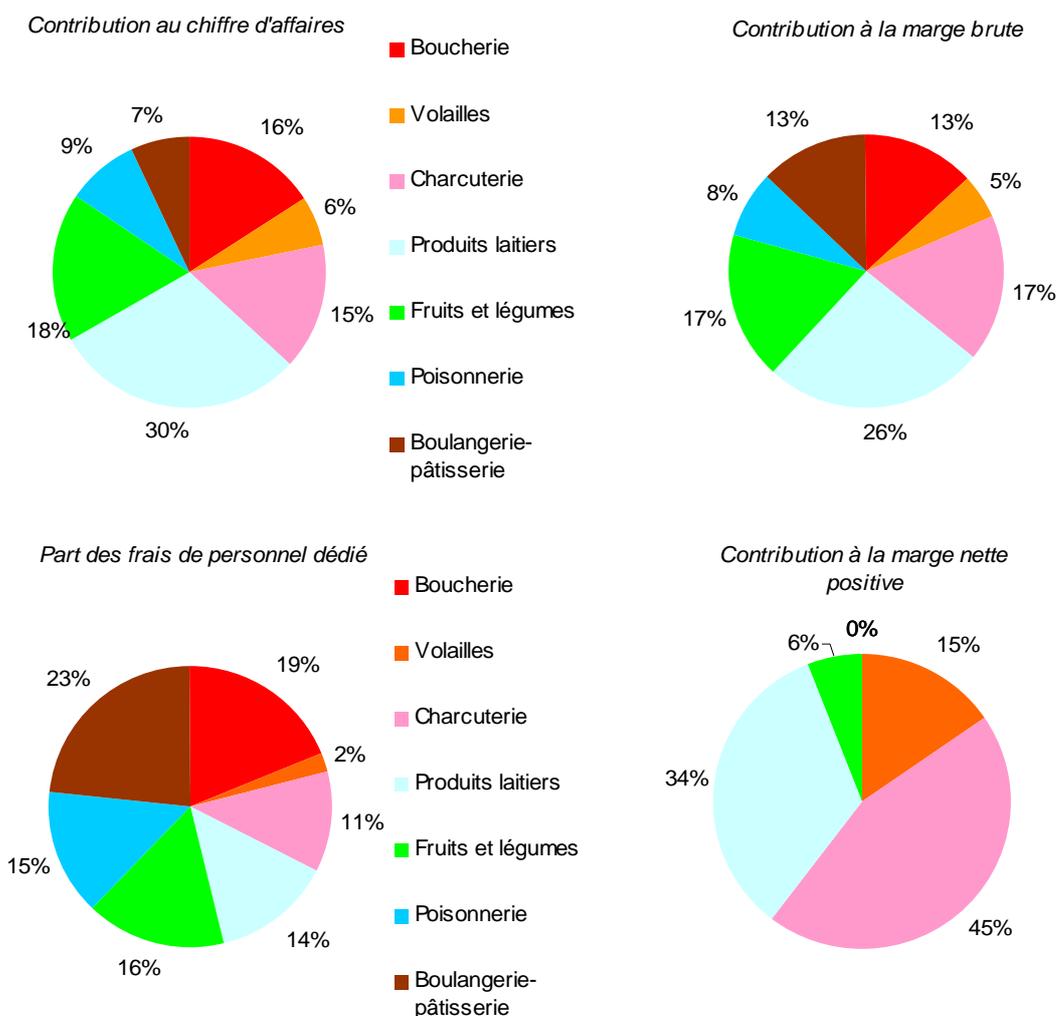
La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2. Il convient de s'y référer pour les définitions précises et le mode de calcul des différents indicateurs.

### 6.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon fruits et légumes représente 18 % du chiffre d'affaires de des rayons étudiés, 17 % de leur marge brute, 16 % de leurs frais de personnels dédiés et 6 % seulement de la marge nette de ces rayons, boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie exclues (car marges nettes négative en moyenne). Le rayon fruits et légumes a marge nette moyenne rapportée au CA la plus faible parmi les rayons à marge nette positive, et ce malgré le poids du rayon dans le chiffre d'affaires et la marge brute.

Graphique 227

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

## 6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Il existe une certaine hétérogénéité dans les périmètres du rayon fruits et légumes pris en compte par les enseignes ayant fourni des comptes par rayon à l'observatoire. En effet, outre les fruits et légumes frais, ce rayon peut inclure de façon plus ou moins étendue la 4<sup>e</sup> gamme (produits crus prêts à l'emploi) et la 5<sup>e</sup> gamme (produits cuits prêts à l'emploi), des soupes fraîches, des jus de fruits frais, des fruits secs et des aromates frais ou non. Selon les enseignes, les limites du rayon fruits et légumes avec les rayons épicerie, traiteur, liquides sont donc variables.

Tableau 33

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

|  | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne   |
|--|--|---|
| Chiffre d'affaires du rayon                                      | 100,0                                    |   |
| Coût d'achat des produits du rayon                               | 70,2                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>29,8</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 8,1                                      | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.   |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>21,7</b>                              |   |
| Autres charges   | 20,3                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>1,4</b>                               |   |
| Impôt sur les sociétés   | 0,5                                      | <i>NB : ce rayon ayant un résultat avant impôt positif, il contribue à l'assiette imposable de l'ensemble des rayons, d'où, par convention, l'affectation d'un impôt positif par application du taux moyen d'IS au résultat avant impôt (Cf. chapitre 2).</i> |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>0,9</b>                               | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>très fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 1,6 € (*) de la marge nette moyenne de 0,9 €.   |

(\*) 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, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon fruits et légumes, les GMS interrogées dégagent en moyenne 30 € de marge brute. Les achats de fruits et légumes représentent 70 €, soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 42 %. Rappelons que par le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus (marchandises perdues), on soustrait les pertes de produit en rayon de vente en libre-service ou à la coupe, ou en centrale d'achat.

Les frais de personnel dédiés au rayon (manutention, réassortiment fréquent du rayon), avec 8 € sont relativement importants rapportés au chiffres d'affaires et à la marge brute. La marge « semi-nette » est ainsi de 22 € en moyenne, à peine plus que les autres charges, d'où une marge nette moyenne de 90 centimes pour 100 € de ventes.

### 6.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Tableau 34

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :**  
**Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes**

|  | Fruits et légumes   |             |
|--|---|-------------|
| Charges directes du rayon                  | Frais de personnel du rayon                                   | 8,1         |
|  | Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,1         |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                           | 0,5         |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon   | 0,5         |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon         | 0,5         |
|  | <b>Sous-total : charges spécifiques du rayon</b>              | <b>9,7</b>  |
| Charges communes réparties                 | Immobilier  | 2,7         |
|  | Personnel hors-rayon  | 6,1         |
|  | Frais financiers  | 0,7         |
|  | Autres charges générales réparties                            | 9,2         |
|  | <i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>                | 0,5         |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                | <b>19,2</b> |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |   | <b>28,9</b> |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon fruits et légumes supporte directement 10 € de charges spécifiques (dont 8 € de frais de personnel). S'y ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 19 €, principalement des « autres charges générales réparties » dont, principalement des frais de personnel commun à plusieurs rayons (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges au siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 29 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires.

Le rayon fruits et légumes nécessite une main d'œuvre relativement importante pour la mise en rayon des produits (réassortiment fréquent, les produits étant périssables), pour l'entretien et parfois pour la pesée. Par ailleurs, il s'agit d'un rayon occupant une surface conséquente dans le magasin et qui ne peut pas être très développé en hauteur. Les charges qui sont affectées au prorata de la surface occupée par le rayon (entretien, gardiennage, loyers, ...) sont donc plus importantes pour ce rayon, rapportées à son chiffre d'affaires. Enfin, il s'agit d'un rayon consommateur d'emballages (sacs).

Néanmoins, les charges d'énergie rapportées au chiffre d'affaires sont moins importantes pour le rayon fruits et légumes que pour les autres rayons étudiés. En effet, les autres rayons étudiés sont entièrement réfrigérés ce qui n'est pas le cas du rayon fruits et légumes, sauf linéaires des 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> gammes.

## Section 11 – Produits de la pêche et de l’aquaculture

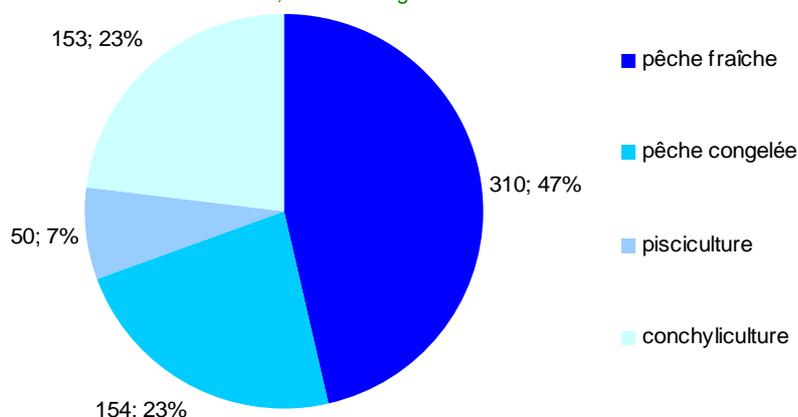
En 2012, le comité de pilotage a inscrit la filière des produits aquatiques au programme de travail de l’Observatoire. Dans un premier temps, il a été décidé d’actualiser une étude menée en 2006 sur la formation du prix des produits aquatiques frais, de la première mise en marché à la vente au détail, qui avait réalisée par les cabinets Ykems et Protéis pour l’ex-Office des produits de la mer.

### 1. PRESENTATION DE LA FILIERE DES PRODUITS DE LA PECHE ET DE L’AQUACULTURE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

La production nationale totale de produits aquatiques s’élève en 2010 à 670 000 tonnes. Sur ce volume, la production de pêche représente 465 000 tonnes, dont 310 000 tonnes de pêche fraîche et 155 000 tonnes de pêche congelée et la production aquacole représente 205 000 tonnes : 155 000 tonnes pour la conchyliculture et 50 000 tonnes pour la pisciculture. Avec environ 10 % de la production communautaire, la France est le 4<sup>ème</sup> producteur de produits aquatiques de l’Union européenne.

Graphique 228

**Répartition de la production française vendue de produits aquatiques**  
milliers de tonnes ; % du tonnage total



Source : MEDDE/DPMA, données 2010 pour la pêche et 2011 pour l’aquaculture

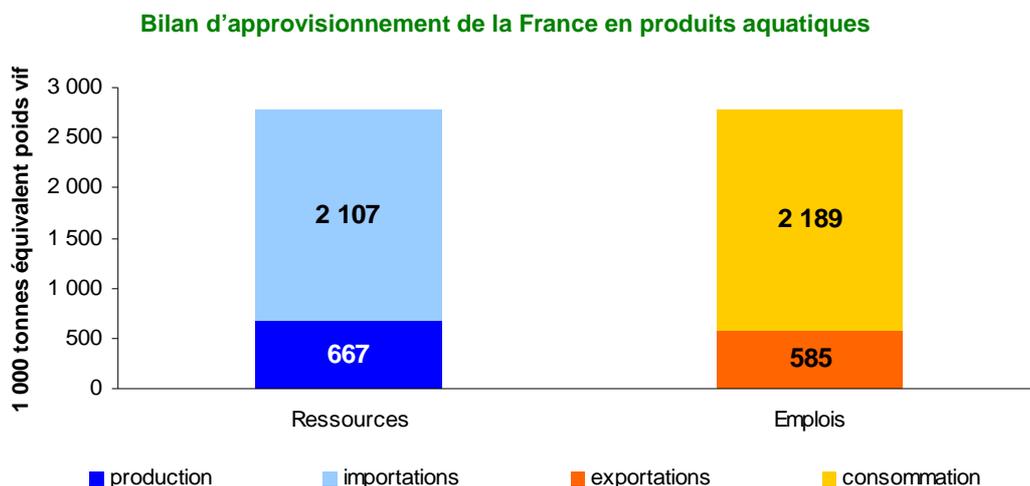
Pour produire ces volumes, la flotte métropolitaine compte environ 4 500 navires, dont plus des trois quarts mesurent moins de 12 mètres et pratiquent la petite pêche et la pêche côtière. Environ 20 000 marins pêcheurs sont embarqués sur ces navires.

A la fin de la marée, la production est débarquée dans les ports. Un peu moins de la moitié des volumes pêchés est ensuite vendue dans l’une des 40 halles à marée réparties sur le littoral. Les mareyeurs sont les premiers acheteurs en criées. Ils réalisent les opérations de première transformation (nettoyage, vidage, étêtage, éventuellement filetage, etc.). En 2011, on dénombrait 306 entreprises de mareyage sur le territoire, dont 36 entreprises réalisant également de la transformation industrielle. Ces entreprises réalisaient un chiffre d’affaires de 1 932 millions d’euros, dont 261 pour l’activité de transformation, et employaient 4 584 salariés. A celles-ci s’ajoutent 300 entreprises ayant une activité principale de transformation et totalisant un chiffre d’affaires de 4 817 millions d’euros, dont 3 707 millions d’euros pour la transformation de produits aquatiques (produits traiteurs de la mer, saumon fumé, salage-saurisserie, plats cuisinés, etc.). Elles emploient environ 16 000 personnes.

Les débouchés de ces produits sont le marché intérieur pour la majorité des volumes et l’export, les principaux clients de la France étant l’Espagne et l’Italie.

Au total, plus de 2 millions de tonnes de produits aquatiques sont consommées chaque année, ce qui est très largement supérieur à la production. La France a donc massivement recours aux importations pour subvenir à ses besoins (consommation intérieure et exportations) : la production couvre un quart des besoins, le reste est couvert par les volumes importés. Ainsi, en 2012, la France a importé l'équivalent de 2 100 000 tonnes équivalent poids vif de produits aquatiques, et en a exporté 590 000 tonnes. Le déficit de la balance commerciale pour ces produits s'élevait alors à 3,4 milliards d'euros.

Graphique 229

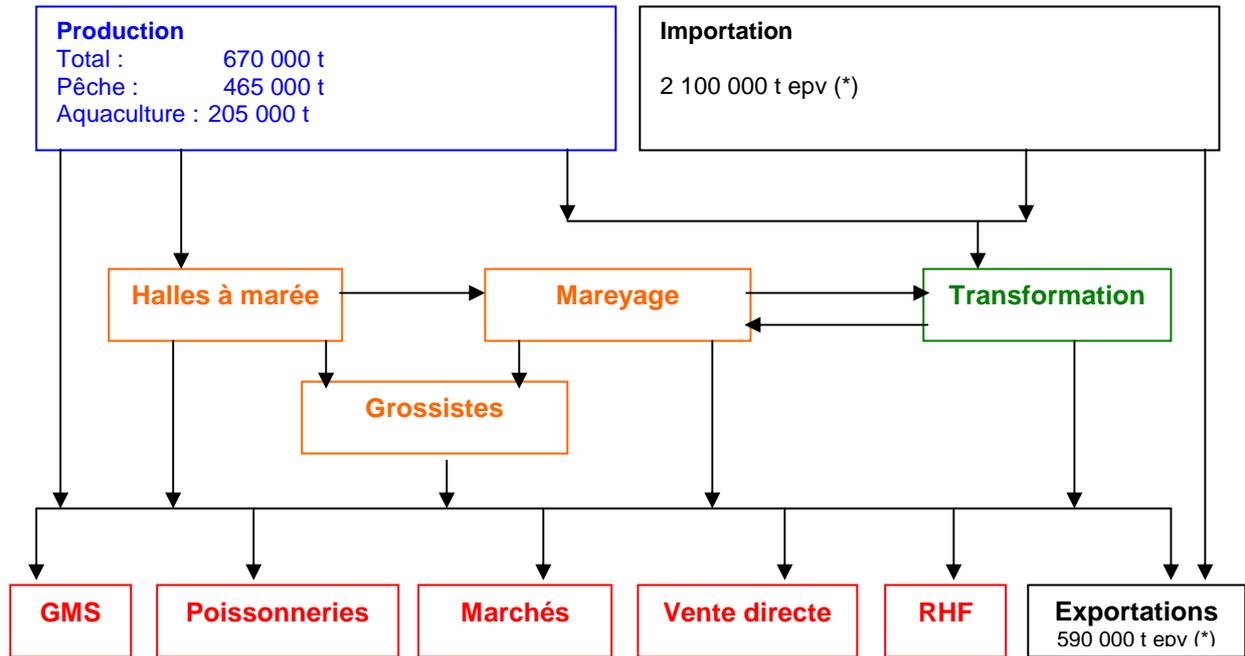


Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2010-2011

Les Français figurent parmi les plus gros consommateurs de produits aquatiques de l'Union européenne (5<sup>ème</sup> rang, derrière le Portugal, l'Espagne, la Lituanie et la Finlande). En moyenne, chacun d'entre eux en consomme 35 kg par an (équivalent poids vif, *i.e.* incluant les poids des têtes, viscères, peau, arêtes, coquilles, etc.), dont 25 kg de poisson, et la tendance est à la hausse. Concernant les circuits de distribution, les grandes et moyennes surfaces tiennent une place prépondérante, puisqu'environ 60 % des produits frais en volume y est écoulé. Les produits très transformés, de types traiteur et conserves, sont quant à eux, presque exclusivement vendus en GMS. Les circuits traditionnels - les poissonneries (près de 3 000 établissements en France) et les marchés et foires, très axés sur le segment produits frais - commercialisent environ 20 % des volumes.

Schéma 27

### Diagramme de la distribution des produits aquatiques en France



(\* ) tonnes en équivalents poids vif

Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2010-2011

## **2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE DES PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE**

### **2.1. Données de prix disponibles**

#### 2.1.1. Prix à la première vente : prix en criées

La halle à marée, également appelée « criée » est le lieu 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 40 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). Chaque vente fait l'objet d'une note de vente compilant l'ensemble des informations relatives à la vente : date, identifiant du vendeur, identifiant de l'acheteur, caractéristiques du lot (espèce, calibre, présentation, fraîcheur), volume et prix moyen de vente. L'intégralité de ces données est ensuite enregistrée dans la base de données du Réseau inter-criées (Ric) gérée par FranceAgriMer.

Environ 200 000 tonnes de produits aquatiques sont ainsi vendues chaque année en halle à marée, pour une valeur de plus de 600 millions d'euros.

Le prix à la première vente, pour une espèce donnée, est calculé en divisant la valeur totale des ventes de cette espèce dans l'ensemble des halles à marée dans lesquelles il a été vendu pendant une période déterminée, par le volume total des ventes sur la même période.

#### 2.1.2. Prix à l'importation

Comme évoqué plus haut, la France est très dépendante de l'importation pour la couverture de ses besoins en produits aquatiques. Son taux de dépendance varie fortement suivant les espèces. Pour le saumon, dont les Français sont très friands (première espèce vendue en frais, en volume), la production nationale est quasiment nulle, donc, pour couvrir la consommation, plus de 200 000 tonnes équivalent poids vif ont été importées en 2012.

La nomenclature douanière référence l'ensemble des produits échangés. Il existe plusieurs centaines de codes pour suivre les échanges de produits aquatiques. Chaque échange fait l'objet d'une déclaration aux services des douanes, et comprend notamment la nomenclature identifiant le produit, le volume échangé et sa valeur. Les volumes sont exprimés en poids net ; ils peuvent être convertis en équivalent poids vif, à l'aide de coefficients de conversion établis pour chacun des codes de nomenclature. Ces informations sont enregistrées dans la base de données des Douanes françaises. Pour calculer le prix moyen à l'import d'un produit, par exemple le saumon entier réfrigéré, on divise la valeur totale des importations de ce produits par le volume total importé.

#### 2.1.3. Prix de détail

FranceAgriMer suit les achats des ménages pour leur consommation à domicile de produits aquatiques : produits aquatiques frais, produits traiteurs réfrigérés, produits surgelés et conserves. Ces données sont fournies par le panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

Ce panel est un échantillon représentatif de la population française, selon les critères sociodémographiques de l'INSEE. Il est constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre, et de 12 000 ménages pour les achats sans code barre (typiquement le cas des produits aquatiques frais). Il fonctionne selon un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine les quantités achetées en poids net, les sommes dépensées et le lieu d'achat (GMS, poissonnerie, marchés, etc.). Le niveau de détail est limité : pour un produit frais acheté à l'étal, le déclarant peut renseigner l'espèce, la présentation (poisson entier ou découpé, pas de distinction en filet, darne, dos, etc.), le mode de production (pêche ou élevage). La fiabilité des informations enregistrées est directement liée à la connaissance du déclarant. Dans la pratique, on constate que le mode de production n'est pas toujours renseigné et que les résultats ne sont pas 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 les éventuelles promotions, assez répandues sur certains produits du rayon marée.

Par ailleurs, FranceAgriMer dispose d'un réseau d'enquêteurs (Réseau des nouvelles des marchés), qui relève chaque semaine le prix des produits à l'étal, pour un ensemble de produits aquatiques, dans un échantillon de 130 à 150 GMS. Il calcule notamment un prix moyen au détail, qui est la moyenne des prix relevés en point de vente. A la différence des données de Kantar, les produits cotés sont très précisément identifiés par espèce, calibre, présentation, mode de production et origine (exemples : bar de ligne entier origine France, saumon d'aquaculture en pavé, etc.). Ces prix relevés ne sont pas directement comparables aux prix moyens d'achat du panel Kantar, car ils ne sont pas pondérés par des volumes, et ne prennent donc pas en compte l'effet des promotions, par exemple. En revanche, les enquêteurs relèvent pour chaque référence la présence de promotion à l'étal et leur prix.

## **2.2. Méthode suivie pour l'étude de la chaîne de valeur de quelques produits de la pêche et de l'aquaculture**

Compte tenu de la difficulté d'obtenir les données fiables de prix aux stades « intermédiaires » (mareyage, filetage), en moyennes mensuelles représentatives, indispensables pour appliquer à la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture la méthode développée dans les autres filières par l'observatoire, on ne peut, pour ce rapport, que s'appuyer sur les résultats d'une étude confiée par FranceAgriMer au cabinet GEM, réalisé en 2012-2013.

Ce travail actualise une étude précédente, que l'Ofimer avait fait réaliser en 2006 sur la formation des prix et des marges des produits aquatiques, entre la première mise en marché et l'achat par les ménages de huit produits vendus en frais. Ces travaux ont permis d'identifier et de répertorier les différents postes de coût tout au long de la chaîne de valeur et leur variabilité en fonction du circuit et du produit.

Un outil de simulation avait alors été développé pour retracer la formation du prix « consommateur » en fonction du chaînage des coûts supportés par les opérateurs de la filière, de leur stratégie de marge et des stratégies d'approvisionnement des distributeurs finaux.

Le cabinet GEM a été mandaté pour actualiser les données avec les espèces suivantes : bar, baudroie, cabillaud, langoustine, maquereau, merlan, saumon, églefin, merlu et sardine.

Les objectifs de l'étude étaient, pour chaque espèce de :

- faire l'inventaire des postes de coût par produit et par circuit ;
- construire la chaîne de valeur et la structure des coûts, depuis la première mise en marché jusqu'à la vente au consommateur, ainsi que le niveau de marge pour chaque opérateur du circuit ;
- analyser la structure de l'approvisionnement des distributeurs finaux (GMS et poissonneries) nécessaire pour pondérer le poids des circuits et pour modéliser l'analyse de la formation du prix consommateur.

Les travaux ont été menés en trois étapes successives.

### Étape 1 : Collecte des informations disponibles

Pour chacune des espèces, l'ensemble des données disponibles à FranceAgriMer a été transmis au prestataire :

- les volumes et prix moyens mensuels à la première vente en halle à marée par espèce, calibre, présentation, fraîcheur (classement ECPF) de 2010 à 2012 ;
- les volumes et prix moyens mensuels à l'importation et l'exportation par espèce et présentation (13 nomenclatures en 2012) de 2010 à 2012 ;
- les prix moyens mensuels relevés sur le marché de gros de Rungis par espèce et présentation (47 nomenclatures en 2012) de 2010 à 2012 ;
- les volumes achetés et prix moyens mensuels à l'achat de produits aquatiques des ménages pour leur consommation à domicile, par espèce, présentation, et principaux circuits de distribution (grandes et moyennes surfaces, poissonneries, marché et foires) de 2010 à 2012 ;

- les prix moyens mensuels relevés en grandes et moyennes surfaces par espèce et présentation (20 nomenclatures) ;
- les volumes achetés et prix moyens d'achat annuels des produits par la restauration hors foyer, par espèce et présentation (16 références en 2012) ;

A partir de ces éléments, plusieurs hypothèses de base permettant de modéliser la structure de coûts et de marge ont pu être établies pour chaque espèce concernant notamment :

- l'approvisionnement : part de la production nationale par rapports aux importations ;
- les circuits de distribution : part de la grande distribution par rapport à la poissonnerie.

#### Étape 2 : Analyse des coûts et marges par opérateur

L'analyse des données quantitatives disponibles a mis en évidence le manque de données entre le stade production (première vente en halles à marée et importation) et le stade de détail (grande distribution et poissonnerie).

Pour palier ce manque d'information, le prestataire a donc réalisé :

- l'analyse des comptes d'exploitation d'un échantillon mareyeurs, grossistes et poissonniers ;
- une quinzaine d'entretiens en face à face afin de préciser la nature de leurs coûts et leur poids dans le prix de revient et leurs pratiques de marge (marges attendues, modalités de calcul utilisées, les causes de variations et spécificités par espèce, etc.) ;

Un total de 17 professionnels a été interviewé lors de l'enquête de terrain : 7 mareyeurs, 3 grossistes, 4 poissonneries et 3 acteurs de la grande distribution.

Les acteurs amont (mareyeurs et grossistes) ont été interrogés sur :

- leur stratégie de distribution ;
- leur structure de coûts ;
- leur politique de fixation du prix par circuit et définition des marges.

Et les acteurs aval (poissonniers et grande distribution) ont été interrogés sur :

- leur stratégie d'approvisionnement : choix des circuits d'approvisionnement (pêche française et/ou import / aquaculture) ;
- les charges fixes et variables spécifiques au rayon : main d'œuvre, énergie, autres matières premières ;
- l'impact des fluctuations de prix de l'amont ;
- le positionnement relatif des espèces entre elles, des autres circuits, des autres rayons frais ;
- les seuils psychologiques consommateur sur les différentes espèces ;
- leur politique promotionnelle ;
- le prix d'achat de la matière première et les facteurs de variation : espèce, circuit d'approvisionnement, saisonnalité ;
- la répartition des charges générales du magasin.

A la suite de la phase d'entretiens en face à face, une enquête postale a été adressée à plus de 150 opérateurs, afin d'élargir l'échantillon de recueil de données. 14 réponses ont pu être collectées.

#### Étape 3 : Actualisation du modèle et synthèse de l'étude

A partir de l'ensemble des données collectées, le prestataire a réévalué les paramètres de coûts et de marges à chaque stade de la filière pour les différents circuits et tenté de modéliser le prix final au consommateur. Les résultats obtenus par modélisation ont été comparés aux données statistiques existantes, notamment le prix de détail calculé grâce au panel Kantar (prix moyen d'achat des ménages). Le prestataire a ensuite essayé d'expliquer les écarts observés en détaillant les spécificités des espèces et de leur marché, ou en proposant une réévaluation des hypothèses de base du modèle.

L'outil de simulation permet de représenter graphiquement les structures de coûts et les marges nettes aux différents stades de la filière pour chaque espèce et chaque circuit de distribution possible.

Plusieurs circuits ont ainsi été étudiés :

Pour la grande distribution :

- mareyeur → grossiste → grande distribution
- mareyeur → grande distribution
- import → grossiste → grande distribution
- import → grande distribution

Pour la poissonnerie :

- mareyeur → grossiste → poissonnerie
- import → grossiste → poissonnerie
- mareyeur → poissonnerie
- import → poissonnerie
- halle à marée en direct → poissonnerie

Pour fixer la part relative de ces circuits, le prestataire s'est fondé sur les études antérieures disponibles à FranceAgriMer, mais aussi sur les entretiens et enquêtes postales administrés aux opérateurs.

La méthode développée est éloignée des modèles mis en œuvre par l'observatoire pour le suivi des produits d'autres filières. Elle détermine le prix final payé par le consommateur, en additionnant l'ensemble des charges et des marges nettes estimées pratiquées par les différents opérateurs. A l'inverse, tous les modèles développés jusqu'ici pour les autres filières suivies par l'OFPM se fondent sur les prix aux différents stades, dont les prix à la production et de gros à la transformation (enquête de l'INSEE, cotations de FranceAgriMer ou du RNM...), et sur les prix d'achat par le consommateur (panel Kantar, relevés RNM) pour déduire les indicateurs de marges.

Par ailleurs, plusieurs circuits ont été étudiés : deux modes d'approvisionnements (créées françaises et importations) et deux circuits de distribution : en grandes et moyennes surfaces et en poissonneries. Pour la plupart des autres filières suivies, les modèles ne prennent en compte que les produits de production nationale, vendus en GMS.

Les résultats obtenus paraissent fragiles, surtout pour certaines espèces. L'observatoire ne peut présenter ici qu'un exemple sur une espèce.

**Le maintien de cette filière dans le champ de l'observatoire supposera d'y appliquer les mêmes méthodes que dans les autres filières, à savoir :**

- **disposer de données mensuelles fiables et représentatives des prix aux stades « intermédiaires » des circuits allant du débarquement aux GMS et poissonnerie ;**
- **disposer de données de comptes, également fiables et représentatives, des opérateurs de ces stades.**

### 3. DECOMPOSITION DES PRIX AU DETAIL DANS LA FILIERE DES PRODUITS AQUATIQUES : UN EXEMPLE

#### Exemple du merlan

##### 3.1. Paramètres et hypothèses de base du modèle

Tableau 35  
Prix moyens annuels d'entrée du merlan

| €/ kg        |      | prix |
|--------------|------|------|
| Criées       | 2010 | 0,98 |
|              | 2011 | 1,12 |
|              | 2012 | 1,21 |
| Importations | 2010 | 1,72 |
|              | 2011 | 1,81 |
|              | 2012 | 1,97 |

Tableau 36  
Hypothèses d'approvisionnement

| % des tonnages                      |                                     | Merlan |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------|
| Approvisionnement des GMS           | Mareyeur → Grossiste → GMS          | 0%     |
|                                     | Import → Grossiste → GMS            | 0%     |
|                                     | Mareyeur → GMS                      | 90%    |
|                                     | Import → GMS                        | 10%    |
| Approvisionnement des poissonneries | Mareyeur → Grossiste → Poissonnerie | 35%    |
|                                     | Import → Grossiste → Poissonnerie   | 15%    |
|                                     | Mareyeur → Poissonnerie             | 50%    |
|                                     | Import → Poissonnerie               | 0%     |

Tableau 37

#### Paramètres de coûts et de marges

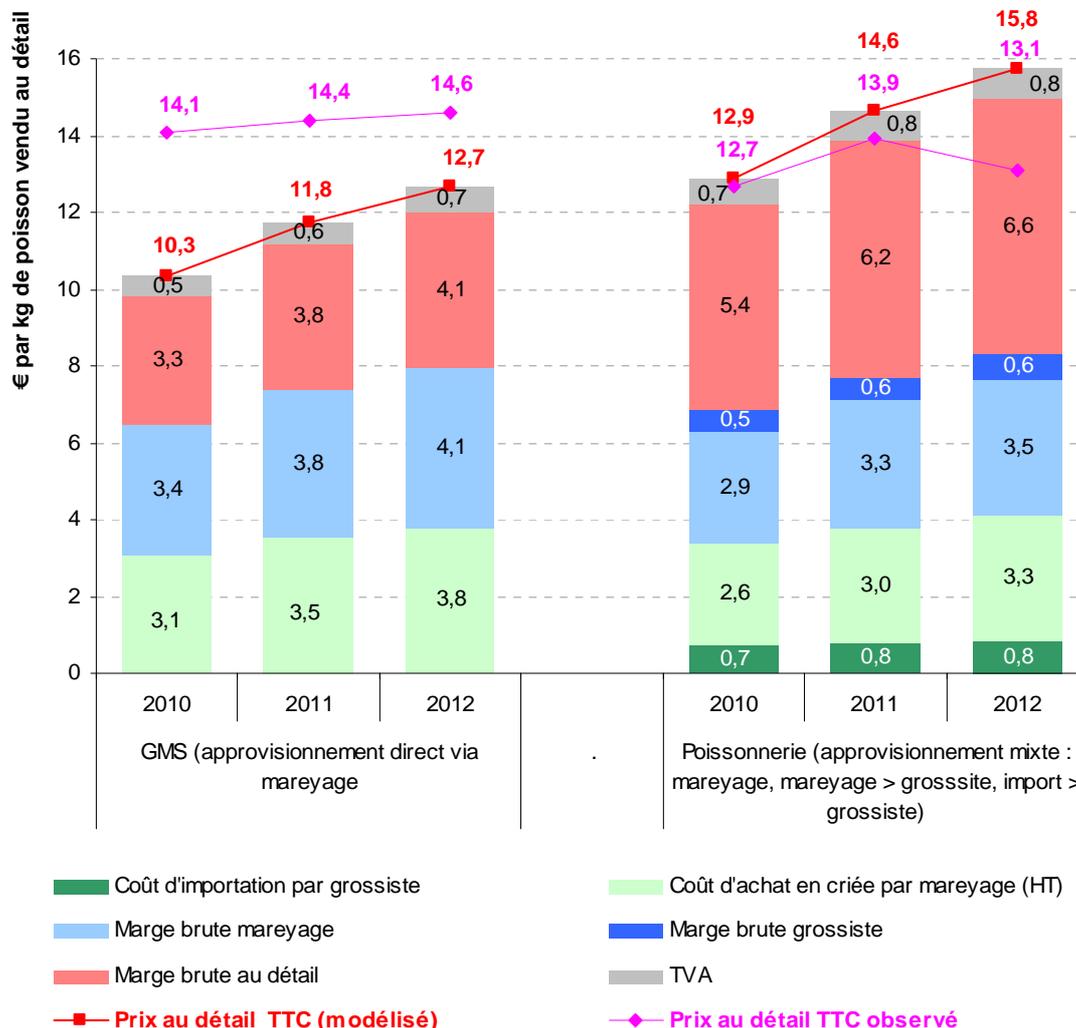
|                   |   | Merlan |
|-------------------|---|--------|
| Mareyage-filetage | <i>Rendement</i>  | 35%    |
|                   | Taxe de criée (% prix en criée)                                 | 5%     |
|                   | Emballage (€ / kg)  | 0,4    |
|                   | Transport (€ / kg)  | 0,3    |
|                   | Main-d'œuvre (€ / kg)   | 1,8    |
|                   | Marge brute mareyage hors transport et remise (% prix de vente) | 50%    |
| Grossiste         | Marge brute grossiste (% prix de vente)                         | 15%    |
| GMS               | <i>Taux de perte</i>  | 9%     |
|                   | Coût de distribution (€ / kg)                                   | 0,55   |
|                   | Taux de perte (% prix d'achat)                                  | 9%     |
|                   | Fonctionnement magasin (% prix d'achat)                         | 8%     |
|                   | Main-d'œuvre (% prix d'achat)                                   | 15%    |
|                   | Marge brute GMS (% prix de vente)                               | 37%    |
| Poissonnerie      | <i>Taux de perte</i>  | 10%    |
|                   | Transport (€ / kg)  | 1,1    |
|                   | Fonctionnement magasin (€ / kg)                                 | 1,0    |
|                   | Main-d'œuvre (% prix de vente)                                  | 20%    |
|                   | Coefficient multiplicateur (prix de vente / prix d'achat)       | 1,9    |

##### 3.2. Résultat du modèle : décomposition du prix au détail du merlan en GMS et en poissonnerie

Les valeurs du Graphique 230 page suivante sont exprimées quel que soit le stade **par kg de produit vendu au détail** : par exemple, compte tenu des rendements et des pertes, la valeur des achats en criée nécessaires pour assurer la vente d'un kg de produit en GMS, est égale au prix en criée (0,98 € en 2010) multiplié par l'inverse du rendement en mareyage-filetage (35%) et par le rendement après pertes au détail qui est de 91% compte tenu du taux de pertes de 9% (100% - 9% = 91%), soit :  $0,98 \text{ €} / (35\% \times 91\%) \approx 3,1 \text{ €}$ .

Graphique 230

**Décomposition du prix au détail du merlan en GMS et poissonnerie : matière première (en criée et importée) et marges brutes en aval**



Source : GEM

Pour le circuit Mareyeur → GMS, le modèle paraît sous-estimer nettement le prix au détail du merlan, avec un écart entre le prix au détail observé (source : relevés en rayons, RNM) et le prix au détail résultant du modèle de 17% (en 2012) à 30% (en 2010) du prix observé.

Pour le circuit Mareyeur → Grossiste → Poissonnerie, le modèle donne des prix au détail assez proches des prix observés (source : panel consommateur Kantar Worldpanel).

Sous les réserves exprimées plus haut, le modèle permet de dégager des ordres de grandeurs suivants :

- le prix en criée représente environ 8 à 10% du prix au détail (hors TVA) ;
- dans le circuit Mareyeur → GMS, les marges brutes du mareyage et de la grande distribution représentent chacune environ le tiers du prix au détail ;
- dans le circuit Grossiste → Poissonnerie, la marge brute du détaillant est de l'ordre de 40% du prix au détail.

A noter que l'absence de références de prix fiables sortie mareyage (alors qu'on dispose de références de prix en criée, de prix de gros et de prix au détail) introduit un degré de liberté qui fragilise le modèle : l'estimation des coûts sur la base de taux appliqués à des prix d'achat (ou de vente) lorsque ces prix ne sont pas précisés ne peut qu'être fragile.

## 4. COMPTES DU RAYON POISSONNERIE DES GMS

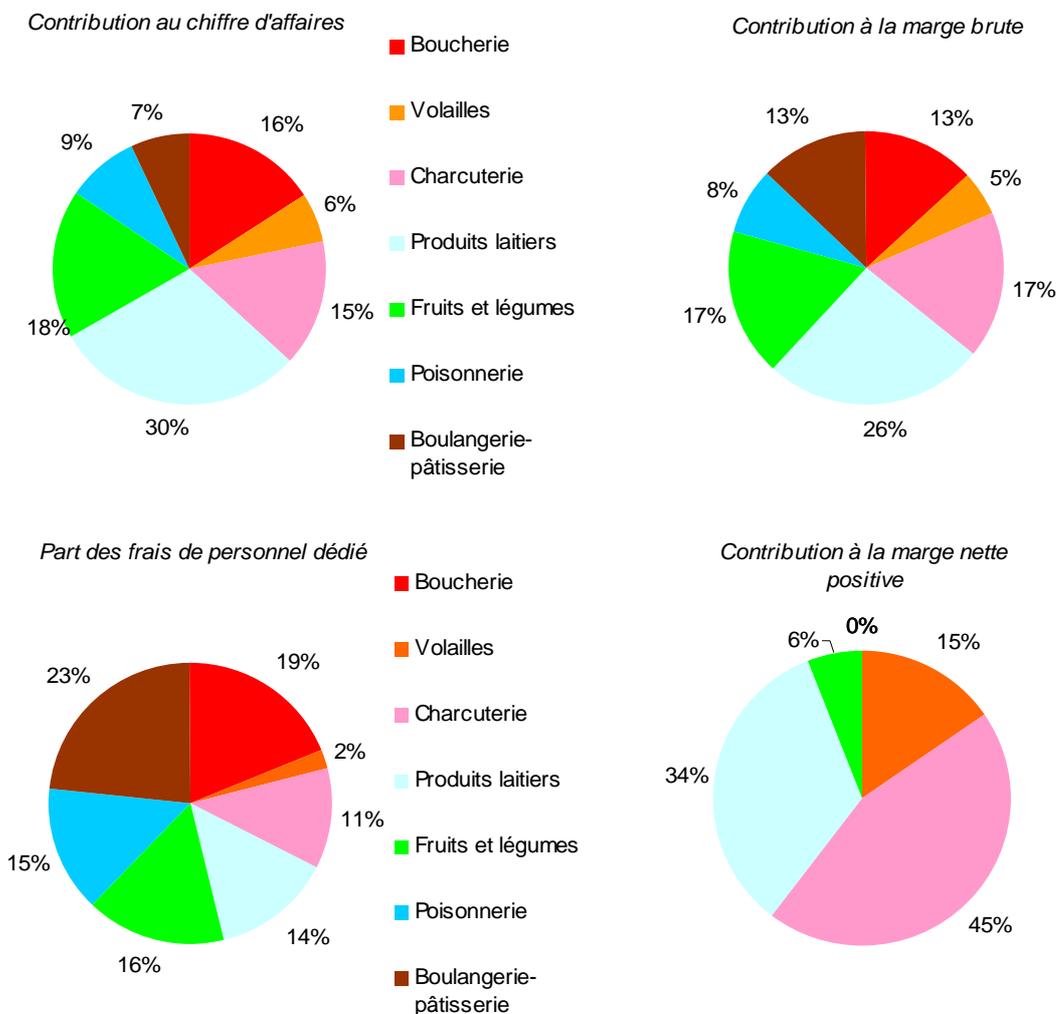
La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

### 4.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Rayon non négligeable en termes de contribution au chiffre d'affaires (9% de l'ensemble des rayons étudiés), la poissonnerie (rayon traditionnel et libre service, plus saurisserie et « traiteur de la mer ») est l'un des rayons dont les frais de personnel dédié sont parmi les plus importants relativement au chiffre d'affaires, il vient au 4<sup>ème</sup> rayon des rayons étudiés pour ce critère. Ces frais, à hauteur de 15 % du CA, sont liés à la préparation de produits (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCM de produits de la mer) et à la présence de vente assistée dans les magasins (surtout les hypermarchés). Sa marge nette après affectation des charges communes est négative.

Graphique 231

#### Part de chaque rayon dans le CA, la marge brute, les frais de personnel dédié et la marge nette positive de l'ensemble des rayons étudiés en 2012



Source : OFPM, enquête réalisée auprès des enseignes par FranceAgriMer

## 4.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Tableau 38

### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

|  | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne   |
|--|--|---|
| Chiffre d'affaires du rayon                                      | 100,0                                    |   |
| Coût d'achat des produits du rayon                               | 72,2                                     |   |
| <b>Marge brute</b>   | <b>27,8</b>                              | Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.  |
| Frais de personnel du rayon                                      | 15,3                                     | Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.   |
| <b>Marge semi-nette</b>  | <b>12,5</b>                              |   |
| Autres charges   | 18,3                                     |   |
| <b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-5,8</b>                              |   |
| Impôt sur les sociétés   | -2,1                                     | <i>NB : ce rayon ayant un résultat avant impôt négatif, il diminue l'assiette imposable de l'ensemble des rayons, d'où, par convention, l'affectation d'un impôt négatif par application du taux moyen d'IS au résultat avant impôt (Cf. chapitre 2).</i> |
| <b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b> | <b>-3,7</b>                              | Les marges nettes des 7 enseignes sont <u>fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 3,0 € (*) de la marge nette moyenne de -3,7 €.   |

(\*) 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, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon poissonnerie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 28 € de marge brute, les achats de poissons aux fournisseurs représentant 72 €, soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 38 % (28 € de marge brute pour 72 € d'achat).

Rappelons que par le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus » (marchandises perdues et effets des rendements de découpe en magasins), on soustrait du résultat les pertes de produit en rayon, en vente en libre-service ou à la coupe, ou en centrale d'achat, ou dans les ateliers de découpe des distributeurs.

Le rapport de la marge brute au chiffre d'affaires du rayon poissonnerie est dans la moyenne observée tous rayons, identique à celui du rayon volailles. En revanche, les frais de personnel dédiés au rayon, rapportés au chiffre d'affaires sont plus importants (la poissonnerie est pour ce critère au 4<sup>ème</sup> rang des rayons étudiés) dans ce rayon ou la vente assistée traditionnelle est encore très présente.

Il en résulte une marge « semi-nette » de 12,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (18 €). Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette est négative : - 5,8 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

## 4.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Détail des charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

Tableau 39

|  |   | Poissonnerie |
|--|---|--------------|
| Charges directes<br>du rayon               | Frais de personnel du rayon                                   | 15,3         |
|  | Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon | 0,2          |
|  | Eau, gaz, électricité pour le rayon                           | 1,0          |
|  | Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon   | 0,7          |
|  | Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon         | 0,6          |
|  | <b>Sous-total : charges directes du rayon</b>                 | <b>17,7</b>  |
| Charges<br>communes<br>réparties           | Immobilier  | 2,1          |
|  | Personnel hors-rayon  | 5,0          |
|  | Frais financiers  | 0,6          |
|  | Autres charges communes réparties                             | 8,1          |
|  | Répartition de l'impôt sur les sociétés                       | -2,1         |
|  | <b>Sous-total : charges communes réparties</b>                | <b>13,7</b>  |
| <b>Total des charges imputées au rayon</b> |   | <b>31,4</b>  |

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2012

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 18 € de charges spécifiques (dont 15 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes dont les frais de personnel communs à plusieurs rayons (en magasins et dans les niveaux centraux) et diverses autres charges communes réparties (dont : publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Le résultat ainsi obtenu étant négatif (-5,8 €), l'application du taux moyen d'IS sur ce résultat (selon la convention retenue pour l'affectation de l'IS aux rayons, cf. chapitre 2), donne un montant négatif, qui corrige les charges réaffectées au rayon, en les diminuant de 2,1 €, soit cependant un total de près de plus de 30 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires, plaçant le rayon poissonnerie au deuxième rang, pour ce critère, des rayons étudiés.

*NB : comme expliqué au chapitre 2, la convention appliquée pour ventiler l'IS par rayon vise à ce que la somme des IS répartis par rayon soit égale à l'IS de l'ensemble, calculée en appliquant un taux moyen d'IS au résultat avant IS. Il en découle que les rayons à marge nette avant IS négative, comme le rayon poissonnerie, en diminuant l'assiette d'imposition de l'ensemble, sont affectés d'une correction qui diminue leur charges totales. On peut aussi appliquer une autre convention en excluant les rayons « négatifs » de la répartition de l'IS : dans ce cas, la marge nette après répartition de l'IS du rayon poissonnerie est en fait la marge nette avant cette répartition.*

## 5. COMPTES DU COMMERCE DE DETAIL SPECIALISE DE POISSONNERIE

Les comptes du secteur du commerce de détail spécialisé de poissonnerie sont disponibles dans la base de données ESANE de l'INSEE.

La comparaison de ces données avec celles recueillies en GMS permet de compléter l'analyse de ces dernières.

La structure du chiffre d'affaires (assimilable au total des produits courants du compte de résultat) des poissonneries révèle un taux de marge brute de l'ordre de 32% de 2009 à 2011 (Graphique 232), sensiblement supérieur à celui constaté en GMS en 2012 (28%).

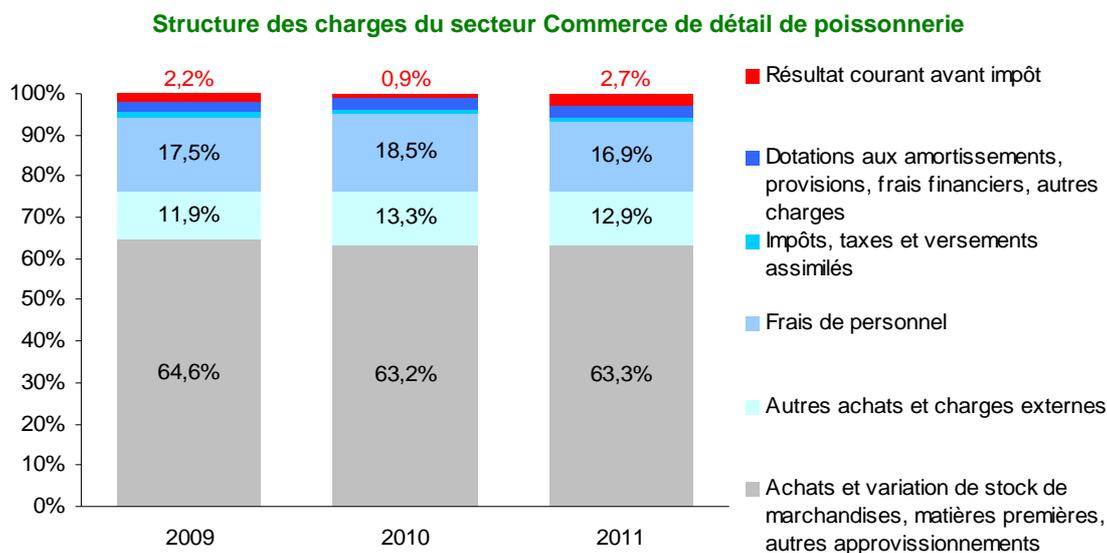
Les frais de personnel représentent 17% à 18% des produits, taux là aussi supérieur, mais dans le même ordre de grandeur, au poids du personnel dédié dans le rayon poissonnerie des GMS (15%).

La marge « semi-nette » en GMS est en moyenne de 13% en 2012, elle est de l'ordre de 18% à 20% en commerce spécialisé.

Sur ce solde s'impute en GMS des charges communes, via des clés, rappelons-le, inévitablement conventionnelles, déterminant le résultat négatif du rayon tandis qu'en commerce spécialisé, le résultat courant, variable d'après les 3 dernières années disponible dans ESANE, est positif.

Mais une partie au moins du **résultat courant des commerçants spécialisés indépendants** est constitutive de la **rémunération de leur travail** et, pour l'analyse comparative, devrait donc être assimilée à des frais de personnel, tandis que la marge nette du rayon en GMS exprime essentiellement sa contribution à la rémunération du capital. Un retraitement des comptes du détail spécialisé imputant des frais de main-d'œuvre sur le résultat courant donnerait ainsi un solde plus proche de celui calculé pour le rayon poissonnerie des GMS.

Graphique 232



Source : ESANE



# Chapitre 4. « L'euro alimentaire » et la répartition de la valeur ajoutée induite par la dépense alimentaire dans les branches de l'économie

## 1. OBJECTIF, METHODES, LIMITES

### 1.1. Objectif

L'objectif de cette analyse est d'évaluer **comment se répartit un euro de dépense alimentaire du consommateur entre les différentes branches de l'économie**, contribuant « de près ou de loin », à la production alimentaire : branche de l'agriculture, branche des IAA et branches des commerces agroalimentaires, certes, mais aussi : transports, services, autres industries... auprès desquelles les branches précédentes achètent des consommations intermédiaires, redistribuant ainsi une partie des dépenses alimentaires des consommateurs.

On vise ici en effet à poursuivre la décomposition de la valeur de la dépense alimentaire au-delà des comptes des seules branches identifiées dans l'approche « filière » classique (agriculture, industrie agroalimentaire, commerces de gros et de détail en produits agricoles et agroalimentaires).

On considère ainsi 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 dans toutes les branches de l'économie**, à hauteur de leur contribution à la production de biens et de services utilisés, directement ou indirectement, pour la production et la distribution d'aliments.

### 1.2. Méthode

La méthode, inspirée de travaux du service de recherche économique du département de l'agriculture des Etats-Unis sur le « food dollar » [CANNING., 2011] est décrite en détail dans diverses publications, consultables en ligne sur le site de l'observatoire, dont :

- *Que rémunèrent nos dépenses alimentaires ?* (Butault J.P., Boyer Ph.). La Lettre de l'observatoire, n° 2, janvier 2013 ;
- *L'« euro alimentaire » en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches.* (Butault J.P., Boyer Ph.). 6<sup>èmes</sup> Journées de recherches en sciences sociales ; INRA, SFER, CIRAD. Toulouse, décembre 2012.

On peut très schématiquement représenter comme suit la démarche de la décomposition :

$P_0$  : un euro de consommation finale alimentaire ou un euro de production de la branche alimentaire, dite branche 0 ;

$P_1$  : production d'autres branches, dites branches 1, utilisées comme consommations intermédiaires dans la production  $P_0$  d'un euro alimentaire ;

$VA_0$  : valeur ajoutée de la branche alimentaire,  $VA_0 = P_0 - P_1$

Donc :  $P_0 = VA_0 + P_1$

$P_2$  : production d'autres branches, dites branches 2, utilisées comme consommations intermédiaires dans la production  $P_1$  ;

$VA_1$  : valeur ajoutée des branches 1,  $VA_1 = P_1 - P_2$ , donc  $P_1 = VA_1 + P_2$

Donc :  $P_0 = VA_0 + VA_1 + P_2$

$P_3$  : production d'autres branches, dites branches 3, utilisées comme consommations intermédiaires dans la production  $P_2$  ;

$VA_2$  : valeur ajoutée de la branche 2,  $VA_2 = P_2 - P_3$ , donc  $P_2 = VA_2 + P_3$

Etc., en faisant intervenir toutes les autres branches (0, 4, 5, ... n) de l'économie, on aboutit à :

$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n$

Un euro de consommation alimentaire peut être ainsi exprimé sous la forme d'une somme de valeurs ajoutées constituées dans toutes les branches de l'économie.

En réalité, une partie de la consommation alimentaire est assurée par des importations, dites finales  $I_F$  et une partie des consommations intermédiaires sont également des importations, dites intermédiaires,  $I_I$ . Donc, la décomposition de la consommation finale de l'euro alimentaire est de la forme :

$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n + I_F + I_I$

En outre, à chaque étape, des taxes augmentent, pour un total  $T$ , la valeur finale des produits, donc :

$P_0 = VA_0 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + \dots + VA_i + \dots + VA_n + I_F + I_I + T$

Enfin, puisqu'on s'intéresse à la composition de la dépense du consommateur (et non du contribuable), toutes les valeurs ajoutées considérées sont hors subventions, remarque particulièrement importante s'agissant de la valeur ajoutée dans la branche agricole.

## 1.2. Portée et limites

La valeur ajoutée est la ressource qui assure la rémunération des services des deux facteurs de production primaires : le travail et le capital. Il s'agit de « rémunération brute », soit, s'agissant du capital, d'excédent brut d'exploitation, se décomposant en épargne, impôt sur les sociétés, intérêts, revenus distribués aux propriétaires du capital. Les limites de l'approche les plus importantes doivent être signalées :

- la **dépense alimentaire considérée est uniquement celle effectuée dans le commerce de détail**, excluant la restauration hors domicile, car la comptabilité nationale n'isole pas la consommation en RHD de celle de l'hébergement en hôtel (une même branche « hôtels et restaurants » agrège l'ensemble) ;
- à la base des calculs se trouvent, extraits des tableaux « entrées-sorties » (TES) de la comptabilité nationale, les **coefficients techniques** rapportant dans chaque branche, les consommations intermédiaires (produits des autres branches) à la production de la branche. Or, les données ne permettent pas, dans une branche donnée, de différencier ces coefficients selon que la production est destinée à la consommation finale, ou à la consommation intermédiaire, ou encore à l'exportation. Par exemple, pour la branche IAA, 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 IAA, ou de celle de produits exportés ;
- les **nomenclatures de branches** dans les TES ne permettent pas de conduire l'analyse par nature de produits alimentaires (par exemple : viandes, produits laitiers, etc. ...) car l'ensemble des IAA est agrégé dans une seule branche ; de même, l'agriculture, qui fournit la partie la de la demande finale en produits non transformés, n'y est pas éclatée par production ;
- les données annuelles indispensables pour effectuer la décomposition (TES symétriques) étant d'élaboration complexe, elles ne sont disponibles que 2 à 3 ans après l'année civile sur laquelle elles portent. Ainsi, au moment du « bouclage » de ce rapport (fin décembre 2013), **les données 2010 ne sont pas encore disponibles.**

## 2. L'EURO ALIMENTAIRE DANS L'UNION EUROPEENNE

A partir des TES de l'année 2005 publiés par Eurostat sur vingt pays européens, la consommation alimentaire (consommation finale en produits agricoles, de la pêche et des IAA hors tabac) de chacun de ces pays a été décomposée en valeurs ajoutées dans les diverses branches nationales, importations finales et intermédiaires et taxes.

L'année 2005, bien qu'un peu ancienne<sup>63</sup>, s'impose pour l'instant si l'on veut couvrir le plus grand nombre possible de pays (la transmission des TES plus récents à Eurostat étant inégale selon les pays). En outre, les TES de cette année distinguent encore les industries du tabac des autres industries agroalimentaires, ce qui n'est plus le cas après 2007, obligeant alors à réaliser des corrections (principalement au niveau des taxes, des importations et des marges de commerce) afin d'obtenir des résultats portant sur la seule consommation alimentaire hors tabac. Ces corrections nécessitant des données nationales complémentaires hors TES, il aurait été difficile, sous contrainte d'accès aux sources, de les réaliser pour d'autres pays que la France.

Malgré ces limites, on se propose ici de **comparer la structure de la dépense alimentaire en valeurs ajoutées des différents pays** considérés et, si possible, en dégagant certains traits communs à plusieurs pays, de proposer une **typologie sommaire des euros alimentaires nationaux**, qui constituent une **image synthétique des modes de formation de la valeur des biens alimentaires dans chaque pays**.

### 2.1. Résultats de base : la structure de l'euro alimentaire dans les différents pays, en moyenne et dans l'ensemble consolidé

Le Graphique 233 présente la structure de 100 € de dépenses alimentaires en 2005 :

- dans 20 des pays de l'UE (pour les autres, les données disponibles sont insuffisantes) ;
- dans la moyenne des 20 pays : pour ce « pays moyen », les importations incluent celles venant d'autres pays de l'UE, comme dans les euros alimentaires afférents à chaque pays ;
- dans un ensemble consolidé, dans lequel sont éliminés les flux intracommunautaires : les importations intracommunautaires sont retraitées comme des productions intérieures de cet ensemble consolidé, subsistent uniquement dans son euro alimentaire les importations extracommunautaires. Sous contraintes de données disponibles, cette approche n'est réalisable que dans 14 des 20 pays étudiés.

La part de l'agriculture (incluant la pêche) dans les euros alimentaires nationaux paraît fortement dispersée, de 3% environ en Belgique, au Danemark ou au Royaume-Uni à plus de 15% en Grèce ou en Pologne ; le coefficient de variation (CV) de cette composante de l'euro alimentaire est de plus de 50%.

Les seconds composants en termes de dispersion sont les taxes et la valeur ajoutée induites dans les autres industries (CV de 40%). Mais le poids des taxes est en moyenne nettement plus important : 11,3% tous pays, de 6% en Lituanie à 25% en Finlande.

La part des importations (finales et intermédiaires confondues) dans la dépense alimentaire différencie aussi notablement les pays : de plus de 40% en Belgique, Estonie, Slovaquie, à moins de 30% en France, en Allemagne et en Italie, pays qui présente la part d'importations totales la plus faible (20%).

Ces résultats valident, mais pas toujours, certaines intuitions. Le poids de l'agriculture dans l'économie nationale et sa diversité, donc sa capacité à couvrir assez largement la demande alimentaire intérieure, induit une plus forte part de la valeur ajoutée de la branche agricole dans l'euro alimentaire national. Les importations finales pèsent davantage dans l'euro alimentaire des « petits pays » ou d'autres traditionnellement « tournés vers le large » pour leur alimentation (Royaume-Uni). Les taxes (TVA, droits d'accises sur les alcools) pèsent plus particulièrement dans la dépense alimentaire de certains pays du Nord de l'UE.

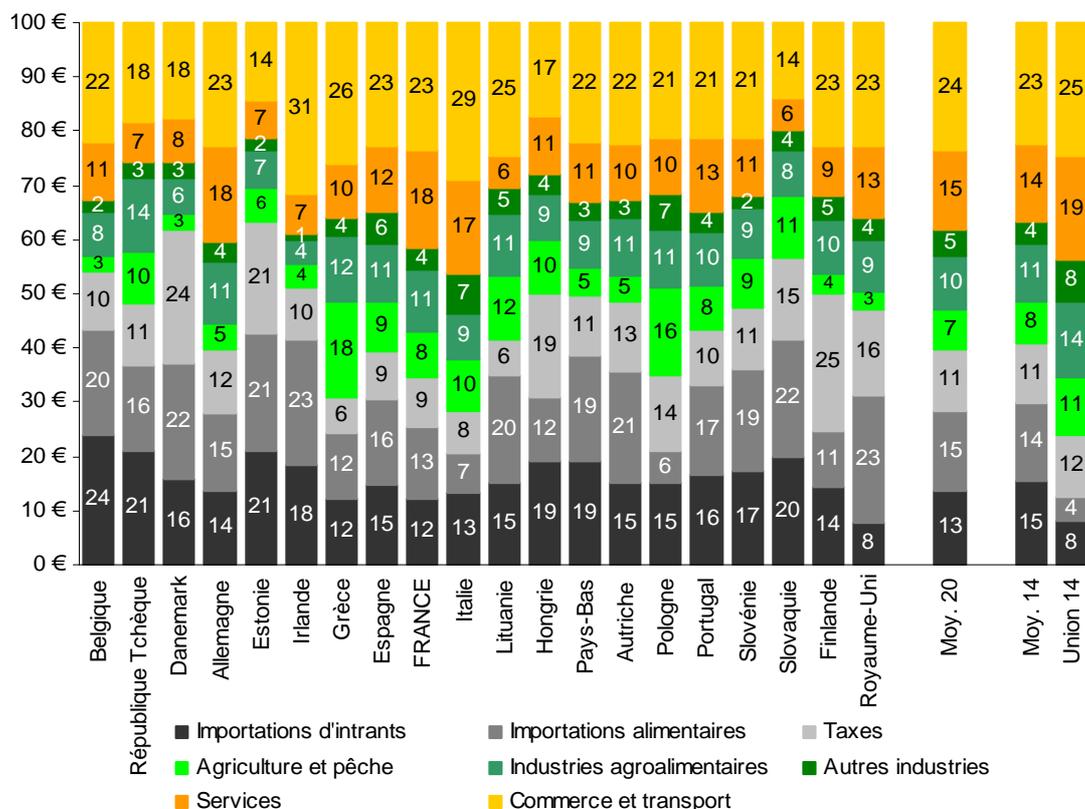
Le Graphique 234 focalise sur l'ensemble agro-alimentaire : plusieurs pays (au centre du graphique) présentent des poids et des structures (agriculture / IAA) de cet ensemble assez proches.

---

<sup>63</sup> Toutefois, les composantes en valeurs ajoutées de la consommation alimentaire n'évoluent que lentement, comme l'ont montré les travaux pluriannuels sur la France (Cf. rapport 2012 de l'OFPM).

Graphique 233

**Composantes en valeurs ajoutées des branches, importations et taxes de 100 € alimentaires en 2005 dans différents pays de l'UE**

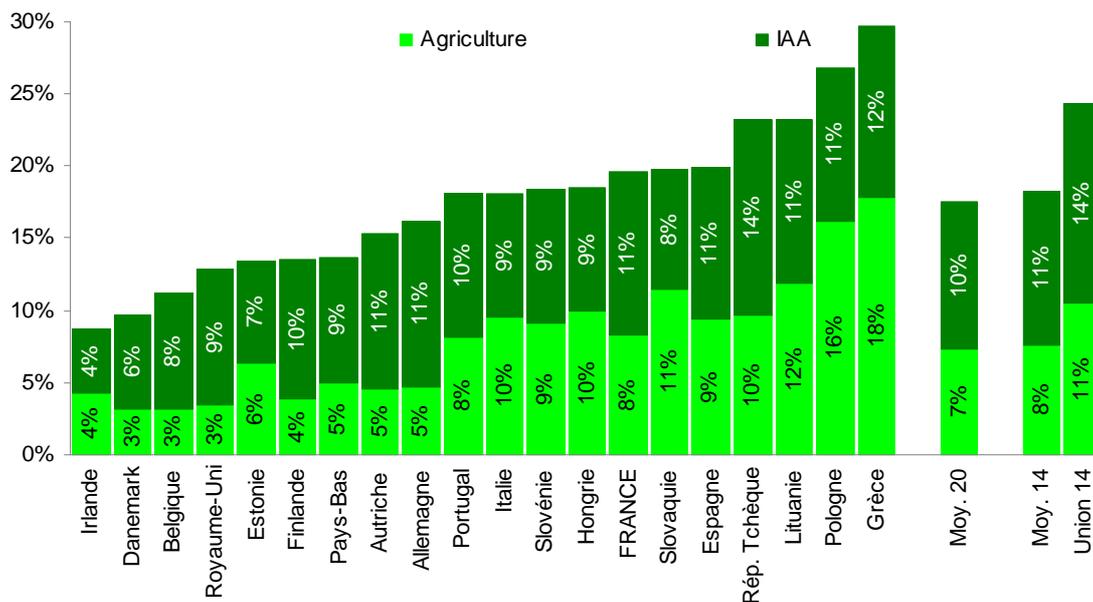


Les valeurs portées sur l'histogramme ont été arrondies pour faciliter la lisibilité.

Source : Eurostat, calculs INRA (J.P. Butault)

Graphique 234

**Composantes en valeurs ajoutées des branches, importations et taxes de 100 € alimentaires en 2005 dans différents pays de l'UE**



Source : Eurostat, calculs INRA (J.P. Butault)

Les résultats de « l'Union à 14 », dans lesquels les seuls flux pris en compte en importations sont les échanges extracommunautaires, sont intéressants.

Comparés au « pays moyen », ils mettent en évidence l'importance des échanges intracommunautaires dans la structure de la dépense alimentaire des européens : le poids des importations dans l'espace consolidé n'est plus que de 12%, dont 4% seulement pour les importations finales (c'est à dire, les importations de produits alimentaires pour la consommation finale). Mécaniquement, ce repositionnement de la part des importations résultant de la consolidation accroît la part des autres composantes de la dépenses alimentaire européenne (ou du moins, de cette « UE à 14 ») : par exemple, l'agriculture européenne contribue à 11% de la valeur des dépenses alimentaires et à 14% de la valeur ajoutée totale induite par ces dépenses (c'est à dire l'euro alimentaire sans les importations et taxes).

## 2.2. Typologie des pays de l'UE en fonction de la structure de leur euro alimentaire

Pour donner une image synthétique des euros alimentaires européens, les données (structures des euros alimentaires par pays) ont fait l'objet d'une analyse statistique (analyse en composantes principales, ACP) dont le principe est, très schématiquement, le suivant.

On introduit, en sus des données à étudier, des variables supplémentaires que l'on estime a priori explicatives de la structure de l'euro alimentaire de chaque pays ; ces variables supplémentaires sont, par pays :

- les taux de valeur ajoutée de la branche agricole et de la branche des IAA, relativement à leur production, car il est évident que plus les produits agricoles et agroalimentaires entrant dans la consommation alimentaire incorporent de la valeur ajoutée réalisée dans leurs branches, plus celles-ci pèsent dans l'euro alimentaire ;
- les parts respectives de la valeur ajoutée des branches agriculture et IAA dans le PIB ; des parts élevées traduisent une participation plus réduite des autres branches (commerce et services) à la production de biens, dont probablement à celle des biens alimentaires ;
- le PIB par habitant, car on suppose qu'à cet indicateur de développement économique correspond probablement une consommation alimentaire de produits plus élaborés, incorporant davantage de services et plus éloignés de la matière première agricole ;
- le niveau des prix des dépenses alimentaires (indice 100 pour l'Union européenne) qui peut aller de pair avec le développement économique et l'incorporation de valeurs ajoutées autres qu'agricoles ou industrielles dans les biens alimentaires ;
- la part des dépenses alimentaires dans la consommation des ménages : variable que l'on peut supposer liée négativement avec les deux précédentes.

Les pays sont donc ainsi décrits par différentes variables : la composition de leur euro alimentaire et les variables supplémentaires susmentionnées. L'ACP conduit à la représentation des principales liaisons entre variables sur un plan, défini par 2 axes synthétisant diverses variables, et de positionner les pays par rapport à ces axes.

Le Graphique 235 présente les coordonnées des variables étudiées (composantes de l'euro alimentaire et variables supplémentaires) dans ce plan.

Le Graphique 236 situe les pays dans ce plan.

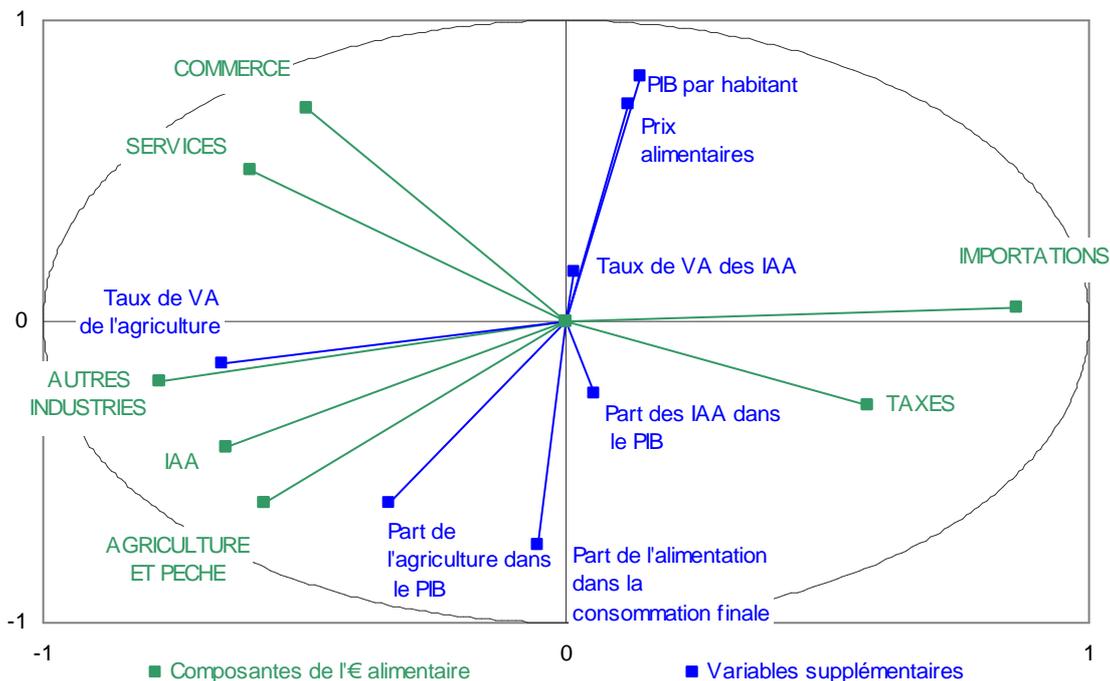
L'axe 1 (horizontal) oppose les parts de valeurs ajoutées dans l'euro alimentaire aux parts des importations et des taxes.

L'axe 2 (vertical) oppose les parts de valeurs ajoutées des branches agriculture-pêche et industrie agroalimentaire à celles des branches commerce et services. Sur ce même axe, s'opposent également deux groupes de variables supplémentaires : d'une part, « prix des aliments » et « PIB par habitant » (très corrélées), d'autre part « poids de l'agriculture dans le PIB » et « poids de l'alimentation dans la consommation des ménages » (très corrélées également) : le degré de développement économique (PIB par habitant) va de pair avec la diminution du poids de l'agriculture et des IAA dans la valeur des biens alimentaires.

A noter que les variables supplémentaires « PIB par habitant », « prix alimentaires », « part de l'alimentation dans la consommation finale », « part de l'agriculture dans le PIB » sont peu réparties le long de l'axe 1 : elles sont ainsi peu liées au poids des taxes et des importations dans l'euro alimentaire des pays, *versus* le poids des valeurs ajoutées des branches.

Graphique 235

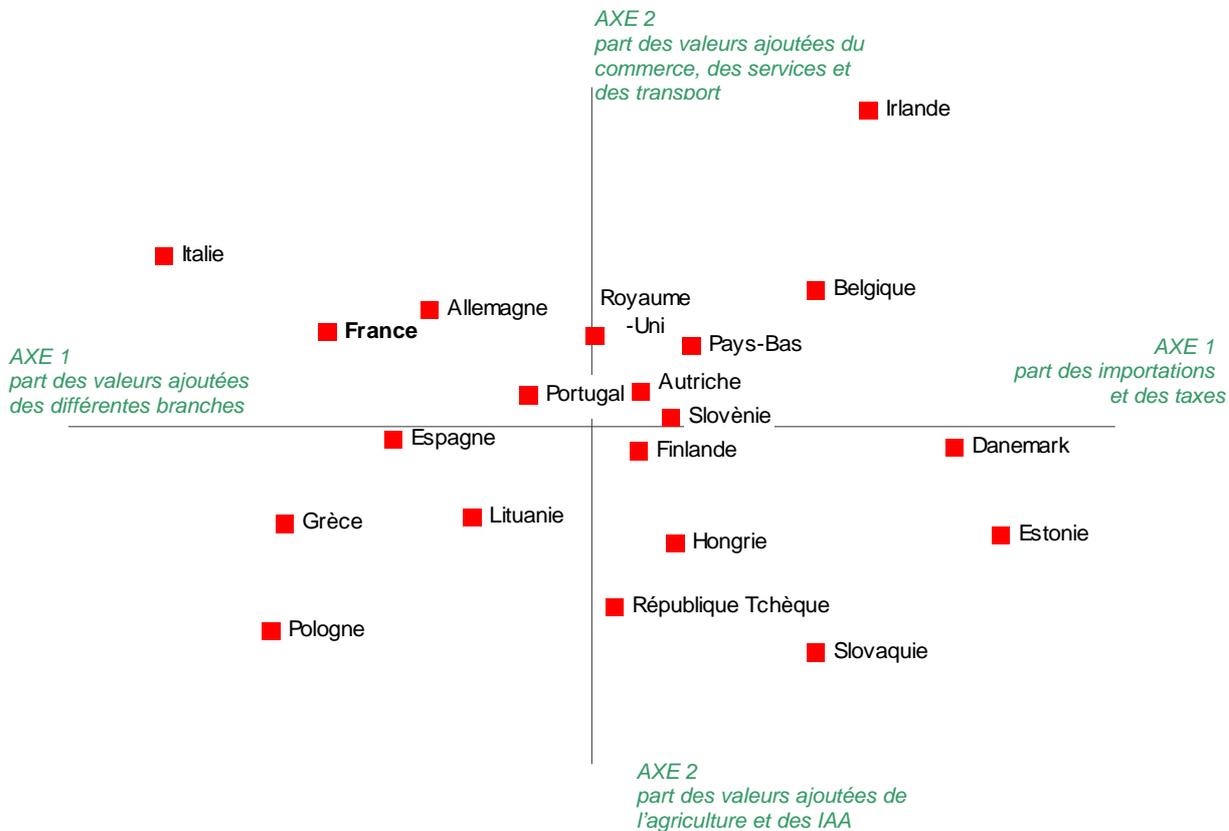
**Coordonnées des variables (composantes de l'€ alimentaire et variables supplémentaires) dans les axes 1 et 2**



Source : INSEE, Eurostat, calculs INRA

Graphique 236

**Les pays positionnés par rapport aux axes 1 et 2**



Source : INSEE, Eurostat, calculs INRA

Positionnés sur ces 2 axes, les pays peuvent schématiquement faire l'objet des regroupements suivants (Graphique 236) :

- Pays d'économie relativement « **plus développée** » (Nord du plan) :
  - et ce avec un **poids des branches commerces et services plus important** que dans les autres pays (Nord du plan, également), deux cas de figure :
    - pays dont l'euro alimentaire a, comparativement aux autres pays, une **composante en valeurs ajoutées plus importante**, donc une composante en importations et taxes moins importante (Ouest du plan) :  
*Nord-ouest du plan : Italie, Allemagne, France, Portugal,*
    - pays dont l'euro alimentaire a, comparativement aux autres pays, une **composante en taxes et importations plus importante**, donc une composante en valeurs ajoutées moins importante (Est du plan) :  
*Nord-est du plan : Irlande, Belgique, Pays-Bas, Autriche ...*
- Pays d'économie relativement « **moins développée** » (Sud du plan),
  - et ce avec un **poids des branches agriculture et IAA plus important** que dans les autres pays (Sud du plan, également) ; deux cas de figure :
    - pays dont l'euro alimentaire a, comparativement aux autres pays, une **composante en valeurs ajoutées plus importante**, donc une composante en importations et taxes moins importante (Ouest du plan) :  
*Sud-ouest du plan : Pologne, Grèce, Lituanie ...*
    - pays dont l'euro alimentaire a, comparativement aux autres pays, une **composante en taxes et importations plus importante** donc une composante en valeurs ajoutées moins importante (Est du plan),  
*Sud-est du plan : Slovaquie ...*

### 3. MISE A JOUR DE LA SERIE DE L'EURO ALIMENTAIRE EN FRANCE

Dans l'édition 2012 du rapport de l'observatoire, les composantes de l'euro alimentaire en France avaient pu être présentées pour les années 1995 à 2009, 2009 étant alors la dernière année pour laquelle, au moment de la rédaction du rapport, on pouvait disposer des TES indispensables aux calculs.

Pour cette édition 2013, les données 2010 n'étaient pas encore disponibles au moment de la rédaction (disponibilité prévue fin 2013). Il n'est donc pas possible pour le moment de mettre à jour la série. Cette mise à jour fera l'objet d'une publication séparée, dans un numéro spécial de la Lettre de l'Observatoire.

On peut néanmoins indiquer ce que pourrait être la **tendance d'évolution de la part de la valeur ajoutée de la branche agricole dans un euro alimentaire de 2010 à 2012** car, sur les années antérieures, il apparaissait que l'évolution de cette composante de l'euro alimentaire était fortement liée à celles de deux prix relatifs :

- le rapport de l'indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) à l'indice des prix des moyens de production en agriculture (IPAMPA) : un rapport croissant (respectivement, décroissant) se traduit, toutes choses égales par ailleurs, par un taux de valeur ajoutée

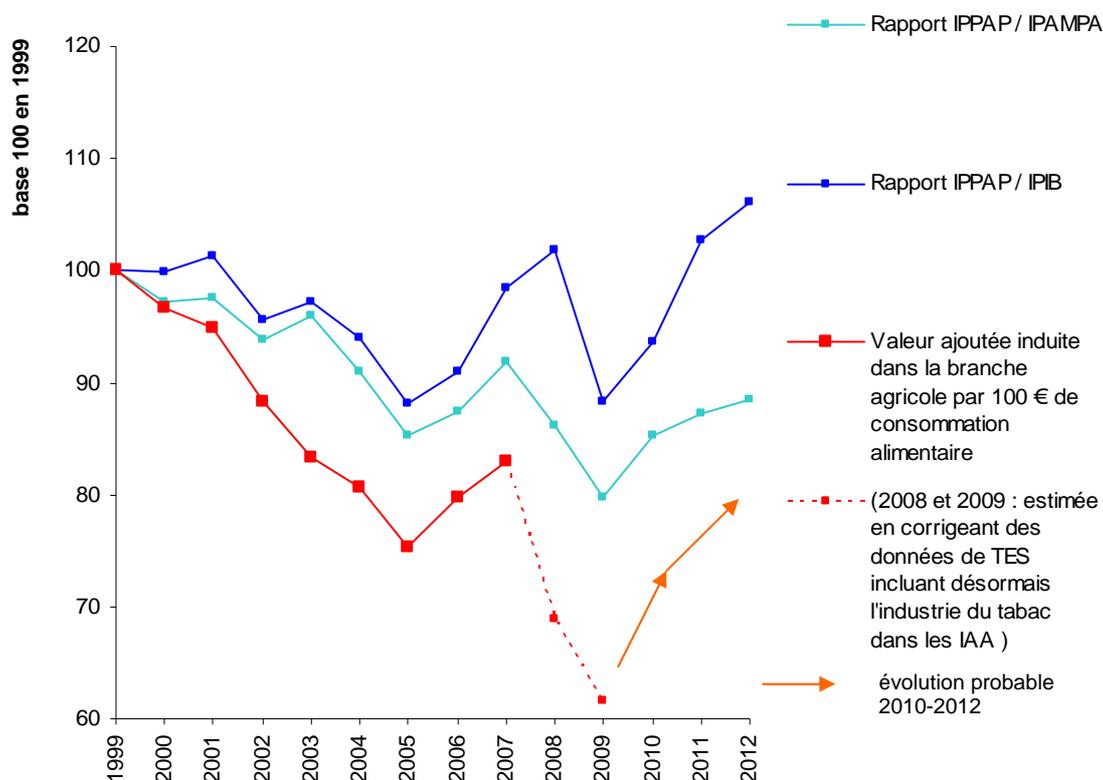
supérieur (respectivement, inférieur) en agriculture, donc, potentiellement, davantage (respectivement, moins) de valeur ajoutée dans la production agricole intervenant dans l'euro alimentaire ;

- le rapport de l'IPPAP à l'indice général des prix (prix du PIB) : toutes choses égales par ailleurs là aussi, une augmentation des prix agricoles plus rapide que les prix des produits des autres branches (synthétisés par le prix du PIB) se traduit par une augmentation de la part de la valeur ajoutée agricole dans l'euro alimentaire.

Ainsi, d'après le Graphique 237, la part de l'agriculture dans l'euro alimentaire pourrait avoir remonté en 2010-2012 sous l'effet de l'amélioration du ciseau des prix.

Graphique 237

**Evolution du rapport IPPAP / IPAMPA et de la part de la valeur ajoutée de la branche agricole dans l'euro alimentaire**



NB : à partir de 2008, les TES agrègent les produits de l'industrie du tabac avec ceux des IAA, ils ne peuvent plus de ce fait être utilisés directement pour décomposer la consommation finale alimentaire (hors consommation de tabac) en valeurs ajoutées. La décomposition obtenue tabac inclus fait l'objet de corrections consistant à éliminer de la consommation finale alimentaire les importations de tabac, les taxes sur le tabac et les marges du commerce sur le tabac, puis à corriger les valeurs ajoutées induites par la consommation alimentaire dans l'agriculture et dans les IAA en les diminuant de la part estimée de la production et de la transformation de tabac.

Source : INSEE, Eurostat, calculs INRA et FranceAgriMer

## Bibliographie

**ABSO CONSEIL** [2012]. [Produits carnés et aquatiques. Les unités de vente consommateurs. État des lieux et perspectives](#). Les études de FranceAgriMer, FranceAgriMer, juillet.

**AGRESTE** [2009]. En 2009, la consommation de viande se contracte encore. Agreste conjoncture – Consommation de viande, 2009-95, octobre. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective. [http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf\\_syntheseviande0910.pdf](http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_syntheseviande0910.pdf)

**AGRESTE** [2012]. Graph'Agri France 2011. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective. <http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2010>

**BESSON D. ; LESDOS-CAUHAPE C.** [2007]. Les crises sanitaires dans la filière viande. Impact fort à court terme, plus limité à long terme. *Insee première*, N°116, novembre. [http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg\\_id=0&id=2123](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&id=2123)

**BLANCHOT J., BOYER Ph** [2012]. [The French food sector price and margin surveillance program](#). Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quater. Version française : [L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires : études économiques et concertation interprofessionnelle dans les filières agroalimentaires françaises](#)

**BLEZAT CONSULTING** [2013]. [Réalisation d'une étude portant sur la valorisation du 5<sup>e</sup> quartier](#). Note de synthèse, juin. Les études de FranceAgriMer.

**BOYER Ph et al.** [2013]. [Le suivi des prix et des marges pour l'analyse de la formation des prix au détail des produits alimentaires](#). Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt - Notes et études socio-économiques n°37.

**BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [La décomposition de "l'euro alimentaire" en revenus des différents facteurs en France en 2005. Document de travail provisoire](#). INRA – FranceAgriMer.

**BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [L'euro alimentaire" en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches](#). Communication au 6<sup>e</sup> journées de la recherche en sciences sociales (SFER), INRA – FranceAgriMer.

**BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2013]. [The "food euro" : what food expenses pay for ?](#) FranceAgriMer - The Letter of the Observatory on formation of prices and margins of food products, n° 2 , january 2013, 4.

**CASIMIR J.P., CASPAR B., COZAIN M.** [1996]. Comptabilité générale de l'entreprise. DPECF. Collection Expertise comptable. Litec.

**CHANTREL E., LECOQ P.E.** [2009]. Les marges dans la filière agroalimentaire en France. *Lettre Trésor Eco* n°53, DGTPE, mars. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326896>

**COHEN E.** [1997]. Analyse financière, *Economica*.

**CORDONNIER P.** et al [1944]. Economie de l'entreprise agricole, *Cujas*.

**DEMMOU L.** [2010]. La désindustrialisation en France. Cahiers. Documents de travail de la DG Trésor. N°2010-01, juin 2010. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326045>

**DG TRESOR** [2013]. [Espagne : Loi sur les mesures visant à l'amélioration du fonctionnement de la chaîne alimentaire](#). DG Trésor - Ouvrage : Sillons d'Europe n°153.

**FRAICHARD J., TRÓIA 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](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140&reg_id=0#inter7)

**GEB (groupe d'économie bovine)** [2002]. Segmentation de la viande bovine dans les GMS. Stratégies de la grande distribution face à la crise en 2001. *Le Dossier Economie de l'élevage N° 303, janvier*. Institut de l'élevage.

**GEM** [2013]. Etude sur la formation du prix des produits aquatiques frais – Rapport et synthèse. FranceAgriMer.

**HASSAN D., SIMIONI M.** [2004]. Transmission des prix dans la filière des fruits et légumes: une application des tests de cointégration avec seuils. *Économie rurale. N°283-284*.

**HUTIN Ch.** [2012]. [Le diagramme de la distribution en 2010, le tableau de bord de la filière](#). *Ctifl-Infos*, n° 280, avril 2012.

**INSEE.** Base de données en ligne : indices des prix agricoles à la production (IPPAP), indice des prix de l'industrie et des services aux entreprises, Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises (ESANE). <http://www.alisse2.insee.fr/doc.jsp?page=source-ES>

**INSTITUT DE L'ELEVAGE** [2010]. Calculer le coût de production en élevage bovin viande. *Méthode développée par l'Institut de l'élevage dans le cadre du dispositif Réseaux d'élevage, septembre*.

**INTERBEV** [2005]. Le point sur l'alimentation des bovins et des ovins et la qualité des viandes. [http://www.interbev.fr/uploads/tx\\_docsearch/alimentation\\_2005\\_04.pdf](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 V., RIEU M.** [2008]. Cartographie des flux de viande à l'aval de la filière porcine. De la sortie des abattoirs à la mise à disposition du consommateur final. IFIP

**LIPICH A.** [2005]. Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire. *Diagnostiques, prévisions et analyses économiques, N°59, janvier*. DGTPE.

**MAGDELAINE P.** [2008]. La situation des filières avicoles françaises. Etat des lieux des filières avicoles en France et au Brésil : du passé au présent, description et compréhension de dynamiques instables. *AVITER rapport WP2*. ITAVI

**MAINSANT P., PORIN F.** [2002], Un modèle d'estimation des marges brutes en porc de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Rapport pour l'Ofival*.

**MAINSANT P.** [2002]. Note pour le groupe de travail « validation bœuf ». Note pour le ministère de l'agriculture (méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine).

**MAINSANT P.** [2004 (1)]. Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf. *Viandes et produits carnés, N° hors série*.

**MAINSANT P.** [2004 (2)]. Introduction méthodologique : offre promotionnelle et achats en produits carnés. *Note pour l'Ofival*.

**MAINSANT P.** [2003]. Résultats actualisés du modèle d'estimation des marges brutes en porc, de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Journées Recherche Porcine, 35, 223-228*.

**MAINSANT P.** [2009]. La formation des prix de la viande. Influence de la concurrence entre enseignes de Distribution. *Viandes et produits carnés, vol. 27 (3)*.

**MASSON Ph.** [1975]. Le rôle des prix agricoles dans l'évolution des prix de détail. *Économie rurale, Année 1975, Volume 109, Numéro 1*

**OOSTERKAMP E., LOGATCHEVA K., VAN GALEN M., EMIL GEORGIEV E.** [2013]. [Food price monitoring and observatories : an exploration of costs and effects. Summary and Executive Summary](#)  
LEI Wageningen UR, The Hague - LEI Memorandum 13-058, June 2013, Project code 2273000397.

**RASTOIN J.L., GHERSI G.** [2010]. Le système alimentaire mondial. Concepts, méthodes, analyses et dynamiques. Editions Quae

**SSP** [2012, 2013]. Notes internes du bureau des statistiques des IAA sur les comptes des « sous-secteur » des IAA spécialisés en viandes bovines, porcines, de poulet et de dinde. *Service de statistique et de prospective du ministère de l'agriculture. Bureau des industries agroalimentaires.*

**USDA-ERS** [2012]. <http://www.ers.usda.gov/Data/MeatPriceSpreads/>,  
<http://www.ers.usda.gov/Data/FoodDollar/>



# Annexes

## Réunions de l'observatoire. Saison 2013

### REUNIONS DU COMITE DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE

19 décembre 2012  
9 avril 2013  
26 juin 2013  
8 octobre 2013  
20 novembre 2013

### REUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL GRANDE DISTRIBUTION

29 janvier 2013  
23 avril 2013  
26 juin 2013  
24 septembre 2013

### REUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIERES VIANDE BOVINE-VIANDE OVINE

29 janvier 2013  
23 septembre 2013

### REUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIERE PRODUITS LAITIERS

23 mai 2013  
23 septembre 2013  
*Réunions complémentaires en formation restreinte :*  
22 avril 2013 (industries laitières)  
30 septembre 2013 (industries laitières)

### REUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIERE FRUITS ET LEGUMES

15 février 2013  
20 septembre 2013

### REUNIONS DU GROUPE DE TRAVAIL FILIERE DES PRODUITS DE LA PECHE ET DE L'AQUACULTURE

12 décembre 2012  
17 mai 2013

### REUNION DU GROUPE DE TRAVAIL FILIERES PORC ET VOLAILLES

13 février 2013  
17 septembre 2013  
*Réunion complémentaire en formation restreinte :*  
4 octobre 2013 (industrie de la charcuterie)

## **REUNION DE TRAVAIL AVEC LES FEDERATIONS PROFESSIONNELLES DES FILIERES NOUVELLEMENT TRAITEES**

23 mars 2013 (Meunerie)  
21 avril 2013 (Lait de chèvre)  
5 juin 2013 (Pâtes alimentaires)  
28 juin 2013 (Meunerie)  
4 septembre 2013 (Meunerie)

## **Présentation des travaux de l'observatoire en assemblées générales, séminaires et colloques.**

### **PRESENTATION DE L'OBSERVATOIRE, SESSION « VIANDE BOVINE » DES JEUNES AGRICULTEURS**

29 octobre 2013, Haute-Vienne

### **PRESENTATION DE L'EURO ALIMENTAIRE DE 1995 A 2007, COLLOQUE SFER**

13-14 décembre 2012. Colloque 6èmes journées de recherches en sciences économiques et sociales, INRA-CIRAD-SFER, Toulouse.

### **PRESENTATION DE L'OBSERVATOIRE AU SEMINAIRE « REGULATION DANS LA FILIERE AGROALIMENTAIRE », UKRAINE**

24 octobre 2012, Université Agraire de Bila Tserkva, Ukraine.

### **PRESENTATION DES TRAVAUX DE L'OBSERVATOIRE, CONSEIL D'ADMINISTRATION D'INTERBEV BOURGOGNE.**

19 octobre 2012, Pouilly-en-Auxois.

## **Audition par le Parlement, consultation et participations à des missions**

### **PROJET DE LOI « CONSOMMATION »**

Participation du secrétaire général de l'observatoire à la mission confiée à l'Inspection des finances et au Conseil général de l'agriculture, de l'alimentation et espaces ruraux par les ministres chargés de l'agriculture et de l'économie sur le projet de loi « consommation » (février – avril 2013).

Audition du président de l'observatoire par la Commission... de l'Assemblée Nationale sur le projet de loi « consommation », 30 mai 2013.

### **MISSION SENATORIALE SUR LA FILIERE VIANDE**

Audition du président de l'observatoire par la mission du Sénat sur la filière viande, 15 mai 2013.

## Publications des travaux de l'observatoire

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

[Rayons alimentaires de la grande distribution : première approche des coûts et des marges](#)

La lettre de l'observatoire, n°1, novembre 2012.

[L'euro alimentaire : que rémunèrent nos dépenses alimentaires ?](#)

La lettre de l'observatoire, n°2, janvier 2013.

[The "food euro" : what food expenses pay for ?](#)

The Letter of the Observatory, n° 2, January 2013.

[La formation des prix au détail et les coûts dans les filières viandes](#)

La lettre de l'observatoire, n°3, juin 2013.

### AUTRES PUBLICATIONS

[The French food sector price and margin surveillance program.](#)

Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quater, 2012  
(J. Blanchot, Ph. Boyer).

[L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.](#)

Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quater, 2012  
(J. Blanchot, Ph. Boyer).

[Le suivi des prix et des marges pour l'analyse de la formation des prix au détail des produits alimentaires.](#)

Notes et études socio-économiques n°37, juin 2013  
Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt  
(Ph. Boyer et al.).

[L'euro alimentaire" en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches.](#)

Communication au 6<sup>e</sup> journées de la recherche en sciences sociales, décembre 2012.  
(J.P. Butault, Ph. Boyer).

## Bases législatives et réglementaires

### ARTICLES LEGISLATIFS DU CODE RURAL ET DE LA PECHE MARITIME

introduits par la loi n°2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche

#### Article L692-1

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

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

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 et du service statistique public.

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

Il remet chaque année un rapport au Parlement.

#### Article L621-8

Les informations nécessaires à la connaissance des productions et des marchés et à l'établissement des calendriers d'importations prévisibles doivent être fournies à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 par les producteurs, les négociants, les courtiers de marchandises, les agents commerciaux, les transformateurs, les importateurs et les exportateurs de produits agricoles et alimentaires, selon les modalités fixées par décret.

Le service statistique public transmet au même établissement, selon des modalités précisées par convention, les résultats des enquêtes obligatoires, au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques, répondant aux besoins de l'observatoire prévu à l'article L. 692-1.

#### Article L621-8-1

En cas de défaut de réponse à une enquête statistique obligatoire au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, dont le résultat est transmis, dans les conditions prévues au second alinéa de l'article L. 621-8, à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1, le ministre chargé de l'économie peut, après avis du comité du secret statistique et du Conseil national de l'information statistique réuni en comité du contentieux des enquêtes statistiques obligatoires dans les conditions prévues en application du II de l'article 1er bis de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, prévoir la publication par voie électronique par l'établissement susmentionné de la liste des personnes physiques ou morales concernées.

### ARTICLES REGLEMENTAIRES DU CODE RURAL ET DE LA PECHE MARITIME

#### Art. D. 692-1.

(...) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- reçoit, de la part des services et établissements publics compétents, les données statistiques existantes nécessaires à son objet ;
- en tant que de besoin, demande aux services et établissements précités de collecter les données supplémentaires indispensables ;

- réalise ou fait réaliser les travaux d'études nécessaires à son activité ;
- analyse les informations recueillies ;
- produit des rapports de synthèse sur les filières étudiées ;
- assure la diffusion régulière de ses travaux.

A ces fins, l'Observatoire de la formation des prix et des marges alimentaires s'appuie sur FranceAgriMer.

Les travaux de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires sont suivis par un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et doté d'un secrétariat.

#### **Art. D. 692-2**

Le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est nommé par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation pour une période de trois ans renouvelable.

#### **Art. D. 692-3**

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est doté d'un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et d'un secrétariat.

Outre le président, ce comité de pilotage comprend :

1°) Six représentants de l'Etat :

- Le directeur général des politiques agricole, agroalimentaire et des territoires ou son représentant ;
- Le directeur des pêches maritimes et de l'aquaculture ou son représentant ;
- Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant ;
- Le directeur général de l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 ou son représentant ;
- Le chef du service de la statistique et de la prospective au ministère chargé de l'agriculture ou son représentant ;
- Le directeur général de l'Institut national de la statistique et des études économiques ou son représentant ;

2° Dix-neuf représentants des secteurs agricoles et agroalimentaires :

- un représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture ;
- cinq représentants des organisations syndicales d'exploitations agricoles à vocation générale habilitées en application de l'article 3 du décret n° 90-187 du 28 février 1990 relatif à la représentation des organisations syndicales d'exploitants agricoles au sein de certains organismes ou commissions ;
- trois représentants de la pêche maritime et de l'aquaculture ;
- sept représentants des industries de transformation ;
- cinq représentants du commerce et de la distribution ;

3° Deux représentants des associations nationales de consommateurs ;

4° Des personnalités désignées en raison de leurs compétences particulières ou de leurs fonctions, dans la limite de sept.

Les membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, autres que ceux mentionnés au 1° sont nommés pour une durée de trois ans, renouvelable, par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation.

La suppléance et le remplacement des membres s'effectuent dans les conditions définies par le décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif.

La fonction de membre n'ouvre droit à aucune rémunération ni remboursement de frais de déplacement.

#### **Art. D. 692-4.**

I ) - Le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (...) arrête un programme annuel de travail.

Il peut être saisi par les ministres chargés de l'alimentation et de la consommation de toute question relevant de la compétence de l'Observatoire.

Il ) - 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.

(...).

### **ARRETE DU 28 OCTOBRE 2010 PORTANT NOMINATION DU PRESIDENT DE L'OBSERVATOIRE**

Par arrêté de la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, du ministre de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche et du secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation en date du 28 octobre 2010, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

### **ARRETE DU 25 OCTOBRE 2013 PORTANT NOMINATION DU PRESIDENT DE L'OBSERVATOIRE**

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, du ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, et du ministre délégué auprès du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, chargé de l'agroalimentaire, en date du 25 octobre 2013, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires à compter du 28 octobre 2013.

### **ARRETE DU 18 FEVRIER 2011 COMPLETE PAR L'ARRETE DU 27 AOUT 2012 PORTANT NOMINATION AU COMITE DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE**

(...) 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. Bailhache (Rémi).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles

M. Bayard (Jean-Bernard).

M. Esnault (Bernard).

M. Mousnier (Nicolas).

M. Meynier (Philippe).

M. Lucas (François).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture

M. Commère (Pierre).

Mme White (Yvette).

M. Guillaumie (Bruno).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire

M. Hot (Bruno).

M. Picot (Olivier).

M. Volut (Robert).

M. Jubert (Laurent).

M. Le Coutour (Louis-Marie).

M. de Montgolfier (Ghislain).

M. Joutel (Jean-Marie).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire

M. De Prunelé (Stéphane).  
M. Creysse (Jacques).  
M. Gay (Serge).  
M. Hervouet (Marc).  
M. Perrot (Dominique).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs

M. Barbier (Gérard).  
M. Girard (Romain).

En qualité de personnalité désignée en fonction de ses compétences particulières ou de ses fonctions

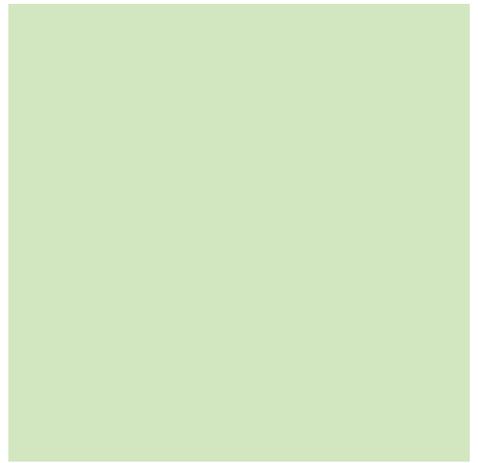
Mme Alexandre (Sylvie).  
M. Defrance (Dominique).  
M. Texier (Pierre-Henri).  
M. Perrault (Olivier).  
M. Butault (Jean-Pierre).  
M. Geoffron (Patrice).  
M. Nefussi (Jacques).

## Sigles

|                 |  |
|-----------------|--|
| ACP             | Analyse en composantes principales ( <i>méthode statistique</i> )  |
| AGRESTE         | La Statistique Agricole, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (Service de la statistique et de la prospective)  |
| ANDi            | AND international ( <i>cabinet d'études</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   |
| AR              | Arrière ( <i>quartier arrière de bovin ; partie de la carcasse d'un bovin</i> )  |
| ART             | Quartier arrière traité ( <i>partie arrière de la carcasse d'un bovin</i> )  |
| Arvalis         | Institut du végétal (institut technique professionnel)   |
| ATLA            | Association de la Transformation Laitière Française  |
| AV              | Avant ( <i>quartier avant de bovin ; partie de la carcasse d'un bovin</i> )  |
| AVT             | Quartier avant traité ( <i>partie avant de la carcasse d'un bovin</i> )  |
| BDNI            | Base de données nationale d'identification   |
| BMELV-Statistik | "Statistiken aus dem Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten" ( <i>Statistiques du Ministère fédéral de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Forêts</i> ) |
| CA              | Chiffre d'affaires   |
| CAP boulangerie | Certificat d'aptitude professionnelle en boulangerie   |
| Capa            | Partie de quartier avant ( <i>partie de carcasse d'un bovin</i> )  |
| CE              | Commission européenne / Communautés européennes  |
| CerFrance       | Centres d'économie rurale  |
| CFSI            | Comité français de la semoulerie industrielle  |
| CIRAD           | Centre de coopération international en recherche agronomique pour le développement   |
| CNBF            | Confédération nationale de la boulangerie  |
| CNCAOL          | Conseil national des appellations d'origine laitières  |
| CNR             | Comité national routier  |
| Coef.           | Coefficient  |
| CSP+            | Catégories socio-professionnelles supérieures  |
| CTIFL           | Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (institut technique professionnel)   |
| CV              | Coefficient de variation ( <i>indicateur statistique</i> )   |
| DG TRESOR       | Direction générale du Trésor, Ministère de l'économie et des finances  |
| DGCCRF          | Direction générale de la concurrence, 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   |
| DPU             | Droits à paiement unique ( <i>pour les subventions communautaires non liées à la production, allouées aux exploitants agricoles</i> )  |
| DRAAF           | Direction régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt   |
| EAE             | Enquête annuelle d'entreprises   |
| EC, ec          | Equivalent carcasse  |
| ECPF            | Classement par lot des poissons et produits aquacoles selon des critères d'espèce, de calibre  |
| ESANE           | Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises   |
| ESB             | Encéphalopathie spongiforme bovine   |
| EST             | Encéphalopathie spongiforme transmissible  |
| ETP             | Equivalent temps plein   |
| Eurostat        | Direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique à l'échelle communautaire  |
| FAO             | "Food and agriculture organization of the United Nations" ( <i>Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture</i> )   |
| FCD             | Fédération des entreprises du commerce et de la distribution   |
| FFCB            | Fédération des commerçants d'animaux en vif  |
| FICT            | Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes  |
| FNICGV          | Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes   |
| FNPF            | Fédération nationale des producteurs de fruits   |
| GEB             | Groupe d'économie bovine   |
| GMS             | Grandes et moyennes surfaces   |
| GTE             | Gestion technico-économique  |
| ha              | Hectare  |
| HD              | "Hard discount", maxidiscounte   |
| HT              | Hors taxes ( <i>dans ce rapport, sauf mention contraire, signifie prix au détail hors TVA, les autres taxes sur les produits étant généralement incluses</i> )   |
| IAA             | Industries agroalimentaires  |
| IDELE           | Institut de l'élevage ( <i>institut technique professionnel agricole</i> )   |
| IFIP            | IFIP-Institut du porc ( <i>institut technique professionnel de la filière porcine</i> )  |
| IGP             | Indication géographique protégée   |
| ILOCC           | Interprofession Laitière Ovine Caprine Corse   |
| INAO            | Institut national de l'origine et de la qualité  |
| INRA            | Institut national de la recherche agronomique.   |
| INRA-ESR        | Institut national de la recherche agronomique – Economie et sociologies rurales  |
| INSEE           | Institut national de la statistique et des études économiques  |

|                |   |
|----------------|---|
| INTERBEV       | Association nationale inter-professionnelle du bétail et des viandes  |
| IPAMPA         | Indice des prix d'achat des moyens de production agricole   |
| IPAMPA CI      | Indice des prix d'achat des moyens de production agricole pour les Consommations intermédiaires                                 |
| IPC            | Indice des prix à la consommation   |
| IPC-PA         | Indice des prix à la consommation des produits alimentaires   |
| IPPAP          | Indice des prix des produits agricoles à la production ( <i>prix rémunérant les producteurs agricoles</i> )                     |
| IPPI           | Indice des prix de production de l'industrie  |
| IS             | Impôt sur les sociétés  |
| ISMEA          | Agence italienne d'informations économiques sur les marchés agricoles   |
| ITAVI          | Institut technique de l'aviculture ( <i>institut technique agricole professionnel</i> )   |
| K€             | 1000 euros  |
| kg             | Kilogramme  |
| kg ec          | Kilogramme équivalent carcasse  |
| LEI            | Centre de recherches en économie agricole de l'Université de Wageningen, Pays Bas   |
| LMAP           | Loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche   |
| LME            | Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie   |
| LS             | Libre service   |
| M€             | Million d'euros   |
| MAAF           | Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt   |
| MB             | Marge brute   |
| Md€            | Milliard d'euros  |
| MDD            | Marque de distributeur  |
| MEDDE          | Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie   |
| MIN            | Marché d'intérêt national   |
| MN             | Marque nationale  |
| MPB            | Marché du Porc Breton   |
| MRS            | Matériau à risque spécifié  |
| Mt             | Million de tonnes   |
| NAF            | Nomenclature d'activités française  |
| NB             | Nota bene   |
| OAT            | Obligation assimilable du Trésor  |
| OCDE           | "Organisation for Economic Co-operation and Development" ( <i>Organisation de coopération et de développement économiques</i> ) |
| ODG            | Organisme de défense et de gestion  |
| OFPM           | Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires   |
| OPISE          | Observatoire des prix de l'industrie et des services aux entreprises (INSEE)  |
| OS             | Organsime stockeur  |
| OTEX           | Orientation technico-économique de l'exploitation agricole  |
| P.A.C. / PAC   | selon le contexte : "Prêt à cuire" (poulet) ou "Politique Agricole Commune",  |
| PAD            | Prêt à découper   |
| PAMP           | Prix d'achat moyen pondéré : pour un produit donné, montant des dépenses des consommateurs divisé par les quantités achetées.   |
| Panel GfK      | "Gesellschaft für Konsumforschung" ( <i>institut d'études de marché et d'audit marketing allemand</i> )                         |
| PDM            | Part de marché  |
| PGC            | Produit de grande consommation  |
| PI             | Produit industriel  |
| PIB            | Produit intérieur brut  |
| PRODCOM        | Produits de la communauté européenne  |
| R <sup>2</sup> | 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  |
| SAU            | Surface agricole utilisée   |
| SCA            | Société coopérative d'approvisionnement   |
| SCI            | Société civile immobilière  |
| SFER           | Société française d'économie rurale   |
| SHR            | Steack haché réfrigéré  |
| SHS            | Steack haché surgelé  |
| SIFCO          | Syndicat des industries françaises des coproduits   |
| SIFPAF         | Syndicat des Industriels fabricants de pâtes alimentaires de France   |
| SIQO           | Signes d'identification de la qualité et de l'origine   |
| SMIC           | Salaires 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  |
| TASCOM         | Taxe sur les surfaces commerciales  |
| TB             | Tableau de bord   |
| Tec / tec      | Tonne d'équivalent carcasse   |
| TES            | Tableau entrées-sorties   |
| TMP            | Taux de muscles des pièces  |
| TTC            | Toutes taxes comprises, dont TVA et autres taxes sur les produits.  |

|          |   |
|----------|---|
| TVA      | Taxe sur la valeur ajoutée  |
| UE       | Union Européenne  |
| UGB      | Unité de gros bétail  |
| UHT      | Upérisation à Haute Température   |
| UMO      | Unité de Main-d'Oeuvre  |
| USDA     | United states department of agriculture   |
| USDA-ERS | United states department of agriculture – Economic research service                                       |
| UTA      | Unité de travail annuel   |
| UTH      | Unité de travail humain   |
| UVC      | Unité de vente consommateur   |
| UVCI     | Unité de vente consommateur industrielle  |
| UVCM     | Unité de vente consommateur magasin   |
| VAMP     | Valeur ajoutée à la matière première  |
| VHR      | Viande hachée réfrigérée.   |
| VHS      | Viande hachée surgelée.   |
| ZMB      | "Zentrale Milchmarkt Berichterstattung" ( <i>centre allemand d'information sur les marchés laitiers</i> ) |



FranceAgriMer  
 12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex / [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

